

#59  
ENERO

# MÁS PODER LOCAL

| Polarización política en  
España y Argentina

Kaoutar **Bakdid Albane**  
Daniela **Barbieri**  
Raúl **Cerro Fernández**  
Esther **Clavero Mira**  
Rubén **Cuéllar-Rivero**  
Agustina **Falak**  
Juan José **García Escribano**  
María Isabel **López Palazón**  
Ignacio **Ramírez**  
Augusto **Reina**  
Camila **Rodríguez Nardi**  
Alejandro **Soler Contreras**  
Laura **Teruel Rodríguez**





## Periodicidad

Trimestral

## Director

Ismael Crespo

## Editor

Alberto Mora

## Comité científico

Adriana Amado (Universidad Argentina de la Empresa); Patricia Andrade del Cid (Universidad Veracruzana, México); Natalia Aruguete (Universidad Nacional de Quilmes, Argentina); Luis Benavente (Vox Populi Consultoría, Perú); Virginia García Beaudoux (Universidad de Belgrano, Argentina); Claudio Elortegui (Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile); Erika Jaráiz (Universidad de Santiago de Compostela, España); Pablo Mieres (Universidad Católica de Uruguay, Uruguay); Carla Montuori Fernandes (Universidade Paulista, Brasil); Carlos Muñoz (Universidad Autónoma de Nuevo León, México); Xavier Peytibi (Asesor de comunicación y consultor político, España); Gina Sibaja Quesada (Universidad de Costa Rica, Costa Rica); Omar Rincón (Universidad de los Andes, Colombia); Mario Riorda (Universidad Austral de Buenos Aires, Argentina); José Manuel Rivera Otero (Universidad de Santiago de Compostela, España); Hélder Rocha Prior (Universidade Autónoma de Lisboa, Portugal); Paula Andrea Valencia Lodoño (Universidad de Medellín, Colombia).

## Consejo de redacción

Giselle García Hípola (Universidad de Granada); Ana Leal Ramos (ALICE); María Isabel López Palazón (Universidad de Murcia); Inmaculada Melero López (ALICE); Sergio Pérez Castaños (Universidad de Burgos); Ignacio Ramírez (FLACSO Buenos Aires, Argentina); Carla Irene Ríos Calleja (Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México); Alejandra Rodríguez Estrada (Universidad Autónoma de Baja California); José Miguel Rojo Martínez (Universidad de Murcia); Alejandro Soler Contreras (Universidad de Murcia); José Manuel Trujillo (Universidad Pablo de Olavide); Catalina Uribe Rincón (Universidad de los Andes, Colombia); Ramón Villaplana (Universidad de Murcia).

### Más Poder Local. Magazine

Ronda de Levante, 10. Murcia, España  
[contacto@maspoderlocal.com](mailto:contacto@maspoderlocal.com)  
[www.maspoderlocal.com](http://www.maspoderlocal.com)

Depósito legal: MU 1092-2010 / ISSN: 2172-0223  
 ©2025. Más Poder Local

### Edita

ALICE, Asociación Latinoamericana de Investigadores en Campañas Electorales.  
 LABCOM, Laboratorio de Comunicación Política Asociación.

### Diseño y maquetación

ODDROD Estudio. [www.oddrod.es](http://www.oddrod.es)

Foto de portada: ©Diseñado por @Freepik.

## Sumario

- 05**      **EDITORIAL**
- 09**      **TEMÁTICA**
- 10**      |      La construcción de la polarización en la prensa española: estudio longitudinal sobre los encuadres de sus dimensiones política, afectiva y social.  
**Laura Teruel Rodríguez**  
pp. 10-29
- 30**      |      Efectos de la exposición selectiva en la percepción de los líderes políticos en una democracia afectivamente polarizada: el caso de España.  
**Rubén Cuéllar-Rivero**  
pp. 30-49
- 50**      |      ¿Polarización o pluralidad? Un análisis de las creencias sociales en Argentina 2023-2024.  
**Augusto Reina, Daniela Barbieri y Camila Rodríguez Nardi**  
pp. 50-74
- 75**      |      La polarización afectiva en España: 4 años de investigación a través de las Encuestas Nacionales de Polarización Política del CEMOP.  
**Alejandro Soler Contreras y María Isabel López Palazón**  
pp. 75-101
- 102**     |      La inmigración como tema polarizador en España.  
**Kaoutar Bakdid Albane, Esther Clavero Mira y Juan José García Escribano**  
pp. 102-122
- 123**     |      Antagonismos políticos y hostilidades afectivas en la Argentina de Milei.  
**Agustina Falak y Ignacio Ramírez**  
pp. 123-140
- 142**     **PERISCOPIO ELECTORAL**
- 145**     |      «Redoblando la esperanza»: el retorno del Frente Amplio al gobierno de Uruguay.  
**Raúl Cerro Fernández**  
pp. 145-155
- 157**     **RESEÑAS**

**ALICE**

Asociación Latinoamericana  
de Investigadores  
en Campañas Electorales



**UNIVERSIDAD  
DE GRANADA**

**XI CONGRESO INTERNACIONAL  
COMUNICACIÓN POLÍTICA Y ESTRATEGIAS DE CAMPAÑA**

**EL GOBIERNO DE LA  
INTELIGENCIA ARTIFICIAL**



**24, 25 Y 26 DE SEPTIEMBRE  
GRANADA 2025**

**FACULTAD DE CIENCIAS  
POLÍTICAS Y SOCIOLOGÍA**

**[WWW.ALICE-COMUNICACIONPOLITICA.COM](http://WWW.ALICE-COMUNICACIONPOLITICA.COM)**

## Editorial

Los estudios de polarización constituyen hoy uno de los campos más fértiles de la investigación social. Los cambios en los sistemas de partidos, con la aparición de nuevas formaciones desafiantes y nuevos liderazgos rupturistas, se han acompañado de una retórica inflamada y adversativa que ha terminado por trasladarse a la vida diaria de las personas, creando actitudes de intolerancia y discriminación respecto a los exogrupos políticos. La polarización se ha convertido, de esta forma, en un elemento de distorsión de la convivencia, del normal funcionamiento de las instituciones (dado que se hace cada vez más difícil el acuerdo interpartidista) y del respeto a las reglas del juego democrático cuando benefician al rival. Mucho se ha escrito hasta ahora sobre sus causas y consecuencias, aunque por el momento existe poco consenso empírico a la hora de proponer soluciones fácilmente reproducibles en el mundo real que permitan rebajar este suflé de animadversión.

El número especial «Polarización política en España y Argentina», que se corresponde con la edición 59 de la revista *Más Poder Local*, se inserta en el debate internacional sobre el tema con dos casos de máximo interés, que lejos de haber sido elegidos al azar parten de la constatación previa de este editor sobre lo fructífero que puede ser un diálogo entre ambos. A pesar de sus indiscutibles singularidades, la sociedad argentina y la sociedad española atraviesan una época de similares antagonismos que superan la tradicional crispación para convertirse en un enfrentamiento moral total. Con el objetivo de expandir la reflexión sobre esta situación han sido convocados diferentes investigadores de estos dos países, que presentan trabajos inéditos y datos de alto valor.

Comenzando con los artículos centrados en Argentina, encontramos la aportación de Agustina Falak e Ignacio Ramírez (FLACSO Buenos Aires y Universidad Austral), «Antagonismos políticos y hostilidades afectivas en la Argentina de Milei». El artículo reflexiona sobre la centralidad del odio como emoción que mejor refleja las dinámicas de antagonismo, unas dinámicas que son asimétricas entre los dos grandes polos de la política argentina, los libertarios de Javier Milei y los peronistas de Cristina Fernández de Kirchner. Los autores realizan una discusión teórica profunda sobre los elementos constitutivos de la polarización política, incluyendo los desacuerdos ideológicos, las contradicciones sociales, las rupturas cognitivas y las hostilidades afectivas. La cuestión de las rupturas cognitivas conecta con una incipiente literatura sobre *factual beliefs*. Los partidarios de los diferentes grupos políticos parecen habitar realidades paralelas y ni siquiera son capaces de fijar un consenso mínimo sobre algunos hechos sociales aparentemente objetivos. Esta ruptura cognitiva es la consecuencia última de procesos de homofilia, aislacionismo y segregación, que se articulan en forma de cámaras de eco y filtros de realidad. Asimismo, los autores aportan datos inéditos sobre endogamia electoral en el país: el 48% de los entrevistados no tiene amistades o familiares que voten por un partido diferente al suyo. Este porcentaje se eleva hasta el 55% para quienes votaron a La Libertad Avanza. La reducción del contacto intergrupual puede reforzar las rupturas cognitivas y promocionar el pensamiento basado en estereotipos y prejuicios, fomentando mayores actitudes de hostilidad hacia los grupos rivales.

Por su parte, Augusto Reina, Daniela Barbieri y Camila Rodríguez Nardi, del Observatorio Pulsar (Universidad de Buenos Aires), exponen en su artículo «¿Polarización o pluralidad? Un análisis de las creencias sociales en Argentina 2023-2024», una radiografía minuciosa sobre algunos valores en torno a los que se articula la competición política en el país. Adoptando la visión durkheimiana que asigna a las creencias el papel de «cemento» de la cohesión social, se describen los dos grandes ejes divisivos presentes en la Argentina contemporánea: el económico (con posiciones más o menos estatistas) y el moral (con la clásica tensión entre progresistas y conservadores). El artículo, a partir de la combinación de estos dos ejes, establece cuatro grandes perfiles de electores (estatista progresista, estatista conservador, privatista progresista, privatista conservador) y comprueba la composición de cada uno de los electorados atendiendo a los mismos. La existencia de una multiplicidad de identidades no solo en el conjunto de la sociedad, sino dentro de cada grupo político, nos ayuda a complejizar las dinámicas de competición y evitar reducciones binarias que incrementen la sensación de polarización.

Expuestos estos trabajos sobre Argentina, para el caso de España nos encontramos inicialmente con el artículo de Alejandro Soler Contreras y María Isabel López Palazón, de la Universidad de Murcia, titulado «La polarización afectiva en España: 4 años de investigación a través de las Encuestas Nacionales de Polarización Política del CEMOP». Estos jóvenes investigadores forman parte del Centro de Estudios Murciano de Opinión Pública (CEMOP), un grupo liderado por el profesor Ismael Crespo y que se ha destacado en los últimos años (desde el año 2021 concretamente) por la realización de estudios cuantitativos de ámbito nacional sobre el fenómeno de la polarización política, que han dado lugar a bases de datos abiertas de gran interés para la comunidad científica. En este artículo, sus autores realizan una intensa revisión de la literatura sobre el caso español y sistematizan las principales variables incluidas a lo largo de estos cuatro años en los estudios del CEMOP (referidas no solo a los clásicos termómetros de sentimientos hacia líderes, votantes corrientes y partidos, sino también a medidas de distanciamiento social, percepciones erróneas, identidad territorial, actitudes democráticas, patrones de consumo informativo y reacciones ante *frames* electorales). A continuación, muestran la evolución de los niveles (individuales) de polarización afectiva en España y desarrollan pruebas de análisis bivariado que permiten ver la desigual distribución de esta variable atendiendo a la ideología de los participantes, su voto, su nivel de consumo de diferentes medios de comunicación o su posición en torno a determinadas políticas públicas de sustrato moral-cultural. Por último, profundizan sus indagaciones buscando relaciones entre polarización afectiva y actitudes democráticas o de distanciamiento social (intolerancia en el establecimiento de relaciones con el exogrupo).

Al trabajo de Alejandro Soler Contreras y María Isabel López Palazón le sigue el de Rubén Cuéllar, de la Universidad de Salamanca, «Efectos de la exposición selectiva en la percepción de los líderes políticos en una democracia afectivamente polarizada: el caso de España». El autor centra su interés en el concepto de exposición selectiva como posible amplificador de la polarización afectiva. Someterse de forma repetida a contenido que refuerza nuestras actitudes e identidades puede exacerbar los sesgos de origen grupal y promover una percepción más negativa de los oponentes, por cuanto

los medios de comunicación tienen un papel destacado a la hora de moldear la manera en la que entendemos y valoramos la realidad que nos rodea. Se suma el autor de esta forma a una importante reflexión sobre el efecto de las dietas informativas, su variedad, la frecuencia de consumo y el carácter (más o menos militante) de los medios seleccionados. De forma específica, Rubén Cuéllar presenta un riguroso ejercicio estadístico sobre el efecto de la exposición selectiva en la percepción afectiva de los líderes políticos, considerando con acierto que en una época de alta personalización de la política estos objetos de evaluación son referentes simbólicos de la dinámica intergrupala y, al mismo tiempo, receptores destacados de simpatías y animadversiones. Una de las conclusiones más relevantes de este trabajo es la constatación de que el consumo selectivo acumulado afecta decisivamente a la percepción de los rasgos de los líderes políticos y esto contribuye a un mayor clima de polarización afectiva.

Sin alejarnos de la intersección entre comunicación y polarización, la profesora Laura Teruel Rodríguez, de la Universidad de Málaga, presenta su investigación «La construcción de la polarización en la prensa española: estudio longitudinal sobre los encuadres de sus dimensiones política, afectiva y social». Adoptando un enfoque ciertamente novedoso, se propone constatar cómo se utiliza el concepto «polarización» en los medios de comunicación españoles, esto es, cómo se construye el problema, a quién se le asigna la responsabilidad, qué consecuencias parece tener y qué términos se asocian a la hora de definir el concepto. Todo ello a través de un análisis de contenido cualitativo (ACC) asistido por IA que busca detectar los encuadres sobre este tema en más de 300 registros periodísticos de los tres principales diarios de tirada nacional en España: *ABC*, *El Mundo* y *El País*. Una vez presentados sus principales resultados, la profesora Laura Teruel Rodríguez concluye que la polarización aparece recurrentemente en los medios con un marco de significado negativo que oscila entre la dimensión afectiva y la crispación. Además, se constata que los medios tienden a señalar a las élites políticas como agentes que inducen este clima con intenciones estratégicas y, por tanto, se las señala como principales responsables. Al respecto, resulta llamativo el protagonismo que adquiere la figura de Donald Trump a la hora de explicar o ejemplificar, incluso desde medios ajenos a Estados Unidos, este concepto. La polarización se asume como un fenómeno internacional que atraviesa ya a todas las democracias del mundo, pero que en algún sentido tiene su epicentro o núcleo de expansión en la política norteamericana.

Este número monográfico incluye, por último, el trabajo «La inmigración como tema polarizador en España», realizado por Kaoutar Bakdid, Esther Clavero y Juan José García Escribano, investigadores de la Universidad de Murcia. A partir de datos de las Encuestas Nacionales de Polarización Política realizadas por el CEMOP, demuestran la influencia de la ideología, el voto y la religiosidad en la escala de posicionamiento que contraponen dos visiones antagónicas: «el Estado debe permitir todo tipo de inmigración hacia nuestro país» vs. «el Estado debe cerrar las fronteras y no permitir ningún tipo de inmigración». El debate migratorio en España está profundamente atravesado por los valores políticos y morales de los individuos, y puede leerse como una división entre conservadores y progresistas siguiendo la lógica del clivaje GAL/TAN. El proceso de globalización ha facilitado el libre movimiento de personas y capitales y un debilitamiento de las rígidas fronteras (físi-

cas y psicológicas) del Estado-nación. Esta nueva realidad ha provocado en numerosos ciudadanos una sensación de amenaza identitaria que conlleva reacciones emocionales adversas y apoyo a fuerzas radicales que desafían los consensos sistémicos. En España, el debate sobre la inmigración se ha recrudecido en los últimos años y representa una de las principales razones explicativas del voto a Vox. El artículo constata que un 20% de los españoles se posiciona ya en actitudes de claro rechazo a la inmigración, frente a un 32,2% que se ubica en el extremo contrario. La tensión entre visiones más cosmopolitas y humanistas y los discursos nativistas podría crecer en los próximos años, especialmente en este nuevo contexto internacional marcado por la vuelta de Donald Trump a la Casa Blanca. Recordemos que entre las primeras medidas del líder republicano, tras su asunción el pasado 20 de enero, se han situado las deportaciones y redadas masivas, además del cuestionamiento de la nacionalidad de los hijos de inmigrantes nacidos ya en suelo norteamericano.

Como ven, este número aborda temáticas muy diversas, desde un diálogo transatlántico, que confiamos sirva para conocer más las causas y consecuencias de la polarización política, contribuyendo con ello al que debe ser el gran objetivo académico para estos próximos años: cómo despolarizar a nuestras sociedades. Algunas claves están presentes en estas páginas: atender al impacto de las dietas informativas, tratar de reducir las percepciones erróneas sobre los exogrupos o complejizar los análisis para evitar caer en dinámicas de binarismo y mostrar, por el contrario, la existencia de identidades transversales que evitan una clasificación total de todo lo que acontece en dos simples grupos.

Por último, deseo agradecer la confianza demostrada por el director de la revista, el profesor Ismael Crespo, al pensar en mí como coordinador de este número. También agradezco a todos los autores el destacado nivel de sus trabajos y la financiación recibida por diferentes instituciones que han apoyado buena parte de las investigaciones expuestas: la Fundación Séneca-Agencia de Ciencia y Tecnología de la Región de Murcia a través del proyecto competitivo 21876/PI/22 («Polarización afectiva en la Región de Murcia. Un estudio sobre sus causas») y la Asociación Latinoamericana de Investigadores en Campañas Electorales (ALICE) a través del proyecto competitivo «Polarización afectiva en Argentina y España: un estudio comparado sobre la naturaleza del fenómeno».

Finalizo con unas palabras de reconocimiento para los revisores externos que, con sus evaluaciones, garantizaron la rigurosidad de los trabajos.

José Miguel Rojo Martínez  
Universidad de Murcia  
Coordinador nº59



# TEMÁTICA

THEME

**Este número de Más Poder Local explora el fenómeno de la polarización política en España y Argentina.**

*This issue of Más Poder Local explore the the phenomenon of political polarization in Spain and Argentina.*

# La construcción de la polarización en la prensa española: estudio longitudinal sobre los encuadres de sus dimensiones política, afectiva y social

*The Construction of Polarization in the Spanish Press: A Longitudinal Study on Framing and its Political, Affective, and Social Dimensions*

Proyecto de Excelencia, Plan Andaluz de Investigación, Desarrollo e Innovación (PAIDI 2020): «Impacto de la desinformación en Andalucía: análisis transversal de las audiencias y las rutinas y agendas periodísticas». Desinfoand Ref: ProyExc00143. 2022-2025.



**Laura Teruel Rodríguez**  
Universidad de Málaga.  
teruel@uma.es  
@LauTeruel  
ORCID: 0000-0002-7575-8401

#### **Cómo citar el artículo**

Teruel Rodríguez, Laura (2025): «La construcción de la polarización en la prensa española: estudio longitudinal sobre los encuadres de sus dimensiones política, afectiva y social». *Revista Más Poder Local*, 59: 10-29. DOI: 10.56151/maspoderlocal.266

## Resumen

La polarización ha evolucionado de ser un concepto utilizado en ciencias sociales para definir un fenómeno político, a convertirse en una preocupación social significativa en España. Por ello, se hace imperativo estudiar cómo la prensa de referencia española construye este problema, considerando que el periodismo es un agente fundamental en la creación y difusión de los encuadres de la realidad que alimentan a la opinión pública. Este estudio analiza las menciones a la polarización en *ABC*, *El Mundo* y *El País* entre 2016 —año en que Donald Trump ganó las elecciones presidenciales estadounidenses y se produjo el Brexit— y 2024, mediante un análisis de contenido predominantemente cualitativo, asistido por inteligencia artificial. Los resultados demuestran que la referencia a la polarización política se utiliza para encuadrar un problema presente principalmente en España y Estados Unidos, pero también en gran parte de América y Europa. Sin embargo, su significado oscila entre la polarización entendida como afectiva —que activa emociones negativas hacia grupos opuestos— y la existencia de un clima político crispado. Según la prensa analizada, los principales inductores del fenómeno son las élites y los partidos políticos.

### Palabras clave

Polarización afectiva; polarización política; partidos políticos; prensa española; Estados Unidos; inteligencia artificial.

## Abstract

*Polarization has evolved from being merely a concept used in Social Sciences to define a political phenomenon to becoming a significant social concern in Spain. Consequently, it is imperative to study how the Spanish reference press defines this problem, considering that journalism is a fundamental agent in creating and disseminating frames of reality that shape public opinion. This study analyzes mentions of polarization in ABC, El Mundo, and El País between 2016—the year Donald Trump won the U.S. presidential election and Brexit occurred—and 2024, using a predominantly qualitative content analysis, assisted by Artificial Intelligence. The results demonstrate that references to political polarization are used to frame a problem present primarily in Spain and the United States, but also in large parts of America and Europe. However, its meaning oscillates between polarization understood as affective—which activates negative emotions towards opposing groups—and the existence of a tense political climate. According to the analyzed press, the main inducers of this phenomenon are political elites and parties.*

### Keywords

*Affective polarization; political polarization; political parties; Spanish press; United States; Artificial Intelligence.*

## 1. Introducción

La Fundación del Español Urgente (FundéuRAE), promovida por la Real Academia Española y la Agencia EFE, escogió polarización como palabra del año 2023. Cuando un objeto de estudio de las ciencias sociales da el salto a la opinión pública, no cabe duda de que la investigación cobra importancia social. Más aún cuando se trata de un fenómeno complejo, polisémico y endémico para la política y la sociedad españolas.

La definición más extendida coloquialmente es la que alude a la creciente división ideológica entre los partidos o grupos políticos, que se vuelven extremos en sus puntos de vista y menos dispuestos a comprometerse o trabajar juntos (Hopkins y Sides, 2015). Aparece cuando la discusión política adopta un tono bronco, lleno de insultos y descalificaciones hacia el adversario; la democracia se resiente porque los actores sufren un proceso de deslegitimación frente a la ciudadanía y el clima de oposición imposibilita los acuerdos entre las diferentes fuerzas.

A tenor de lo anterior, la polarización política se asimilaría con la percepción de enfrentamiento y crispación entre actores políticos. Sin embargo, entendiendo que la discrepancia y la discusión son consustanciales a la democracia, conviene considerar la definición de la polarización política de Schedler (2023) o Sartori (2005), que remite a un conflicto intenso sobre ideas, intereses o valores en el seno de un Estado y a una profunda tensión entre rivales. No se limita a la mera divergencia o desacuerdo, sino que denota relaciones de agudo choque que van más allá de los límites de la competencia democrática ordinaria y amenazan con el bloqueo o, incluso, la violencia. Es decir, es una situación extrema que pone en riesgo las prácticas democráticas y las instituciones de resolución de conflictos e impulsa la normal competición democrática al límite de una espiral de ira y división (Carothers y O'Donohue, 2019). Se produce un salto cualitativo desde la percepción del clima político a la peligrosidad para el mantenimiento del Estado de Derecho.

Es, como advertíamos al comienzo de este artículo, un concepto extenso y complejo y la socialización del término ha ampliado la polisemia. Junto a la anterior definición de polarización política, se halla, en primer lugar, la polarización afectiva, que se refiere a la tendencia a ver negativamente a los partidarios opuestos y positivamente a los copartidarios, por encima de la ubicación ideológica de los partidos (Comellas y Torcal, 2023). Se estudia como un proceso de hostilidad y animadversión intergrupala que surge a partir de la constitución del partidismo como una forma de identidad social (Crespo-Martínez *et al.*, 2024). Se trata de una división que se basa más en la identidad y las emociones que en consideraciones racionales de tipo ideológico. Un individuo polarizado afectivamente mostrará una notable diferencia sentimental en sus actitudes hacia su propio grupo y hacia los grupos y líderes rivales, con un posible aumento del rechazo hacia estos últimos (Webster y Abramowitz, 2017).

En segundo lugar, el concepto se relaciona con la polarización ideológica. Según Sartori (2003), se entiende como la distancia ideológica o programática entre dos partidos ubicados en el espectro izquierda-derecha. Se asume que las formaciones políticas se organizan en este eje y los votantes, que

eligen el partido que consideran más cercano a sus propios puntos de vista, los perciben también en ese continuo izquierda-derecha (Rodríguez-Virgili, Portilla-Manjón y Sierra-Iso, 2022). Se trata, por tanto, de un proceso de auto-ubicación ideológica de los votantes y los partidos en base a consideraciones ideológicas identificadas entre dichos extremos.

Junto a estas acepciones sobre la polarización, determinantes en este artículo, se hace necesario aludir a la polarización de temáticas (*issue polarization*), definida como el grado en que los individuos tienen preferencias u opiniones divergentes sobre ciertos asuntos (Levendusky y Malhotra, 2015). En el caso español, el aborto y la inmigración (García Escribano, García Palma y Manzanera Román, 2021) o el *procés* (Urmeneta Arbusa, 2021) son ejemplos evidentes. Se trata de la división de la sociedad en grupos con creencias, valores e intereses contrarios sobre un asunto determinado de la actualidad y reflejada en consumos mediáticos segmentados, en la exposición selectiva (Humanes, 2014).

Así pues, la polarización tiene su presencia teórica en el ámbito de las ciencias de la comunicación. El posicionamiento ideológico influye significativamente en la confianza en los medios y en las percepciones de la desinformación, lo que conduce a ecosistemas mediáticos distintos basados en inclinaciones políticas (Masip *et al.*, 2020) y plantea desafíos para el funcionamiento de la democracia. Las afiliaciones ideológicas y partidistas predicen los patrones de consumo de medios en un sistema mediático polarizado de manera destacada en el contexto electoral (Valera-Ordaz, Requena-Mora y Pop, 2021).

El aumento en el consumo de noticias políticas, especialmente a través de las redes sociales y periódicos digitales, se correlaciona con mayores niveles de polarización afectiva hacia los partidos y líderes (Tucker *et al.*, 2018). Esta exposición selectiva reduce el acceso a información y contextos diversos, particularmente entre hombres mayores, con mayor poder adquisitivo y compromiso político (Ramírez-Dueñas y Humanes, 2023). Los medios, como nutriente aún destacado de la opinión pública, juegan un papel crucial en perpetuar o mitigar la polarización a través de la segmentación de audiencias, el sensacionalismo y el sesgo mediático (Berrocal-Gonzalo *et al.*, 2023). En este sentido, la polarización en España ha sido ampliamente analizada (Teruel, 2016; Ortiz González, Berganza y Herrero-Jiménez, 2024).

En base a estas premisas teóricas, se considera necesario estudiar cómo los medios de comunicación participan actualmente en el proceso de creación y difusión de encuadres de la realidad relacionados con la polarización (Ardèvol Abreu, 2015). Se deben observar los *frames in the news*, entendidos como la plasmación de todos los condicionantes previos en la construcción de la agenda mediática en los textos periodísticos (De Vreese, 2003); los periodistas componen y ofrecen contenidos a la audiencia con una mirada que es definida por la propia concepción de los profesionales y que ha de tener cabida en la empresa informativa en la que trabajan (Sábada, 2008; García Hípola, 2011). Así pues, se hace necesario analizar una muestra extensa, representativa del periodismo desarrollado por cabeceras de diferente línea editorial en España durante los últimos años.

Por todo ello, el objetivo general de este estudio es analizar cómo se aborda la polarización en la prensa española de referencia, examinando el significado que se le atribuye y los conceptos con los que se asocia. Se busca identificar similitudes y relaciones entre el uso de este concepto en la prensa informativa y las definiciones establecidas en las ciencias sociales, considerando sus diversas acepciones.

Como objetivos secundarios, se propone:

- Identificar los escenarios y contextos vinculados a la polarización, así como los actores principales involucrados. Se plantea la hipótesis de que España y Estados Unidos, además de sus respectivos actores políticos, tendrán un papel predominante en estos contextos. La centralidad de la política nacional será determinante junto a la presencia del actor hegemónico de la geopolítica mundial.
- Realizar un análisis exhaustivo de los *frames* o encuadres, incluyendo la exploración de las soluciones propuestas para este fenómeno. Se sostiene la hipótesis de que las soluciones planteadas para todos los tipos de polarización deben emanar principalmente de las élites políticas. Se observarán diferencias entre los medios escogidos en función de sus líneas editoriales sobre los causantes del problema, pero se hallarán similitudes entre las recomendaciones para atenuarla.

Este estudio aspira a contribuir a una comprensión más profunda de cómo la prensa española construye y presenta el concepto de polarización, así como a examinar las implicaciones de estos enfoques en el discurso público y la percepción social del fenómeno.

## 2. Método y muestra

Para alcanzar los objetivos trazados en la investigación se ha desarrollado una metodología eminentemente cualitativa basada en el análisis del discurso de los medios españoles. Si bien, se han complementado los hallazgos también con aportes desde el análisis cuantitativo. Se ha analizado el contenido siguiendo una estrategia de codificación combinada –humana y computacional– para reforzar la objetividad y robustez de los resultados. Así se aspira a aprovechar los avances de la lingüística computacional y la inteligencia artificial de Atlas.ti (24) para mejorar la comprensión de las estructuras del discurso periodístico, clasificar y filtrar datos sin procesar (Lopezosa *et al.*, 2022), y, a su vez, enriquecerlo con el análisis experto. Se consigue, además, procesar grandes volúmenes de datos que difícilmente se podrían abarcar manualmente (Paulus y Lester, 2015).

En base a otros trabajos de investigación previos sobre la materia (Teruel Rodríguez, 2023; Ballesteros-Herencia y Gómez-García, 2020) se ha realizado un análisis del encuadre o *framing*. La definición de referencia de Entman (1993) sobre dicho concepto afirma que éste busca seleccionar:

«algunos aspectos de la realidad percibida, haciéndolos más sobresalientes en el texto comunicativo, de tal manera que consigan promover una definición del problema particular, una interpretación causal, una evaluación moral y/o una recomendación de tratamiento para el asunto descrito» (p. 52).

Este trabajo se ciñe a la prensa española y, por tanto, se desarrolla en un contexto espaciotemporal específico por lo que cabe hablar de *issue-specific news frames* –encadres noticiosos específicos– de acuerdo con la clasificación de De Vreese, Jochen y Semetko (2001). Esto dificulta la generalización y extrapolación de los resultados a otros escenarios, por ejemplo, pero, como ventaja, ofrece hallazgos muy profundos y exactos sobre un tema, en concreto, y su tratamiento mediático (Melero López, 2022). Así pues, se han adaptado los componentes esenciales del discurso que había que observar al objeto de estudio, esto es, a la polarización (definición del problema, atribución de causas, evaluación moral y posibles soluciones) y se han definido los códigos fundamentales en base a los acontecimientos y actores relacionados.

La combinación metodológica se ha basado en una aproximación a la muestra que combine la profundidad teórica y observacional de la codificación manual con la extensión, sistematicidad y automatización de la computacional. Con el soporte de la inteligencia artificial incorporada en Atlas.ti en marzo de 2023 se agiliza el descubrimiento y la construcción de relaciones entre los datos, la asignación y definición de temas y categorías para darle significado a los textos, la visualización de los resultados del análisis de datos y la creación de informes (Lopezosa, Codina y Boté-Vericad, 2023).

En primer lugar, con el soporte de la IA, se han codificado todas las apariciones del término «polarización» así como de los actores personales e institucionales con los que se relaciona el concepto. Ese trabajo ha requerido de una exhaustiva depuración posterior de los códigos obtenidos, por ejemplo, para combinar como el mismo actor de la polarización estos resultados: Sánchez, Pedro Sánchez, el presidente del Gobierno, el líder del Ejecutivo...

Tras la depuración de los resultados y la obtención de las citas pertinentes, se ha procedido a la localización de las referencias expresas a los componentes de los *frames* realizando una codificación intencionada con IA en torno a las cuestiones:

- Términos asociados a la definición de la polarización: este primer trabajo automatizado de localización de códigos requirió una intensa gestión, depuración y unificación posterior para dotarlo de coherencia. Se detalla con ejemplos prácticos en el apartado de resultados.
- Localización de actores vinculados con la polarización.
- Consecuencias de este fenómeno.
- Con respecto a las soluciones para despolarizar se ha realizado la codificación intencionada en base a las siguientes preguntas: *What solutions*

*have been proposed to reduce polarization? (Proposed solutions) / How effective have these solutions been in reducing polarization? (Effectiveness of Solutions) / Are there any examples of successful strategies that have helped reduce polarization in specific contexts? (Successful Strategies) –¿Qué soluciones se han propuesto para reducir la polarización? (Soluciones propuestas) / ¿Qué tan efectivas han sido estas soluciones para reducir la polarización? (Efectividad de las soluciones) / ¿Existen ejemplos de estrategias exitosas que hayan ayudado a reducir la polarización en contextos específicos? (Estrategias exitosas)–.*

## 2.1. Selección de la muestra

La selección de la muestra se ha hecho a través de la herramienta hemerográfica *MyNews*, que permite localizar y descargar los contenidos de una gran cantidad de medios internacionales. Conociendo las limitaciones de la misma para acceder y recuperar los recursos, por ejemplo, de los diarios digitales o con suscripción de pago, se ha optado por las ediciones impresas en su edición de Madrid, para asegurar la homogeneidad de la muestra.

Las cabeceras escogidas han sido los tres diarios de referencia de la prensa nacional que representan, a su vez, diferentes líneas editoriales y grupos empresariales: *El País* (Prisa), *El Mundo* (Unidad Editorial) y *ABC* (Vocento). En el ranking elaborado por SCImago sobre calidad mediática para Europa (Winter Edition, 2024), *El País* y *ABC* ocupan el primer y segundo puesto respectivamente y *El Mundo*, el quinto, por detrás de *La Vanguardia* (considerada regional) y *El Español* (diario digital).

El *SCImago Media Rankings* clasifica la reputación digital de más de 5.000 periódicos de 200 países. Se actualiza 4 veces al año. Para ello ha creado el Indicador de Reputación Digital (IRD), definido como el «nivel de adecuación al entorno digital» en un continente, en un país, o en un espacio lingüístico que se obtiene integrando cuatro indicadores reconocidos de calificación de webs (Trillo-Domínguez *et al.*, 2023).

El operador de búsqueda ha sido «polarización» dentro de titulares y subtítulos. Se ha seleccionado un criterio de relevancia del 10%, según los criterios de *MyNews*, para asegurar la pertinencia y trascendencia de los resultados. Se ha considerado 2016 como año clave para iniciar la muestra en tanto en dicho año se produjeron acontecimientos como la votación del Brexit (Bastos y Mercea, 2019) o la elección de Donald Trump como presidente de Estados Unidos, que catalizaron el discurso público sobre la polarización. El periodo analizado llega hasta septiembre de 2024 para garantizar la novedad de los resultados.



### 3. Resultados

La muestra ha quedado compuesta finalmente por 327 registros útiles de los tres diarios escogidos. La distribución entre medios y años puede observarse en la Tabla I. Las cifras de *El Mundo* y *El País* son similares y mayores. Temporalmente, el año 2021 –después de la eclosión de la pandemia por COVID-19– y el 2024 ofrecen los resultados más altos, si bien en este hallazgo son *ABC* y *El Mundo* los que lideran la subida.

Tabla I. Muestra por años y medios.

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Total medio
<i>ABC</i>	1	3	6	5	5	10	7	14	27	78
<i>El Mundo</i>	0	5	7	8	15	24	12	21	31	123
<i>El País</i>	2	9	5	17	16	27	13	20	17	126
<b>Total anual</b>	<b>3</b>	<b>17</b>	<b>18</b>	<b>30</b>	<b>36</b>	<b>61</b>	<b>32</b>	<b>55</b>	<b>75</b>	<b>327</b>

Fuente: elaboración y datos propios.

#### 3.1. Actores sobre los que existe la polarización

En el estudio de los *frames* resulta necesario observar los protagonistas del fenómeno. Los datos de los tres medios son unánimes en la centralidad de la esfera política nacional y, dentro de ella, de Pedro Sánchez, que destaca sobremanera en *El Mundo* (Tabla II, gradación de color según la frecuencia). Es un resultado que no alcanzan los líderes del PP juntos (Isabel Díaz Ayuso, Pablo Casado y Alberto Núñez Feijóo), entre los que se impone la presidenta madrileña. Entre los partidos minoritarios, Pablo Iglesias adquiere más protagonismo que Santiago Abascal. Es muy destacable también la presencia del líder nacionalista Carles Puigdemont.

A nivel internacional, la política americana es central. Donald Trump es el referente del discurso sobre la polarización, de manera destacada en *El País*. La situación en Venezuela y Brasil otorga a Nicolás Maduro, Jair Bolsonaro y Lula da Silva posiciones destacadas. Se observa que *ABC* resalta el protagonismo reciente de Javier Milei. La influencia de Rusia, como promotor de la desestabilización en el debate público y a propósito de la guerra con Ucrania, lleva a Vladimir Putin a ocupar un lugar importante.

Tabla II. Actores de la polarización.

	El Mundo Gr=2.017	El País Gr=1.039	ABC Gr=981	Totales
Pedro Sánchez Gr=333	226	60	47	333
Donald Trump Gr=100	20	50	30	100
Isabel Díaz Ayuso Gr=94	36	37	21	94
Pablo Iglesias Gr=90	56	17	17	90
Alberto Núñez Feijóo Gr=67	35	15	17	67
Carles Puigdemont Gr=60	22	26	12	60
Jair Bolsonaro Gr=53	39	13	1	53
Nicolás Maduro Gr=49	23	17	9	49
Vladimir Putin Gr=44	17	19	8	44
Pablo Casado Gr=44	18	21	5	44
Lula da Silva Gr=40	32	8	0	40
Santiago Abascal Gr=38	22	10	6	38
Javier Milei Gr=30	9	8	13	30
Andrés Manuel López Obrador Gr=26	14	7	5	26
Yolanda Díaz Gr=7	11	7	8	26
Irene Montero Gr=22	10	8	4	22
Albert Rivera Gr=13	5	5	3	13

Fuente: elaboración y datos propios.

### 3.2. Definición de la polarización

En una primera mirada, la codificación de las definiciones de la polarización la asocian, de manera destacada, a términos como separación o división, grupos o facciones opuestas, conflicto, confrontación y tensión (Tabla III). Estos conceptos están presentes en los tres medios analizados. Sin embargo, Donald Trump es consustancial a la definición de la polarización solo en *El País* y *ABC* de una manera muy destacada. En general, se entiende que la polarización, en los resultados brutos que arroja la IA, solo es la división social en grupos opuestos en base a sus creencias u opiniones. Cuando la distancia entre estas creencias llega a ser extrema se produce radicalización y tensión, incluso violencia.

Tabla III. Definición de polarización.

	El Mundo Gr=2.017	El País Gr=1.039	ABC Gr=981	Totales
Division Gr=1.319	820	31	468	1.319
<i>Opposing groups</i> Gr=597	353	14	230	597
<i>Opposing beliefs</i> Gr=324	203	14	107	324
<i>Conflict</i> Gr=311	210	1	100	311
Trump Gr=296	0	196	100	296
<i>Beliefs</i> Gr=176	92	6	78	176
<i>Political polarization</i> Gr=135	93	2	40	135
<i>Extreme opposing sides</i> Gr=74	40	0	34	74
<i>Extreme differences</i> Gr=71	47	1	23	71
<i>Ideological differences</i> Gr=71	49	1	21	71
<i>Opposition</i> Gr=65	43	2	20	65
<i>Extreme views</i> Gr=58	34	2	22	58
<i>Radicalization</i> Gr=20	13	0	7	20
<i>Affective polarization</i> Gr=17	7	10	3	17
<i>Social polarization</i> Gr=13	6	0	7	13

Fuente: elaboración y datos propios.

Con respecto a la gestión, unificación y depuración de la codificación automatizada por la IA de Atlas.ti, el trabajo experto conllevó una revisión inductiva de los resultados laboriosa en este aspecto. Las piezas de los tres medios arrojaron decenas de códigos asociados a la definición de polarización que fueron unificados en un árbol de conceptos que reunía los términos con evidente similitud semántica. Así pues, en el caso de *Definition of polarization: conflicts* –Definición de polarización: conflictos–, bajo dicha etiqueta se unificaron codificaciones arrojadas automáticamente por Atlas.ti tales como: *Tension, Confrontation, Conflictivity, Contrast,...* –tensión, confrontación, conflictividad, contraste,...–. A pesar de la cercanía de algunos de los códigos utilizados, se ha considerado que incluían matices diferentes que permitirían entender mejor los resultados por separado. Es el caso de *Ideological Differences* –diferencias ideológicas– con *Extreme Differences* –diferencias extremas– pues, por ejemplo, puede hablarse de diferencias extremas en renta, que entrarían en la segunda etiqueta, pero no en la primera. La última abarca códigos automáticos como *Ideological Contrast, Ideological Split, Ideological Separation, Opposing Ideologies...* –contraste ideológico, división ideológica, separación ideológica, ideologías opuestas,...–.

Con respecto a las acepciones teóricas de la polarización, la etiqueta con presencia literal significativa en los medios es la política. En esos casos, se afirma que grupos violentos de diferente índole vienen a desestabilizar las democracias que conocemos. Se observan alusiones al concepto de quiebra de los sistemas democráticos:

*«El tablero europeo está a punto de partirse. El discurso xenófobo y la ultraderecha ganan votos, poder y peso de norte a sur y de este a oeste. Lo que hace 20 años era impensable, hoy es normal. La canciller alemana, Angela Merkel, vive sus horas más bajas con una crisis interna monumental y una división entre la CDU y la CSU que ha puesto en duda la continuidad de su Ejecutivo por la reforma migratoria del continente. Y cuando la desesperación es máxima llegan las ideas más arriesgadas». (La UE quiere a los migrantes lejos. El Mundo, 20/06/2018).*

Con frecuencia se alude a la polarización como inmoderación en el discurso dentro de la normal competencia democrática:

*«La visceralidad mostrada por la clase política en el impeachment a Trump –una grieta entre partidos que parece insalvable– ha podido beneficiar a los candidatos moderados, que pueden ser percibidos por parte del electorado demócrata como una mejor opción frente a la combatividad de los izquierdistas, que propusieron la recusación de Trump desde que entró por la puerta de la Casa Blanca». (Las primarias demócratas giran al centro ante la polarización. ABC, 20/12/2019).*

Se observa la polarización afectiva referida a la política española como obstáculo para el ejercicio de la propia actividad política y la convivencia social y se recurre a expertos para definirla:

*«Los lemas «hay que elegir entre Sánchez y España» y «derogar al sanchismo» son un ejemplo de la polarización afectiva. En el primer caso, se sugiere que el adversario es la antítesis de la patria, un elemento destructor de la misma; en el segundo, se recurre a un vocablo con reminiscencia de regímenes autoritarios para impugnar una geometría de poder –la que incluyó a UP en la coalición de Gobierno, y a ERC y EH Bildu en la mayoría parlamentaria– y la parte de la acción gubernamental que se considera fruto de esa geometría. (...) considera Torcal». (Anatomía de la estrategia de la polarización. El País, 20/06/2023).*

Se observan menos menciones a la entendida como polarización ideológica:

*«Y sin embargo, lo que estamos viendo estos días no invita demasiado al optimismo, al menos en términos políticos. En línea con lo que está ocurriendo en otras democracias de nuestro entorno la polarización política y social no deja de crecer y las posturas de los partidos están cada vez más alejadas. Los viejos y los nuevos partidos compiten de nuevo en el eje derecha izquierda que algunos quizás prematuramente pensábamos que estaba relativamente amortizado». (Polarización. El Mundo, 18/11/2018).*

El análisis cualitativo por medios ofrece perfiles diferenciados. *El Mundo* define la polarización como un fenómeno que se manifiesta cuando una sociedad, que en principio debería compartir un conjunto común de valores o creencias, se divide radicalmente en posiciones opuestas, lo que dificulta el diálogo y la tolerancia. Este tipo de polarización se caracteriza por la ausencia de un espacio intermedio; las diferencias ideológicas se convierten en conflictos de identidad, llevando a una dinámica de «o ellos o nosotros» y transformando a los conciudadanos en enemigos. Es decir, ha evolucionado de una polarización ideológica a una polarización afectiva, que es más difícil de manejar porque implica una incapacidad para tolerar o empatizar con quienes piensan de manera diferente. Se localiza la polarización en España, donde ha sido alimentada por las formaciones políticas que han promovido el enfrentamiento, fundamentalmente desde la izquierda.

*El País* afirma que el concepto se refiere a situaciones donde hay dos opciones o polos muy cohesionados y distanciados, extremos, que se enfrentan con crispación y confrontación. Esta situación no se limita al ámbito político, sino que también se aplica a contextos deportivos, ideológicos y debates en redes sociales, en general, a cualquier escenario donde el desacuerdo sea habitual. Estas discrepancias se canalizan dentro de la democracia, por lo que no cabría hablar de polarización política en términos estrictos.

Se recurre a fuentes especializadas para explicar que la polarización puede ser tanto ideológica, que se refiere a la distancia en las posiciones programáticas de los partidos, como afectiva, que implica el rechazo hacia quienes tienen ideas políticas diferentes. Este fenómeno ha llevado a que los rivales políticos se conviertan en enemigos irreconciliables, dificultando los acuerdos y compromisos en países como Estados Unidos o España. La polarización en España se ve agravada por un contexto estructural que incluye cuestiones territoriales como la catalana, la forma de Estado y un pasado histórico no resuelto, lo que hace que la situación sea más inflamable que en otros lugares.

En *ABC* se observan similitudes con *El País* en tanto se diferencian piezas que abordan las dimensiones ideológica y afectiva del fenómeno. Alude a que los partidos están extremando sus programas políticos y que ello se relaciona con la separación y hostilidad entre grupos, es decir, con la polarización afectiva. Se presenta como un síntoma de una sociedad que se fragmenta, en la cual las diferencias se vuelven insalvables y se cuestiona la legitimidad del otro bando para participar en la política.

Con respecto a los países donde tiene lugar, se recoge que el fenómeno de la polarización se observa de manera más intensa en Estados Unidos, donde se ha alcanzado un nivel crítico en torno a la figura de Trump; allí sí se presenta una polarización en términos políticos, además de afectivos. Resulta significativo que se mencione a Argentina, Venezuela y Brasil como países que también están experimentando esta tensión, especialmente en el contexto de elecciones recientes y crisis sociales.

### 3.3. Relación entre la polarización definida como política y los partidos españoles

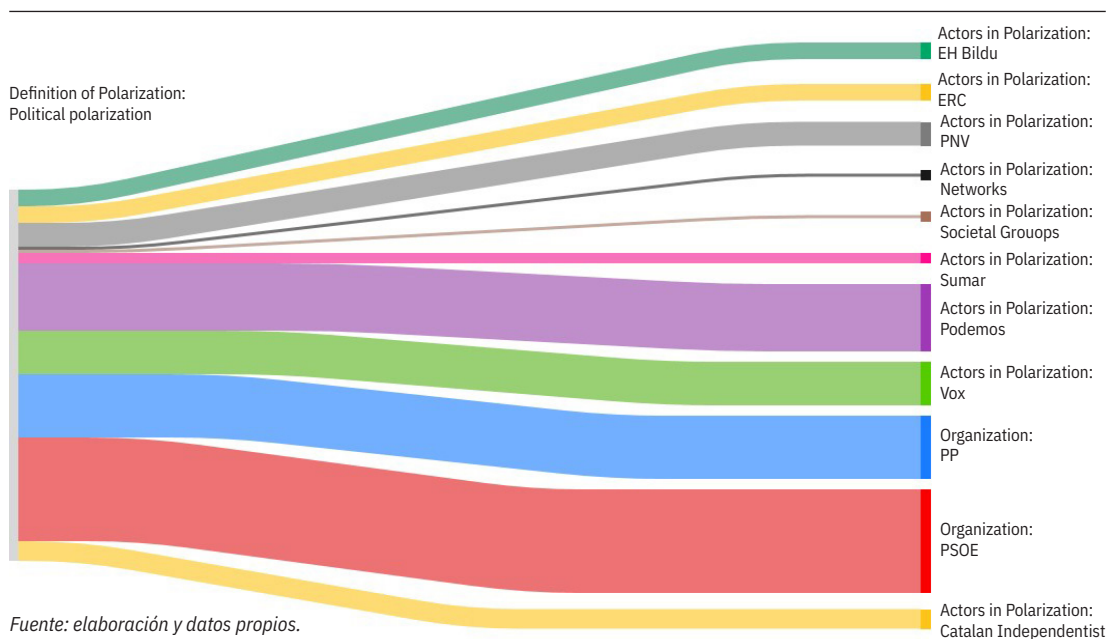
Como se ha señalado anteriormente, los actores políticos están en el centro del debate sobre los diferentes tipos de polarización. Se ha observado qué relación existe entre los partidos en España y la definida como política. En el gráfico 1 se aprecia el gran protagonismo del PSOE y Unidas Podemos, son los partidos que han gobernado en coalición entre 2020 y 2023. Sumar, en el Ejecutivo desde 2023, tiene una presencia mínima. Se han contabilizado las menciones a cada uno de los partidos relacionadas con el código «Polarización Política».

El Partido Popular, en el Gobierno central hasta la moción de censura de 2018 y, desde las elecciones autonómicas de 2023, en el poder en la mayoría de las comunidades –apoyado en muchos casos por Vox– queda por detrás. La centralidad de la información que irradia la acción del poder Ejecutivo en la prensa española es determinante también del protagonismo de los partidos que lo ocupan.

Es necesario señalar, al mismo tiempo, la importancia del *procés* y el conflicto en Cataluña. Es un tema protagonista en la polarización política y se vincula al independentismo en general o a los partidos individualmente:

«Enrique Hernández (UAB) señala que la polarización «es un fenómeno multi-causal» y para el caso español esboza tres razones. (...) El conflicto independentista: A la rivalidad clásica entre izquierda y derecha se ha sumado «una competición en el eje ‘nacional’ que ha exacerbado la polarización». (Debate sobre el estado de la polarización. *El Mundo*, 27/07/2022).

**Gráfico 1. Relación entre las menciones a los partidos y polarización política.**



### 3.4. Responsables de la polarización

Existe cierto consenso en los responsables genéricos del incremento de la polarización pero no en el orden de estos ni en los nombres concretos en los tres medios. A modo de síntesis, se afirma que la polarización es una decisión consciente de los partidos políticos y sus élites. La retórica utilizada por los líderes, que a menudo se centra en la demonización del adversario, contribuye a la creación de un ambiente hostil y polarizado, donde se cuestiona la legitimidad del otro bando para participar en la política.

No es un problema exclusivo de la derecha radical; todos, en algún momento, buscan aprovechar la polarización para ganar apoyo. En España, las tres cabeceras coinciden en que la aparición de partidos como Vox y Podemos ha intensificado la polarización ideológica y afectiva. Sin embargo, para *El Mundo*, tanto el PSOE como el PP son responsables principales, aunque se argumenta que la estrategia del PSOE es más polarizadora. Pedro Sánchez es señalado por su retórica de enfrentamiento y por levantar «muros» contra otras formaciones políticas. Junto a él, Pablo Iglesias, y Pablo Casado son mencionados como actores clave. Iglesias, en particular, es citado por establecer un escenario de dos bloques, dificultando el diálogo y la posibilidad de acuerdos.

En cualquier caso, es un fenómeno global y los actores políticos de otros países son señalados también, como parte de América y Europa: Francia, Inglaterra, Polonia o Italia. Es interesante la mención en *El País* a fuerzas internacionales como los Chalecos Amarillos, el Tea Party o el movimiento italiano 5 Estrellas como causantes expresos desde la antipolítica. El repudio a la política y a los políticos tradicionales ha dado lugar a nuevos movimientos y colectivos que, al basarse en la intransigencia y el populismo, contribuyen a la polarización. Esto ha llevado a que los partidos tradicionales adopten posiciones más extremas para retener a sus seguidores.

Con este clima político global, la cobertura mediática de *El País* refleja las diferencias y el ambiente de crispación («Parte de la responsabilidad de esta escalada la tiene la oferta, es decir, los políticos y medios de comunicación que en un entorno mucho más segmentado ven incentivos para apelar a los muy de izquierdas o los muy de derechas». *El País*, Radiografía de la división en España, 06/02/2022). *ABC* añade que ciertos discursos mediáticos crispados puede ser una estrategia para la supervivencia de las propias empresas comunicativas, especialmente en tiempos de crisis.

Junto a los medios, pero con responsabilidades diferentes, se sitúan las redes sociales. Su popularización ha facilitado la difusión de mensajes cortos y radicales, lo que favorece el extremismo. En estas plataformas, no hay espacio para matices, lo que dificulta el diálogo y la búsqueda de puntos en común. Se localizan numerosas piezas como «Los diputados en *Twitter*, un ejemplo de polarización» (*El País*, 08/05/2019) que analiza el fenómeno de las cámaras de eco y la viralidad de los contenidos polarizantes.

Los medios analizados afirman que también la sociedad en general se ha polarizado social y afectivamente como resultado de las dinámicas inducidas por la política y los medios de comunicación. *El Mundo* afirma que factores estructurales, como la desigualdad económica y la crisis laboral, son caldo

de cultivo para la polarización, ya que generan descontento y desconfianza hacia las instituciones: «Ahora, sin embargo, el aumento de la desigualdad y la creciente polarización hacen que el Estado esté perdiendo su capacidad de integración, a lo que se une el sobrecalentamiento ideológico de las redes sociales, donde el odio adquiere una presencia pública antes inimaginable» (*El Mundo*, 29/01/2023).

### 3.5. Consecuencias de la polarización

El estudio de los *frames* requiere observar las consecuencias del fenómeno analizado. Como se observa en la Tabla IV, las secuelas que la polarización tiene para las sociedades actuales en los medios analizados se pueden agrupar en cuatro bloques o en dos grandes ramas que abarcan otros tantos aspectos relacionados.

Tabla IV. Consecuencias de la polarización.

Consecuencias de la polarización		
ABC	El Mundo	El País
Degradación y bloqueo institucional	División Social	Desconfianza en las instituciones
Intolerancia creciente	Dificultad para el diálogo	Empobrecimiento del discurso político
Antipolítica	Aumento de la crispación	Crisis de la democracia
División social	Obstáculos para las reformas	Parálisis en la toma de decisiones
Radicalización	Fortalecimiento de los extremos	Deshumanización del adversario
Empobrecimiento del capital humano en las instituciones	Deslegitimación de las instituciones	Antipolítica

Fuente: elaboración y datos propios.

En color celeste se agrupan las consecuencias para las instituciones públicas: degradación, bloqueo, desconfianza y empobrecimiento del capital humano en las instituciones porque se escogen personas por su afinidad y no por su capacitación. En la pieza «El día que los españoles volvieron a votar en libertad» (*ABC*, 18/12/2016) se alude a estos temas al inicio de la democracia en España:

«Había sido una campaña polarizada, en la que los partidos de la izquierda clamaban por la abstención y «el búnker» pedía el «no», mientras el Gobierno de Adolfo Suárez se esforzaba por pedir la participación. No solo necesitaban una amplia victoria matemática, sino una gran participación para legitimar la reforma».

La fina línea que separa las repercusiones en azul y verde es que la primera habla de las instituciones y la segunda, también de la política y los partidos. Se alude al auge de la antipolítica y al empobrecimiento del discurso político. Esta reflexión de Moisés Naím aborda ambos:



«Antes, los Gobiernos democráticos lograban llegar a acuerdos con sus oponentes o podían organizar coaliciones que les permitían tomar decisiones, gobernar. Ahora los rivales políticos con frecuencia mutan en enemigos irreconciliables que hacen imposibles los acuerdos, compromisos o coaliciones con sus adversarios. La polarización es una pandemia que se ha globalizado: sus manifestaciones son evidentes en la mayoría de las democracias del mundo». (La polarización se globaliza. *El País*, 20/01/2019).

En color naranja se mencionan las consecuencias que dirigen a la polarización afectiva: deshumanización del adversario, radicalización... En «Polarización a la madrileña» (*El País*, 06/05/2021), se sintetiza:

«¿Qué forma tomará esta confrontación? De nuevo, si el tono de la campaña fuese indicador principal, uno podría anticipar una ardiente polarización de tipo afectivo: aquella que se centra en la animadversión hacia el rival en lugar de en aspectos de discrepancia ideológica. Quizás la pista más alarmante la den los titubeos de lado y lado para condenar las amenazas sufridas por los candidatos del otro extremo (...)».

Por último, en color amarillo, con estrechos vínculos con lo anterior, se alude a la división o polarización social. Se amplía su presencia a países como Argentina, Venezuela, Brasil, Estados Unidos, Francia y, por supuesto, a España; donde la división en grupos sociales, por factores educativos o económicos, se observa o incrementa. De la relación de los dos últimos tipos habla José Francisco Serrado Ojeda en *ABC*:

«¿Cómo nos estamos polarizando? La polarización es una respuesta emocional hacia personas distintas a los grupos en los que nos relacionamos. Estamos mucho más polarizados en torno a cuestiones identitarias o territoriales que respecto a políticas públicas. Lo que ha contribuido a la polarización son los gobiernos basados en políticas de identidad, por ejemplo de minorías –sexuales, de diferencia– que se imponen a las mayorías». (Los obispos y la polarización social. *ABC*, 11/06/2023).

### 3.6. Hacia la despolarización

Señalados los actores, causas y consecuencias, el estudio de *frames* propone observar si se apuntan soluciones para el fenómeno estudiado. En los tres medios se incluyen varias estrategias que buscan fomentar el diálogo y la cooperación entre diferentes grupos políticos y sociales.

Con respecto a la clase política, es interesante la mención que hace *ABC* a que se debe aceptar que la democracia implica que el conflicto es parte de la política, pero debe ser manejado de manera que no se convierta en hostilidad. Esto es, que no se debe llegar al peligro para el sistema ni la deslegitimación de las instituciones de intermediación. Se conmina a los partidos a evitar la retórica polarizante y perseguir la colaboración interinstitucional. La participación activa de los ciudadanos en la política y en la toma de decisiones pue-

de ayudar a reducir la polarización, ya que permite que las voces moderadas y diversas sean escuchadas, pues se entiende que es un proceso fomentado desde las élites.

La mayoría de las recomendaciones son genéricas para todos los actores implicados. Se propone el reconocimiento del otro, la empatía, el respeto al pluralismo y el diálogo constructivo entre opiniones diferentes; esto es, se plantean soluciones a la polarización afectiva. Se alude a la cohesión social y la lucha contra las desigualdades –económicas, educativas– para generar sociedades menos vulnerables a la polarización.

Es interesante la mención que realiza *El País* a los medios de comunicación. Afirma que deben adoptar un enfoque más responsable en su cobertura política, evitando la exacerbación de las divisiones y promoviendo un discurso más equilibrado que incluya diversas perspectivas. Esto puede ayudar a mitigar la polarización afectiva y a fomentar un ambiente más propicio para el diálogo político.

## 4. Conclusiones

La presente investigación ha alcanzado los objetivos planteados, validando al mismo tiempo la eficacia de combinar la codificación asistida por inteligencia artificial con el análisis y la depuración humana experta. Dada la extensión de la muestra, el uso de IA ha agilizado la localización de términos, la asignación de códigos y la búsqueda de citas. No obstante, se subraya la necesidad imperativa de una exhaustiva labor de gestión y análisis por parte de expertos humanos para garantizar el rigor, la precisión y relevancia de los resultados.

El objetivo principal era observar la relación entre las definiciones de la polarización ofrecidas por la prensa y las acepciones que se investigan en ciencias sociales. Si bien la mención a la polarización política es la mayoritaria en los medios, su significado oscila entre la entendida como afectiva y la existencia de un clima político crispado. La polarización se asocia a la división, el enfrentamiento, las opiniones enfrentadas o extremas y el conflicto. Es, sin duda, algo negativo siempre.

Se identifican referencias a la polarización política entendida como una amenaza para las democracias, incapaces de resolver, por los mecanismos existentes, los conflictos internos, pero son menos los casos. Estas menciones se distribuyen principalmente entre España y Estados Unidos, confirmando la hipótesis inicial, con apariciones en otros países americanos –Venezuela, Brasil y Argentina– y europeos. Así pues, no se apunta a una quiebra de los Estados democráticos, sino a un enfrentamiento afectivo inducido desde las élites políticas para obtener beneficios electorales. Resulta positivo que la prensa recurra a fuentes expertas del ámbito académico, de manera destacada en *El País*, para definir las tipologías de polarización, porque es una muestra de la importancia concedida al fenómeno y su complejidad. En España todos los tipos de polarización se vinculan a los partidos mayoritarios, pero, al mismo tiempo, se habla de la influencia de la llegada de nuevas

fuerzas políticas con posiciones más extremas, especialmente en *El Mundo*. La información política siempre gravita en torno al Gobierno y ello hace que en este tema también sea así: los partidos del Ejecutivo protagonizan el diálogo. Aunque *El País* extiende la polarización a otros ámbitos como el deportivo y cultural; el conflicto sobre la gestión de la pandemia por el COVID-19 es ya secundario. Es relevante la escasez de menciones a grandes conglomerados empresariales, exceptuando las redes sociales, como inductores de la polarización. Aunque los tres medios reconocen la responsabilidad de la prensa en evitar la desinformación que exacerba la polarización, *ABC* destaca su uso como estrategia de posicionamiento en el mercado por parte de algunas cabeceras. Las diferencias entre los perfiles de los medios analizados han sido expuestas ampliamente en el apartado de resultados. Respecto al primer objetivo secundario, por tanto, se confirma la hipótesis del protagonismo de actores políticos en escenarios nacionales e internacionales, con especial énfasis en Pedro Sánchez y en el caso catalán y Carles Puigdemont para España, y en el fenómeno Trump en Estados Unidos. La polarización se revela como un fenómeno internacional que afecta a gran parte de Europa y América, donde se vincula a líderes populistas como Jair Bolsonaro o Nicolás Maduro.

El análisis de los *frames*, correspondiente al segundo objetivo secundario, ha permitido definir conceptualmente el problema, identificando actores, causas y consecuencias de la polarización. Se confirma la hipótesis de que las soluciones que se proponen para este problema deben emanar del ámbito político aunque también se propone un fortalecimiento de la mediación periodística. A los resultados ya expuestos, es necesario añadir que las repercusiones de la polarización actual son tanto político-institucionales como afectivo-sociales. No se observa un impacto ideológico significativo, sino más bien un aumento en la tensión entre grupos sociales inducido desde la esfera política. Esta activación emocional tiene también consecuencias políticas tangibles, que se manifiestan en el bloqueo institucional, la disminución de la eficacia percibida por la ciudadanía y un avance hacia la deslegitimación de las instituciones democráticas.

Para futuras investigaciones, se plantea comparar estos resultados con los de la prensa americana, fundamentalmente de Estados Unidos, y de otros países europeos para observar tanto la definición global del fenómeno como la mirada sobre España.

## Referencias bibliográficas

- Arcila-Calderón, C.; Barbosa-Caro, E. y Cabezuolo-Lorenzo, F. (2016): «Técnicas big data: Análisis de textos a gran escala para la investigación científica y periodística». *El Profesional de la Información*, 25(4): 623. DOI: 10.3145/epi.2016.jul.12
- Ardèvol-Abreu, A. (2015): «Framing o teoría del encuadre en comunicación. Orígenes, desarrollo y panorama actual en España». *Revista Latina de Comunicación Social*, 70: 423-450. DOI: 10.4185/RLCS-2015-1053
- Ballesteros-Herencia, C. A. y Gómez-García, S. (2020): «Batalla de frames en la campaña electoral de abril de 2019. Engagement y promoción de mensajes de los partidos políticos en Facebook». *El Profesional de la Información*, e290629. DOI: 10.3145/epi.2020.nov.29

- Bastos, M. T. y Mercea, D. (2019): «The Brexit Botnet and User-Generated Hyperpartisan News». *Social Science Computer Review*, 37(1): 38-54. DOI: 10.1177/0894439317734157
- Berrocal-Gonzalo, S.; Waisbord, S. y Gómez-García, S. (2023): «Polarización política y medios de comunicación, su impacto en la democracia y en la sociedad». *El Profesional de la Información*, e320622. DOI: 10.3145/epi.2023.nov.22
- Carothers, T. y O'Donohue, A. (Eds.) (2019): *Democracies divided: The global challenge of political polarization*. Brookings Institution Press
- Crespo-Martínez, I.; Melero-López, I.; Mora-Rodríguez, A., y Rojo-Martínez, J.-M. (2024). «Política, uso de medios y polarización afectiva en España». *Revista Mediterránea de Comunicación*, 15(2), e26681. DOI: 10.14198/MEDCOM.26681
- Comellas, J. M. y Torcal, M. (2023): «Ideological identity, issue-based ideology and bipolar affective polarization in multiparty systems: The cases of Argentina, Chile, Italy, Portugal and Spain». *Electoral Studies*, 83, 102615. DOI: 10.1016/j.electstud.2023.102615
- De Vreese, C. H. (2003): *Framing Europe: Television news and European Integration*. Aksant.
- Entman, R. M. (1993). «Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm». *Journal of Communication*, 43(4), 51-58. DOI: 10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x
- García Escribano, J. J.; García Palma, M. B. y Manzanera Román, S. (2021): «La polarización de la ciudadanía ante temas posicionales de la política española». *Más Poder Local*, 45: 57-73.
- García Hípola, G. (2011): «El framing en la cobertura periodística estatal de la campaña electoral: Andalucía 2008». En: *Periodismo político: nuevos retos, nuevas prácticas: actas de las comunicaciones presentadas en el XVII Congreso Internacional de la SEP, 5 y 6 de mayo de 2011, Universidad de Valladolid*. Sociedad Española de Periodística. pp. 681-708.
- H. De Vreese, Jochen Peter, Holli A, C. (2001): «Framing Politics at the Launch of the Euro: A Cross-National Comparative Study of Frames in the News». *Political Communication*, 18(2), 107-122. DOI: 10.1080/105846001750322934
- Humanes, M. L. (2014). «Exposición selectiva y partidismo de las audiencias en España. El consumo de información política durante las campañas electorales de 2008 y 2011». *Palabra Clave - Revista de Comunicación*, 17(3), 773-802. DOI: 10.5294/pacla.2014.17.3.9
- Levendusky, M. y Malhotra, N. (2016): «Does Media Coverage of Partisan Polarization Affect Political Attitudes?» *Political Communication*, 33(2), 283-301. DOI:10.1080/10584609.2015.1038455
- Lopezosa, C.; Codina L. y Freixa, P. (2022): *ATLAS.ti para entrevistas semiestructuradas: guía de uso para un análisis cualitativo eficaz*. 30 p. (Serie Editorial DigiDoc. DigiDoc Reports)
- Lopezosa, C.; Codina L. y Boté-Vericad, J.J. (2023): *Testeando ATLAS.ti con OpenAI: hacia un nuevo paradigma para el análisis cualitativo de entrevistas con inteligencia artificial*. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra. Departament de Comunicació. [30] p. (Serie Editorial DigiDoc. DigiDoc Reports). Disponible en: <https://repositori.upf.edu/handle/10230/56449>
- Masip, P.; Suau, J. y Ruiz-Caballero, C. (2020): «Percepciones sobre medios de comunicación y desinformación: Ideología y polarización en el sistema mediático español». *El Profesional de la Información*, e290527. DOI: 10.3145/epi.2020.sep.27
- Melero López, I. (2022). «¿Cómo se construyen los encuadres noticiosos? Indagando acerca de la teoría del Framing». *RIPS: Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas*, 21(2). DOI: 10.15304/rips.21.2.8333

- Ortiz González, A.; Berganza, R. y Herrero-Jiménez, B. (2024): «La polarización ideológica de los periodistas españoles ante la corrupción institucional». *Revista De Comunicación*, 23(2): 257-276. DOI: 10.26441/RC23.2-2024-3589
- Paulus, T. M. y Bennett, A. M. (2017): «'I have a love-hate relationship with ATLAS.ti™: Integrating qualitative data analysis software into a graduate research methods course». *International Journal of Research & Method in Education*, 40(1), 19-35. DOI: 10.1080/1743727X.2015.1056137
- Ramírez-Dueñas, J. M., y Humanes, M. L. (2023): «Exposición selectiva y polarización de audiencias. Un análisis a través del consumo acumulado de información política en España». *Cuadernos.info*, 56, 1-21. DOI: 10.7764/cdi.56.59797
- Rodríguez-Virgili, J.; Portilla-Manjón, I. y Sierra-Iso, A. (2022): «Cuarenta años de polarización ideológica en España». *Revista Empresa y Humanismo*, 75-103. DOI: 10.15581/015.XXV.2.75-103
- Sábada, T. (2008): *Framing: El encuadre de las noticias. El binomio terrorismo-medios*. La Crujía.
- Sartori, G. (2005). *Parties and party systems: A framework for analysis*. ECPR press.
- Schedler, A. (2023). «Rethinking Political Polarization». *Political Science Quarterly*, 138(3), 335-359. DOI: 10.1093/psquar/qqad038
- Hopkins, D. J. y Sides, J. (2015). *Political Polarization in American Politics*. Bloomsbury Publishing. Disponible en: <http://digital.casalini.it/9781501306297>
- Teruel Rodríguez, L. (2016): «El impacto de la crisis política y económica sobre la polarización de los medios españoles». *Historia y comunicación social*, 21(1): 203.
- Teruel Rodríguez, L. (2023). «Increasing political polarization with disinformation: A comparative analysis of the European quality press». *El Profesional de la información*, e320612. DOI: 10.3145/epi.2023.nov.12
- Trillo-Domínguez, M.; Salaverría, R.; Codina, L. y De-Moya-Anegón, F. (2023): «SCImago Media Rankings (SMR): situation and evolution of the digital reputation of the media worldwide». *El Profesional de la información*, 32(5), e320521. DOI: 10.3145/epi.2023.sep.21
- Tucker, J.; Guess, A.; Barbera, P.; Vaccari, C.; Siegel, A.; Sanovich, S.; Stukal, D. y Nyhan, B. (2018): «Social Media, Political Polarization, and Political Disinformation: A Review of the Scientific Literature». *SSRN Electronic Journal*. DOI: 10.2139/ssrn.3144139
- Urmeneta Arbusà, M. (2021): *Corrientes de opinión en Twitter durante el 'procés': agenda, actores, polarización y desinformación alrededor de las elecciones catalanas de 2017*. <https://hdl.handle.net/10803/674513>
- Valera-Ordaz, L., Requena-Mora, M., y Pop, A. I. (2024): «Capítulo 9. Ideología y exposición selectiva: El consumo mediático de los españoles durante la campaña de abril de 2019». *Espejo de Monografías de Comunicación Social*, 24: 157-178. DOI: <https://doi.org/10.52495/c9.emcs.24.p93>
- Webster, S. W., y Abramowitz, A. I. (2017). The Ideological Foundations of Affective Polarization in the U.S. Electorate. *American Politics Research*, 45(4): 621-647. DOI: 10.1177/1532673X17703132
- SCImago Media Rankings. [https://www.scimagomedia.com/rankings.php?typology=General%20News&country=Spain&edition=2024\\_03](https://www.scimagomedia.com/rankings.php?typology=General%20News&country=Spain&edition=2024_03)



©Derechos del autor o autores. Creative Commons License. Este artículo está bajo una licencia internacional Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0.  
©Copyright of the author or authors. Creative Commons License. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License.

# Efectos de la exposición selectiva en la percepción de los líderes políticos en una democracia afectivamente polarizada: el caso de España

*Effects of Selective Exposure on the perception of political leaders in an affective polarized democracy: the case of Spain*



**Rubén Cuéllar-Rivero**  
Universidad de Salamanca.  
Departamento de Derecho Público  
General. Área de Ciencia Política y  
Administración Pública.  
rubencuri@usal.es  
@RubenCuellar\_97  
ORCID: 0000-0002-9848-5004

## Resumen

La exposición selectiva a medios partidistas es uno de los mecanismos más habitualmente investigados como causa de la polarización afectiva. El objetivo de este estudio es ofrecer una visión más cualitativa del fenómeno basándose en los rasgos percibidos de los líderes políticos. Utilizando datos de encuesta de las elecciones generales de 2015, se analiza el impacto del consumo informativo acumulado en la percepción de líderes políticos de ámbito estatal y catalán. Los resultados muestran que el consumo selectivo acumulado incide en la mejora o el empeoramiento de la percepción afectiva de los líderes políticos, especialmente en el caso de los líderes nacionalistas e independentistas. Los resultados se discuten desde la perspectiva contributiva del consumo informativo de medios de comunicación tradicionales y los efectos del proceso independentista catalán sobre la polarización afectiva en España.

### Palabras clave

Polarización afectiva; medios; consumo informativo; rasgos.

## Abstract

*Selective exposure to partisan media is one of the mechanisms most investigated as a cause of affective polarization. This study aims to offer a more qualitative view of the phenomenon based on the perceived traits of political leaders. Using survey data from the 2015 general elections, the study analyses the impact of cumulative information consumption on the perception of Spanish and Catalan political leaders. The results show that cumulative selective consumption has an impact on the improvement or worsening of affective perception of political leaders, especially in the case of nationalist and pro-independence leaders. The results are discussed within the framework of the contributory perspective of the informative consumption of traditional media and the effects of the Catalan independence process on affective polarization in Spain.*

### Keywords

*Affective polarization; media; information consumption; traits.*

## 1. Introducción

Una de las líneas de investigación consolidadas sobre las causas y consecuencias de la polarización afectiva es aquella interesada en los efectos de las dinámicas de la comunicación política contemporánea. Este interés, ya presente en el estudio seminal de Iyengar *et al.* (2012), ha dado como resultado investigaciones que profundizan en el rol de los medios de comunicación y, más específicamente, de los medios de comunicación partidistas en contexto afectivamente polarizados (Arceneaux *et al.*, 2012; Iyengar *et al.*, 2019; Kelly Garrett *et al.*, 2014; Levendusky, 2013; Padró-Solanet y Balcells, 2022). El mecanismo causal que une habitualmente a ambos fenómenos es la exposición selectiva (Iyengar *et al.*, 2019; Kubin y von Sikorski, 2021), que operaría como activadora y reforzadora de identidades (Dvir-Gvirsman, 2017, 2019) y predisposiciones ideológicas previas (Stroud, 2011; Valera-Ordaz y Humanes, 2022).

Los medios de comunicación partidistas se caracterizan por un contenido informativo u opinativo negativo sobre el partido o candidato opuesto a la tendencia ideológica del medio, de tal manera que en ocasiones el encuadre narrativo supera la mera discrepancia editorial en términos ideológicos llegando a la denigración e insulto del adversario (Druckman *et al.*, 2019; Hyun y Moon, 2016; Levendusky, 2013). Esta cobertura y representación negativista del rival político forma parte de la dimensión afectiva de la polarización (Iyengar *et al.*, 2012; Rojo-Martínez y Crespo-Martínez, 2023). España es hoy uno de los países más afectivamente polarizados (Reiljan, 2020; Torcal, 2021), cuyo sistema mediático se ha caracterizado por un tradicional alineamiento de los grandes medios de comunicación con las tendencias ideológicas y partidistas en liza (Brüggemann *et al.*, 2014; Hallin y Mancini, 2004), por lo que constituye un caso típico de estudio sobre la relación entre medios y polarización.

Este estudio pretende abordar la polarización afectiva en España desde la dimensión de la percepción de los líderes políticos, para lo que empleará calificaciones de rasgos (*trait ratings*) como medida, menos extendida pero cualitativamente más rica que el termómetro de sentimientos habitualmente empleado (Druckman y Levendusky, 2019). Utilizando datos del proyecto CIUPANEL 2014-2016 (Torcal *et al.*, 2016), este estudio tiene por objetivo analizar el efecto del consumo acumulado de fuentes informativas de tendencia progresista, conservadora y catalanista en la percepción afectiva de los líderes políticos a nivel estatal y catalán en el contexto de las elecciones generales de 2015. Este contexto político se caracteriza principalmente por unas elecciones que pondrán fin al sistema bipartidista y que tienen lugar poco después de las elecciones regionales, planteadas en clave de plebiscito, celebradas en Catalunya para refrendar la apuesta independentista de los principales partidos en la región, por lo que ofrecen una oportunidad de comprobar las hipótesis de la exposición selectiva a medios partidistas en un país caracterizado por la división simbólico identitaria izquierda-derecha (Comellas y Torcal, 2023) y la identidad nacional (Balinhas, 2024; Valera-Ordaz, 2023).

Los resultados muestran que el consumo selectivo acumulado de medios de comunicación según su tendencia partidista y nacional impacta sobre la percepción de los rasgos de los líderes políticos, siendo especialmente influyentes en el contexto catalán. Los hallazgos de este estudio contribuyen al de-



bate sobre el papel contributivo de los medios de comunicación en los climas de polarización afectiva. Así mismo, se invita a profundizar en la investigación de la polarización afectiva utilizando indicadores que aborden la capacidad de los medios de comunicación para fortalecer o debilitar la percepción de la imagen y estereotipos de los líderes políticos, partidos y votantes.

## 2. Marco teórico

### 2.1. La polarización afectiva: qué es, qué se mide y cómo se mide

La polarización afectiva se define como el distanciamiento entre el afecto y el rechazo que los individuos expresan hacia su grupo de afiliación y hacia el resto de los grupos percibidos como ajenos (Iyengar y Westwood, 2015; Tajfel y Turner, 1979). Esta polarización tiene su origen en la mera manifestación positiva de la identidad social (Iyengar *et al.*, 2012; Tajfel y Turner, 1979). En contextos de competición o conflicto intergrupar, cuanto mayor sean la saliencia o preeminencia de esta identidad social, mayor se espera que sean los sentimientos positivos hacia el grupo propio y los sentimientos de rechazo hacia los grupos adversarios (Iyengar y Westwood, 2015; Tajfel y Turner, 1979).

El partidismo emerge como identidad preminente que explicaría este aumento de afectos y rechazos en el contexto estadounidense, sin embargo, es posible que en otros contextos políticos y sociales se deba atender a otro tipo de identidades sociales preeminentes como la étnica (Arabaghata Basavaraj *et al.*, 2021), la nacional (Balcells y Kuo, 2023; Johnston, 2023) o la ideológica, en su dimensión simbólico-identitaria (Comellas y Torcal, 2023). *A priori*, la relación entre la polarización afectiva y el grado de desacuerdo en las políticas públicas es limitada (Iyengar *et al.*, 2012; Miller, 2020). Sin embargo, es posible que en otros contextos políticos más allá del producido en el estudio seminal, la relación entre la polarización afectiva, la polarización y el extremismo ideológico sea mucho más simbiótica o solapada de lo esperado originalmente (Reiljan, 2020; Riera y Madariaga, 2023; Rogowski y Sutherland, 2016; Torcal, 2021).

La polarización afectiva puede medir estos afectos y rechazos hacia los líderes políticos, los partidos, los miembros o élite del partido y hacia los votantes y simpatizantes (Iyengar *et al.*, 2019), siendo habitualmente más intensa cuando se refiere a las élites del partido que a los votantes (Druckman y Levendusky, 2019). La medida más utilizada para calcular la polarización afectiva, dada su mayor disponibilidad a nivel comparado, es el termómetro de sentimientos donde 0 expresa la mayor «frialdad» o rechazo y 10 (o 100 originalmente) expresa los sentimientos más «cálidos» o de mayor adhesión (Iyengar *et al.*, 2019; Reiljan, 2020; Wagner, 2021). Además, durante esta década de estudio, otras medidas como la calificación de rasgos (*trait ratings*) (Kelly Garrett *et al.*, 2014; Levendusky, 2013) o la medidas de distancia social (Iyengar y Westwood, 2015; Levendusky y Malhotra, 2016), presentan una correlación de moderada a alta entre sí, aunque la utilización de cada uno de

estos indicadores dependerá de los objetivos de la investigación (Druckman y Levendusky, 2019).

En definitiva, cuando se habla de polarización afectiva, se habla en términos del incremento de la diferencia entre el afecto, simpatía o adhesión hacia el grupo que el individuo considera como propio de su identidad (lo que se considera en inglés como el *in-group*), y los sentimientos de antipatía, rechazo e incluso odio hacia el grupo ajeno (*out-group*). Este estudio se orienta a medir los cambios en la percepción de los rasgos positivos netos (*net positive traits*) hacia los líderes políticos (Druckman y Levendusky, 2019; Kelly Garrett *et al.*, 2014), entendiendo que esta medida aporta una aproximación más cualitativa en el estudio de la polarización afectiva y en la capacidad de los medios de influir en la manera en que se construyen y apuntalan los estereotipos de los mayores representantes de los partidos políticos.

## 2.2. Exposición selectiva, polarización afectiva y percepciones de los líderes políticos

Las dinámicas de comunicación política contemporánea constituyen una de las principales líneas de investigación sobre las causas de la polarización afectiva (Iyengar *et al.*, 2019; Kubin y von Sikorski, 2021; Van Aelst *et al.*, 2017). Dentro de esta línea, la exposición selectiva a medios partidistas en ecologías mediáticas de alta capacidad de elección ha sido uno de los mecanismos causales más estudiados hasta la fecha para explicar la polarización (Cuéllar-Rivero, 2024; Iyengar *et al.*, 2019; Kubin y von Sikorski, 2021). Se entiende como medios partidistas en las democracias contemporáneas a aquellos que presentan un contenido sobre los asuntos públicos que se encuadra dentro de una determinada agenda o perspectiva político-ideológica sea en sus noticias, análisis u opiniones (Arceneaux *et al.*, 2012; Iyengar y Hahn, 2009; Stroud, 2008, 2010).

La exposición selectiva se define como la tendencia a la elección de fuentes informativas congruentes con las actitudes, orientaciones políticas y sociales previas (Lazarsfeld *et al.*, 1948; Sears y Freedman, 1967; Stroud, 2008). El argumento en la relación entre la exposición selectiva y la polarización afectiva indica que el consumo informativo es orientado por la identidad social (Dvir-Gvirsman, 2017; Slater, 2007), de manera que sirve de activación, recordatorio y refuerzo habitual de esa identidad (Dvir-Gvirsman, 2017; Iyengar *et al.*, 2012; Slater, 2007), incrementando los sentimientos de afecto hacia el grupo de identificación y de rechazo hacia el grupo adversario, lo que en consecuencia, conduce a una mayor polarización afectiva como efecto del consumo informativo (Kelly Garrett *et al.*, 2014). Profundizando en cómo opera esta relación, Tsfati y Nir (2017) hallaron que el mecanismo que subyace entre el comportamiento selectivo de las audiencias y la polarización afectiva, era la aceptación del encuadre (*framing*) que los medios ofrecen en sus noticias y coberturas, entendido éste como la manera en la que los medios de comunicación seleccionan algunos aspectos de la realidad haciéndolos más preminentes en la información, lo que conlleva que promuevan una determinada manera de mirar al objeto noticioso en lo que se refiere a su definición, causa y evaluación moral (Entman, 1993).

Así, los medios de comunicación influyen en la manera en la que percibimos los objetos noticiosos, especialmente si se trata de estereotipos (Rahn y Cramer, 1996). Los medios partidistas son habitualmente dados al uso del comentario político y a la retórica denigratoria del adversario (Arceneaux *et al.*, 2012; Levendusky, 2013), lo que en otros estudios de comunicación se denomina negativismo mediático (Hečková, 2016), más presente en las parrillas informativas como forma de generar controversia, sensacionalismo y viralidad.

Si se asume que los medios de comunicación, especialmente los partidistas, tienen la capacidad de reforzar las evaluaciones positivas y negativas de los miembros del *in-party* y del *out-party* respectivamente, la exposición selectiva conducirá a una percepción exagerada de ambos, por lo que es razonable que estos contribuyan a reforzar los estereotipos y rasgos de grupo, incluyendo al líder. Dada esta aproximación teórica, se formulan las siguientes hipótesis:

- H1. La exposición acumulada a medios de comunicación progresistas mejorará la percepción de los rasgos positivos netos de los líderes políticos progresistas y los empeorará en el caso de los líderes políticos conservadores.
- H2. La exposición acumulada a medios de comunicación conservadores mejorará la percepción de los rasgos positivos netos de los líderes políticos conservadores y los empeorará en el caso de los líderes políticos progresistas.

### 2.3. Contexto general de las elecciones generales de 2015 en España y Catalunya

Las elecciones generales de 2015 son la culminación política de la efervescencia social, iniciada por los efectos de la Gran Recesión de 2008 y de las movilizaciones del 15M, y política, tras la entrada de nuevos partidos políticos en el Parlamento Europeo en 2014 y en los ayuntamientos y comunidades autónomas durante 2015, transformando un sistema bipartidista imperfecto en uno multipartidista. Los dos grandes partidos, centroizquierda (PSOE) y centroderecha (PP), pierden la hegemonía en favor de dos nuevas formaciones: Podemos y sus alianzas territoriales, de corte radical populista de izquierda, y Ciudadanos, que emerge inicialmente como opción liberal reformista. En lo que se interesa este estudio, el ciclo electoral de 2015-2016, es el periodo de mayor polarización afectiva entre 1996 y 2019 (Torcal, 2021), coincidiendo con unos altos niveles de desigualdad socioeconómica e insatisfacción con la democracia (Ruiz-Rufino *et al.*, 2016).

A nivel mediático, con mayor antelación a este ciclo electoral, se produjo el refuerzo audiovisual de los dos grandes grupos mediáticos privados en el ámbito de la televisión, Atresmedia y Mediaset, con la absorción de las nuevas cadenas que iniciaron emisiones en la década anterior y que se encontraban al borde la quiebra: La Sexta y Cuatro respectivamente (Lejarza, 2017). Esto permitió, al menos a Atresmedia, orientar sus cadenas de manera complementaria, siendo La Sexta una más orientada al contenido político y progresista y Antena 3 manteniendo a priori una tendencia más generalista y centrista. Todo ello en un contexto para RTVE de pérdida constante de au-

diencias (Díaz-Nosty, 2017) y de mayor descontento de los profesionales de la información del ente público ante las presiones políticas sufridas (Goyanes *et al.*, 2020). En el plano de la prensa digital, se consolidan las cabeceras progresistas *Público* y *elDiario.es* y se inicia la andadura del periódico conservador y sensacionalista *OkDiario*.

En el horizonte catalán, inmersos en el proceso independentista desde 2012, las elecciones generales de 2015 llegan tras la victoria de la coalición independentista formada por ERC y CDC (Junts pel Sí) en las elecciones autonómicas celebradas tan solo dos meses antes de la cita general. Estas elecciones autonómicas son planteadas discursivamente como un plebiscito sobre la independencia, tras la «consulta» del 9 de noviembre de 2014 sobre el futuro político de Catalunya, sin carácter vinculante y sin valor jurídico, al ser declarada ilegal e inconstitucional. Esta coalición presentaba sus candidaturas por separado en 2015 a las Cortes Generales, sin ser sus cabezas de lista los líderes principales de los partidos.

En el contexto mediático catalán, *Ara.cat* emerge como uno de los diarios digitales de tendencia proindependentista de referencia y las emisoras de radio RAC1 y Catalunya Radio (cuyas emisiones se retransmiten íntegramente en catalán) experimentan un aumento de sus audiencias desde 2012 (Matínez Amat, 2020). La identidad nacional y el apoyo o rechazo a la independencia se convierten en un nuevo predictor de la exposición selectiva: quienes manifiestan con mayor intensidad la identidad catalana, apoyan la independencia o se consideran nacionalistas catalanes muestran una mayor selección de fuentes informativas regionales propias de Catalunya desde 2010 (Valera-Ordaz, 2023). Teniendo en cuenta el impacto político, mediático y social del proceso independentista catalán, se formula la siguiente hipótesis:

- H3. La exposición acumulada a medios de comunicación catalanistas mejorará la percepción de los rasgos positivos netos de los líderes políticos nacionalistas e independentistas catalanes y empeorará el de los líderes políticos de ámbito estatal.

## 3. Metodología

### 3.1. Tipo de investigación, selección de caso y enfoque causal

Este estudio, de carácter sincrónico y explicativo, se centra en España como caso de estudio al reunir al menos tres características que lo convierten en un caso típico, a saber: un sistema mediático tradicionalmente polarizado (Hallin y Mancini, 2004), una ecología mediática de alta capacidad de elección (Díaz-Nosty, 2017), y ser una de las democracias más afectivamente polarizadas (Reiljan, 2020; Torcal, 2021). Teniendo en cuenta el rol de las campañas electorales en el aumento de la manifestación de la identidad social y política (Iyengar *et al.*, 2012; Rodríguez *et al.*, 2022), los datos utilizados fueron recogidos a través de una encuesta panel en el contexto previo y posterior a la campaña de las elecciones generales de 2015 en España.

El análisis se lleva a cabo empleando dos modelos estadísticos de regresión multivariante, basándose en la premisa teórica de que la exposición selectiva acumulada fomenta la polarización afectiva en función de la percepción de los rasgos de los líderes políticos. No obstante, cabe señalar que esta relación causal también podría operar en sentido inverso; es decir, que las predisposiciones previas hacia los líderes políticos, tanto en términos de afectos como de rechazos, podrían impulsar una mayor exposición selectiva, la cual, a su vez, reforzaría dichas percepciones estereotipadas. Aunque este enfoque causal no constituye el seleccionado en esta investigación, su exploración resulta altamente relevante, ya que permitiría esclarecer si una dinámica concreta impulsa a la otra o si se está ante un proceso de refuerzo mutuo en espiral (Dahlgren *et al.*, 2019; Slater, 2007).

### 3.2. Datos y variables de interés

Los datos utilizados proceden principalmente de la oleada número 6, y en menor medida de la quinta oleada, del estudio panel llevado a cabo por el proyecto CIUPANEL 2014-2016 (Torcal *et al.*, 2016), con una muestra representativa de ámbito nacional por cuotas y de tipo no probabilístico. Desde la tercera a la sexta oleada se han mantenido cuotas de género, edad y comunidad autónoma de residencia (Torcal *et al.*, 2016).

Los datos de esta investigación se centran en el consumo informativo político a través de la televisión, la radio y la prensa, sea en sus formatos tradicionales como en sus versiones digitales. Aunque los medios y redes sociales digitales desempeñan un papel destacado en la producción y consumo de información, y han generado un creciente interés científico sobre su impacto en actitudes, orientaciones y creencias (Arora *et al.*, 2022; Jiang, 2022; Törnberg *et al.*, 2021; Tucker *et al.*, 2018; Wakefield y Wakefield, 2023), esta investigación no aborda sus efectos en las percepciones de los rasgos de los líderes políticos.

Desde una perspectiva metodológica, el diseño del cuestionario y los datos obtenidos se limitan a estas plataformas, tanto en su formato impreso, radiofónico y televisivo como en su adaptación digital en Internet, permitiendo un análisis práctico y controlado sobre su alcance y sus posibles efectos en los consumidores individuales. Desde una perspectiva teórica, el marco adoptado dirige la atención de la investigación hacia los medios partidistas, en tanto que ofrecen una agenda y encuadre definidos en función de la distribución ideológica y partidista en el escenario político (González *et al.*, 2010; Hallin y Mancini, 2004), siendo un enfoque que subraya el rol de los medios de comunicación en la percepción de los fenómenos y actores políticos, incluyendo a los líderes del endogrupo y del exogrupo (Hyun y Moon, 2016; Levendusky, 2013).

Este estudio selecciona las variables que describen el consumo informativo político durante la campaña electoral, que ocuparán el papel de variables independientes. Estas proceden de las preguntas sobre frecuencia de uso de prensa, televisión y radio para informarse de política, en formato de escala de Likert de seis puntos, y de aquellas preguntas relativas a cuál es el medio preferido para informarse de política durante la campaña electoral (tanto en

su formato tradicional como digital), que se encuentran en el cuestionario de la oleada sexta.

En esta misma oleada se encuentran las preguntas que producen la variable dependiente de este estudio, sobre calificación de rasgos (*trait ratings*) hacia los líderes de dos de los principales partidos políticos a nivel nacional, Partido Popular (PP) y Partido Socialista Obrero Español (PSOE), y de los dos principales partidos políticos nacionalistas e independentistas de Catalunya, Convergència Democràtica de Catalunya (CDC) y Esquerra Republicana de Catalunya (ERC) en 2015. Una batería de preguntas cuestiona, en una escala de Likert de 5 puntos, en qué grado creen los individuos encuestados que Mariano Rajoy (PP), Pedro Sánchez (PSOE), Artur Mas (CDC) y Oriol Junqueras (ERC) son decididos, inteligentes, carismáticos, comprensibles y confiables, como rasgos positivos, e, incompetentes, arrogantes, desconectados de la realidad, deshonestos y unos políticos típicos, como rasgos negativos.

Formuladas las hipótesis, se entenderán como líderes progresistas a Pedro Sánchez (PSOE) y Oriol Junqueras (ERC) y se entenderán como líderes conservadores a Mariano Rajoy (PP) y Artur Mas (CDC). En lo que se refiere al eje centro-periferia, se entenderán como líderes de partidos de ámbito nacional a Pedro Sánchez y a Mariano Rajoy, siendo Artur Mas y Oriol Junqueras los líderes catalanes.

Además, en esta sexta ola también se encuentran las variables que ocuparán el papel de control en este estudio: la autoubicación ideológica, el interés en la campaña electoral (Rodríguez *et al.*, 2022), el grado de proximidad al partido político, el número de medios (Padró-Solanet y Balcells, 2022), la frecuencia de consumo de medios (Crespo-Martínez *et al.*, 2024) y las variables sociodemográficas de género, edad y nivel de estudios. De la quinta ola, teniendo en cuenta la naturaleza de estudio panel de donde proceden los datos, se utilizan la variable de intensidad de la identidad nacional española-catalana, en forma de escala 0-10 y que servirá de control, y la variable de escala de Linz de identidad nacional-regional, que servirá para la clasificación de los medios a través de las audiencias que se desarrolla en la siguiente sección.

### 3.3. Operacionalizaciones

Este estudio propone y emplea una clasificación de la tendencia de los medios de comunicación a través de las actitudes y orientaciones de sus audiencias habituales, actuando como aproximación que manifiesta la tendencia política real de los medios en el sistema mediático español. Entiéndase como audiencia habitual a quienes declaran preferencia por algún medio de comunicación español, sea un periódico, una emisora de radio o un canal de televisión, para informarse de política durante la campaña electoral. Los medios clasificados son aquellos que cuentan con un N mínimo mayor o igual a 30 casos.

En lo referido al eje izquierda-derecha, utilizando la escala 1, izquierda y 10, derecha, se calcula la media de la autoubicación ideológica de las audiencias de los principales medios de comunicación. Aquellos medios de comunicación cuyas audiencias se autoubiquen de media entre 1 y 4,50, se

clasificarán como progresistas, aquellas que se ubiquen entre 4,51 y 5,49, como transversales y aquellas que se clasifique entre 5,50 y 10, como conservadores (Ramírez-Dueñas y Humanes, 2023).

En lo referido al eje centro-periferia, se utiliza la escala Linz de identidad nacional/regional, donde 1 se refiere a «Solo español/a» y 5 «Solo (catalán/vasco/gallego/andaluz...)». Aquellos medios cuyas audiencias se autoubiquen de media entre 1 y 2,99, se clasificarán como «identidad preeminente española», aquellos entre 3,00 y 3,99, como «identidad dual» y aquellos que se encuentren entre 4,00 y 5,00 «identidad preeminente de la nacionalidad o región».

**Tabla I. Descriptivos de audiencias y clasificación de medios de comunicación.**

Medio de comunicación	Autoubicación ideológica de las audiencias			Autoubicación identidad nacional/regional de las audiencias		
	Media en escala 1-10 (Error estándar)	N	Clasificación	Media en escala 1-5 (Error estándar)	N	Clasificación
<b>Prensa</b>						
El País	3,96 (0,092)	397	Progresista	2,73 (0,046)	410	Id. española
El Mundo	5,86 (0,116)	233	Conservador	2,49 (0,053)	253	Id. española
ABC	6,68 (0,237)	80	Conservador	2,63 (0,081)	84	Id. española
El Periódico	3,84 (0,208)	101	Progresista	3,30 (0,105)	105	Id. dual
La Vanguardia	4,59 (0,187)	85	Centrista	3,65 (0,113)	89	Id. dual
La Razón	6,73 (0,365)	37	Conservador	2,32 (0,142)	38	Id. española
La Voz de Galicia	4,23 (0,236)	46	Progresista	3,10 (0,109)	51	Id. dual
Diario Vasco		25			26	
Ara.cat	3,21 (0,208)	39	Progresista	4,62 (0,125)	39	Id. catalana
elDiario.es	3,55 (0,240)	52	Progresista	2,87 (0,135)	54	Id. española
<b>Radio</b>						
RNE	5,27 (0,190)	90	Centrista	2,60 (0,088)	98	Id. española
SER	3,90 (0,104)	317	Progresista	2,87 (0,048)	334	Id. española
COPE	6,56 (0,189)	108	Conservador	2,41 (0,086)	112	Id. española
Onda Cero	5,42 (0,145)	144	Centrista	2,61 (0,065)	155	Id. española
EsRadio	6,61 (0,277)	31	Conservador	2,31 (0,158)	32	Id. española
Canal Sur Radio		24			26	
RAC 1	4,08 (0,251)	57	Progresista	3,95 (0,0147)	57	Id. Catalana*

Medio de comunicación	Autoubicación ideológica de las audiencias		Autoubicación identidad nacional/regional de las audiencias			
	Media en escala 1-10 (Error estándar)	N		Media en escala 1-5 (Error estándar)	N	
TVE1	5,76 (0,110)	252	Conservador	2,56 (0,053)	274	Id. española
TVE 2		8			9	
Antena 3	5,37 (0,091)	417	Centrista	2,61 (0,041)	460	Id. española
Cuatro	4,05 (0,205)	84	Progresista	2,91 (0,086)	85	Id. española
Telecinco	5,02 (0,183)	145	Centrista	2,77 (0,066)	162	Id. española
La Sexta	3,76 (0,072)	595	Progresista	2,89 (0,036)	590	Id. española
TV3	3,61 (0,182)	125	Progresista	4,19 (0,089)	129	Id. catalana
8 TV		27			28	
ETB		11			11	
Canal Sur		14			18	
Telemadrid		9			10	
TVG		4			5	
Intereconomía		10			12	

*\*A pesar de no superar el umbral del valor 4, dada la proximidad a este valor y la literatura previa, se considera como medio con audiencias cuya identidad preminente es la catalana (Matínez Amat, 2020).*

*Fuente: elaboración propia a partir de datos CIUPANEL 2014-2016.*

Una vez clasificados los medios, se operacionaliza el consumo acumulado de medios conservadores, progresistas y catalanistas como tres escalas de 0 a 3, donde el consumo de un medio clasificado con estas etiquetas suma un punto (Stroud, 2010), siendo 3 el máximo número de medios consumidos de una tendencia política o nacional. En el caso particular de los medios clasificados de acuerdo a la identidad nacional, dado el ámbito de representación de la muestra, que corresponde al conjunto de España, se excluye de este estudio la operacionalización del consumo acumulado de medios de identidad preeminentemente española.

La frecuencia general del uso de medios se operacionaliza como un índice construido a partir de las tres variables sobre la frecuencia de uso de prensa, radio y televisión para informarse de política durante la campaña electoral ( $\alpha = 0,724$ ). El número de medios de comunicación consumidos durante la campaña se construye como una escala de 0 a 3 que suma un punto cada vez que el encuestado declara haber consumido algún medio específico, sea prensa, radio o televisión, para informarse de política.

Por último, se operacionaliza como medida de polarización afectiva el índice neto de calificación de rasgos positivos (Druckman y Levendusky, 2019; Kelly Garrett *et al.*, 2014; Levendusky, 2013). Para obtener este índice neto para cada uno de los cuatro líderes políticos, primero se dicotomizan las variables originales, de manera que los valores 4 y 5 de la escala de Likert sobre el grado de acuerdo con los rasgos sea igual a 1. Después, se calculan dos índices sumando los rasgos positivos y negativos de Mariano Rajoy ( $\alpha = 0,879$ ,



$\alpha = 0,786$ , respectivamente), de Pedro Sánchez ( $\alpha = 0,865$ ,  $\alpha = 0,794$ , respectivamente), de Artur Mas ( $\alpha = 0,822$ ,  $\alpha = 0,802$ , respectivamente) y de Oriol Junqueras ( $\alpha = 0,877$ ,  $\alpha = 0,856$ , respectivamente) junto con las variables dicotomizadas. Finalmente, para cada uno de los líderes se obtiene el índice neto de calificación de rasgos positivos restando el índice de rasgos negativos del índice de rasgos positivos, dando lugar a una única variable para cada líder y ocupando el rol de variable dependiente en este estudio.

## 4. Resultados

A continuación, se presentan en dos tablas los resultados de los modelos de regresión multivariante que reflejan el tamaño y el nivel de significación de los efectos del consumo acumulado de medios progresistas, conservadores y catalanistas, junto al efecto de las variables de control, sobre la percepción de los rasgos positivos netos de los líderes políticos en el contexto de la campaña electoral de las elecciones generales de 2015 tanto a nivel nacional como solo en Catalunya.

La Tabla II recoge el modelo aplicado al conjunto de la muestra. El consumo acumulado de medios progresistas mejora la percepción de los rasgos positivos de Pedro Sánchez ( $\beta = 0,148$ ,  $p\text{-value} \leq 0,001$ ) y empeora la percepción de los rasgos positivos netos de Mariano Rajoy ( $\beta = -0,153$ ,  $p\text{-value} \leq 0,001$ ) y en menor medida de Artur Mas. Sin embargo, no mejora la percepción de los rasgos positivos de Oriol Junqueras, lo que implicaría aceptar parcialmente la H1. En cuanto al consumo acumulado de medios conservadores, el único líder que mejora su percepción es Mariano Rajoy ( $\beta = 0,147$ ,  $p\text{-value} \leq 0,001$ ), mientras que su consumo explica un pequeño empeoramiento de la percepción de los rasgos positivos de los líderes progresista del PSOE y ERC y del conservador catalán CDC, lo que implica aceptar parcialmente la H2. Por último, el consumo acumulado de medios catalanistas explica el empeoramiento de la percepción de los rasgos de los líderes de partidos de ámbito estatal, pero sobre todo destaca la mejora considerable de la percepción de los rasgos positivos netos de los líderes independentistas (Artur Mas,  $\beta = 0,477$ ,  $p\text{-value} \leq 0,001$  y Oriol Junqueras ( $\beta = 0,388$ ,  $p\text{-value} \geq 0,001$ ), lo que implica la aceptación total de la H3.

Los resultados obtenidos implican que la división centro-periferia en cuanto al consumo selectivo de la audiencias es mucho más efectiva a la hora de explicar la mejora o el empeoramiento de la percepción afectiva de los líderes que la división progresista-conservadora en el contexto electoral de 2015.

En cuanto a las variables de control, el segundo gran predictor de la mejora o el empeoramiento de la percepción de los rasgos de los líderes es la autoubicación ideológica. Autoubicarse a la izquierda explicaría una mejora de la percepción de los rasgos de Pedro Sánchez y Oriol Junqueras, y en menor medida también de Artur Mas, mientras que hacerlo a la derecha, explica considerablemente una percepción más positiva de Mariano Rajoy. La frecuencia de consumo general no explicaría de manera significativa cambios importantes en la percepción de los rasgos de los líderes, sin embargo, un

mayor número de medios consumidos sí mejora la percepción tanto de Pedro Sánchez como de Mariano Rajoy. En cuanto a esto último, no hay una explicación aún, aunque se puede especular con un mayor protagonismo de estos líderes durante la campaña a nivel nacional comparada con la presencia de Mas y Junqueras.

**Tabla II. Resultados de regresión multivariante del consumo acumulado de medios progresistas, conservadores y catalanistas sobre la percepción de los rasgos positivos netos de los líderes políticos españoles y catalanes en 2015 a nivel nacional.**

Variables independientes	Variables dependientes Coeficientes Beta estandarizados			
	Índice rasgos Pedro Sánchez	Índice rasgos Mariano Rajoy	Índice rasgos Artur Mas	Índice rasgos Oriol Junqueras
Número de medios consumidos	0,074* (0,089)	0,065* (0,075)	-0,006 (0,076)	-0,020 (0,083)
Frecuencia general de uso de medios	-0,034 (0,020)	-0,006 (0,017)	-0,010 (0,017)	-0,019 (0,018)
Consumo acumulado medios progresistas	0,148*** (0,083)	-0,153*** (0,070)	-0,070* (0,071)	0,004 (0,078)
Consumo acumulado medios conservadores	-0,056* (0,110)	0,147*** (0,093)	-0,051* (0,094)	-0,052* (0,103)
Consumo acumulado medios catalanistas	-0,139*** (0,145)	-0,049** (0,122)	0,477*** (0,124)	0,388*** (0,136)
Interés en la campaña electoral	-0,045 (0,096)	0,004 (0,080)	-0,068* (0,082)	-0,029 (0,090)
Proximidad al partido político	0,009 (0,064)	0,016 (0,054)	0,044* (0,054)	0,023 (0,060)
Autoubicación ideológica	-0,141*** (0,031)	,425*** (0,026)	-0,080*** (0,026)	-0,169*** (0,029)
Edad	0,086*** (0,046)	0,136*** (0,039)	0,005 (0,039)	0,044* (0,043)
Género (fem.)	,117*** (0,113)	0,021 (0,095)	0,024 (0,097)	0,021 (0,106)
Nivel de estudios	-0,050* (0,051)	0,028 (0,043)	-0,005 (0,044)	0,040 (0,048)
R2	0,094	0,385	0,247	0,218
N	1976	1976	1976	1976

\*\*\* $p < 0,001$  \*\* $p < 0,01$  \* $p < 0,05$ .

Fuente: elaboración propia a partir de datos del proyecto CIUPANEL 2014-2017 de su sexta oleada.

La proximidad al partido y el interés en la campaña solo explican significativamente cambios en la percepción de Artur Mas, en positivo y en negativo, respectivamente. Por último, una mayor edad explicaría la mejora de la percepción de Sánchez, Rajoy y Junqueras, mientras que el género, teniendo de referencia al género femenino, explicaría una mejora en la percepción de los rasgos positivos de Pedro Sánchez.

Visto el rol que juega en la percepción de los candidatos el consumo acumulado de medios catalanes, se realiza un segundo análisis específicamente

en Catalunya, sirviendo la pregunta sobre la intensidad de la identidad nacional española/catalana como filtro para centrar este estudio en esta comunidad autónoma, siendo 0 «me siento muy español» y 10 «me siento muy catalán». Esta variable de control es dicotomizada de manera que los casos de 0 a 5, toman el valor 0 y los valores de 6 a 10, el valor 1. La Tabla III muestra los resultados de los modelos de regresión aplicados a los mismos líderes políticos en el mismo contexto electoral, pero solo en Catalunya.

**Tabla III. Resultados de regresión multivariante del consumo acumulado de medios progresistas, conservadores y catalanistas sobre la percepción de los rasgos positivos netos de los líderes políticos españoles y catalanes en 2015 solo en Catalunya.**

Variables independientes	Variables dependientes Coeficientes Beta estandarizados			
	Índice rasgos Pedro Sánchez	Índice rasgos Mariano Rajoy	Índice rasgos Artur Mas	Índice rasgos Oriol Junqueras
Número de medios consumidos	0,126 (0,200)	0,054 (0,157)	-0,015 (0,205)	-0,018 (0,190)
Frecuencia general de uso de medios	-0,136 (0,044)	0,049 (0,035)	0,126* (0,045)	-0,016 (0,042)
Consumo acumulado medios progresistas	0,123 (0,204)	-0,161* (0,160)	-0,145* (0,209)	0,097 (0,194)
Consumo acumulado medios conservadores	-0,102 (0,363)	0,084 (0,284)	-0,075 (0,372)	-0,024 (0,345)
Consumo acumulado medios catalanistas	-0,235*** (0,225)	-0,016 (0,176)	0,378*** (0,231)	0,274*** (0,214)
Interés en la campaña electoral	0,064 (0,203)	0,002 (0,159)	-0,058 (0,208)	-0,015 (0,193)
Proximidad al partido político	0,036 (0,140)	0,043 (0,110)	0,005 (0,144)	0,014 (0,193)
Identidad nacional (ref. catalana)	-0,076 (0,293)	-0,150** (0,233)	0,433*** (0,305)	0,374*** (0,282)
Autoubicación ideológica	-0,066 (0,073)	0,298*** (0,057)	0,025 (0,074)	-0,123** (0,069)
Edad	0,211*** (0,109)	0,120* (0,085)	-0,028 (0,111)	0,060 (0,103)
Género (fem.)	0,124* (0,109)	0,076 (0,199)	0,025 (0,260)	-0,022 (0,281)
Nivel de estudios	-0,023 (0,11)	-0,030 (0,087)	0,017 (0,111)	0,048 (0,106)
R2	0,123	0,272	0,449	0,446
N	374	374	374	374

\*\*\* $p < 0,001$  \*\* $p < 0,01$  \* $p < 0,05$ .

Fuente: elaboración propia a partir de datos del proyecto CIUPANEL 2014-2017.

Si bien el consumo acumulado de medios catalanistas continúa explicando la mejor percepción en los rasgos positivos de los líderes independentistas, estos pierden fuerza explicativa y sería la identidad catalana el mayor predictor de la variable dependiente de este estudio (Artur Mas,  $\beta = 0,433$ ,  $p\text{-value} \leq 0,001$ ; y Oriol Junqueras,  $\beta = 0,374$ ,  $p\text{-value} \geq 0,001$ ). Además, para el

modelo aplicado en Catalunya, el consumo acumulado de medios catalanistas deja de explicar significativamente el empeoramiento de la percepción de Mariano Rajoy, líder del partido conservador de ámbito estatal, pasando a ser la identidad catalana la variable que lo explicaría ( $\beta = -0,150$ ,  $p\text{-value} \leq 0,001$ ). Caso contrario ocurre con Pedro Sánchez, empeorando su percepción ( $\beta = -0,235$ ,  $p\text{-value} \leq 0,001$ ) entre quienes consumen acumulativamente medios catalanistas. Estos resultados confirmarían parcialmente la H3, en el modelo de regresión aplicado a Catalunya.

En el caso del consumo acumulado de medios progresistas, los líderes que empeoran su percepción son los catalogados como conservadores (Mariano Rajoy,  $\beta = -0,161$ ,  $p\text{-value} \leq 0,001$  y Artur Mas ( $\beta = -0,145$ ,  $p\text{-value} \geq 0,001$ ) y aunque la dirección es la esperada en lo que respecta a la mejora de la percepción de los rasgos positivos de los líderes progresistas, su efecto no es estadísticamente significativo, de manera similar a lo que se puede observar para el consumo acumulado de medios conservadores, lo que conlleva aceptar parcialmente H1 y rechazar H2 en el caso catalán. Una explicación a esta pérdida de significación puede estar asociada al tamaño de N, pasando de 1976 casos en el modelo de regresión aplicado a la muestra nacional a una muestra de 374 casos en el modelo aplicado en Catalunya.

En cuanto a las variables de control, la ideología solo explica una mejora de la percepción de los rasgos de Mariano Rajoy conforme más se autoubican a la derecha, y de Oriol Junqueras cuando se autoubican a la izquierda. No hay efectos significativos, aunque la dirección es la esperada para el caso de Pedro Sánchez y Artur Mas. La edad se vuelve un factor explicativo de una mejor percepción de los líderes de ámbito estatal y de nuevo, solo el género, explica la mejor percepción de los rasgos positivos netos de Pedro Sánchez.

## 5. Conclusión

La polarización afectiva es uno de los principales retos a los que se enfrentan las democracias contemporáneas. España es uno de los países más afectivamente polarizados y las investigaciones previas apuntan a la identidad ideológica y nacional como factores explicativos (Balcells y Kuo, 2023; Comellas y Torcal, 2023; Riera y Madariaga, 2023). En un país donde los medios de comunicación expresan las tendencias políticas (Brüggemann *et al.*, 2014) y se alinean con las identidades nacionales y otras preferencias (Matínez Amat, 2020; Valera-Ordaz, 2023), el examen de su rol en este contexto se hace imperativo.

Los hallazgos obtenidos subrayan el papel contributivo a la polarización afectiva del consumo selectivo acumulado, desde la mejora o el empeoramiento de la percepción positiva de los líderes basada en sus rasgos. El consumo acumulado de medios conservadores a nivel estatal empeora la percepción tanto de los líderes de izquierda como de los líderes nacionalista e independentistas, mientras que el consumo de medios progresistas mejora la percepción de Pedro Sánchez, no así la de Oriol Junqueras, empeorando la de Mariano Rajoy y Artur Mas, catalogados en este estudio como líderes conservadores. Según lo esperado en la tercera hipótesis, el consumo de me-

dios catalanistas mejora la percepción en los rasgos positivos de los líderes independentistas mientras que empeora la percepción de los líderes de ámbito estatal. El tamaño de los efectos del consumo de medios catalanes invita a realizar un análisis específico en Catalunya, incluyendo como variable de control la identidad catalana. Con este análisis, la fuerza explicativa del consumo de medios catalanistas se debilita en favor de la fuerza de quienes manifiestan con intensidad la identidad catalana.

La efervescencia política del año 2015 no solo se produce con la implosión del sistema bipartidista y la entrada de nuevos debates, sino también en el contexto del proceso independentista catalán, que explicaría esa exaltación de la identidad y posiblemente de la polarización afectiva como tema controvertido y momento crítico (Padró-Solanet y Balcells, 2022; Rojo, 2021). Los efectos de los medios progresistas y conservadores son más modestos que los manifestados por el consumo acumulado de medios catalanistas, lo que los sitúa en distinto papel contribuyente, teniendo en cuenta la fuerza explicativa de la ideología y de la identidad nacional.

Este estudio contiene algunas limitaciones metodológicas. En primer lugar, toda la información relativa al consumo mediático parte del autoinforme de los encuestados con los problemas de memoria y, por tanto, de precisión que conllevan (Prior, 2013). En segundo lugar, las variables dependientes de consumo selectivo se han operacionalizado como el consumo acumulado, lo que explicaría el efecto sobre la percepción de rasgos conforme los encuestados acumulen más fuentes informativas de la misma tendencia. Sin embargo, aunque las audiencias tiendan ligeramente a la exposición selectiva, la mayoría de la gente suele combinar medios de tendencia marcada o transversal, sea deliberada o accidentalmente, lo que invita a estudiar el fenómeno en el futuro más en clave de dieta mediática (Dubois y Blank, 2018; Padró-Solanet y Balcells, 2022). Por último, el tamaño de los efectos y su significatividad se ven cercenados en el modelo aplicado a Catalunya lo que indica que es necesario continuar contribuyendo a los estudios de exposición selectiva, identidad nacional y polarización afectiva en esta y otras comunidades autónomas (Balcells y Kuo, 2023; Valera-Ordaz, 2023).

Con todo, el estudio arroja luz sobre los efectos del consumo informativo en la percepción de los rasgos de los líderes políticos como una forma más de medir la polarización afectiva. Quienes presentan una identidad nacional fuerte y consumen medios acordes con ella, incrementan el afecto hacia sus líderes propios y, por tanto, una percepción exageradamente positiva del líder del *in-group* y exageradamente negativa del líder del *out-group*. Este estudio quiere servir de llamada a profundizar en los aspectos cualitativos de la polarización afectiva como efectos de los medios de comunicación en España.

### Agradecimientos

Rubén Cuéllar Rivero ha sido financiado/a con cargo a la convocatoria de contratos predoctorales USAL 2021, cofinanciada por el Banco Santander.

## Referencias bibliográficas

- Arabaghatta Basavaraj, K.; Saikia, P.; Varughese, A.; Semetko, H. A. y Kumar, A. (2021): «The COVID-19–Social Identity–Digital Media Nexus in India: Polarization and Blame». *Political Psychology*, 42(5), 827-844. DOI: 10.1111/pops.12774
- Arceneaux, K.; Johnson, M. y Murphy, C. (2012): «Polarized Political Communication, Oppositional Media Hostility, and Selective Exposure». *The Journal of Politics*, 74(1), 174-186. DOI: 10.1017/S002238161100123X
- Arora, S. D.; Singh, G. P.; Chakraborty, A. y Maity, M. (2022): «Polarization and social media: A systematic review and research agenda». *Technological Forecasting and Social Change*, 183. DOI: 10.1016/j.techfore.2022.121942
- Balcells, L. y Kuo, A. (2023): «Secessionist conflict and affective polarization: Evidence from Catalonia». *Journal of Peace Research*, 60(4), 604–618. DOI:10.1177/00223433221088112
- Balinhas, D. (2024): «Examining the Territorial Dimension as a Source of Affective Polarization in the Spanish Multinational Democracy: A Longitudinal Analysis». *Ethnopolitics*, 1-27. DOI: 10.1080/17449057.2024.2400637
- Brüggemann, M.; Engesser, S.; Büchel, F.; Humprecht, E. y Castro, L. (2014): «Hallin and Mancini Revisited: Four Empirical Types of Western Media Systems». *Journal of Communication*, 64(6), 1037-1065. DOI: 10.1111/jcom.12127
- Comellas, J. M. y Torcal, M. (2023): «Ideological identity, issue-based ideology and bipolar affective polarization in multiparty systems: The cases of Argentina, Chile, Italy, Portugal and Spain». *Electoral Studies*, 83, 102615. DOI: 10.1016/j.electstud.2023.102615
- Crespo-Martínez, I.; Melero-López, I.; Mora-Rodríguez, A. y Rojo-Martínez, J.-M. (2024): «Política, uso de medios y polarización afectiva en España». *Revista Mediterránea de Comunicación*, 15(2), e26681. DOI: 10.14198/MEDCOM.26681
- Cuéllar-Rivero, R. (2024): «El papel de los medios de comunicación en contextos de polarización afectiva: una revisión sistemática de la literatura». *Revista Española de Ciencia Política*, 179–201. DOI: 10.21308/recp.64.07
- Dahlgren, P. M.; Shehata, A. y Strömbäck, J. (2019): «Reinforcing spirals at work? Mutual influences between selective news exposure and ideological leaning». *European Journal of Communication*, 34(2), 159-174. DOI: 10.1177/0267323119830056
- Díaz-Nosty, B. (2017): *Disrupción en el sistema de medios*.
- Druckman, J. N.; Gubitza, S. R.; Levendusky, M. S. y Lloyd, A. M. (2019): «How incivility on partisan media (de)polarizes the electorate». *Journal of Politics*, 81(1), 291-295. DOI: 10.1086/699912
- Druckman, J. N. y Levendusky, M. S. (2019): «What do we measure when we measure affective polarization?» *Public Opinion Quarterly*, 83(1): 114-122. DOI: doi.org/10.1093/poq/nfz003
- Dubois, E. y Blank, G. (2018): «The echo chamber is overstated: the moderating effect of political interest and diverse media». *Information, Communication y Society*, 21(5): 729-745. DOI: 10.1080/1369118X.2018.1428656
- Dvir-Gvirsman, S. (2017): «Media audience homophily: Partisan websites, audience identity and polarization processes». *New Media y Society*, 19(7): 1072-1091. DOI: 10.1177/1461444815625945
- Dvir-Gvirsman, S. (2019): «Political social identity and selective exposure». *Media Psychology*, 22(6): 867-889. DOI: 10.1080/15213269.2018.1554493

- Entman, R. (1993): «Framing: Toward clarification of a fractured paradigm». *Journal of Communication*, 43: 51-58.
- González, J. J.; Rodríguez, R. y Castromil, A. R. (2010): «A Case of Polarized Pluralism in a Mediterranean country. The Media and Politics in Spain». *Global Media Journal: Mediterranean Edition*, 5(1/2): 1-9.
- Goyanes, M.; Vaz-Álvarez, M.; Campos-Freire, F. y Demeter, M. (2020): Journalists' Empowerment «Through Protest in the Newsroom and Beyond: How the 'Viernes Negros' Movement Reshaped the Independence of the Spanish Public Television». *Journalism Studies*, 21(14): 2042-2057. DOI: 10.1080/1461670X.2020.1809495
- Hallin, D. C. y Mancini, P. (2004): *Comparing media systems: Three models of media and politics*. Cambridge University Press.
- Hečková, A. C. (2016): «Media Negativism as a Tool of Political Communication». *European Journal of Science and Theology*, 12(1).
- Hyun, K. D. y Moon, S. J. (2016): «Agenda setting in the partisan TV news context: Attribute agenda setting and polarized evaluation of presidential candidates among Viewers of NBC, CNN, and Fox News». *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 93(3): 509-529. DOI: 10.1177/1077699016628820
- Iyengar, S. y Hahn, K. S. (2009): «Red Media, Blue Media: Evidence of Ideological Selectivity in Media Use». *Journal of Communication*, 59(1). DOI: 10.1111/j.1460-2466.2008.01402.x
- Iyengar, S.; Lelkes, Y.; Levendusky, M.; Malhotra, N. y Westwood, S. J. (2019): «The Origins and Consequences of Affective Polarization in the United States». *Annual Review of Political Science*, 129-149. DOI: 10.1146/annurev-polisci-051117-073034
- Iyengar, S.; Sood, G. y Lelkes, Y. (2012): «Affect, not ideology: A social identity perspective on polarization». *Public Opinion Quarterly*, 76(3): 405-431. DOI: 10.1093/poq/nfs038
- Iyengar, S. y Westwood, S. J. (2015): «Fear and Loathing across Party Lines: New Evidence on Group Polarization». *American Journal of Political Science*, 59(3): 690-707. DOI: 10.1111/ajps.12152
- Jiang, T. (2022): «Studying opinion polarization on social media». *Social Work and Social Welfare*, 4(2): 232-241. <https://doi.org/10.25082/SWSW.2022.02.003>
- Johnston, R. (2023): «Affective Polarization in the Canadian Party System, 1988-2021». *Canadian Journal of Political Science*, 56(2): 372-395. <https://doi.org/10.1017/S0008423923000112>
- Kelly Garrett, R.; Gvirsman, S. D.; Johnson, B. K.; Tsfati, Y.; Neo, R. y Dal, A. (2014): «Implications of Pro- and Counterattitudinal Information Exposure for Affective Polarization». *Human Communication Research*, 40(3): 309-332. DOI: 10.1111/hcre.12028
- Kubin, E. y von Sikorski, C. (2021): «The role of (social) media in political polarization: a systematic review». *Annals of the International Communication Association*, 45(3): 188-206. DOI: 10.1080/23808985.2021.1976070
- Lazarsfeld, P. F.; Berelson, B. y Gaudet, H. (1948): *The people's choice: How the voter makes up his mind in a presidential campaign* (2nd Edition). Duell, Sloan and Pearce.
- Lejarza, M. (2017): *No es tiempo para solitarios*.
- Levendusky, M. (2013): «Partisan Media Exposure and Attitudes Toward the Opposition». *Political Communication*, 30(4): 565-581. DOI: 10.1080/10584609.2012.737435

- Levendusky, M. y Malhotra, N. (2016): «Does Media Coverage of Partisan Polarization Affect Political Attitudes?» *Political Communication*, 33(2): 283-301. DOI: 10.1080/10584609.2015.1038455
- Matínez Amat, M. (2020): «One country, two media systems: The evolution of the media audience in Catalonia in the context of the independence debate». *Comunicació: Revista de Recerca i d'Anàlisi*, 37(1), 53-73.
- Miller, L. (2020): *Polarización en España: más divididos por ideología e identidad que por políticas públicas*.
- Padró-Solanet, A. y Balcells, J. (2022): «Media Diet and Polarisation: Evidence from Spain». *South European Society and Politics*, 27(1): 75-95. DOI: 10.1080/13608746.2022.2046400
- Prior, M. (2013): «Media and Political Polarization». *Annual Review of Political Science*, 16(1): 101-127. DOI: 10.1146/annurev-polisci-100711-135242
- Rahn, W. M. y Cramer, K. J. (1996): «Activation and application of political party stereotypes: The role of television». *Political Communication*, 13(2): 195-212. DOI: 10.1080/10584609.1996.9963107
- Ramírez-Dueñas, J. M. y Humanes, M. L. (2023): «Exposición selectiva y polarización de audiencias. Un análisis a través del consumo acumulado de información política en España». *Cuadernos.Info*, 56: 1-21. DOI: 10.7764/cdi.56.59797
- Reiljan, A. (2020): «'Fear and loathing across party lines' (also) in Europe: Affective polarisation in European party systems». *European Journal of Political Research*, 59(2): 376-396. DOI: 10.1111/1475-6765.12351
- Riera, P. y Madariaga, A. G. (2023): «Overlapping polarization: On the contextual determinants of the interplay between ideological and affective polarization». *Electoral Studies*, 84, 102628. DOI: 10.1016/j.electstud.2023.102628
- Rodríguez, I.; Santamaría, D. y Miller, L. (2022): «Electoral Competition and Partisan Affective Polarisation in Spain». *South European Society and Politics*, 27(1): 27-50. DOI: 10.1080/13608746.2022.2038492
- Rogowski, J. C. y Sutherland, J. L. (2016): «How Ideology Fuels Affective Polarization». *Political Behavior*, 38(2), 485-508. DOI: 10.1007/s11109-015-9323-7
- Rojo, J. M. (2021): «Identidad territorial y polarización afectiva en España: una propuesta de análisis». *Revista Más Poder Local*, (45): 95-109.
- Rojo-Martínez, J. M. y Crespo-Martínez, I. (2023): «Lo político como algo personal»: Una revisión de la literatura sobre la polarización afectiva. *Revista de Ciencia Política (Santiago)*, 43(1): 25-48. DOI: 10.4067/s0718-090x2023005000102
- Ruiz-Rufino, R.; Anduiza, E.; Barbet, B.; Elías, B.; Escobar, M.; Gómez de Agüero, J.; Jurado, I.; Lavezzolo, S.; Martín Carretero, J. M.; Martínez i Coma, F.; Orriols, L. y Romero, M. (2016): *Informe sobre la Democracia en España 2016*.
- Sears, D. O. y Freedman, J. L. (1967): «Selective exposure to Information: A critical review». *The Public Opinion Quarterly*, 31(2): 194-213.
- Slater, M. D. (2007): «Reinforcing Spirals: The Mutual Influence of Media Selectivity and Media Effects and Their Impact on Individual Behavior and Social Identity». *Communication Theory*, 17(3): 281-303. DOI: 10.1111/j.1468-2885.2007.00296.x
- Stroud, N. J. (2008): «Media Use and Political Predispositions: Revisiting the Concept of Selective». *Political Behavior*, 30: 341-366.



- Stroud, N. J. (2010): «Polarization and Partisan Selective Exposure». *Journal of Communication*, 60(3): 556-576. DOI: 10.1111/j.1460-2466.2010.01497.x
- Stroud, N. J. (2011): *Niche News: The Politics of News Choice*. Oxford University Press.
- Tajfel, H. y Turner, J. (1979): «An Integrative Theory of Intergroup Conflict». En W. G. Austin y S. Worchel (Eds.): *The Social Psychology of Intergroup Relations*. Brooks/Cole.
- Torcal, M. (2021): *La polarización política en España*.
- Torcal, M.; Martini, S. y Serani, D. (2016): Crisis and challenges in Spain: attitudes and political behavior during the economic and the political representation crisis (CIUPANEL). Spanish Ministry of Economy and Competitiveness (CSO2013-47071-R, 2014-2016, PI: Mariano Torcal).
- Törnberg, P.; Andersson, C.; Lindgren, K. y Banisch, S. (2021): «Modeling the emergence of affective polarization in the social media society». *PLoS ONE*, 16(10 October). DOI: 10.1371/journal.pone.0258259
- Tsfati, Y. y Nir, L. (2017): «Frames and Reasoning: Two Pathways From Selective Exposure to Affective Polarization». *International Journal of Communication*, 11: 301-322.
- Tucker, J. A.; Guess, A.; Barberá, P.; Vaccari, C.; Siegel, A.; Sanovich, S.; Stukal, D. y Nyhan, B. (2018): *Social Media, Political Polarization, and Political Disinformation: A Review of the Scientific Literature*. <https://ssrn.com/abstract=3144139>
- Valera-Ordaz, L. (2023): «Political Identity and News Media Choice: The Polarizing Logic of Selective Exposure During the Catalan Independence Conflict». *Mass Communication and Society*, 26(2): 326-352. DOI: 10.1080/15205436.2022.2127366
- Valera-Ordaz, L. y Humanes, M. L. (2022): «What Drives Selective Exposure to Political Information in Spain? Comparing Political Interest and Ideology». En D. Palau-Sampio, G. López García y L. Ianeli (Eds.): *Contemporary Politics, Communication, and the Impact on Democracy*. IGI Global. pp. 93-112.
- Van Aelst, P.; Strömbäck, J.; Aalberg, T.; Esser, F.; de Vreese, C.; Matthes, J.; Hopmann, D.; Salgado, S.; Hubé, N.; Stepińska, A.; Papathanassopoulos, S.; Berganza, R.; Legnante, G.; Reinemann, C.; Sheafer, T. y Stanyer, J. (2017): «Political communication in a high-choice media environment: a challenge for democracy?» *Annals of the International Communication Association*, 41(1): 3-27. DOI: 10.1080/23808985.2017.1288551
- Wagner, M. (2021): «Affective polarization in multiparty systems». *Electoral Studies*, 69, 102199. DOI: 10.1016/j.electstud.2020.102199
- Wakefield, R. L. y Wakefield, K. (2023): «The antecedents and consequences of intergroup affective polarisation on social media». *Information Systems Journal*, 33(3): 640-668. DOI: 10.1111/isj.12419



©Derechos del autor o autores. Creative Commons License. Este artículo está bajo una licencia internacional Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0.  
©Copyright of the author or authors. Creative Commons License. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License.

# ¿Polarización o pluralidad? Un análisis de las creencias sociales en Argentina 2023-2024

*Polarization or Plurality? An Analysis of Social Beliefs in Argentina 2023-2024*



**Augusto Reina**  
Universidad de Buenos Aires.  
Observatorio Pulsar.  
augustoreina@gmail.com  
@augustoreina  
ORCID: 0009-0001-9463-1449



**Daniela Barbieri**  
Universidad de Buenos Aires.  
Observatorio Pulsar.  
barbierimd@gmail.com  
@barbieridani



**Camila Rodríguez Nardi**  
Universidad de Buenos Aires.  
Observatorio Pulsar.  
camilarodrigueznardi@gmail.com  
@crnardi  
ORCID: 0009-0009-9212-8880

#### **Cómo citar el artículo**

## Resumen

Este artículo analiza las creencias sociales en la Argentina contemporánea, abordando dos preguntas centrales de investigación: en primer lugar, ¿existe evidencia de una estructura polarizada de creencias sociales en el país? En segundo lugar, ¿hasta qué punto son homogéneas las creencias dentro de los diferentes electorados? Utilizando datos de la encuesta nacional «Creencias Sociales 2024» realizada por Pulsar (UBA), el análisis se centra en tres dimensiones fundamentales: el rol del Estado frente al sector privado en los asuntos económicos, las acciones del Estado respecto al orden público y las percepciones sociales sobre derechos y libertades. A través de estas dimensiones, se construye un perfil ideológico de la sociedad argentina. Los resultados revelan una diversidad de creencias sociales que desafían la noción predominante de un electorado dividido en bloques monolíticos. Por el contrario, los hallazgos sugieren una multiplicidad de identidades y perspectivas dentro de la sociedad argentina, incluso con una notable variación dentro de los propios segmentos electorales, cuestionando la premisa de una polarización binaria.

### Palabras clave

Polarización; pluralidad; creencias sociales; Argentina; identidad política; opinión pública; encuesta nacional; La Libertad Avanza.

## Abstract

*This article explores the contemporary social belief systems in Argentina, addressing two central research questions: First, is there evidence of a polarized structure of social beliefs in the country? Second, to what extent are beliefs homogeneous across different electorates? Through the analysis of the data collected by the national survey «Social Beliefs 2024» conducted by Pulsar (UBA), this study focuses on three critical dimensions: the role of the state versus the private sector in economic affairs, state actions regarding public order, and societal perceptions of rights and freedoms. Through these dimensions, an ideological profile of Argentine society is constructed. The results reveal a notable diversity of social beliefs, challenging the prevailing notion of an electorate neatly divided into monolithic blocs. Instead, the findings suggest a multiplicity of identities and perspectives within Argentine society, including significant variation among electoral segments, thereby questioning the assumption of binary polarization.*

### Keywords

*Polarization; plurality; social beliefs; Argentina; political identity; public opinion; national survey; La Libertad Avanza.*

## 1. Introducción

Tras la campaña electoral de 2023, Argentina entró, de forma inesperada, en un debate profundo sobre el rol del Estado, las competencias del sector privado y los límites de las libertades individuales. La victoria del candidato libertario Javier Milei rediseñó gran parte de la conversación pública, otorgando nueva centralidad a estas discusiones.

Las ideas sobre el Estado, las libertades y la democracia atraviesan, de manera notable, las conversaciones públicas y privadas en el país. Aunque recurrentes en nuestra historia, estas discusiones han ganado una intensidad renovada en el contexto político actual. En este escenario, la idea de una sociedad estructurada en polos opuestos —con valores y posturas irreconciliables— ha dominado la narrativa pública de la última década y parte de la agenda de investigación. Sin embargo, después de la elección, surgen nuevas preguntas que merecen atención: ¿Continuamos frente a una sociedad polarizada en dos polos rígidos? O, por el contrario, ¿existe una mayor pluralidad de creencias y perspectivas que desborda las líneas partidarias?

Este artículo busca responder estas preguntas, proponiendo un análisis matizado de las creencias sociales en Argentina. Buscamos responder estos interrogantes mediante un análisis de los valores de la sociedad argentina realizado a través de dos encuestas nacionales realizadas en 2023 y 2024<sup>1</sup>. El estudio se concentra en tres dimensiones: 1) el rol del Estado y el sector privado en la economía, 2) el rol del Estado frente al orden público y 3) visiones en torno a derechos y libertades.

A partir de las posiciones identificadas en estos ejes, se construirá un perfil ideológico de la sociedad argentina. Este análisis procura responder un interrogante principal: ¿Existe evidencia de una estructura polarizada de creencias sociales en Argentina? ¿Hasta qué punto son homogéneas las creencias dentro de los segmentos electorales que definieron el *ballotage* en 2023? En lugar de asumir una polarización rígida, el análisis considera la posibilidad de que las creencias sociales reflejen un mosaico plural, donde convergen y divergen múltiples identidades ideológicas. Se sugiere la necesidad de reconsiderar el enfoque en torno al pluralismo de creencias, entendido como un atributo que permite a las sociedades ajustar sus visiones a contextos cambiantes sin que ello implique necesariamente presentar una polarización absoluta<sup>2</sup>. Los resultados permiten cuestionar la narrativa de polarización binaria y explorar cómo esta diversidad configura el panorama político y social argentino.

---

1. El estudio fue realizado por el Observatorio Pulsar de la Universidad de Buenos Aires dentro de su programa de Creencias Sociales. Para más información sobre el alcance y la metodología ver el apartado metodológico o <https://pulsar.uba.ar/creencias-sociales/>

2. Morris Fiorina (2011) identifica a la polarización ideológica como un fenómeno con diferentes alcances y manifestaciones entre el cuerpo político y el ciudadano de una misma sociedad, donde estos últimos expresan posiciones intermedias, que escapan al binarismo autoexcluyente de la polarización de la oferta política. No forma parte de los objetivos analizar la polarización afectiva. Puede consultarse Crespo Martínez, Garrido Rubia, Martínez Rodríguez y Mora Rodríguez (2021) o Ramirez y Falak (2023) para el análisis específico de la sociedad argentina.

## 1.1. El estudio de las creencias sociales: cohesión, tensión y cambio

El estudio de las creencias sociales ha sido clave para comprender las transformaciones en las sociedades contemporáneas. Desde una perspectiva clásica, Durkheim (2008) conceptualizó las creencias sociales como el «cemento» de la cohesión social, formando una conciencia colectiva que guía la acción individual y social. No solo estructuran el modo en que los individuos interpretan el mundo, sino que proporcionan el marco normativo que guía la acción colectiva<sup>3</sup>. Sin embargo, estas creencias también pueden ser fuente de conflicto y división, al articularse en torno a tensiones sobre el poder y la legitimidad (Weber, 2002; Lipset y Rokkan, 1992). Bajo este enfoque, las creencias no solamente construyen orden, sino que reflejan las tensiones detrás del control de ese orden y, a menudo, reflejan las tensiones y conflictos propios de la esfera pública (Habermas, 2014).

En contextos de transformación sociopolítica, las creencias sociales no son estáticas. Giddens (1994) e Inglehart (1999) enfatizan que las transiciones estructurales, como la modernización y la secularización, afectan profundamente a los valores individuales y colectivos, dando lugar a un cambio gradual hacia perspectivas postmaterialistas. Incluso antes del cambio de milenio, Anthony Giddens y Jonathan Turner advertían sobre el proceso de diversificación e incluso fragmentación de las creencias sociales en lo que denominaron modernidad tardía (Giddens y Turner, 1997). Más de dos décadas después, el mundo ha atravesado eventos transformadores que han impactado profundamente las matrices de significados que estructuran las sociedades.

De acuerdo a Jost, Federico y Napier (2009), los sistemas ideológicos operan en dos niveles: como un marco normativo que guía la interpretación del mundo social y como una respuesta a necesidades psicológicas individuales, tales como la reducción de la incertidumbre, la afiliación grupal y la búsqueda de seguridad existencial. Esta agenda subraya la interacción entre predisposiciones psicológicas y procesos de socialización política. Este cuerpo de literatura enfatiza que las ideologías no son únicamente respuestas a la estructura social, sino que también reflejan procesos motivacionales profundos que configuran las actitudes y las líneas de tensión hacia el poder, la desigualdad y el cambio político.

El papel de las creencias sociales cobra otra relevancia cuando se analiza su polarización, un fenómeno contemporáneo que ha adquirido centralidad en diversas sociedades cuyos efectos aún son discutidos. De acuerdo a la postura de McCoy, Rahman y Somer (2018) este fenómeno consiste en alinear diferencias sociales en una lógica binaria de «nosotros contra ellos», dificultando el consenso y debilitando la confianza en las instituciones democráticas. Lo presentan como «un proceso pernicioso que alinea las diferencias sociales a lo largo de una sola dimensión, transformando las diferencias cruzadas en refuerzos mutuos» (McCoy, Rahman y Somer, 2018: 202). Las consecuencias de este proceso son profundas: los electorados pierden confianza en las instituciones públicas, y el apoyo normativo a la democracia puede declinar.

---

3. Para una discusión más profunda sobre estas nociones puede verse Giddens (1994: 183-202).

Aunque esta perspectiva ha sido ampliamente aceptada, otros autores, como Franzé y Melo (2022), argumentan que la polarización no es intrínsecamente negativa. De acuerdo a esta visión, ciertos niveles de tensión son inherentes a la democracia. El pluralismo requiere cierta tensión, «abierta e irresuelta» entre identidades de la comunidad. Bajo esta línea argumentativa, «no existe tal cosa como la polarización, sino que ésta es un tipo de conflicto, caracterizado por la división de la comunidad. Como tal, no tiene un único efecto, ni éste es necesariamente desestabilizador del orden, ni destructor de la democracia liberal, ni reductor del pluralismo. Salvo que se lo mire desde el presupuesto de que democracia es consenso y que éste, a su vez, no implica ninguna división ni antagonismo» (Franzé y Melo 2022: 95). En esa línea, el pluralismo de valores plantea una visión en la cual múltiples principios fundamentales pueden coexistir, aunque entren en conflicto entre sí. Según Tetlock (1986), estas tensiones son una característica inherente de los sistemas de valores, ya que reflejan la diversidad de prioridades y contextos en los que operan las sociedades. Por ejemplo, la búsqueda de la libertad individual puede entrar en contradicción con las demandas de justicia social, sin que exista una forma universal de resolver dicha tensión. Como destacan Franzé y Melo (2022), estas tensiones no son destructivas por sí mismas; al contrario, pueden fortalecer la democracia al permitir una confrontación abierta entre diferentes identidades y perspectivas.

En síntesis, las creencias sociales ejercen un doble efecto sobre la sociedad: cohesionan y dividen. La polarización de las mismas puede tener efectos en diferentes direcciones. Mientras que algunos académicos enfatizan su efecto sobre la erosión institucional y el debilitamiento democrático, otros sostienen que son parte del modo de producción social propio de la democracia. Es por esto que cualquier análisis del perfil ideológico de una sociedad o grupo social deberá tener presente la naturaleza multidimensional de los sistemas de creencias, así como su rol en la organización y legitimación de las estructuras sociales. Las creencias sociales no solamente orientan las acciones y percepciones de los miembros de una sociedad, sino que también estructuran la vida colectiva. Estudiarlas resulta, por lo tanto, indispensable para comprender las tensiones, las disputas y los acuerdos en torno a cuestiones fundamentales para cualquier sociedad.

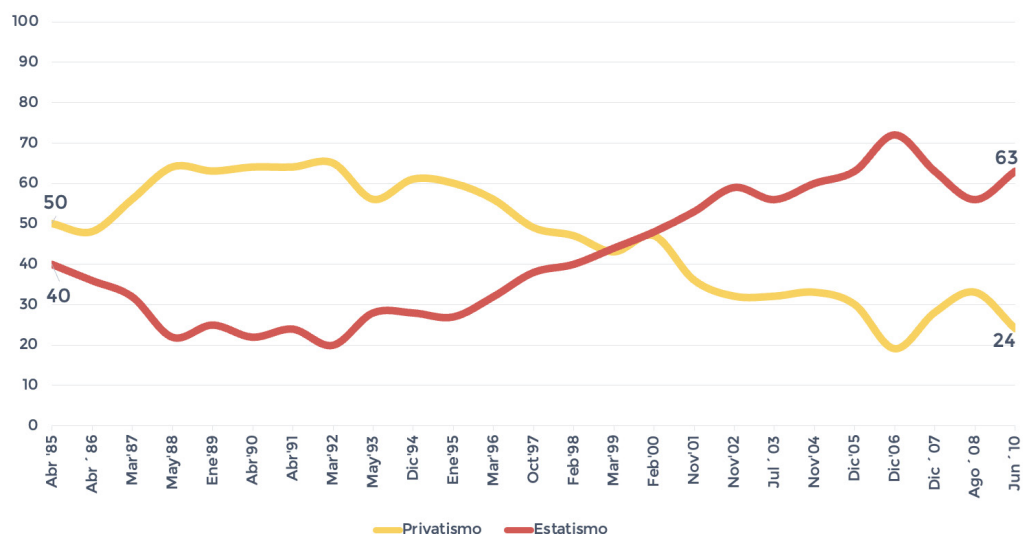
## 1.2. Las creencias sociales en Argentina

En Argentina, las visiones en torno al poder, la política, la democracia y el Estado han sido moldeadas por experiencias históricas únicas, desde dictaduras militares hasta crisis económicas recurrentes, que han dejado huellas profundas en el imaginario social. Estas transformaciones han renovado constantemente el debate sobre el papel del Estado: ¿Cuánto debe intervenir en la vida económica y social? ¿Cuáles son sus límites en la regulación del comportamiento individual y colectivo? Es un debate constante sobre cuánto espacio le permitimos al Estado regular y cuánta autonomía le otorgamos al individuo para decidir sobre su propia vida. Así mismo, cada época ha redefinido qué tipo de autoridad consideramos legítima y aceptable, así como las intensidades y fronteras en la aplicación de la fuerza pública. También han variado las competencias que le permitimos al Estado y el rol que le asignamos al sector privado en la vida económica.

A partir del retorno a la democracia en los años 80, se renovó el interés por estudiar los valores y preferencias de la sociedad argentina. El foco se dirigió hacia la comprensión de un sistema de creencias emergente, que comenzara a acoplar con la nueva realidad política, tanto como la valoración de las instituciones democráticas. Investigaciones clave de la época (Catterberg, 1989; Carballo, 1987) se centraron en analizar cómo la sociedad respondía a esta nueva etapa democrática, con un enfoque centrado en la legitimidad del sistema democrático y la búsqueda de consensos sobre el papel del Estado en la vida pública.

En los años 90, la agenda de investigación se vio fuertemente influenciada por el contexto de reformas económicas y políticas de liberalización. Este período estuvo marcado por un rediseño de la visión del Estado, donde se promovió la idea de que el sector privado tenía una mayor capacidad para resolver los problemas económicos y sociales (Mora y Araujo, 1991). La adopción de políticas de ajuste estructural y privatización se generó cuando primaba una visión optimista respecto al mercado como motor del desarrollo, dando inicio al llamado consenso privatista de la década. Este giro fue promovido en parte por la percepción de que el modelo centrado en el Estado no había sido eficiente para garantizar el crecimiento económico y el desarrollo (Catterberg, 1989; Mora y Araujo, 1991). En consecuencia, se llevaron a cabo reformas estructurales que transfirieron la gestión de sectores clave de la economía —como las telecomunicaciones, los servicios públicos y las empresas estatales— al sector privado, en línea con las políticas recomendadas por el Consenso de Washington y replicadas en gran parte de América Latina (Torre, 1998).

**Gráfico 1. Tendencias estatistas-privatistas 1983-2010.**



Fuente: Banco de datos de Ipsos-Mora y Araujo - Base: Total entrevistados (1.200 casos).

Sin embargo, esta inclinación hacia un mayor protagonismo del mercado no fue un proceso homogéneo ni libre de críticas. Mientras que algunos sectores apoyaban la reducción de la intervención estatal como una vía para modernizar la economía, otros criticaban las desigualdades generadas por estas políticas, especialmente en términos de acceso a servicios públicos esenciales. El consenso privatista sirvió como base para los gobiernos de Carlos Menem, pero comenzó a resquebrajarse hacia finales de los 90, cuando el modelo económico perdió capacidad para generar crecimiento sostenido. Estas dificultades se profundizaron durante el gobierno de la Alianza, momento en que las tensiones económicas y sociales alcanzaron niveles críticos, desembocando en el estallido social y la crisis política de 2001 (Mora y Araujo, 2011).

La crisis de 2001 marcó la caída del consenso privatista en la opinión pública y abrió paso a una revalorización del rol del Estado en la economía. Esta revalorización, inicialmente incipiente bajo la presidencia de Eduardo Duhalde, se consolidó durante los gobiernos de Néstor y Cristina Kirchner, que promovieron un retorno del Estado como actor central en la regulación de la economía y la provisión de servicios públicos (Mora y Araujo, 2011: 29). En los últimos años, las investigaciones han revelado que, si bien la sociedad argentina sigue reevaluando la relación entre el Estado y el sector privado, el Estado continúa ocupando un lugar preponderante en la configuración de las preferencias sociales, especialmente en áreas como la protección social y el orden público (Cannata, Reina y Reina, 2021; Reina y Reina, 2021).

En la actualidad, el papel del Estado ha vuelto a ser el foco central de un debate intenso. El presidente Javier Milei ha construido su discurso y acción de gobierno en torno a una crítica radical del Estado. Todo su campo semántico («garras del Estado» u «organización criminal») son alegorías que presentan al Estado como el problema central de la sociedad. Su plan de reformas ha estado concentrado en recortar las funciones que el Estado tiene en la vida pública argentina. Se vuelve necesario, entonces, comprender cuál es la visión que tiene la sociedad argentina sobre el rol estatal en la vida económica y cuántas de estas percepciones se alinean o contrastan con las acciones del gobierno actual.

## 2. Metodología

La presente investigación se enmarca en el Programa de Creencias Sociales, desarrollado por el Observatorio Pulsar de la Universidad de Buenos Aires. Este programa tiene como objetivo estudiar de manera sistemática las posturas de la sociedad argentina sobre temas clave relacionados con la política, el Estado y las dinámicas económicas. La metodología empleada es cuantitativa, a través de la realización de encuestas nacionales. El relevamiento de datos se realizó en dos olas: la primera, entre el 15 y el 25 de junio de 2023, y la segunda, entre el 31 de mayo y el 10 de junio de 2024. El análisis presentado en este artículo se basa en el análisis de los resultados de ambas olas, con énfasis en la más reciente. La comparación interanual ofrece una comprensión más profunda y acertada del contexto político actual.



El relevamiento utilizó una metodología cuantitativa basada en una encuesta nacional representativa de la población argentina mayor de 18 años. Se realizó una muestra de 1.250 casos, diseñada mediante un esquema estratificado y probabilístico. El diseño combinó técnicas de recolección de datos telefónicas y presenciales, con el fin de garantizar una cobertura amplia y diversa. De los 1.250 casos, 1.000 se recolectaron a través de entrevistas telefónicas asistidas por computadora (CATI), de las cuales el 70% se realizó a teléfonos móviles y el 30% a líneas fijas, mientras que los 250 casos restantes fueron relevados de manera domiciliaria. Las cuotas por género, edad y nivel educativo permitieron una representación precisa de las principales características sociodemográficas de la población. El margen de error estimado es de +/- 2,8%, con un nivel de confianza del 95%<sup>4</sup>.

En primer lugar, se presenta un análisis general de las creencias sociales expresadas por la población argentina, abarcando tres dimensiones frecuentemente utilizadas para definir las ideas políticas: 1) el rol del Estado en la vida privada, 2) las relaciones económicas, y 3) el orden público. Este análisis permite trazar un panorama amplio sobre las posturas predominantes en la sociedad, identificando tendencias y patrones de creencias. Las comparaciones entre los resultados de la ola 2023 y la ola 2024 permiten iniciar un estudio sobre patrones de cambio y continuidad en las preferencias sociales.

Se muestran, luego, resultados y hallazgos en torno a las identidades partidarias argentinas, vinculando las creencias sociales con las preferencias políticas que se expresaron en las elecciones presidenciales de 2023. Para este propósito, se utilizó la variable «Identidad Partidaria», derivada de la pregunta: «¿Con qué partido o espacio político simpatiza o se siente más identificado?». Las categorías utilizadas incluyen: Peronismo, que abarca las identificaciones con el Kirchnerismo, el Partido Justicialista (PJ) o el Peronismo en general; Libertarios, representados por La Libertad Avanza (LLA); y Cambiemitas, que integran tanto a la Unión Cívica Radical (UCR) como a Propuesta Republicana (PRO). Además, se contemplaron las categorías de Otros partidos, Ninguno y No sabe/No contesta.

El análisis de las identidades partidarias se centró en las tres primeras categorías, que representan los principales bloques políticos en el contexto de polarización actual, mientras que las demás categorías fueron excluidas por la insuficiencia de casos para realizar una interpretación robusta. El objetivo de este segundo nivel de análisis fue explorar la convergencia y las distancias ideológicas en las creencias según la afinidad política, identificando puntos de encuentro o discrepancia entre los principales espacios partidarios. Esta aproximación dual permite articular una visión comprehensiva de las creencias sociales en la Argentina contemporánea, tanto a nivel global como en función de las identidades políticas que estructuran el panorama electoral.

---

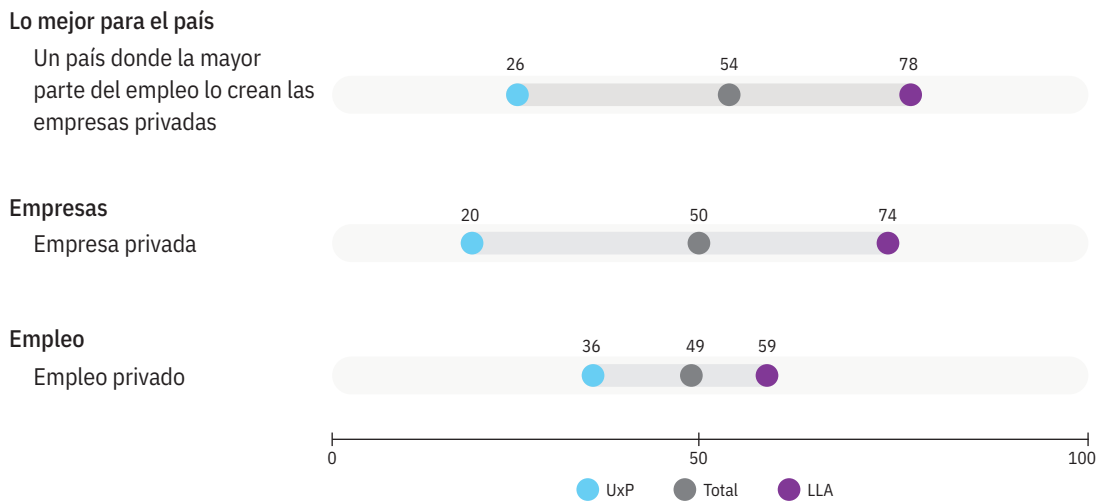
4. Precisiones adicionales de la muestra en el siguiente link: [https://pulsar.uba.ar/wp-content/uploads/2024/09/Web-Informe-3-Estado-mercado-y-libertad-en-la-Argentina-Creencias-Sociales2024-Pulsar.UBA\\_.pdf](https://pulsar.uba.ar/wp-content/uploads/2024/09/Web-Informe-3-Estado-mercado-y-libertad-en-la-Argentina-Creencias-Sociales2024-Pulsar.UBA_.pdf)

## 2.1. Tensiones en torno al rol del Estado y el sector privado

Primero, evaluaremos la relación que los argentinos perciben entre el Estado y el sector privado en relación a la creación de empleo y la regulación de los servicios públicos. Luego analizaremos la percepción sobre el gasto estatal. Esta doble perspectiva permitirá ofrecer una visión más clara de la representación que los argentinos tienen sobre el Estado y del rol que esperan que tenga en la vida económica y social del país.

El Gráfico 2 revela que el 54% de los argentinos considera que las empresas privadas deberían ser las principales generadoras de empleo. Estas posturas varían significativamente según la afinidad política: entre los votantes de Javier Milei (LLA), una amplia mayoría, 78%, apoya que las empresas privadas lideren la creación de empleo, en contraste con solo el 26% de los votantes de Unión por la Patria (UxP). Esta brecha refleja las tensiones ideológicas sobre el papel del sector privado como motor económico y el Estado como garante. Además, 75% de los votantes de LLA confía más en una empresa privada que en una pública, frente al 20% de los votantes de UxP. Una distribución similar, asimétrica, se puede observar en la preferencia laboral.

**Gráfico 2. Visiones sobre lo público y lo privado. Total y por voto *ballotage* 2023.**



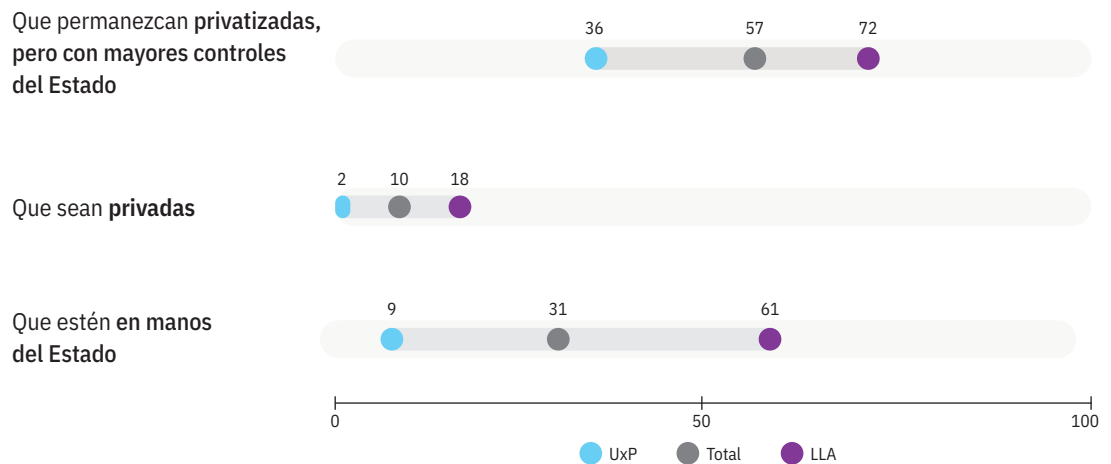
Fuente: Encuesta Creencias Sociales 2024, Pulsar.

La notable preferencia por las empresas privadas entre los votantes libertarios valida la narrativa promovida por LLA durante la campaña presidencial. Por otro lado, la proporción de votantes peronistas que apoyan al sector privado, aunque minoritaria, desafía la idea de un electorado completamente homogéneo. Estos datos sugieren que las visiones sobre el empleo están influenciadas por el discurso político, pero no eliminan por completo la diversidad dentro de los bloques partidarios.

El Gráfico 3 refleja la opinión de los argentinos sobre las empresas de servicios públicos. La mayoría de los encuestados (57%) considera que las empresas de servicios públicos deberían permanecer privatizadas, pero bajo un mayor control estatal. Este consenso general, sin embargo, se desagrega según afinidad política. Entre los votantes de LLA, el 72% prefiere esta opción, mientras que solo el 36% de los votantes de UxP la respalda. Por otro lado, un 61% de los votantes de UxP cree que las empresas de servicios públicos deberían ser completamente estatales, frente a un 9% de LLA. Estas diferencias reflejan el debate en torno a las privatizaciones, frecuente en el imaginario político argentino. Los votantes libertarios, mayoritariamente, se alinean con una visión liberal clásica, mientras que los votantes de UxP muestran un apego más fuerte a la gestión estatal. Sin embargo, el acuerdo mayoritario sobre la necesidad de controles estatales sugiere que, incluso en un contexto de privatizaciones, existe una demanda transversal por regulación y supervisión.

**Gráfico 3. Visión sobre las empresas de servicios públicos. Total y por voto *ballotage* 2023.**

Con respecto a las empresas de servicios públicos, ¿qué cree usted que es mejor?

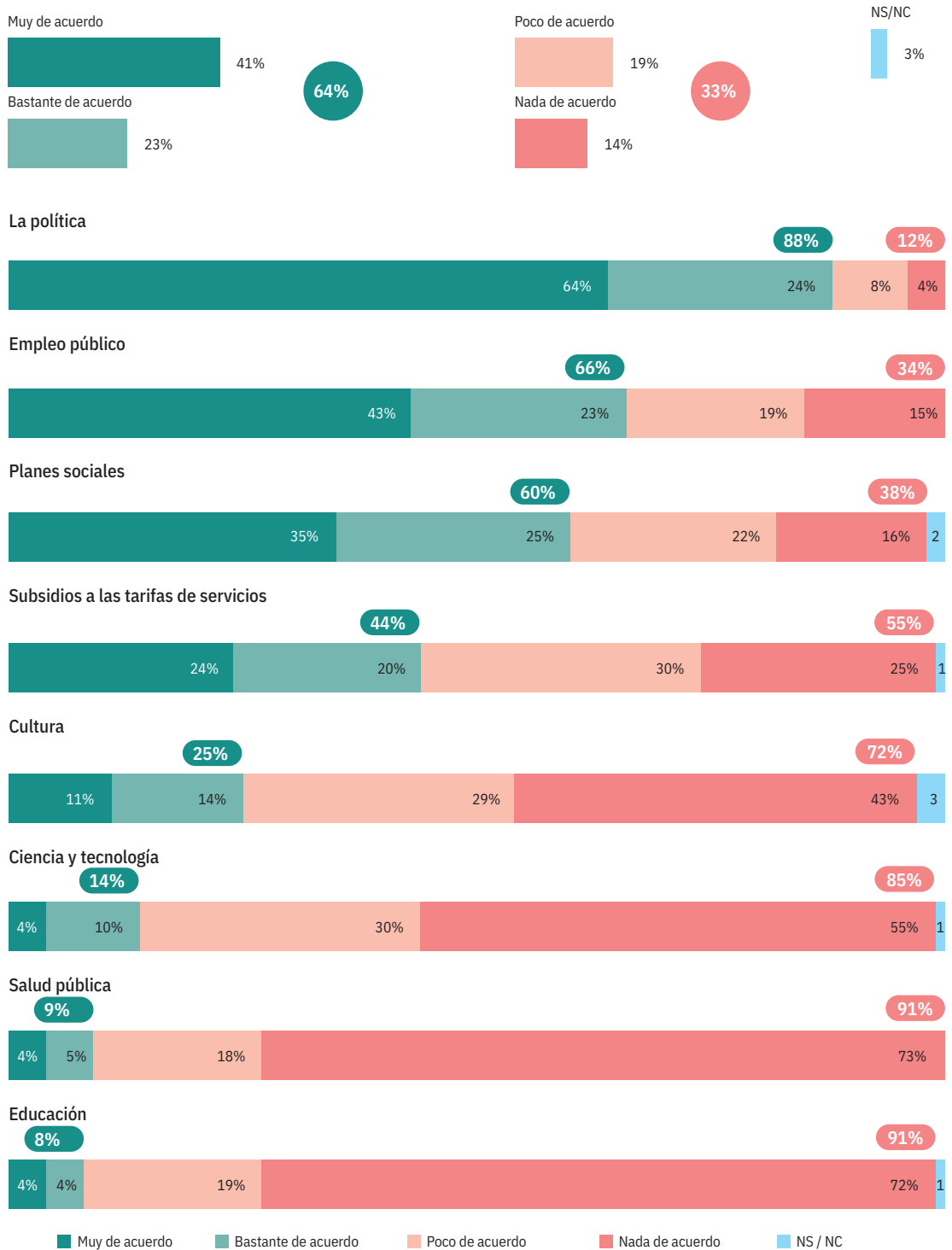


Fuente: Encuesta Creencias Sociales 2024, Pulsar.

El Gráfico 4 muestra la percepción de la sociedad argentina sobre el gasto del Estado. El 64% de los argentinos está muy o bastante de acuerdo con la idea de que el Estado gasta mucho. A partir de esta percepción, se indaga en las áreas donde la sociedad considera que debería recortarse este gasto. Existe un amplio apoyo a reducir el gasto en política (88%), empleo público (66%) y planes sociales (60%). Las opiniones están divididas respecto a recortes en las tarifas de servicios públicos pero hay fuerte oposición a recortar el gasto en cultura (72%), ciencia y tecnología (85%), salud (91%), y educación (91%). Finalmente, la Tabla 1 destaca un punto de acuerdo entre los principales sectores políticos: peronistas, libertarios y cambiemitas coinciden en apoyar una reducción del gasto en política.

**Gráfico 4. Acuerdo con gasto excesivo del Estado y reducción del gasto público en diferentes áreas. Total.**

*Algunas personas sostienen que en Argentina el Estado gasta mucho*



Fuente: Encuesta Creencias Sociales 2024, Pulsar.

**Tabla I. Acuerdo con la reducción del gasto público en política por afinidad partidaria.**

	Libertarios	Peronismo	Cambiemitas
Muy / Bastante de Acuerdo	91%	71%	94%
Poco / Nada de Acuerdo	9%	29%	6%
Total	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Creencias Sociales 2024, Pulsar.

Analizados en conjunto, estos resultados reflejan una clara tendencia: la mayoría está de acuerdo con la reducción del gasto en la política, incluso por encima de ciertas diferencias partidarias. A pesar de ser una consigna fuertemente identificada con el universo libertario, no se ven diferencias entre estos electores y el resto del universo electoral. Asimismo, es evidente que hay una mirada fuertemente crítica sobre la acción política y una emergencia del rol del sector privado, pero todavía hay áreas como la educación y la salud donde la acción pública se sigue esperando. Las preferencias arman un rompecabezas valorativo donde, lejos de demonizar todas las dimensiones del Estado, la amplia mayoría argentina –e independientemente de su signo político– aún cree en su rol en la vida social.

La Tabla II explora cuál es el rol deseado del Estado para los argentinos y sugiere mirar en la misma dirección. Aunque los votantes peronistas coinciden en su mayoría (88%) en que el Estado debe regular la economía y ayudar a los más pobres, no ocurre lo mismo con el resto del electorado. El peronismo es el único grupo donde hay consenso claro. En Juntos por el Cambio (JxC), las opiniones están divididas y, sorprendentemente, dos tercios (el 57%) comparte posturas más cercanas al peronismo que a los libertarios. Por otro lado, entre los libertarios, las opiniones están incluso más repartidas: el 42% cree que el Estado debería regular la economía, mientras que el 47% piensa que solo debe centrarse en la seguridad y la justicia, sin que ninguna postura se imponga claramente. En resumen, los resultados no expresan una fuerte alineación partidaria entre los electores propios –ni libertarios ni cambiemitas– con el discurso oficialista de reducción del Estado a funciones mínimas.

**Tabla II. Rol deseado del Estado por afinidad partidaria.**

	Total	Libertarios	Peronismo	Cambiemitas
El Estado debe regular la economía y ayudar a los más pobres	67%	42%	88%	57%
El Estado debería dedicarse exclusivamente a la seguridad y la justicia, sin intervenir en la economía ni en temas sociales	26%	47%	7%	31%
NS/NC	7%	11%	5%	12%
Total	100%	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Creencias Sociales 2024, Pulsar.

## 2.2. Seguridad y orden público: ¿más cohesión que división?

El consenso en torno a qué Estado quiere la sociedad argentina también implica un consenso sobre cómo resolver los conflictos, qué niveles de intervención y qué grados de coacción se utilizan para resolver las tensiones del orden público. Qué Estado queremos implica discutir la cantidad de fuerza física que le permitimos aplicar para resolver el conflicto entre individuos y entre distintos grupos sociales.

La discusión en torno al orden público y la seguridad ocupa un rol predominante en la sociedad argentina durante el siglo XXI. Si bien es un tema que comenzó a emerger en las preocupaciones públicas a fines de los 90, fue luego de la crisis del 2001 donde el tema adquirió una primacía clara en la agenda pública, desplazando paulatinamente a los temas económicos. Las preferencias de los ciudadanos en este ámbito reflejan posturas complejas, en las que se entrelazan las posiciones frente a la seguridad personal, los derechos civiles, las fuerzas de seguridad y el combate al narcotráfico. En los últimos dos años el tema tuvo una notable presencia en la agenda electoral, hasta el punto de que se ha discutido la libre portación de armas y la utilización de las Fuerzas Armadas para preservar la seguridad interior. A propósito del debate generado en la agenda electoral, resulta interesante analizar las percepciones sociales en torno a cuál cree la sociedad que debe ser la posición que tome el Estado sobre el orden público. Existen temas de debate público que cuentan con capitales desiguales. La aplicación de la fuerza pública es uno de ellos y es porque existen diferentes sensibilidades en torno a la aplicación de la fuerza<sup>5</sup>.

Para ordenar las preferencias sociales armamos una clasificación que asume un continuo de posiciones sobre el rol del Estado en el ejercicio de la fuerza pública<sup>6</sup>. En un polo, se sitúan aquellas posiciones que consideran que las leyes vigentes y las actuales facultades de las fuerzas de seguridad son suficientes para brindar orden público. Esta posición reduce la cantidad de veces en las que debe ser aplicada la coacción física y la fuerza pública. En el otro extremo, se sitúan aquellos otros que consideran que la aplicación de la ley actual no es suficiente, sino que es necesario aumentar las facultades de las fuerzas de seguridad, incrementar las penas y redefinir los márgenes de acción del Estado en la sociedad. Ese polo hace del establecimiento del orden un tema central a menudo por encima del establecimiento del contrato original.

---

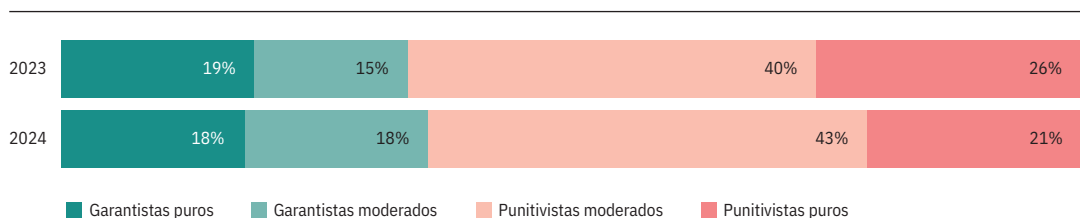
5. Como sostiene Sheldon Wolin (1993: 238): «el impacto psicológico del poder se suaviza y despersonaliza si se lo presenta como agente de un bien objetivo (...). Que la aplicación de la violencia sea considerada anormal representa una significativa adquisición de la tradición política occidental, pero si se la acepta con demasiada naturalidad, puede llevar a descuidar el hecho primordial de que el núcleo esencial del poder es la violencia, y que ejercer el poder suele ser aplicar violencia sobre la persona o posesiones de alguien».

6. Este perfil está construido sobre la base de cinco variables del nivel de acuerdo con: «Para luchar contra la inseguridad es necesario aumentar las penas»; «La policía tiene que tener o no tiene que tener más poder para luchar contra el delito»; «Es necesario perder algunas libertades y derechos para combatir al narcotráfico»; «Los militares tienen que actuar para ayudar a combatir el narcotráfico»; y «Cualquier persona pueda portar legalmente un arma». Las consideraciones respecto a la metodología del agrupamiento y sus ventajas son las mismas que las manifestadas previamente.

A fin de comprender un poco mejor las posiciones dentro del continuo, resulta ilustrativo caracterizar cada espacio. Los *garantistas puros*, en la posición a la izquierda del continuo incluyen a aquellos individuos que priorizan la protección de los derechos civiles sobre la intervención de las fuerzas del orden. Consideran que es posible abordar la inseguridad sin comprometer en gran medida libertades individuales ni aumentar las penas. La categoría *garantistas moderados* engloba a aquellos individuos que buscan cuidar los derechos civiles y las garantías individuales sin descuidar la lucha contra la inseguridad. Están divididos en mitades respecto a si la policía debería tener más poder, las FFAA combatir el narcotráfico o aumentar las penas a los delitos. Rechazan fuertemente la pena de muerte y la portación de armas. El tercer grupo de esta categorización, los *punitivistas moderados*, incluye a aquellos individuos que están a favor del aumento de las penas, un mayor poder de la policía y la intervención de las FFAA en el orden interno. En contraste, el 60% rechaza la pena de muerte, la portación de armas y cree que deben preservarse las libertades y garantías aún si eso dificulta el combate del narcotráfico. El cuarto grupo, llamado *punitivistas puros*, engloba a quienes abogan por medidas estrictas para combatir la inseguridad, como el aumento de penas, el despliegue de militares en el combate contra el narcotráfico y el fortalecimiento de los poderes policiales. El 85% cree que es necesario perder algunas libertades y derechos para combatir al narcotráfico. El 40% de ellos apoya la libre portación de armas y el 54% la pena de muerte.

El Gráfico 5 muestra cómo se distribuyen las posturas frente al orden público en las cuatro categorías mencionadas. En ambas mediciones, 2023 y 2024, la mayor parte de la población se posiciona en el grupo de los punitivistas moderados (40% y 43%, respectivamente), quienes respaldan medidas como el aumento de penas o la intervención militar en el narcotráfico, pero rechazan la pena de muerte y la libre portación de armas. La estabilidad de estas proporciones destaca un consenso sostenido sobre la necesidad de un Estado activo en seguridad, aunque con límites claros en términos de derechos y libertades civiles. Por ejemplo, el 85% de los encuestados en 2024 sigue rechazando la libre portación de armas, incluso entre los segmentos más punitivistas. Este dato sugiere que, aunque las demandas por de seguridad son transversales, la legitimidad del Estado como único actor con capacidad coercitiva sigue siendo ampliamente aceptada.

**Gráfico 5. Posiciones frente al orden público 2023-2024.**

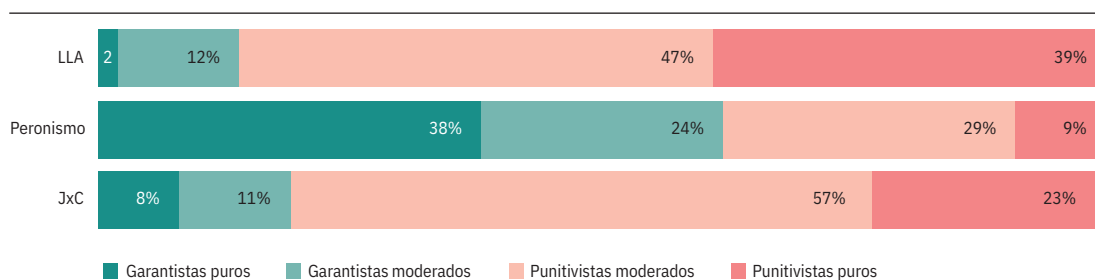


Fuente: Encuesta Creencias Sociales 2024, Pulsar.

El Gráfico 6 presenta las posiciones frente al orden público cruzado por la afinidad partidaria. Los resultados muestran una composición heterogé-

nea de los diferentes segmentos políticos en relación a sus posturas sobre el orden público. Usualmente circula entre el análisis sociopolítico un pre-concepto acerca de que las demandas de mayor seguridad suelen provenir de votantes de expresiones de derecha-centro o derecha. La evidencia no es concluyente. Inclusive entre los segmentos identificados con el peronismo existe un 38% que expresa actitudes punitivistas.

**Gráfico 6. Posiciones frente al orden público por afinidad partidaria.**



Fuente: Encuesta Creencias Sociales 2024, Pulsar.

Para ilustrar un poco mejor el punto, podemos poner la lupa en el nivel de acuerdo con la propuesta de bajar la edad de imputabilidad a 14 años. La Tabla III muestra una mayoría de acuerdo con la propuesta, con gran respaldo entre los libertarios (87%) y los votantes de Juntos por el Cambio (83%), aunque también el 42% de los votantes peronistas está muy o bastante de acuerdo. Podemos extraer dos conclusiones de estos resultados. Primera, el punitivismo es uno de los pocos temas en los que convergen las opiniones de los votantes oficialistas. Segunda, aunque el apoyo entre los libertarios y cambiemitas duplica al de los peronistas, el 42% de acuerdo en el peronismo es destacable: casi la mitad respalda una demanda comúnmente asociada con el espacio opositor. En otros temas de esta misma agenda, se encuentran altos niveles de acuerdo, como ocurre con la libre portación de armas. No solo la posición mayoritaria es contraria a la libre portación (87% de los argentinos está poco o nada de acuerdo), al mirar los resultados por segmento político se registra una alta convergencia, incluso por encima de las identidades políticas.

**Tabla III. Acuerdo con la libre portación de armas-total, por segmentos sociodemográficos y por voto *ballotage* 2023.**

	Total	Libertarios	Cambiemitas	Peronismo
Bajar la edad de imputabilidad	69	87	83	42
Cualquier persona pueda portar legalmente un arma	11	23	10	5

Fuente: Encuesta Creencias Sociales 2024, Pulsar.



En conclusión, los resultados de la encuesta revelan que, en temas de orden público, es más frecuente encontrar consensos que polarización. De la mano de la transversalidad en la demanda de mayor seguridad y severidad en las penas, encontramos otro importante hallazgo. A pesar de la revalorización del punitivismo, aparecen límites en el uso de la fuerza. El rechazo generalizado a la posesión de armas por parte de actores privados subraya una preferencia por mantener el monopolio de la fuerza en manos del Estado, lo cual refuerza la idea de que la sociedad argentina sigue valorando el rol del Estado como garante de la seguridad. Si ya sabemos que solo un necio confunde precio con valor, también debiera aplicarse a quien confunde fuerza con poder. Darle al Estado más poder, no es lo mismo que darle al individuo la fuerza<sup>7</sup>. Estos resultados confirman la vigencia de un consenso social en torno a la legitimidad del Estado para gestionar el orden público.

### 2.3. Derechos y libertades. O sobre los límites del Estado

Si las secciones anteriores nos ofrecen una visión del papel del Estado en la economía y la seguridad, un análisis más completo también debe incluir cómo percibimos su rol en la esfera privada. En una sociedad donde los límites entre lo público y lo privado están en constante negociación, los debates sobre derechos y libertades nos muestran dónde se trazan esas fronteras y cómo estas percepciones afectan nuestra disposición a aceptar o rechazar la intervención estatal en decisiones personales. En resumen, hasta qué punto permitimos que el Estado regule las conductas privadas y, en otras palabras, qué límites definimos para decidir qué es privado —y por lo tanto fuera del alcance de la regulación estatal— y qué pertenece a la esfera pública.

En este contexto de renegociación constante entre lo público y lo privado, el Gráfico 7 reúne los niveles de acuerdo para el total de los entrevistados con algunos derechos y libertades actualmente en disputa y debate político. De mayor a menor aceptación, el 76% de los encuestados apoya la decisión de vida en situaciones médicas extremas, seguido por la adopción homoparental (67%) y el alquiler de vientre (61%). La Interrupción Voluntaria del Embarazo (IVE) tiene una mayoría mínima de acuerdo (53%), pero aún genera divisiones. Sin embargo, los límites se hacen evidentes en la discusión sobre la legalización del consumo de marihuana (60% de rechazo) y del trabajo sexual (49% de rechazo).

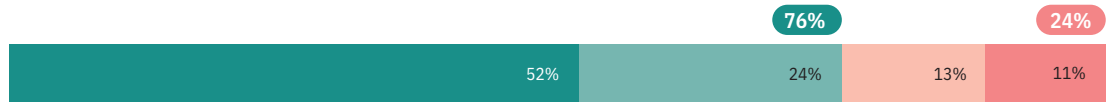
---

7. A propósito del poder y la fuerza, Giddens (1997, p. 221) sostiene «que el uso reiterado de sanciones coercitivas delata inseguridad en la base del poder (...) Lejos de constituir un índice del poder que detenta una parte, la cantidad de fuerza utilizada es más bien un indicador de la superficialidad e inestabilidad de la base del poder».

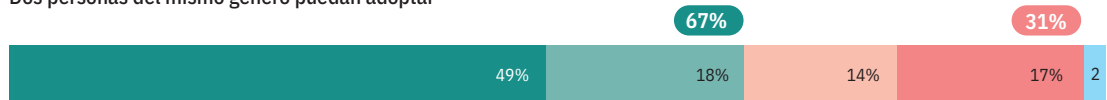
**Gráfico 7. Acuerdo con derechos y libertades. Total.**

*¿Usted está muy, bastante, poco o nada de acuerdo con...?*

Se permita a las personas tomar decisiones sobre su propia muerte en situaciones médicas extremas



Dos personas del mismo género puedan adoptar



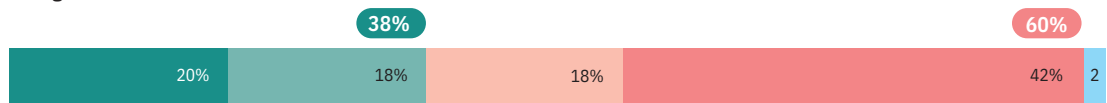
Las personas puedan alquilar vientres para tener hijos



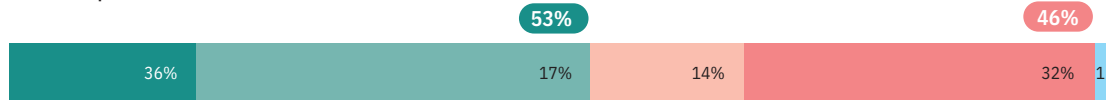
El trabajo sexual debería ser legal



Se legalice el consumo de marihuana



La Interrupción Voluntaria del Embarazo (IVE)



■ Muy de acuerdo ■ Bastante de acuerdo ■ Poco de acuerdo ■ Nada de acuerdo ■ NS / NC

Fuente: Encuesta Creencias Sociales 2024, Pulsar.

Una mirada al interior de los segmentos políticos descubre un comportamiento heterogéneo entre los segmentos que integran al electorado oficialista. La Tabla IV resume los valores sumados de «Muy de acuerdo» y «Bastante de acuerdo» para cada uno de los puntos consultados, según afinidad partidaria. Aquí queda expuesto que las posturas sobre los derechos y libertades de los segmentos libertarios y cambiemitas convergen únicamente en tres tópicos: la legalización del consumo de marihuana, la Ley de Aborto y el trabajo sexual. En los tres casos, el factor común es el rechazo, una diferenciación clara con los votantes del peronismo. Los primeros tres tópicos, no generan mayor polarización.

**Tabla IV. Acuerdo con derechos y libertades por afinidad partidaria\*.**

	Libertarios	Cambiemitas	Peronismo
Se permita tomar decisiones sobre su propia muerte en situaciones médicas extremas	73%	69%	76%
Dos personas del mismo género puedan adoptar	61%	56%	69%
Las personas puedan alquilar vientres para tener hijos	63%	48%	59%
El trabajo sexual debería ser legal	43%	41%	54%
Se legalice el consumo de marihuana	34%	18%	49%
La Interrupción Voluntaria del Embarazo (IVE)	38%	38%	61%

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Creencias Sociales 2024, Pulsar.

\*Los porcentajes corresponden al agrupado «muy de acuerdo» y «bastante de acuerdo».

## 2.4. Perfil ideológico de la sociedad: convergencias y divergencias

Estudiar el perfil ideológico de una sociedad implica considerar múltiples dimensiones y escalas. Las creencias y valores están atravesados por tensiones y conflictos que no permiten una agrupación uniforme. Diversos métodos permiten captar la complejidad y los matices del perfil ideológico de una sociedad. Todas tienen algunas ventajas y ciertas limitaciones. La forma directa sería pedir a las personas que se autclasifiquen ideológicamente en una escala del 0 al 10, donde 0 representa la izquierda y 10 la derecha. Sin embargo, este tipo de escalas presentan algunos inconvenientes. Primero, las etiquetas «izquierda» y «derecha» deben ser reconocidas y comprendidas de manera uniforme por todos. Además, es necesario que todos compartan la misma visión sobre lo que significan estos términos y que tengan la capacidad de distinguir los matices entre los extremos de la escala. Otra opción sería presentar etiquetas nominales, como liberal, socialdemócrata, conservador, libertario o socialista, y pedir a las personas que se identifiquen con una de ellas. Este enfoque enfrenta el mismo problema de interpretación uniforme, ya que la imagen que cada persona tiene de estos conceptos puede variar. Y es problemático encontrar un repertorio de etiquetas que sean exhaustivas y excluyentes.

Desde los trabajos pioneros de Free y Cantril (1967), seguidos por Page y Shapiro (1992) y Stimson (2004), se distingue entre dos dimensiones en el estudio de la ideología política: la simbólica y la operacional. La simbólica se refiere a categorías abstractas y etiquetas generales, tales como identificarse con la izquierda o la derecha, mientras que la operacional se centra en opiniones concretas sobre temas específicos que pueden clasificarse, a posteriori, como de izquierda o derecha de acuerdo a una definición dada. Jost, Federico y Napier (2009) sostienen que «una de las preguntas recurrentes planteadas por los psicólogos sociales y políticos se refiere a la estructura de la ideología, es decir, la forma y el grado en que las actitudes políticas están organizadas cognitivamente y sistemáticamente de acuerdo con una o más dimensiones de preferencia o juicio». Por esa razón es importante subrayar que estas dos dimensiones remarcadas, la operacional y la simbólica, no siempre coinciden entre los ciudadanos. Los estudios citados han encontrado eviden-

cias mixtas y combinaciones del estilo «progresistas simbólicos» pero «conservadores operacionales».

Para este estudio utilizamos un camino operacional. El agrupamiento proyectivo es una técnica que permite identificar y clasificar a las personas en grupos con creencias políticas y económicas similares. Para lograr esto, se utilizan diferentes variables que nos permiten entender las opiniones y posturas de las personas<sup>8</sup>, esto es, combinar diferentes atributos para formar dimensiones únicas. A través de este enfoque, se seleccionaron una serie de preguntas clave relacionadas con temas como el rol del Estado en la economía, las políticas de derechos individuales, y las visiones sobre el orden público.

Esta clasificación se basa en una serie de preguntas sobre las posiciones de las personas respecto a la intervención del Estado en la vida privada y económica<sup>9</sup>. A través de este agrupamiento proyectivo, buscamos modelizar y comprender de manera más precisa cuáles son las posiciones ideológicas de la sociedad argentina. No solo cuenta con ventajas, analíticas sino también metodológicas. La ventaja de construir indicadores múltiples es que refuerzan la estabilidad de las preferencias.

El proceso comenzó con la identificación de variables clave que estructuran las creencias ideológicas en dos ejes fundamentales:

1. Eje Económico: evalúa la preferencia entre un rol más activo del Estado en la regulación económica y la provisión de servicios *versus* una mayor centralidad del sector privado. Las preguntas en esta dimensión incluyen ítems sobre la privatización de servicios públicos, el gasto estatal, y la confianza en las empresas privadas frente a las públicas.
2. Eje Moral: evalúa las posiciones sobre la intervención del Estado en la vida privada y las decisiones individuales. Este eje incluye preguntas sobre temas como la legalización de la marihuana, la eutanasia, el matrimonio igualitario y la legalización del trabajo sexual. Estos temas permiten comprender hasta qué punto los encuestados creen que el Estado debería regular o intervenir en aspectos personales y sociales.

Cada eje fue alimentado por una serie de variables y preguntas, y a partir de estas se utilizó un método de análisis de conglomerados. Esta técnica estadística agrupa a los encuestados en distintos perfiles de acuerdo con las similitudes en sus respuestas. Los conglomerados generados no son necesariamente lineales o simples, sino que reflejan la complejidad de los sistemas de creencias, combinando elementos de diferentes ideologías en función de las respuestas.

Una de las principales ventajas de este método es que permite captar una mayor pluralidad en las opiniones de los encuestados. En lugar de limitarse

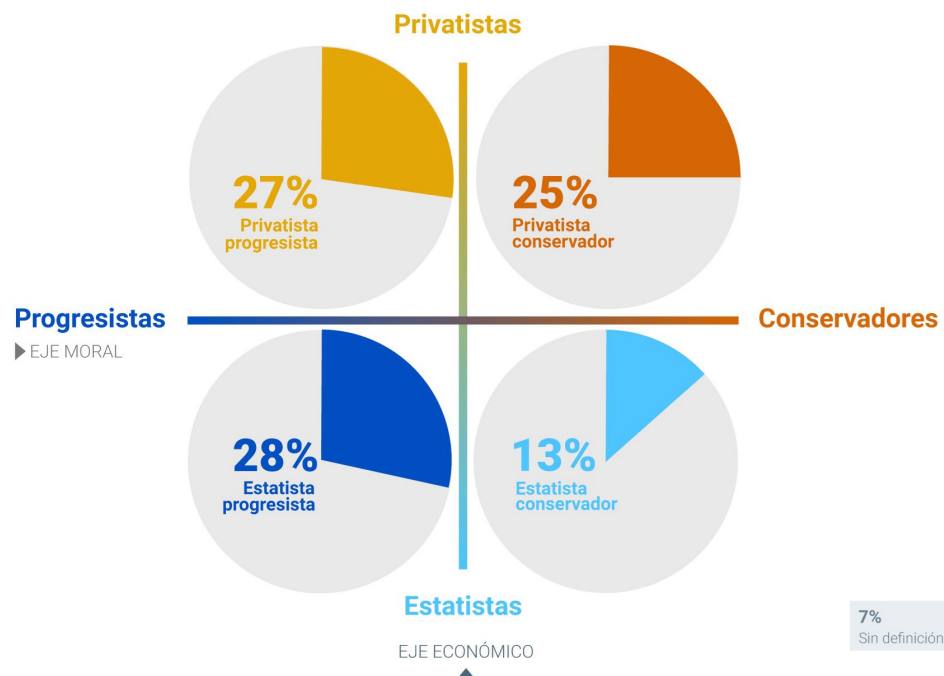
---

8. El enfoque que usamos a continuación consiste en construir una tipología que combina diferentes atributos para formar dimensiones únicas. En el eje horizontal se combinan 6 variables sobre el rol del estado en la vida privada y el eje vertical reúne seis variables respecto al rol del Estado en la esfera económica.

9. Se utilizaron ocho preguntas para el eje horizontal y ocho preguntas para el eje vertical.

a clasificaciones binarias o unidimensionales, el agrupamiento proyectivo identifica combinaciones complejas de creencias, reflejando la realidad más matizada de la sociedad argentina. Esto es especialmente útil en un contexto donde las identidades políticas y las creencias ideológicas no siempre están alineadas con las divisiones partidarias tradicionales. Otra ventaja es la estabilidad y la robustez del análisis. Al utilizar múltiples preguntas para medir cada eje se garantiza que los perfiles resultantes no estén sujetos a las variaciones que podrían presentarse al utilizar una sola pregunta o un único tema. El uso de múltiples variables genera una mayor estabilidad en los perfiles identificados y proporciona un análisis más detallado de las posiciones ideológicas de la sociedad (Ansolabehere, Rodden y Snyder, 2008).

Gráfico 8. Perfiles ideológicos de la sociedad argentina.



Fuente: Encuesta Creencias Sociales 2024, Pulsar.

El Gráfico 8 presenta la distribución de la sociedad argentina entre las diferentes dimensiones. En el eje vertical (económico) superior se ubican los *privatistas*, quienes prefieren que el Estado tenga un rol replegado en la vida económica o, a la inversa, que el sector privado tenga mayor centralidad en las relaciones económicas de la vida social. En el extremo inferior del eje vertical se agrupan aquellos que consideran que el Estado o el sector público deben tener un rol preponderante en determinadas relaciones económicas, a quienes denominamos *estatistas*. El eje horizontal (moral) se relaciona con la dimensión liberal clásica. Este continuo evalúa la posición sobre la intervención del Estado en la vida privada de las personas. En el extremo izquierdo del eje horizontal se ubican los *progresistas*, aquellos que consideran que el

Estado no debe regular las conductas individuales y debe abstenerse de intervenir en la vida privada de los ciudadanos. Por otro lado, en el extremo derecho están aquellos que creen que el Estado debe regular algunas conductas individuales para preservar el orden social, catalogados como *conservadores*.

Para comprender un poco mejor los perfiles, tal vez sea útil entender qué les une. En el eje económico, los *estadistas* valoran el rol del Estado en la economía y en la provisión de servicios públicos. Prefieren un país donde el Estado tenga una participación activa en la generación de empleo y creen que las empresas públicas son más confiables en comparación con las privadas. En cuanto a la propiedad de los servicios públicos, optan por mantenerlos en manos del Estado. Además, estos encuestados tienden a ser más reticentes a apoyar reformas laborales que reduzcan la protección de los trabajadores. Por el contrario, los *privatistas* prefieren un país donde la mayor parte del empleo lo creen las empresas privadas, muestran una gran confianza en las empresas privadas (76%) sobre las públicas y prefieren que los servicios públicos estén en manos del estado. Si tuvieran que elegir entre un empleo público y uno privado, la amplia mayoría se iría al privado (86%). Son los que más están de acuerdo con que el Estado gasta mucho y con una eventual reforma laboral. El perfilado de la sociedad argentina expone la preferencia por las posturas privatistas (52% entre privatistas progresistas y conservadores) respecto al rol deseado del Estado en la economía.

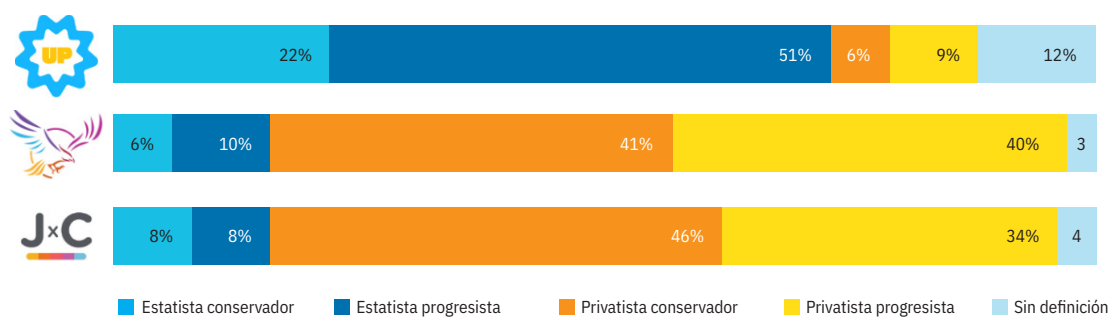
En cuanto al eje moral, los *progresistas* están muy de acuerdo con el matrimonio entre personas del mismo sexo, la interrupción voluntaria del embarazo, el alquiler de vientres y la potestad de tomar decisiones sobre la propia muerte en casos extremos. En un segundo nivel y con menor intensidad, están moderadamente de acuerdo con la legalización del trabajo sexual. Hay varios temas que dividen al progresismo; como el uso del lenguaje inclusivo y la legalización del consumo de marihuana, la presencia de los militares en el combate del narcotráfico y el rol de los sindicatos. En el otro extremo del eje, los *conservadores* están de forma sustantiva en contra de la legalización del aborto, del consumo de marihuana, el trabajo sexual o el uso del lenguaje inclusivo. En segundo término, están algo en desacuerdo con el alquiler de vientres, con que las personas del mismo sexo se puedan casar y tienen opiniones divididas respecto a la decisión sobre la propia vida en situaciones médicas extremas.

El Gráfico 9 muestra la misma distribución de perfiles ideológicos para cada segmento político. Los resultados evidencian que las afinidades partidarias no determinan una alineación ideológica uniforme entre los votantes. Por ejemplo, entre los electores identificados con La Libertad Avanza (LLA), predomina el perfil privatista conservador, pero también se encuentran votantes con posiciones estadistas progresistas, lo que desafía la idea de homogeneidad ideológica dentro de este espacio político. Del mismo modo, el electorado de Unión por la Patria (UxP) exhibe una mayoría de estadistas progresistas, pero incluye una proporción relevante de estadistas conservadores, especialmente en temas relacionados con derechos individuales.

Este mosaico ideológico sugiere que, aunque las etiquetas partidarias agrupan afinidades generales, las creencias sociales subyacentes son más diversas y, en muchos casos, contradictorias. Este hallazgo refuerza la idea

de que las identidades partidarias en Argentina están mediadas por factores contextuales, como el liderazgo político y los debates coyunturales, más que por alineamientos ideológicos estrictos. Así, los resultados ponen de manifiesto que la pluralidad de valores y posturas atraviesa incluso a los principales bloques electorales, desafiando las categorías tradicionales de izquierda y derecha.

**Gráfico 9. Perfiles ideológicos por afinidad política.**



Fuente: Encuesta Creencias Sociales 2024, Pulsar.

## 2.5. Más allá de la polarización: estudiando las creencias sociales en Argentina

Nos propusimos responder dos interrogantes. El primero, ¿la sociedad argentina presenta una estructura bipolar en sus posturas, valores y demandas sociales? La respuesta es negativa. No encontramos una estructura bipolar, sino un mármol de combinaciones ideológicas. Un complejo mosaico de valores y creencias que desafía las categorizaciones tradicionales y ofrece una visión más matizada de las creencias sociales argentinas. Los diferentes partidos representan una multiplicidad de ideas, a veces con mayor consistencia interna, pero nunca de forma homogénea. A pesar de una narrativa dominante de polarización, los datos muestran que las creencias sobre el rol del Estado y la seguridad, por ejemplo, atraviesan los segmentos partidarios.

Por otro lado, los votantes no son un fiel reflejo de las posturas ideológicas que expresan sus partidos o dirigentes sino que, a menudo, adoptan posiciones que difieren de las líneas partidarias oficiales. En todos los partidos, desde los más tradicionales hasta los emergentes, encontramos una variedad de posiciones sobre temas económicos, sociales y culturales. Esta diversidad refleja que los electorados no son bloques monolíticos, sino conjuntos heterogéneos de personas que pueden compartir ciertas afinidades generales, pero divergen en varias cuestiones específicas. Existen algunas preferencias que son efectivamente transversales (orden público), algunas que son mayoritarias (Estado-privado) y otras que refuerzan nichos (libertades individuales).

A menudo existe una percepción generalizada de que, al votar por el peronismo, una persona «es» peronista, o al votar por Juntos por el Cambio, «es» cambiemita. Esta visión implica que la decisión de voto representa la

totalidad de la identidad política del individuo y define sus ideas sobre la vida social, como si estas personas comprendieran y compartieran todas las posiciones de esos partidos. Afortunadamente, los datos refutan la concepción de los votantes de un partido como un contingente ideológico monolítico, compacto y sin variaciones<sup>10</sup>. La inclinación a interpretar el comportamiento electoral solo mediante teorías ideológicas suele llevar a generalizaciones excesivas que, en última instancia, no permiten realizar análisis acertados. Los resultados refuerzan la idea de que los enfoques binarios son insuficientes para capturar la complejidad de las creencias sociales. La narrativa polarizante impulsada por los actores políticos no siempre refleja las creencias sociales subyacentes. Esto sugiere que las estrategias de campaña podrían estar desconectadas de las preferencias reales de los votantes, abriendo espacio para explorar nuevas dinámicas electorales. En todo caso, el esfuerzo consiste en encontrar qué polariza y que no lo hace.

Por eso parece más útil hablar de polarizaciones en plural. Es importante tener en cuenta que las personas desarrollan múltiples identidades grupales. Estas posiciones pueden activarse en momentos concretos, ya sea por vivencias privadas o por sucesos públicos, y abarcar diferentes aspectos personales, culturales o políticos. En tal caso, es necesario comprender que coexisten preferencias diversas con diferentes intensidades.

La segunda pregunta, ¿es posible considerar a los segmentos electorales que acompañaron a cada espacio como grupos homogéneos en sus creencias, ideas y posicionamientos sociales? Nuevamente, la respuesta es negativa. Dentro del electorado oficialista, se advierten convergencias en torno al rol deseado del Estado en el orden público (demanda de mayores penas) y en las miradas sobre los derechos y libertades personales (posturas más conservadoras), pero también se registran divergencias en las posturas sobre diversos temas como la libre portación de armas o el alquiler de vientre.

Las identidades políticas no se estructuran en bloques homogéneos, sino que se configuran a través de una amplia variedad de valores y creencias que varían en intensidad y alcance. Este mosaico de posiciones, lejos de ser estático, está en constante transformación, respondiendo a las circunstancias sociales y políticas del momento. Por ello, comprender las creencias sociales argentinas requiere de un enfoque que capture esta pluralidad y las transiciones en sus valores y posiciones sociales.

---

10. Esto confirma lo señalado por autores como Mainwaring y Scully (1995) sobre la tendencia en América Latina hacia sistemas políticos fragmentados, donde las identidades partidarias no siempre reflejan alineamientos ideológicos claros.



## Referencias bibliográficas

- Abramowitz, A. I. y Saunders, K. L. (2008): «Is Polarization a Myth?». *The Journal of Politics*, 70(2): 542-55. DOI: 10.1017/s0022381608080493. (Último acceso: 28 de noviembre de 2024).
- Ansolabehere, S.; Rodden, J. y Snyder, J. M. Jr. (2008): «The strength of issues: Using multiple measures to gauge preference stability, ideological constraint, and issue voting». *American Political Science Review*, 102(2): 215-232.
- Carballo, M. (1987): *¿Qué pensamos los argentinos?*. Buenos Aires: El Cronista Comercial.
- Cannata, J. P.; Reina, A. y Reina, M. (2021): *Discurso social sobre empleo público y privado en Argentina*. Informe Num 4. Serie: CECAP. Universidad Austral.
- Catterberg, E. (1989): *Los argentinos frente a la política. Cultura política y opinión pública en la transición argentina a la democracia*. Buenos Aires: Ed. Planeta.
- Crespo Martínez, I.; Garrido Rubia, A.; Martínez Rodríguez, M. A. y Mora Rodríguez, A. (2021): «Polarización afectiva, partidismo negativo y brecha perceptiva. Una aproximación teórica». *Revista Más Poder Local*, (45): 7-20. Recuperado de: <https://www.maspoderlocal.com/index.php/mpl/article/view/polarizacion-afectiva-aproximacion-teorica-mpl45>
- Dirección Nacional Electoral, Ministerio del Interior de la República Argentina (2024): <https://resultados.mininterior.gob.ar/>. (Último acceso: 10 de octubre de 2024).
- Durkheim, E. (2008): *Las formas elementales de la vida religiosa*. Buenos Aires: Editorial Gorla.
- Fiorina, M. (2011): *Culture War? The myth of a polarized America*. New York: Pearson.
- Franzé, J. y Melo, J. (2022): «Cuando la frontera pasa por el centro: crítica del discurso consensualista sobre la polarización». *Revista Más Poder Local*, (49): 78-96. Recuperado de: <https://www.maspoderlocal.com/index.php/mpl/article/view/114>
- Free, L. A. y Cantril, H. (1967): *Political Beliefs of Americans: A Study of Public Opinion*. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press.
- Giddens, A. y Turner, J. (1997): *La teoría social, hoy*. Madrid: Alianza Editorial.
- Giddens, A. (1994): *El capitalismo y la moderna teoría social*. Barcelona: Labor.
- Grandi, L.; Mora y Araujo, M. (2015): «La visión del poder: un enfoque de segmentación actitudinal. Los cambios en la opinión pública argentina, 1984-2004». 1er Congreso Argentino de Investigadores de Mercado y Opinión, SAIMO, abril de 2005.
- Habermas, J. (2014): *Teoría de la acción comunicativa*. Barcelona: Cátedra.
- Hersh, E. (2015): *Hacking the Electorate: How Campaigns Perceive Voters*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Inglehart, R. (1999): *El cambio cultural en las sociedades industriales avanzadas*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).
- Jenkins, R. (2003): «Rethinking Ethnicity: Identity, Categorization and Power». En J. Stone: *Race and ethnicity: comparative and theoretical approaches*. Massachusetts: Blackwell, pp. 59-71.
- Jost, J. T.; Federico, C. M. y Napier, J. L. (2009): «Political Ideology: Its Structure, Functions, and Elective Affinities». *Annual Review of Psychology*, 60(1): 307-337. DOI: 10.1146/annurev.psych.60.110707.163600.

- Lipset, S. M., y Rokkan, S. (1992): «Estructuras de división, sistemas de partidos y alineamientos electorales». En A. Batlle i Rubio (Coord.): *Diez textos básicos de ciencia política*. Ariel. pp. 231-273.
- McCoy, J., Rahman, T., Somer, M. (2018): «Polarization and the Global Crisis of Democracy: Common Patterns, Dynamics, and Pernicious Consequences for Democratic Polities». *American Behavioral Scientist*, 62(1): 16-42. DOI: 10.1177/0002764218759576.
- Mason, L. (2018): *Uncivil Agreement: How Politics Became Our Identity*. Chicago: University of Chicago Press.
- Mora y Araujo, M. (1991): *Ensayo y error*. Buenos Aires: Ed. Planeta.
- Mora y Araujo, M. (2007): *Voto*. Mimeo. Buenos Aires.
- Mora y Araujo, M. (2017): *La Argentina Bipolar*. Buenos Aires: Sudamericana.
- Mouffe, C. (1999): *El retorno de lo político*. Barcelona: Paidós.
- Page, B. I. y Shapiro, R. Y. (1992): *The Rational Public*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Pulsar, Universidad de Buenos Aires (2024): *Creencias Sociales 2024*. Disponible en: <https://pulsar.uba.ar/creencias-sociales/>.
- Ramírez, I., Falak, A. (2023): «Te amo, te odio: dame más. Polarización afectiva en la opinión pública argentina». *Revista SAAP*, 17(2). DOI: 10.46468/rsaap.17.2.a6.
- Reina, A. (2019): «Polarización, crisis y debates presidenciales. Notas sobre la campaña electoral argentina del 2019». *Revista Más Poder Local*, (39): 34-36.
- Reina, A. y Reina, M. (2021): «Nadando contra la corriente: Cultura política y opinión pública durante el gobierno de Cambiemos». En A. Reina (coord.): *El cambio después del cambio. Política y campañas en la Argentina (2015-2020)*. Buenos Aires: Editorial Biblos.
- Stimson, J. A. (2004): *Tides of Consent*. New York: Cambridge University Press.
- Tetlock, P. E. (1986): «A value pluralism model of ideological reasoning». *Journal of Personality and Social Psychology*, 50: 819-827.
- Torre, J. C. (1998): *El proceso político de las reformas económicas en América Latina*. Buenos Aires: Paidós.
- Weber, M. (2002): *Economía y sociedad. Esbozo de una sociología comprensiva*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.
- Wolin, S. (1998): *Política y perspectiva*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Zaller, J. (2014): *La naturaleza y los orígenes de la opinión pública*. Madrid: CIS.



©Derechos del autor o autores. Creative Commons License. Este artículo está bajo una licencia internacional Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0.  
©Copyright of the author or authors. Creative Commons License. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License.

# La polarización afectiva en España: 4 años de investigación a través de las Encuestas Nacionales de Polarización Política del CEMOP

*Affective polarization in Spain: 4 years of research through National Political Polarization Surveys conducted by CEMOP*

Esta investigación ha sido posible gracias a la financiación de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia a través de la convocatoria de ayudas a proyectos para el desarrollo de investigación científica y técnica por grupos competitivos, incluida en el Programa Regional de Fomento de la Investigación Científica y Técnica de Excelencia (Plan de Actuación 2022) de la Fundación Séneca, Agencia de Ciencia y Tecnología de la Región de Murcia. Proyecto nº 21876/PI/22.



**Alejandro Soler Contreras**  
Universidad de Murcia.  
alejandro.solerc@um.es  
ORCID: 0000-0002-2298-1992



**María Isabel López Palazón**  
Universidad de Murcia.  
mariaisabel.lopezp@um.es  
ORCID: 0009-0005-8594-4071

#### Cómo citar el artículo

Soler Contreras, Alejandro y López Palazón, María Isabel (2025): «La polarización afectiva en España: 4 años de investigación a través de las Encuestas Nacionales de Polarización Política del CEMOP». *Revista Más Poder Local*, 59: 75-101. DOI: 10.56151/maspoderlocal.270

## Resumen

Este artículo analiza la evolución de los niveles de polarización afectiva individual en España a lo largo del periodo 2021-2024. Se explora también la influencia bivariada que distintas variables relacionadas con varias de las teorías explicativas sobre la polarización afectiva ejercen sobre el fenómeno, así como la influencia de este sobre las actitudes democráticas y el distanciamiento social. Se emplean los datos de las Encuestas Nacionales de Polarización Política del Centro de Estudios Murciano de Opinión Pública y se exponen los fundamentos y objetivos de este proyecto. Asimismo, se aporta una revisión sintética de obras publicadas en los últimos años sobre polarización afectiva en España y sus hallazgos.

### Palabras clave

Polarización afectiva; España; Encuestas Nacionales de Polarización Política.

## Abstract

*This article analyses the evolution of the levels of individual affective polarisation in Spain over the period 2021-2024. It also explores the bivariate influence that different socio-demographic, political and other variables related to several of the explanatory theories on affective polarisation exert on the phenomenon, as well as its influence on democratic attitudes and social distancing. Data from the National Political Polarisation Surveys of the Centro de Estudios Murciano de Opinión Pública are employed and the rationale and objectives of this project are presented. It also provides a synthetic review of works published in recent years on affective polarisation in Spain and their findings.*

### Keywords

*Affective polarization; Spain; National Surveys of Political Polarization.*

## 1. Introducción

La polarización afectiva se ha convertido en uno de los fenómenos políticos más estudiados de los últimos años, sobre la base de niveles crecientes de animadversión y conflictividad política en las democracias occidentales. La necesidad de analizar y dar explicación a este fenómeno, así como de encontrar posibles vías que contribuyan a apaciguarlo ha favorecido la proliferación de múltiples iniciativas de estudio, tanto a nivel internacional como en España.

En este artículo, nos proponemos radiografiar la evolución de los niveles de polarización afectiva individual en España a partir de los datos de las Encuestas Nacionales de Polarización del Centro de Estudios Murciano de Opinión Pública (CEMOP), que nos permitirán analizar la evolución del fenómeno durante el periodo 2021-2024, así como explorar su relación con diversas variables aludidas por la literatura especializada y la influencia que los patrones de polarización ejercen sobre las actitudes democráticas y de distanciamiento social. Para ello, como desarrollaremos más adelante, analizaremos la evolución de los niveles medios de polarización afectiva individual en base a la fórmula propuesta por Wagner (2021) para, posteriormente, explorar la relación de distintas variables con la polarización, y de esta con las actitudes democráticas y sociales, mediante tablas de medias y pruebas bivariadas. Previamente al análisis de datos, realizamos una breve contextualización teórica sobre el concepto de la polarización afectiva y su estudio en España, donde aportamos una tabla fruto de un proceso de revisión teórica que sintetiza una selección de 22 investigaciones llevadas a cabo en los últimos años sobre polarización afectiva en España. Asimismo, se presentará y explicará el proyecto de las Encuestas Nacionales de Polarización, exponiendo sus objetivos y reflejando los principales indicadores que pueden encontrarse en ellas.

### 1.1. La polarización afectiva

La polarización afectiva es un fenómeno consistente en la creciente distancia emocional entre individuos que comparten afinidades políticas y aquellos que sostienen opiniones divergentes, manifestándose en sentimientos intensos de apego hacia el propio grupo y de aversión hacia el oponente político (Iyengar *et al.*, 2012; Mason, 2015). Trasciende, por tanto, las discrepancias ideológicas tradicionales y se fundamenta en aspectos emocionales y de identidad social, hasta ahora subestimados (Fukuyama, 2018; Shereikis, 2020), que afectan tanto al comportamiento político como a las relaciones sociales cotidianas (McCoy *et al.*, 2018). En las últimas décadas, la polarización afectiva ha cobrado relevancia, especialmente en contextos donde la identidad política se fusiona con la identidad social, generando electores altamente partidistas y hostiles hacia el exogrupo (Huddy *et al.*, 2015).

La fundamentación de este tipo de polarización se encuentra en las teorías de la identidad social (Tajfel y Turner, 1979), que sostienen que la pertenencia a un grupo social influye significativamente en la autopercepción y en la percepción de los demás. La identificación con un grupo político específico puede llevar a favorecer al endogrupo y a desvalorizar al exogrupo, alimentando prejuicios y estereotipos negativos (Tajfel, 1984; Turner, 1999).

Por tanto, la polarización afectiva no solo implica desacuerdos políticos, sino una intensa hostilidad intergrupal que puede fracturar el tejido social (Iyengar *et al.*, 2019). En este contexto, se ha suscitado un debate sobre si la polarización afectiva se origina en la radicalización ideológica o en la constitución de identidades políticas como identidades sociales (Rojo-Martínez y Crespo-Martínez, 2023). Íntimamente vinculada al papel central que ocupan la identidad social y los sentimientos partidistas se encuentra la posibilidad de sufrir un fenómeno de «falsa polarización» (Levendusky y Malhotra, 2016), fundado en una tendencia a exagerar y distorsionar las posiciones de los oponentes (concepto conocido como brecha perceptiva) (Crespo *et al.*, 2021; Yudkin *et al.*, 2019), entrando en juego la despersonalización y las evaluaciones afectivas (Clark y Winegard, 2020).

De acuerdo con Druckman y Levendusky (2019), la polarización afectiva influye no solo a los partidos políticos, sino también a los simpatizantes de estos partidos y a sus líderes políticos, e incluso a las posiciones ideológicas de los individuos, siendo estos objetos políticos frecuentemente evaluados mediante el uso del *termómetro de sentimientos* (Iyengar *et al.*, 2019), que miden el grado de rechazo/simpatía hacia ellos.

El rango de temas investigados a raíz del desarrollo de los estudios sobre polarización afectiva es amplio, abarcando desde la influencia que ejercen sobre este fenómeno la competencia política y los patrones ideológicos (Wagner, 2021), las batallas culturales (Rojo *et al.*, 2023), los periodos electorales (Rodríguez *et al.*, 2022), el consumo de medios de comunicación y redes sociales (Stroud, 2010; Levendusky, 2013; Fletcher *et al.*, 2019) o los discursos de las élites (Gervaise, 2019) hasta los efectos de la polarización afectiva sobre las actitudes democráticas (Kingzette *et al.*, 2021), las relaciones sociales (Gidron *et al.*, 2019) o el incremento de la participación electoral (Harteveld y Wagner, 2022), incluso entre ciudadanos con menor interés político. Otras investigaciones en torno a la polarización afectiva han debatido el comportamiento de esta en relación con distintas variables sociodemográficas, como la edad (Martin y Yurukoglu, 2017; Boxell *et al.*, 2020; Garrido *et al.*, 2021), el sexo (Gillion *et al.*, 2018; Ondercin y Lizotte, 2021), el nivel educativo o el contexto socioeconómico, que desempeñan un papel crucial en la forma en que los individuos se relacionan con los grupos políticos y sus posiciones ideológicas.

## 1.2. La polarización afectiva en España y su estudio

En el contexto español, la polarización afectiva ha sido objeto de creciente interés académico, habiendo sido situada como una de las democracias avanzadas con los niveles más altos de polarización afectiva (Gidron *et al.*, 2020; Reiljan, 2020; Wagner, 2021), especialmente destacables durante periodos de inestabilidad política (Orriols y León, 2021). En los últimos años, se ha observado un incremento notable en la polarización afectiva (Rojo-Martínez *et al.*, 2024), manifestándose en una división emocional creciente entre los simpatizantes de distintos partidos políticos, que cobra una relevancia particular tras la Gran Recesión y la emergencia de nuevas formaciones políticas, tales como Ciudadanos, Podemos y Vox, que desafían la estructura tradicional del sistema político, contribuyendo así a la intensificación de la polarización entre los electores (Orriols y León, 2021; Pausch, 2021). Además, acon-

tecimientos políticos recientes como la gestión de la pandemia de COVID-19 (Reiljan *et al.*, 2023) y los debates sobre la inmigración han exacerbado todavía más la polarización a través de la diferenciación en las narrativas, entrando en consideración también el posible papel de los medios de comunicación como amplificadores de tales divisiones (Crespo-Martínez *et al.*, 2024), dado que los sesgos partidistas en las noticias pueden fortalecer las animosidades existentes (Wagner, 2024).

Numerosas investigaciones señalan en el contexto español que la polarización ideológica (Hernández *et al.*, 2021; Orriols y León, 2021) y el extremismo ideológico (Torcal y Comellas, 2022) son elementos explicativos de la polarización afectiva. Por otro lado, entrando en un factor particular del contexto español, la dimensión territorial ha sido señalada como otra explicación a la polarización afectiva en España: Rojo-Martínez (2021) explora la relación entre la identidad territorial y la polarización afectiva, destacando un solapamiento entre la identidad territorial, ideológica y partidista. Las identidades territoriales extremas se asocian con posiciones ideológicas polarizadas y sentimientos de rechazo hacia los partidos de derecha. Además, en esta misma línea, Balinhas (2024) descubre que la polarización territorial percibida puede aumentar la polarización afectiva de manera independiente.

En el contexto multipartidista español, la polarización afectiva se intensifica debido a la fragmentación del electorado (Gidron *et al.*, 2020) y a la competencia entre múltiples partidos políticos (Orriols y León, 2021), propiciando el *hooliganismo* partidista y distorsionando el diálogo y la cooperación (Crespo Martínez *et al.*, 2024; Egea Medrano y Garrido Rubia, 2023) lo que puede llevar al estancamiento legislativo y la crisis de gobernanza. Esta última cuestión conecta con el estudio de efectos de la polarización sobre la sociedad, que también han sido objeto de varias investigaciones en España. Así, Torcal y Carty (2022) observaron que la polarización afectiva hacia grupos opuestos disminuye significativamente la confianza en las instituciones democráticas, lo que puede llevar a una percepción de ilegitimidad y desconfianza en el sistema político en su conjunto. Esta desconfianza no solo afecta a la imagen de las instituciones, sino que también puede traducirse en una menor participación cívica y un creciente desencanto hacia la democracia.

De manera complementaria, España ha sido también objeto de estudios de perfil sociodemográfico, que han permitido retratar a las personas con menor nivel de estudios, edad avanzada o sexo femenino (Mayordomo, 2021; Clavero-Mira *et al.*, 2021), como más polarizados afectivamente.

En la Tabla I se pone a disposición del lector una recopilación de 22 investigaciones realizadas sobre polarización afectiva en el contexto español. Si bien no está realizada con un propósito exhaustivo (pues existen muchas más), contribuye a facilitar al investigador una panorámica de distintos temas analizados dentro de este campo de estudio, así como a reflejar de forma sintética distintos hallazgos fruto de los esfuerzos de investigación de distintos estudiosos y proyectos.

Tabla I. Selección de investigaciones sobre polarización afectiva en el contexto español.

Título	Autores y año	Revista	Principal aporte
Dinámicas emocionales intergrupales. Un análisis sobre los rasgos de los electores polarizados afectivamente en España	José Miguel Rojo-Martínez, Ismael Crespo-Martínez y Alberto Mora-Rodríguez (2023)	Revista Española de Investigaciones Sociológicas <a href="https://doi.org/10.5477/cis/reis.184.105">https://doi.org/10.5477/cis/reis.184.105</a>	El desarrollo de un sistema de clasificación individual que permite diferenciar a los electores polarizados afectivamente de los no polarizados, identificando además las variables sociodemográficas, ideológicas y de consumo mediático que influyen en esta polarización.
Electoral Competition and Partisan Affective Polarisation in Spain	Isabel Rodríguez, Diego Santamaría y Luis Miller (2022)	South European Society and Politics <a href="https://doi.org/10.1080/13608746.2022.2038492">https://doi.org/10.1080/13608746.2022.2038492</a>	Demuestra que las elecciones aumentan principalmente los sentimientos positivos hacia el grupo propio, con un menor incremento en los sentimientos negativos hacia el grupo externo, y que apenas influyen en la polarización afectiva territorial.
Affective Polarisation in Times of Political Instability and Conflict. Spain from a Comparative Perspective	Mariano Torcal y Josep M. Comellas (2022)	South European Society and Politics <a href="https://doi.org/10.1080/13608746.2022.2044236">https://doi.org/10.1080/13608746.2022.2044236</a>	Ofrece una visión comparativa de la polarización afectiva en España y el sur de Europa, utilizando datos del CNEP y CSES. Además, analiza la evolución de la polarización afectiva en España, su relación con la polarización ideológica y su posible naturaleza multidimensional, basándose en indicadores del panel E-DEM.
Ideological identity, issue-based ideology and bipolar affective polarization in multiparty systems: The cases of Argentina, Chile, Italy, Portugal and Spain	Josep M. Comellas y Mariano Torcal (2023)	Electoral Studies <a href="https://doi.org/10.1016/j.electstud.2023.102615">https://doi.org/10.1016/j.electstud.2023.102615</a>	Explora cómo la identidad ideológica, más que la ideología basada en temas, polariza los sentimientos hacia los votantes de partidos en dos bloques opuestos de izquierda y derecha en contextos multipartidistas.
Polarización afectiva en España	Antonio Garrido Rubia, Antonia Martínez Rodríguez y Alberto Mora Rodríguez (2021)	Más Poder Local <a href="https://www.maspoderlocal.com/index.php/mpl/article/view/polarizacion-afectiva-en-espana-mpl45">https://www.maspoderlocal.com/index.php/mpl/article/view/polarizacion-afectiva-en-espana-mpl45</a>	Este artículo define operativamente la polarización afectiva y sitúa a España en un contexto comparado, concluyendo que es relativamente moderada y similar a países como Alemania o Dinamarca.
Looking for Affective Polarisation in Spain: PSOE and Podemos from Conflict to Coalition	Lluís Orriols y Sandra León (2021)	South European Society and Politics <a href="https://doi.org/10.1080/13608746.2021.1911440">https://doi.org/10.1080/13608746.2021.1911440</a>	Señala la importancia de los patrones de competición electoral sobre la polarización y detecta un cambio de tendencia a partir de la formación del gobierno de coalición PSOE-UP (aumenta la polarización interbloque y se reduce la intra)
Identidad territorial y polarización afectiva en España: una propuesta de análisis	José Miguel Rojo Martínez (2021)	Más Poder Local <a href="https://www.maspoderlocal.com/index.php/mpl/article/view/identidad-territorial-polarizacion-afectiva-mpl45">https://www.maspoderlocal.com/index.php/mpl/article/view/identidad-territorial-polarizacion-afectiva-mpl45</a>	Este artículo explora la relación entre la identidad territorial y la polarización afectiva en España, destacando cómo las identidades territoriales extremas se asocian con posiciones ideológicas polarizadas y sentimientos de rechazo hacia los partidos de derecha
Lo político como algo personal: una revisión teórica sobre la polarización afectiva	José Miguel Rojo-Martínez e Ismael Crespo-Martínez (2023)	Revista de Ciencia Política (Santiago) <a href="https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S0718-090X2023000100025">https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S0718-090X2023000100025</a>	Este artículo realiza una revisión sistemática de las teorías explicativas sobre la polarización afectiva, abordando sus dimensiones distintivas y sus efectos no políticos. Se debate si la polarización afectiva se origina en la radicalización ideológica o en la constitución de las identidades políticas como identidades sociales, lo que podría generar una falsa percepción de polarización y aumentar la animosidad entre grupos políticos.



Título	Autores y año	Revista	Principal aporte
La falsa percepción sobre las creencias de los otros: ¿Causa o consecuencia de la polarización afectiva?	Ismael Crespo Martínez, Alberto Mora Rodríguez y José Miguel Rojo Martínez (2021)	Más Poder Local <a href="https://www.maspoderlocal.com/index.php/mpi/article/view/falsa-percepcion-polarizacion-afectiva-mpi45">https://www.maspoderlocal.com/index.php/mpi/article/view/falsa-percepcion-polarizacion-afectiva-mpi45</a>	Este estudio investiga el fenómeno de la «falsa polarización», demostrando que esta fortalece la identificación con el propio grupo y aumenta el rechazo hacia el grupo opuesto y revelando una relación significativa entre polarización ideológica, polarización temática y brecha perceptiva.
Mitos y verdades sobre la polarización afectiva en España	Mariano Torcal Loriente (2024)	Revista de Occidente <a href="https://osf.io/preprints/osf/fe7ys">https://osf.io/preprints/osf/fe7ys</a>	Este artículo sostiene que la polarización afectiva en España se ha estabilizado, incluso durante las elecciones de 2023, lo que ha reducido su impacto en los resultados electorales. Se subraya la importancia de diferenciar entre la discusión de temas divisivos y el cuestionamiento de la legitimidad política del oponente.
Does affective polarisation increase turnout? Evidence from Germany, The Netherlands and Spain	Eelco Hartevelt y Markus Wagner (2022)	West European Politics <a href="https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01402382.2022.2087395">https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01402382.2022.2087395</a>	Este estudio muestra que la polarización afectiva tiene un efecto significativo en el aumento de la participación, incluso entre los ciudadanos menos políticamente sofisticados.
Social trust and affective polarization in Spain (2014–19)	Mariano Torcal y Zoe A. Thomson (2023)	Electoral Studies <a href="https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261379423000045">https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261379423000045</a>	Se muestra cómo la polarización afectiva hacia miembros de partidos opuestos tiene una relación negativa y reforzadora con la confianza social, contribuyendo a un deterioro social y político, sin que la identificación con el propio partido compense significativamente este efecto.
Political and affective polarisation in a democracy in crisis: The E-Dem panel survey dataset (Spain, 2018–2019)	Mariano Torcal, Andrés Santana, Emily Carty y Josep M. Comellas (2020)	Data in Brief <a href="https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2352340920309537">https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2352340920309537</a>	Se emplea el conjunto de datos E-DEM, que proporciona información sobre la evolución de la polarización política y afectiva y el comportamiento electoral en España tras la crisis política que comenzó en 2014, cubriendo momentos clave como elecciones y la condena de líderes secesionistas catalanes, así como el surgimiento de Vox.
Economic Threats, Political and National Identification Predict Affective Polarization: Longitudinal Evidence From Spain	Efraín García-Sánchez, Felicity Turner-Zwinkels, Rebekka Kesberg, Medhi Marot, Rosa Rodríguez Bailón, Guillermo B. Willis y Toon Kuppens (2024)	International Review of Social Psychology <a href="https://riips-irsp.com/articles/10.5334/irsp.838">https://riips-irsp.com/articles/10.5334/irsp.838</a>	Empleando datos longitudinales del panel E-DEM, se muestra que las amenazas económicas predicen un aumento en la polarización afectiva, mientras que las amenazas económicas personales no lo hacen.
Examining the Territorial Dimension as a Source of Affective Polarization in the Spanish Multinational Democracy: A Longitudinal Analysis	Daniel Balinhas (2024)	Ethnopolitics <a href="https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17449057.2024.2400637?src=exp-la">https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17449057.2024.2400637?src=exp-la</a>	Los hallazgos de este artículo afirman que la polarización territorial percibida puede aumentar la PA de manera independiente, con efectos más pronunciados en personas de derecha respecto al eje territorial, y en personas de izquierda respecto al eje izquierda-derecha.
Partisan Sentiments and Political Trust: A Longitudinal Study of Spain	Mariano Torcal y Emily Carty (2022)	South European Society & Politics <a href="https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13608746.2022.2047555">https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13608746.2022.2047555</a>	Se analiza cómo polarización afectiva hacia el propio grupo aumenta la confianza política, mientras que la polarización hacia grupos opuestos reduce significativamente la confianza en las instituciones democráticas, contribuyendo al declive general de la confianza política en muchas democracias actuales.

Título	Autores y año	Revista	Principal aporte
Affective and Territorial Polarisation: The Impact on Vote Choice in Spain	Toni Rodon (2022)	South European Society & Politics <a href="https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13608746.2022.2044235">https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13608746.2022.2044235</a>	Este artículo examina la relación entre polarización afectiva y elección de voto en España, donde la desconfianza entre grupos ocurre tanto en términos ideológicos como territoriales. Usando datos de panel, los resultados muestran que ambos tipos de polarización afectiva son predictores significativos del voto: los votantes polarizados en términos partidistas tienden a apoyar a la izquierda, mientras que los polarizados en el eje territorial son más propensos a apoyar a la derecha.
Diferencias de género y edad en la polarización afectiva española: ¿quién está más polarizado?	Claudia Mayordomo Zapata (2021)	Más Poder Local <a href="https://www.maspoderlocal.com/index.php/mpl/article/view/genero-edad-polarizacion-afectiva-mpl45">https://www.maspoderlocal.com/index.php/mpl/article/view/genero-edad-polarizacion-afectiva-mpl45</a>	A través de un análisis descriptivo bivariado, se concluye que las personas mayores y las mujeres son los grupos más polarizados afectivamente, lo que revela sesgos de edad y género en este fenómeno.
Polarización afectiva, partidismo negativo y brecha perceptiva. Una aproximación teórica	Ismael Crespo Martínez, Antonio Garrido Rubia, Antonia Martínez Rodríguez y Alberto Mora Rodríguez (2021)	Más Poder Local <a href="https://www.maspoderlocal.com/index.php/mpl/article/view/polarizacion-afectiva-aproximacion-teorica-mpl45">https://www.maspoderlocal.com/index.php/mpl/article/view/polarizacion-afectiva-aproximacion-teorica-mpl45</a>	Se plantea una conceptualización de las brechas políticas en las sociedades modernas, distinguiendo entre partidismo negativo y brechas de percepción y de polarización y se realiza un acercamiento metodológico a las mismas.
El surgimiento de los partidos populistas como explicación del incremento de la brecha política en España	Salvador Moreno Moreno (2021)	Más Poder Local <a href="https://www.maspoderlocal.com/index.php/mpl/article/view/partidos-populistas-brecha-politica-mpl45">https://www.maspoderlocal.com/index.php/mpl/article/view/partidos-populistas-brecha-politica-mpl45</a>	Se caracteriza a los votantes de Unidas Podemos y Vox afectivamente polarizados que el resto del electorado, confirmando el papel de los partidos populistas, especialmente los de derecha radical, como agentes polarizadores.
Affective polarization and consensus building among parliamentary elites	Mariano Torcal (2024)	American Behavioral Scientist	Este artículo presenta evidencia de que los representantes políticos en España exhiben niveles significativos de polarización afectiva, basándose en una encuesta a élites políticas realizada entre 2022 y 2023. La polarización detectada dificulta los acuerdos parlamentarios, sin embargo, no se encontró que la afinidad afectiva mejore las actitudes consensuales.

Fuente: elaboración propia.

Los esfuerzos por radiografiar la polarización afectiva en España han transitado más allá de las investigaciones individuales, dando lugar a varias iniciativas de estudio estructuradas. Dentro de las más destacadas se encuentran el *POLAT Project*, el *CNEP (Comparative National Elections Project)*, el *CIUPANEL*, el *E-DEM* y el *TRI-POL*. Estas investigan, o incorporan junto con otros temas de estudio, las dinámicas, causas y consecuencias de la polarización afectiva en el contexto político contemporáneo, utilizando metodologías innovadoras y enfoques multidisciplinares. En particular, el *POLAT Project* investiga la polarización afectiva a través de encuestas y análisis de datos, buscando comprender cómo las diferencias en las actitudes afectan la cohesión social y el sistema democrático. Por su parte, el *CNEP* proporciona un marco comparativo internacional que sitúa el caso español en un contexto más amplio, permitiendo el análisis de patrones de polarización en diferentes democracias. El *CIUPANEL*, a su vez, se enfoca en encuestas longitudinales que permiten rastrear cambios en actitudes y comportamientos políticos a nivel individual, contribuyendo a una comprensión más profunda de la polarización en el tiempo. El *E-DEM*, por su parte, ofrece datos longitudinales

sobre la polarización política y afectiva desde la crisis política de 2014, analizando cómo los eventos políticos influyen en las actitudes de los votantes. Finalmente, el *TRI-POL* estudia las interacciones entre la polarización afectiva, la desconfianza política y la competencia entre partidos, empleando una metodología mixta que incluye encuestas panel, experimentos y análisis de texto asistidos por computadora. Este proyecto busca entender cómo estas dinámicas afectan a la calidad y al funcionamiento de las democracias liberales actuales.

En el presente artículo, emplearemos datos provenientes de las Encuestas Nacionales de Polarización, iniciativa de estudio nucleada en torno al Centro de Estudios Murciano de Opinión Pública y realizada en el marco del proyecto POLARIZA, financiado por la Fundación Séneca-Agencia de Ciencia y Tecnología de la Región de Murcia (ref. nº 21876/PI/22). En el apartado 3 presentaremos la estructura de esta iniciativa, así como sus principales contenidos.

## 2. Metodología y datos

En línea con el espíritu de revisión de los esfuerzos realizados desde España para radiografiar la polarización afectiva en el país, este artículo se propone como **objetivo principal** sintetizar los principales hallazgos sobre la polarización obtenidos por las Encuestas Nacionales de Polarización Política del Centro de Estudios Murciano de Opinión Pública. Con este fin, planteamos los siguientes **objetivos específicos**:

- O.E.1: presentar la estructura de contenidos y temas de las distintas ediciones de las ENP.
- O.E.2: analizar la evolución de la polarización afectiva a nivel individual a lo largo del periodo 2021-2024.
- O.E.3: explorar los distintos factores que influyen sobre estos niveles de polarización.
- O.E.4: explorar la influencia de los niveles de polarización afectiva sobre distintas actitudes democráticas y sociales.

Los **datos** empleados en este estudio provendrán de las cuatro oleadas de las Encuestas Nacionales de Polarización Política del CEMOP, de las cuales se emplearán los *feeling thermometers*<sup>1</sup> (Iyengar *et al.*, 2019) de partidos, líderes (Reiljan *et al.*, 2024) y votantes, necesarios para construir el índice de polarización de Wagner (2021) (*spread-of-scores affective polarisation index*), y los relativos a las principales teorías sobre causas y efectos de la polarización afectiva recogidos en las distintas ediciones de las ENP<sup>2</sup>. Debemos destacar que las variables de polarización que empleamos vienen referidas a los cuatro

---

1. Valoraciones en escala 0-10 sobre el grado de rechazo o de simpatía que despertan en el entrevistado los distintos objetos de valoración.

2. En el siguiente apartado (Tabla II) se reflejan los principales temas tratados por las ENP.

principales partidos de ámbito nacional, con lo que las interpretaciones realizadas se moverán dentro de este marco partidista. Asimismo, en el cálculo del indicador de Wagner, optamos por no realizar ponderación en función del peso de cada formación política<sup>3</sup>.

Los propósitos de este artículo se mueven en un nivel exploratorio, con lo que el análisis planteado consiste en el uso de técnicas descriptivas univariadas y tablas cruzadas bivariadas con las que poder observar la evolución longitudinal de las variables de interés y las relaciones básicas entre ellas. Para la exploración de las variables que influyen sobre la polarización (apartado 5), las tablas bivariadas serán complementadas con pruebas ANOVA y el cálculo de indicador Eta-cuadrado ( $\eta^2$ ) para comprobar la significatividad de la relación entre variables y su intensidad. La prueba complementaria será la correlación de Pearson para el caso del estudio de la influencia de la polarización sobre otras variables (apartado 6).

### 3. Las Encuestas Nacionales de Polarización Política del Centro de Estudios Murciano de Opinión Pública

La polarización afectiva es un fenómeno que está redefiniendo el panorama político y social en España e internacionalmente. Comprender sus causas, manifestaciones y consecuencias es esencial para fortalecer la democracia y promover la cohesión social. En este contexto, el Centro de Estudios Murciano de Opinión Pública (CEMOP)<sup>4</sup> ha impulsado el proyecto de las Encuestas Nacionales de Polarización Política (ENP) con el cual busca radiografiar las dinámicas de polarización afectiva a nivel nacional a lo largo cuatro oleadas anuales de estudio que comprenden el periodo 2021-2024. Los informes de resultados y los microdatos de cada estudio son puestos a disposición del público en su página web<sup>5</sup>.

Como apuntamos anteriormente, las Encuestas Nacionales de Polarización Política (ENP) se han desarrollado en el marco del Proyecto POLARIZA, financiado por la Fundación Séneca-Agencia de Ciencia y Tecnología de la Región de Murcia, buscando no solo medir la polarización afectiva, sino también comprender sus raíces y proponer soluciones. Bajo los objetivos de identificar indicadores precisos, explorar causas poco estudiadas y analizar los efectos de la polarización, POLARIZA enriquece y da sentido a las encuestas realizadas por el Grupo Especial de Investigación CEMOP de la Universidad de Murcia.

A lo largo de cuatro oleadas, las ENP han abordado temas cruciales para entender cómo los ciudadanos perciben y se relacionan con el entorno político. Entre los principales indicadores de polarización afectiva se incluyen los

---

3. Esta decisión se fundamenta en la consideración de que el «peso» de cada partido en el fenómeno de la polarización afectiva no tiene por qué equivaler a su peso electoral.

4. El CEMOP es una institución dedicada al estudio y análisis de la opinión pública en la Región de Murcia y en España, con un equipo multidisciplinar de investigadores en Ciencia Política y en Sociología.

5. <https://www.cemopmurcia.es/estudios-informes/estudios-de-polarizacion/>

sentimientos hacia partidos políticos, líderes y votantes de distintas ideologías, preguntados como *feeling thermometers* (Iyengar *et al.*, 2019), que permiten construir indicadores de polarización afectiva individual (Wagner, 2021) y agregada (Reiljan, 2020), así como diversos factores planteados por la literatura como explicativos de la polarización, como el consumo informativo, la brecha perceptiva o los encuadres de campaña. Asimismo, se han explorado los efectos de la polarización, entre ellos, su impacto en las relaciones sociales, las actitudes democráticas y los valores cívicos. En términos generales, la *I Encuesta Nacional de Polarización Política* (ENP) establece una línea base sobre el estado de la polarización afectiva en España, la II ENP realiza un análisis sistemático de las causas iniciales de la polarización, con especial énfasis en el consumo de medios de comunicación y la brecha perceptiva. La III ENP estudia los efectos de la polarización sobre las actitudes democráticas y los valores sociales, en el marco de campañas electorales. Finalmente, la IV ENP profundiza en las emociones y los encuadres de campaña y su influencia en la intensificación o mitigación de la polarización. En la Tabla II se sintetizan los principales temas y variables contenidos a lo largo de las cuatro oleadas de las ENP. En comparación con otros proyectos, las ENP del CEMOP se distinguen por su enfoque específico en el contexto español, y la combinación del análisis de las causas y efectos de la polarización afectiva. Asimismo, destaca la apuesta por el estudio de cuestiones concretas que permanecían más ignoradas en España, como la brecha perceptiva, los *frames* electorales o el fenómeno del distanciamiento social.

**Tabla II. Temáticas abordadas y principales variables presentes en las Encuestas Nacionales de Polarización Política.**

Grupo de variables	Variables	I ENP	II ENP	III ENP	IV ENP
Variables de clasificación y electorales	Sociodemográficas (edad, sexo, CC.AA., tamaño de hábitat, ocupación, nivel de estudios)	X	X	X	X
	Identidad territorial	X	X		
	Ideología y voto	X	X	X	X
Indicadores básicos de polarización	Percepción de crispación	X	X		X
	Termómetro de sentimientos hacia grupos de personas en función de sus ideas		X		
	Termómetro de sentimientos hacia partidos	X	X	X	X
	Termómetro de sentimientos hacia líderes	X	X	X	X
	Termómetro de sentimientos hacia votantes	X		X	X
Efectos de la polarización	Distanciamiento social	X			
	Actitudes democráticas		X	X	X
Causas de la polarización	Termómetro de sentimientos hacia leyes del gobierno			X	X
	Brecha perceptiva	X	X		
	Consumo informativo	X	X	X	
	<i>Frames</i> de campaña y emociones			X	X
	Razones / enfoques del partidismo				X
Otras	Indicadores de seguimiento y opinión de campaña electoral			X	

Fuente: elaboración propia.

## 4. La evolución de la polarización afectiva individual en España en el periodo 2021-2024

Los datos contenidos en las ENP nos permiten realizar un análisis longitudinal para las tres posibles mediciones de la polarización afectiva: en base a partidos, líderes y votantes. La medición sobre líderes y partidos abarca el periodo 2021-2024, mientras que la de votantes está disponible para los dos últimos años de periodo. A efectos de la interpretación de resultados, es necesario tener en cuenta que el rango del indicador de polarización individual es de 0-5.

Una primera observación de los resultados (Tabla III) nos permite comprobar que, mientras la polarización afectiva en base a partidos y líderes se mueve en cifras cercanas, el indicador en base a votantes muestra medias más bajas. Este hecho resulta significativo dado nuestro objeto de estudio, pues muestra que el elector es capaz de establecer cierta diferenciación en cuanto a los efectos sentimentales de sus discrepancias ideológico-partidistas entre actores políticos (partidos, líderes) y no políticos (otros ciudadanos).

**Tabla III. Evolución de la polarización afectiva individual en el periodo 2021-2024 (medias y desviación típica).**

		2021	2022	2023	2024
Partidos	Media	2,18	2,34	2,74	2,74
	DT	1,20	1,31	1,20	1,33
Votantes*	Media			2,27	2,14
	DT			1,38	1,47
Líderes	Media	2,03	2,29	2,79	2,64
	DT	1,22	1,29	1,20	1,34

\* No se reflejan los datos para votantes en 2021 y 2022 dado que en estas ediciones de las ENP la formulación de la pregunta del termómetro de votantes es distinta al resto de la serie.

Fuente: elaboración propia a partir de la I, II, III y IV Encuesta Nacional de Polarización Política del CEMOP.

En cuanto a la evolución longitudinal de los indicadores, observamos que marcan una tendencia creciente, que se estabiliza en un punto máximo en los años 2023 y 2024. Así, a lo largo del periodo estudiado, la polarización afectiva se incrementa un 25,68% en base a partidos y un 30,05% en base a líderes (tomando 2021 como año base). En cuanto a la polarización hacia votantes, desciende un 5,73%, si bien los datos con los que contamos para este indicador son precisamente en los años de estabilización de la polarización en su punto máximo.

El tránsito entre 2022 y 2023 se muestra como un punto clave, pues representa el ascenso de la polarización individual en España a la zona media-alta de la variable (recordemos que el rango de esta es 0-5). Mientras el incremento entre el 2021 y el 2022 es de 0,16 puntos para el indicador basado en parti-

dos y de 0,26 para líderes, entre los años 2022 y 2023 los aumentos son más acusados: de 0,4 puntos y 0,5, respectivamente. La III ENP se realizó durante el periodo de campaña de las elecciones generales de 2023, lo que permite proponer que la campaña y el periodo electoral operaron como intensificadores de la lealtad y el rechazo partidista, tal y como apuntan Rodríguez *et al.* (2022). Si bien el periodo de campo de la IV ENP (2024) también coincidió con una campaña electoral (elecciones europeas), los datos muestran una estabilización o ligero descenso de los indicadores para ese año, lo que puede deberse al carácter de segundo orden de estas elecciones, que no superaría el nivel de activación emocional de las del año anterior.

## 5. Exploración de las causas y efectos de la polarización afectiva en España

Dentro de la investigación sobre polarización afectiva, son diversas las explicaciones que han tratado de darse al fenómeno, desde aquellas centradas en la dimensión ideológica hasta otras que ponen el acento en el apartado mediático o las falsas percepciones (Rojo-Martínez *et al.*, 2023). A continuación, nos disponemos a explorar las relaciones con los niveles de polarización afectiva individual de algunos de estos factores medidos en las ENP, concretamente, la autoubicación ideológica del sujeto, su intención de voto más simpatía, la brecha perceptiva, el consumo de medios de comunicación, los *frames* discursivos en campaña electoral, el posicionamiento temático ante políticas públicas y las dimensiones del partidismo. Para ello, procederemos realizando tablas de medias del indicador no ponderado de Wagner para líderes<sup>6</sup>, que nos permitan describir la relación de las variables aludidas con los niveles de polarización. Adicionalmente, se realizarán pruebas ANOVA y Eta-cuadrado<sup>7</sup> para comprobar la existencia de relación significativa y su intensidad en el nivel bivariado<sup>8</sup>. Para poder mantener un marco homogéneo de comparación empleando las mismas técnicas, así como para hacer más intuitiva la lectura de los datos, las variables de escala han sido recodificadas en tramos.

Dado que las variables de autoubicación ideológica y voto+simpatía están presentes en las cuatro oleadas del estudio, se presentarán por separado de las demás en la Tabla IV, que permitirá observar los resultados para todo el periodo 2021-2024. En la Tabla V se reflejarán los resultados del resto de variables con indicación del año de la medición de cada una.

---

6. Se escoge usar únicamente un indicador de polarización por una cuestión de síntesis en la presentación de resultados. Asimismo, elegimos la polarización en base a líderes porque el indicador en base a votantes se encuentra ausente en dos de las cuatro olas analizadas y el indicador en base a partidos puede ser considerado, más bien, una variable de control representativa de la identidad partidista.

7. En la fila correspondiente («ANOVA y Eta-cuadrado») en las Tablas IV y V, la cifra reflejada equivale al valor de Eta-cuadrado, mientras que los asteriscos representan el nivel de significatividad, explicado en los pies de tabla.

8. Mientras ANOVA detecta la relación de una relación significativa, Eta-cuadrado informa sobre su intensidad.

Comenzando, como decimos, por la autoubicación ideológica del sujeto y su intención de voto+simpatía<sup>9</sup> (Tabla IV), ambas resultan guardar una relación estadísticamente significativa con los niveles de polarización individual. Para ambos casos, las categorías indicativas de ausencia de arraigos partidistas o de baja ideologización muestran los menores niveles de polarización: 1,42 de promedio en el periodo para los «no sabe/no contesta» de la autoubicación ideológica y 1,34 para los «ninguno/no sabe/no contesta» de la intención de voto más simpatía. Esto refleja el carácter eminentemente político-partidista del fenómeno de la polarización afectiva, que afecta primordialmente a públicos politizados.

**Tabla IV. Media de polarización afectiva en base a líderes en relación con la autoubicación ideológica del entrevistado y su intención de voto+simpatía.**

Variable	2021 (I ENP)	2022 (II ENP)	2023 (III ENP)	2024 (IV ENP)	Promedio de periodo
<b>Autoubicación ideológica</b>					
Extrema izquierda	2,53	2,79	3,33	2,96	2,90
Izquierda	2,02	2,24	2,94	2,93	2,53
Centro	1,60	1,83	2,43	2,14	2,00
Derecha	2,69	2,79	3,00	3,17	2,91
Extrema derecha	3,45	3,09	3,84	3,80	3,55
No sabe/No contesta	0,87	1,35	1,81	1,67	1,42
Total	2,03	2,29	2,79	2,64	2,44
ANOVA y Eta-cuadrado	0,213***	0,138***	0,144***	0,158***	
<b>Voto+Simpatía</b>					
PP	2,27	2,54	2,81	2,90	2,63
PSOE	2,03	2,45	3,12	3,08	2,67
VOX	3,00	2,92	3,42	3,43	3,19
UP/Sumar	2,67	2,95	3,30	3,11	3,01
Ninguno/NS/NC	1,18	1,34	1,48	1,38	1,34
Total	2,12	2,34	2,85	2,70	2,50
ANOVA y Eta-cuadrado	0,221***	0,194***	0,267***	0,276***	

\* sig<0,1 / \*\* sig<0,05 / \*\*\* sig<0,01

Fuente: elaboración propia a partir de la I, II, III y IV Encuesta Nacional de Polarización Política del CEMOP.

9. Emplear esta construcción en lugar de la intención de voto directa responde al deseo de mantener el mayor tamaño muestral posible para los partidos y de contar con una variable presente en las ENP los cuatro años de periodo estudiado (condición que explica que tampoco hayamos escogido la variable de recuerdo de voto).



Observando en primer lugar la autoubicación ideológica, y dentro de los electores capaces de posicionarse, los mayores niveles de polarización a lo largo del periodo estudiado se dan en los extremos (promedio de periodo, 2,9 para la extrema izquierda y 3,55 para la extrema derecha) y los menores, en el centro (2 puntos). Este resultado guarda coherencia con la relación señalada por distintos estudios entre polarización y extremismo ideológico y polarización afectiva. La intensidad del efecto bivariado de la ideología del individuo es alta en las cuatro oleadas (Eta-cuadrado próximo o superior a 0,14<sup>10</sup>).

En cuanto al voto+simpatía, y dentro de los encuestados que declaran alguno de los cuatro partidos de ámbito nacional, la mayor polarización en los cuatro años se da entre los electores o simpatizantes de UP/Sumar (promedio de periodo 3,01) y Vox (3,19), coherentemente con el posicionamiento ideológico más extremo de estas formaciones. Partido Popular y Partido Socialista se mueven en niveles similares, si bien es destacable cómo los electores del PSOE son aquellos en los que más ha aumentado la polarización (1,05 puntos entre el primer y el último año), probablemente debido a una intensificación del uso de estrategias discursivas polarizantes por parte del Partido Socialista, en el contexto de una utilización repetida en las convocatorias electorales del marco comunicativo que sitúa al PSOE como dique de contención frente al avance de Vox. Esta variable, en suma, resulta significativa (y su efecto muestra una alta intensidad) a lo largo de los cuatro años analizados.

Pasando ahora a la Tabla V, examinaremos el resto de variables indicadas al inicio del apartado. En primer lugar, analizaremos los resultados relativos a la *brecha perceptiva*, esto es, la percepción distorsionada sobre las opiniones e ideología de los exogrupos, adjudicándoles posiciones más lejanas a las nuestras de las que realmente tienen (Crespo *et al.*, 2021). Como indican Yudkin *et al.* (2019), esta deformación en la imagen de los rivales podría hacerlos aparecer como más amenazantes de lo que realmente son, favoreciendo una respuesta afectiva más polarizada. Los datos de distorsión perceptiva con los que contamos<sup>11</sup> nos permiten confirmar la existencia de una relación significativa entre la brecha perceptiva y el nivel de polarización individual para la distorsión en la percepción de la ideología del rival (0,45 puntos de incremento entre individuos con bajo y alto nivel de distorsión), en la percepción de su posicionamiento ante la inmigración (incremento de 0,44 puntos) y en la de su posición ante los símbolos nacionales (0,43 puntos de aumento). Los *issues* vinculados al feminismo no muestran una relación significativa. En el caso de la violencia de género, es posible que esto se derive de las menores diferencias valorativas existentes entre las distintas formaciones, es decir, del mayor grado de consenso existente ante este tema.

10. Eta-cuadrado oscila entre 0 y 1: una interpretación común (Cohen, 1988) considera que refleja un efecto pequeño cuando es de alrededor de 0,01, un efecto mediano cuando se aproxima a 0,06 y grande cuando supera el 0,14.

11. Tanto para la ideología como para los distintos issues, los indicadores de brecha han sido contruidos sumando las diferencias entre dónde situaba, en escalas 0-10, el votante/simpatizante de un partido al resto de formaciones y la media de ubicación de estas formaciones según las respuestas de sus propios votantes/simpatizantes. La suma de desviaciones arrojaría un rango teórico de 0-30, del cual la distribución real de los datos distaba significativamente. Por ese motivo, para la conversión en indicadores de tres tramos, se optó por establecer los puntos de corte a partir de los terciles de las distribuciones reales de cada variable.

**Tabla V. Media de polarización afectiva en base a brecha perceptiva, consumo de medios, *frames* de campaña, posición ante políticas públicas y dimensiones del partidismo.**

<b>Brecha perceptiva (I ENP-2021)</b>	
<b>Brecha de percepción ideológica</b>	<b>Media Wagner líderes</b>
Distorsión perceptiva baja	2,21
distorsión perceptiva media	2,29
Distorsión perceptiva alta	2,69
Total	2,39
ANOVA y Eta-cuadrado	0,033***
<b>Brecha de percepción temática-inmigración</b>	<b>Media Wagner líderes</b>
Distorsión perceptiva baja	2,14
Distorsión perceptiva media	2,40
Distorsión perceptiva alta	2,58
Total	2,37
ANOVA y Eta-cuadrado	0,025***
<b>Brecha de percepción temática-violencia de género</b>	<b>Media Wagner líderes</b>
Distorsión perceptiva baja	2,34
distorsión perceptiva media	2,28
Distorsión perceptiva alta	2,47
Total	2,36
ANOVA y Eta-cuadrado	-
<b>Brecha de percepción temática-aborto</b>	<b>Media Wagner líderes</b>
Distorsión perceptiva baja	2,40
distorsión perceptiva media	2,27
Distorsión perceptiva alta	2,43
Total	2,37
ANOVA y Eta-cuadrado	-
<b>Brecha de percepción temática-símbolos nacionales</b>	<b>Media Wagner líderes</b>
Distorsión perceptiva baja	2,22
distorsión perceptiva media	2,21
Distorsión perceptiva alta	2,67
Total	2,37
ANOVA y Eta-cuadrado	0,036***

<b>Consumo de medios de comunicación (II ENP-2022)</b>	
<b>Consumo político de TV</b>	<b>Media Wagner líderes</b>
Uso frecuente (todos los días/tres o cuatro días)	2,43
Uso esporádico (uno/dos días o con menor frecuencia)	2,19
Casi nunca o nunca	1,88
Total	2,29
ANOVA y Eta-cuadrado	0,027***
<b>Consumo político de RR.SS</b>	<b>Media Wagner líderes</b>
Uso frecuente (todos los días/tres o cuatro días)	2,54
Uso esporádico (uno/dos días o con menor frecuencia)	2,21
Casi nunca o nunca	1,96
Total	2,29
ANOVA y Eta-cuadrado	0,04***
<b>Consumo político de periódicos</b>	<b>Media Wagner líderes</b>
Uso frecuente (todos los días/tres o cuatro días)	2,51
Uso esporádico (uno/dos días o con menor frecuencia)	2,28
Casi nunca o nunca	2,01
Total	2,30
ANOVA y Eta-cuadrado	0,03***
<b>Frames de campaña (III ENP-2023)</b>	
	<b>Media PA en base a líderes</b>
De acuerdo con: Parar la ola reaccionaria	3,03
Posición neutral	2,14
De acuerdo con: Derogar el sanchismo	2,94
Total	2,81
ANOVA y Eta-cuadrado	0,091***
<b>Temas/políticas públicas (III y IV ENP-2023 y 2024)</b>	
<b>Ley de salud sexual (aborto)</b>	<b>Media PA en base a líderes</b>
Rechazo	2,91
Posición neutra	2,52
Apoyo	2,86
Total	2,80
ANOVA y Eta-cuadrado	0,015***

<b>Temas/políticas públicas (III y IV ENP-2023 y 2024)</b>	
<b>Ley de cambio climático (zonas de bajas emisiones)</b>	<b>Media PA en base a líderes</b>
Rechazo	2,84
Posición neutra	2,50
Apoyo	2,89
Total	2,79
ANOVA y Eta-cuadrado	0,018***
<b>Leyes de regularización de inmigrantes</b>	<b>Media PA en base a líderes</b>
Rechazo	2,80
Posición neutra	2,44
Apoyo	2,73
Total	2,66
ANOVA y Eta-cuadrado	0,012***
<b>Ley de autodeterminación de género (transexualidad)</b>	<b>Media PA en base a líderes</b>
Rechazo	2,88
Posición neutra	2,29
Apoyo	2,74
Total	2,66
ANOVA y Eta-cuadrado	0,028***
<b>Ley de amnistía</b>	<b>Media PA en base a líderes</b>
Rechazo	2,62
Posición neutra	2,17
Apoyo	2,99
Total	2,65
ANOVA y Eta-cuadrado	0,04***
<b>Dimensiones del partidismo (IV ENP-2024)</b>	
<b>Partido como reflejo de mi identidad personal y forma de ser</b>	<b>Media PA en base a líderes</b>
Acuerdo bajo	1,90
Acuerdo medio	2,45
Acuerdo alto	3,25
Total	2,92
ANOVA y Eta-cuadrado	0,147***

Partido como reflejo de mis características sociales	Media PA en base a líderes
Acuerdo bajo	1,92
Acuerdo medio	2,42
Acuerdo alto	3,20
Total	2,92
ANOVA y Eta-cuadrado	0,126***
Partido como reflejo de mi ideología y valores	Media PA en base a líderes
Acuerdo bajo	1,93
Acuerdo medio	2,25
Acuerdo alto	3,23
Total	2,92
ANOVA y Eta-cuadrado	0,156***
Partido como medio para hacer valer mis intereses	Media PA en base a líderes
Acuerdo bajo	2,15
Acuerdo medio	2,46
Acuerdo alto	3,18
Total	2,92
ANOVA y Eta-cuadrado	0,094***

\* sig<0,1 / \*\* sig<0,05 / \*\*\* sig<0,01

Fuente: elaboración propia a partir de la I, II, III y IV Encuesta Nacional de Polarización Política del CEMOP.

Transitando al efecto de los medios de comunicación, que comprende debates como los efectos del consumo de noticias políticas o las diferencias según el tipo de medio (Mayordomo *et al.*, 2021), la evidencia de la que disponemos nos permite afirmar que el consumo frecuente de noticias políticas se relaciona con niveles medios de polarización afectiva individual en torno a medio punto más alto, tanto para TV, como para redes sociales y prensa escrita. La intensidad de la asociación es ligeramente mayor para las RR.SS. (Eta-cuadrado de 0,04), si bien apenas se aproxima a ser un efecto mediano. El consumo de noticias políticas podría contribuir a construir, mediante el contenido de estas, lealtades políticas que influyan en los patrones polarizantes.

Conectando con las teorías sobre los efectos del discurso de las élites en la polarización, así como sobre los incrementos de la polarización en periodos electorales, la III ENP, realizada durante la campaña electoral de las elecciones generales de 2023, nos permite testar la relación con los niveles de polarización de la adhesión a alguno de los principales marcos de campaña emitidos por la izquierda y la derecha, a saber y respectivamente, «parar la ola reaccionaria» y «derogar el sanchismo» (Crespo, 2023). Podemos comprobar cómo la adhesión a un marco discursivo emitido por un actor político se relaciona con un mayor grado de polarización del individuo: para ambos casos, el promedio de polarización se incrementa en casi un punto respecto a los entrevistados que no se adhieren con claridad a ninguno. La relación resulta estadísticamente significativa y muestra una intensidad de nivel medio-alto

(Eta-cuadrado de 0,091). Ambos marcos estudiados implican juicios de valor sobre los partidos de bloque rival, con lo que resulta razonable vincular la aceptación del marco discursivo de un partido con la interiorización del entramado de afectos y aversiones emocionales aparejadas a la formación.

Si bien la polarización en base a temas pasó por un periodo de pérdida de interés académico, recientemente este ha resurgido sobre la base del creciente desacuerdo de las élites en la agenda política y el auge de la batalla cultural. Todas las temáticas seleccionadas sobre las que se pide posicionamiento al entrevistado en la III y IV ENP, relacionadas con leyes aprobadas por el Gobierno de España en el año de realización de la encuesta, resultan estadísticamente significativas, relacionándose con mayores niveles de polarización cuando el entrevistado tiene una posición clara al respecto. La mayor intensidad en esta relación se da para el conflicto territorial (Eta-cuadrado de la ley de amnistía, 0,04), seguido del *issue* de género, típicamente representativo de la guerra cultural (Eta-cuadrado para la ley de autodeterminación de género, 0,028). No obstante, ambos efectos se mantienen en un margen de intensidad bajo. La inmigración, las regulaciones climáticas y el aborto se mueven en grados de influencia menores y similares entre sí.

Por último, si bien el partidismo es un concepto central dentro del fenómeno de la polarización afectiva, el impacto diferencial del mismo según las distintas dimensiones posibles de su construcción ha sido menos estudiado (Rojo *et al.*, 2024). Estas dimensiones, que cabría denominar instrumental (fundada en la utilidad del partido para promover la ideología e intereses del individuo) y expresiva (el partido como reflejo de la pertenencia grupal del sujeto) (Huddy *et al.*, 2018), se recogen en la IV ENP preguntando al entrevistado por su grado de acuerdo a la hora de considerar a su partido un vehículo de su identidad y características sociales (expresiva) o bien de su ideología, valores e intereses (instrumental). Como era esperable, todos los enfoques del partidismo correlacionan significativamente con el grado medio de polarización individual. No resulta posible atribuir claramente un mayor efecto a una sola dimensión del partidismo: la consideración del partido como reflejo de la propia ideología muestra el efecto de más intensidad (Eta-cuadrado de 0,156), pero le sigue de cerca la consideración del partido como reflejo de la identidad personal, con un Eta-cuadrado de 0,147. Los otros dos enfoques partidistas muestran un grado de influencia menor, pero se mantienen en niveles medios y altos.

## 6. Efectos de la polarización afectiva sobre actitudes democráticas y sociales

Si bien gran parte de la atención de la literatura especializada en polarización afectiva está puesta sobre los factores que la espolean, otros autores han profundizado en la línea de los posibles efectos que este fenómeno puede tener sobre la política y la sociedad (Kingzette *et al.*, 2021). En este sentido, nos disponemos a explorar los efectos de la polarización afectiva sobre dos aspectos concretos: las actitudes democráticas y las actitudes de distancia-

miento social. Para ello, expondremos la relación entre los niveles de polarización individual y las actitudes señaladas mediante tablas cruzadas con el indicador de polarización dicotomizado, y la existencia de relaciones significativas y su intensidad con un análisis de correlación de Pearson<sup>12</sup> sobre cada par de variables con su configuración original (cuantitativa).

En la Tabla VI, podemos observar la media en escala 0 («nada de acuerdo») – 10 («totalmente de acuerdo») de las respuestas de los entrevistados en la III (2023) y IV ENP (2024) ante una serie de afirmaciones concernientes a actitudes democráticas básicas, según el grado de polarización del individuo. Así, observamos que la polarización guarda una relación significativa, en uno o ambos años estudiados, con todas las afirmaciones salvo una (derecho a voto de las personas mal informadas). La justificación de protestas contra el acto de un partido es la única que muestra un signo negativo, probablemente debido a la mayor probabilidad que tiene un individuo polarizado de pertenecer a un partido situado en los extremos ideológicos, que son los que con mayor frecuencia son objeto de este tipo de boicots.

**Tabla VI. Media ante afirmaciones sobre actitudes democráticas según grado de polarización del encuestado (medias de escala 0-10).**

Índice de Wagner para líderes	No me importan los medios que empleen los políticos si consiguen resultados positivos para la sociedad.		El poder judicial no debería contradecir la voluntad del parlamento, anulando una norma aprobada por mayoría.		Las personas que están mal informadas o que tienen ideas claramente equivocadas no deberían votar.		Los partidos que defienden ideas ilegítimas no deberían poder presentarse a las elecciones.		Cuando el país está en un claro peligro, los líderes deberían actuar con decisión, incluso si eso supone alterar los procedimientos habituales de toma de decisiones.		Las protestas que impiden la celebración de un acto de un partido político pueden estar justificadas.	
	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024
Polarización media-baja o baja	3,38	3,18	4,61	4,53	2,82	3,49	5,47	-	5,63	5,74	3,31	3,65
Polarización media-alta o alta	3,31	3,61	5,27	5,08	2,67	3,52	6,38	-	6,45	6,55	3,70	3,31
Total	3,34	3,43	5,03	4,84	2,72	3,51	6,05	-	6,15	6,20	3,55	3,46
Correlación de Pearson	-	0,065**	0,103***	0,075**	-	-	0,112***	-	0,153***	0,149***	-	-0,65**

\* sig<0,1 / \*\* sig<0,05 / \*\*\* sig<0,01

Fuente: elaboración propia a partir de la I, II, III y IV Encuesta Nacional de Polarización Política.

12. Se opta por un análisis de correlación dado que todas las variables implicadas son cuantitativas y estamos fuera de los apartados dedicados a las causas de la polarización, que precisaban de mantener homogeneidad en las pruebas realizadas para posibilitar la comparación.

En cuanto al resto de variables significativas de signo positivo, el conjunto de afirmaciones estudiado nos permite establecer la posibilidad de que mayores niveles de polarización favorezcan visiones meramente instrumentales de la democracia (Palacios, 2023), así como contrarias a la separación de poderes, a la tolerancia al diferente y al respeto a los procedimientos, lo que, en conjunto, podría fomentar procesos de desconsolidación democrática (Kingzette *et al.*, 2021). De todas estas relaciones, la que mayor intensidad parece guardar con la polarización es la actuación decidida de los líderes por encima de los procedimientos decisorios habituales; la media de acuerdo con la afirmación aumenta en 0,71 puntos para 2023 y 0,81 para 2024.

Por último, la Tabla VII relaciona el grado de polarización con el nivel medio de acuerdo (0-10), ante distintas frases que miden la apertura a mantener relaciones de pareja, laborales o de amistad con personas de signo ideológico abiertamente contrario al del individuo. Todas ellas son significativas en relación inversa, lo que indica que, a mayor polarización afectiva del individuo, menor disposición a entablar distintos tipos de relaciones sociales con personas del exogrupo ideológico. Esta relación es especialmente acusada en el caso de las relaciones de pareja (índice de Pearson de -0,116), supuesto para el cual observamos un descenso de 0,59 puntos en el grupo de polarización media-alta o alta respecto al de media-baja o baja.

**Tabla VII. Media ante afirmaciones sobre distanciamiento social según grado de polarización del encuestado (medias de escala 0-10).**

Índice de Wagner para líderes	Que su hijo o hija, o usted mismo, mantenga una relación de pareja con una persona que vota por un partido de una ideología abiertamente contraria a la suya.	Contratar laboralmente a una persona que vota por un partido con una ideología abiertamente contraria a la suya.	Tener amigos que voten a un partido de una ideología abiertamente contraria a la suya.
Polarización media-baja o baja	5,97	6,33	6,55
Polarización media-alta o alta	5,38	6,00	6,21
Total	5,76	6,22	6,43
Correlación de Pearson	-0,116***	-0,070**	-0,061**

\* sig<0,1 / \*\* sig<0,05 / \*\*\* sig<0,01.

Fuente: elaboración propia a partir de la I, II, III y IV Encuesta Nacional de Polarización Política del CEMOP.

La polarización afectiva, en suma, se presenta como un fenómeno que puede transformar nuestras sociedades a peor, minando las actitudes fundamentales que sustentan un régimen democrático y conduciéndonos hacia sociedades más endógamas en esferas que van allá de lo puramente político (Gidron *et al.*, 2019). Todo ello ejerce de recordatorio sobre la importancia de estudiar el fenómeno polarizador en sus distintas manifestaciones.



## 7. Conclusiones

El análisis de los datos recogidos por las Encuestas Nacionales de Polarización Política del CEMOP nos ha permitido detectar el crecimiento de la polarización afectiva individual en el país desde 2021, con un incremento significativo en el 2023, fruto del ciclo electoral que inicia ese año en España. En este sentido, se confirman hallazgos previos de la literatura sobre polarización que apuntan a la intensificación de los patrones de rechazo y apego afectivo a los partidos en los contextos electorales (Rodríguez *et al.*, 2022), si bien matizados en función del tipo de convocatoria, pues el patrón señalado no se repite en el año 2024. Asimismo, la polarización afectiva en España se intensifica cuando esta se mide en relación con líderes o partidos, y resulta menor cuando se evalúa a los votantes de otras formaciones, lo que nos permite concluir que los ciudadanos aún son capaces de discriminar en cierta medida sus valoraciones según si se dirigen a actores políticos o sociales. Por otro lado, en tres de los cuatro años examinados, la polarización hacia partidos resulta mayor que la que se dirige hacia líderes, lo que se encuentra en línea con el patrón señalado por Reiljan (2021) para países parlamentarios, contrario al habitual en sistemas presidenciales.

La exploración de variables que influyen sobre el fenómeno polarizador nos ha permitido retratar la polarización afectiva como un fenómeno de raíces específicamente políticas, pues la ubicación ideológica del individuo y su intención de voto más simpatía han probado ser los factores que guardan una relación más intensa en el nivel bivariado con la polarización. El alineamiento con los *frames* discursivos de los partidos y el partidismo entendido como reflejo de la propia ideología e identidad quedan retratados como factores que ejercen también una influencia destacable sobre el nivel de polarización del individuo, si bien todas las variables relacionadas con las distintas teorías explicativas que han sido analizadas resultan ser significativas en mayor o menor medida.

Por último, la polarización afectiva se plantea como un factor debilitador de las actitudes democráticas de la población, y favorecedor de la endogamia relacional al dificultar las relaciones de pareja, laborales y de amistad a lo largo de la frontera ideológico-partidista.

En suma, se muestra la operatividad de las Encuestas Nacionales de Polarización Política del CEMOP como un instrumento de medición de los niveles de polarización afectiva en la sociedad, así como de estudio de sus causas y sus posibles efectos. El proyecto recoge, a lo largo de sus cuatro años de vida, información relevante que vincula con los principales factores y subtemas tratados en la literatura especializada y permite realizar una radiografía en profundidad y longitudinal del fenómeno de la polarización afectiva en España. Esta iniciativa de estudio viene a sumarse a la corriente de contribuciones surgidas en los últimos años para el estudio de la polarización afectiva nacional, y destaca por la introducción de elementos de estudio novedosos que vienen a ampliar este campo de conocimiento, especialmente en relación la brecha perceptiva, el impacto de los *frames* discursivos o los efectos de distanciamiento social.

### Nota de los autores

En el siguiente enlace pueden encontrarse los estudios cuyos datos se analizan en el capítulo, incluyendo cuestionarios, informes de explotación, fichas técnicas y ficheros de microdatos de acceso abierto: <https://www.cemopmurcia.es/estudios-informes/estudios-de-polarizacion/>

### Agradecimientos

María Isabel López Palazón agradece la financiación recibida por parte del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades para su contrato FPU (ref. FPU22/01891) y Alejandro Soler Contreras agradece la financiación recibida por parte del Plan Propio de la Universidad de Murcia para su contrato FPU.

## Referencias bibliográficas

- Balinhas, D. (2024): «Examining the Territorial Dimension as a Source of Affective Polarization in the Spanish Multinational Democracy: A Longitudinal Analysis». *Ethnopolitics*, 1(27). DOI: 10.1080/17449057.2024.2400637
- Boxell, L.; Gentzkow, M. y Shapiro, J. (2020): «Cross-country trends in affective polarization». *Working Paper 26669*. Cambridge: National Bureau of economic research.
- Clark, C. J. y Winegard, B.M. (2020): «Tribalism in war and peace: The nature and evolution of ideological epistemology and its significance for modern social science». *Psychological Inquiry*, 31(1): 1-22. DOI: 10.1080/1047840X.2020.1721233
- Clavero Mira, E.; Ortiz García, P. y Olaz Capitán, A. (2023): «Sentimientos hacia los líderes». *III Encuesta Nacional de Polarización Política*. CEMOP. pp. 20-24.
- Cohen, J. (1988): *Statistical power analysis for the behavioural sciences*. Nueva York: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Comellas, J. M. y Torcal, M. (2023): «Ideological identity, issue-based ideology and bipolar affective polarization in multiparty systems: The cases of Argentina, Chile, Italy, Portugal and Spain». *Electoral Studies*, 83: 1-12. DOI: 10.1016/j.electstud.2023.102615
- Crespo, I.; Rojo, J. M. y Mora, A. (2021): «La falsa percepción sobre las creencias de los otros: ¿Causa o consecuencia de la polarización afectiva?». *Revista Más Poder Local*, (45): 75-94.
- Crespo Martínez, I., Mora Rodríguez, A. y Rojo Martínez, J. M. (2024): «Measuring Affective Polarisation in Multiparty Systems». *SSRN Electronic Journal*. DOI: 10.2139/ssrn.4827899
- Druckman, J. N. y Levendusky, M. S. (2019): «What do we measure when we measure affective polarization?». *Public Opinion Quarterly*, 83(1): 114-122.
- Egea Medrano, M. A. y Garrido Rubia, A. (2023): «Capítulo 1. La grieta: polarización ideológica y afectiva en el debate político español». *Espejo de Monografías de Comunicación Social*, 10: 13-31. DOI: 10.52495/c1.emcs.10.p96
- Fletcher, R.; Cornia, A. y Nielsen, R.K. (2019): «How Polarized Are Online and Offline News Audiences? A Comparative Analysis of Twelve Countries». *The International Journal of Press/Politics*, 25(2): 169-197.

- Fukuyama, F. (2018): *Identity: The Demand for Dignity and the Politics of Resentment*. Nueva York: Farrar Straus & Giroux.
- García-Sánchez, E.; Turner-Zwinkels, F.; Kesberg, R.; Marot, M.; Rodríguez-Bailón, R.; Willis, G.B. y Kuppens, T. (2024): «Economic Threats, Political and National Identification Predict Affective Polarization: Longitudinal Evidence From Spain». *International Review Of Social Psychology*, 37(1): 5. DOI: 10.5334/irsp.838
- Garrido, A.; Martínez, M. A. y Mora, A. (2021): «Polarización afectiva en España». *Revista Más Poder Local*, (45): 21-40.
- Gidron, N.; Adams, J. y Horne, W. (2019): «Toward a comparative research agenda on affective polarization in mass publics» [Newsletter]. APSA-CP Newsletter XXIX, 1, Spring 2019.
- Gidron, N.; Adams, J. y Horne, W. (2020): *American Affective Polarization in Comparative Perspective*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Gillion, D. Q.; Ladd, J. M. y Meredith, M. (2020): «Party Polarization, Ideological Sorting and the Emergence of the US Partisan Gender Gap». *British Journal of Political Science*, 50(4): 1217-1243. DOI: 10.1017/S0007123418000285
- Harteveld, E. y Wagner, M. (2022): «Does affective polarisation increase turnout? Evidence from Germany, The Netherlands and Spain». *West European Politics*, 46(4): 732-759. DOI: 10.1080/01402382.2022.2087395
- Hernández, E.; Anduiza, E. y Rico, G. (2021): «Affective polarization and the salience of elections». *Electoral Studies*, 69: 1-9. DOI: 10.1016/j.electstud.2020.102203
- Huddy, L.; Bankert, A. y Davies, C. (2018): «Expressive versus instrumental partisanship in multi-party European systems». *Political Psychology*, 39: 173-199. DOI: 10.1111/pops.12482.
- Huddy, L., Mason, L. y Aarøe, L. (2015): «Expressive Partisanship: Campaign Involvement, Political Emotion, and Partisan Identity». *American Political Science Review*, 109(1): 1-17. DOI: 10.1017/S0003055414000604
- Iyengar, S., Sood, G. y Lelkes, Y. (2012): «Affect, not ideology: a social identity perspective on polarization». *Public Opinion Quarterly*, 76(3): 405-431. DOI: 10.1093/poq/nfs038
- Kingzette, J.; Druckman, J. N.; Klar, S.; Krupnikov, Y.; Levendusky, M. y Ryan, J. B. (2021): «How affective polarization undermines support for democratic norms». *Public Opinion Quarterly*, 85(2): 663-677.
- Levendusky, M. (2013): «Why do partisan media polarize viewers?». *American Journal of Political Science*, 57(3): 611-623.
- Levendusky, M. y Malhotra, N. (2016): «(Mis) perceptions of partisan polarization in the American public». *Public Opinion Quarterly*, 80(S1): 378-391.
- Martin, G. J. y Yurukoglu, A. (2017): «Bias in Cable News: Persuasion and Polarization». *American Economic Review*, 107(9): 2565-2599. DOI: 10.1257/aer.20160812
- Mayordomo, C. (2021): «Diferencias de género y edad en la polarización afectiva española: ¿Quién está más polarizado?». *Revista Más Poder Local*, (45): 147-161.
- McCoy, J., Rahman, T. y Somer, M. (2018): «Polarization and the global crisis of democracy: Common patterns, dynamics and pernicious consequences for democratic polities». *American Behavioral Scientist*, 62(1): 16-42. DOI: 10.1177/0002764218759576
- Moreno, S. (2021): «El surgimiento de los partidos populistas como explicación del incremento de la brecha política en España». *Revista Más Poder Local*, (45): 111-127.

- Ondercin, H. L. y Lizotte, M. K. (2021): «You've Lost That Loving Feeling: How Gender Shapes Affective Polarization». *American Politics Research*, 49(3): 282-292. DOI: 10.1177/1532673X20972103
- Orriols, L. y León, S. (2020): «Looking for Affective Polarisation in Spain: PSOE and Podemos from Conflict to Coalition». *South European Society & Politics*, 25(3-4): 351-379. DOI: 10.1080/13608746.2021.1911440
- Palacios, I. (2023): «Polarización y desconsolidación democrática». *III Encuesta Nacional de Polarización Política*. CEMOP. pp. 47-50.
- Pausch, M. (2021): «The future of polarisation in Europe: relative cosmopolitanism and democracy». *European Journal Of Futures Research*, 9(1). DOI: 10.1186/s40309-021-00183-2
- Reiljan, A. (2020): «Fear and loathing across party lines (also) in Europe: Affective polarisation in European party systems». *European Journal of Political Research*, 59(2): 376-396. DOI: 10.1111/1475-6765.12351.
- Reiljan, A. (2021): «Affective Polarization in Multiparty Systems: Conceptualization, Measurement and Foundations.» PhD diss., European University Institute.
- Reiljan, A.; Garzia, D.; Da Silva, F. F. y Trechsel, A. H. (2024): «Patterns of Affective Polarization toward Parties and Leaders across the Democratic World». *American Political Science Review*, 118(2): 654-670. DOI: 10.1017/s0003055423000485
- Rodríguez, I.; Santamaría, D. y Miller, L. (2022): «Electoral Competition and Partisan Affective Polarisation in Spain». *South European Society and Politics*, 27(1): 27-50. DOI: 10.1080/13608746.2022.2038492
- Royo Martínez, J.M. (2021): «Identidad territorial y polarización afectiva en España: una propuesta de análisis». *Revista Más Poder Local*, (45): 95-109.
- Royo Martínez, J. M. y Crespo Martínez, I. (2023): «'Lo político como algo personal': una revisión teórica sobre la polarización afectiva». *Revista de ciencia política (Santiago)*, 43(1): 25-48. DOI: 10.4067/s0718-090x2023005000102
- Royo-Martínez, J. M., Crespo-Martínez, I. y Mora-Rodríguez, A. (2023): «Dinámicas emocionales intergrupales. Un análisis sobre los rasgos de los electores polarizados afectivamente en España». *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 184: 105-124. DOI: 10.5477/cis/reis.184.105
- Sherekis, N. R. (2020): «Laughing Matters: Late-Night Political Comedy Television & Individual-Level Affective Polarization». *Senior Independent Study Theses*. Paper 9184. <https://openworks.wooster.edu/independentstudy/9184>
- Stroud, N. J. (2010): «Polarization and partisan selective exposure». *Journal of Communication*, 60(3): 556-576.
- Tajfel, H. y Turner, J. C. (1979): An integrative theory of intergroup conflict. En W. G. Austin y S. Worchel (Eds.): *The social psychology of intergroup relations* (pp. 33-47). Monterey, CA: Brooks/Cole.
- Tajfel, H. (1984): *Grupos humanos y categorías sociales*. Barcelona: Herder.
- Torcal, M. y Carty, E. (2022): «Partisan Sentiments and Political Trust: A Longitudinal Study of Spain». *South European Society & Politics*, 27(1): 171-196. DOI: 10.1080/13608746.2022.2047555

- Torcal, M. y Comellas, J. M. (2022): «Affective Polarisation in Times of Political Instability and Conflict. Spain from a Comparative Perspective». *South European Society and Politics*, 27(1): 1-26. DOI: 10.1080/13608746.2022.2044236
- Torcal, M.; Reiljan, A. y Zanotti, L. (2023): Editorial: Affective polarization in comparative perspective. *Frontiers In Political Science*, 5. DOI: 10.3389/fpos.2023.1112238
- Torcal, M. y Thomson, Z. A. (2023): «Social trust and affective polarization in Spain (2014–19)». *Electoral Studies*, 81, 102582. DOI: 10.1016/j.electstud.2023.102582
- Turner, J.C. (1999): «Some current issues in research on social identity and self-categorisation theories». En N. Ellemers; R. Spears y B. Doosje (Eds.): *Social identity: Context, commitment, content*. Oxford: Blackwell. pp. 6-34.
- Wagner, M. (2021): «Affective polarization in multiparty systems». *Electoral Studies*, 69, 102199. DOI: 10.1016/j.electstud.2020.102199
- Wagner, M. (2024): «Affective polarization in Europe». *European Political Science Review*, 16(3):378-392. DOI: 10.1017/s1755773923000383
- Yudkin, D. A.; Hawkins, S. y Dixon, T. (2019): *The perception gap: How false impressions are pulling Americans apart*. Nueva York: More in Common.



©Derechos del autor o autores. Creative Commons License. Este artículo está bajo una licencia internacional Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0.  
©Copyright of the author or authors. Creative Commons License. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License.

# | La inmigración como tema polarizador en España

## | *Immigration as a polarizing issue in Spain*

Esta investigación ha sido posible gracias a la financiación de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia a través de la convocatoria de ayudas a proyectos para el desarrollo de investigación científica y técnica por grupos competitivos, incluida en el Programa Regional de Fomento de la Investigación Científica y Técnica de Excelencia (Plan de Actuación 2022) de la Fundación Séneca, Agencia de Ciencia y Tecnología de la Región de Murcia. Proyecto nº 21876/PI/22.



**Kaoutar Bakdid Albane**  
Universidad de Murcia.  
kaoutar.bakdid@um.es  
@KauterTS  
ORCID: 0000-0003-2099-0040



**Esther Clavero Mira**  
Universidad de Alicante.  
esther.clavero@ua.es  
ORCID: 0000-0003-3688-8964



**Juan José García Escribano**  
Universidad de Murcia.  
escriba@um.es  
ORCID: 0000-0002-7216-5803

#### **Cómo citar el artículo**

## Resumen

La polarización política es un fenómeno que ha adquirido creciente relevancia en las últimas décadas, especialmente en lo que respecta a temas sensibles como la inmigración, el aborto, el feminismo y el cambio climático. Tradicionalmente, el concepto de polarización se refiere al grado de división entre grupos o personas con base en factores políticos, económicos, culturales, religiosos o étnicos. Aunque este fenómeno ha sido objeto de estudio en Estados Unidos desde 1970, su reproducción en las democracias occidentales, especialmente en Europa, ha sido notable. Destaca el caso de España, que, junto con Grecia, se posiciona como uno de los países más polarizados en el mundo occidental. En este contexto, la inmigración ha emergido como uno de los temas más divisivos, debido a la percepción de amenaza que genera en términos identitarios y económicos, exacerbando las tensiones sociales y políticas. Este artículo se propone analizar cómo la polarización en torno a la inmigración se ha incrementado en los últimos años, destacando los factores que contribuyen a esta dinámica en el caso español.

### Palabras clave

Actitudes hacia la inmigración; polarización política; polarización afectiva; opinión pública.

## Abstract

*Political polarisation is a phenomenon that has become increasingly relevant in recent decades, especially with regard to sensitive issues such as immigration, abortion, feminism and climate change. Traditionally, the concept of polarisation refers to the degree of division between groups or individuals based on political, economic, cultural, religious or ethnic factors. Although this phenomenon has been studied in the United States since the 1970s, its reproduction in Western democracies, especially in Europe, has been remarkable. Spain stands out as one of the most polarised countries in the Western world, along with Greece. In this context, immigration has emerged as one of the most divisive issues, due to the perceived threat it generates in identity and economic terms, exacerbating social and political tensions. This article sets out to analyse how polarisation around immigration has increased in recent years, highlighting the factors that contribute to this dynamic in the Spanish case.*

### Keywords

*Immigration attitudes; political polarization; affective polarization; public opinion.*

## 1. Introducción

La polarización política es un tema clásico en las ciencias sociales. Sin embargo, en el contexto de las democracias contemporáneas, ha ido adquiriendo una progresiva importancia como consecuencia del creciente nivel de división social en torno a una serie de cuestiones. Entre los asuntos que más polarizan a la población y que ha tornado en uno de los principales ejes de la misma, se encuentra el fenómeno de la inmigración, siendo uno de los desafíos a los que se enfrentan las sociedades modernas.

En este sentido, la creciente percepción de la inmigración como amenaza en términos económicos, culturales o incluso de seguridad está agudizando las divisiones políticas y sociales. Este nuevo ciclo de debates polarizados sobre la inmigración está surgiendo en todo el continente europeo, tanto en los estados de opinión de la ciudadanía como en la vertebración y auge de formaciones políticas de extrema derecha, cuya fuerza en Europa evoca la de los años veinte y treinta del siglo XX. Esta dinámica se ha visto acelerada puntualmente por acontecimientos como la crisis de los refugiados de 2015 y en el caso de España, desde 2006, con la denominada «crisis de los cayucos». La inmigración se convirtió en una cuestión política precisamente cuando aparecieron nuevos desafíos contra la estabilidad de los Estados-nación, entre los años ochenta y noventa, en un contexto de mayor integración europea. Desde entonces, las élites parlamentarias europeas, especialmente las de las formaciones de derechas, han tendido a ver a la inmigración como algo que hay que contener, mediante restricciones políticas, mientras que los partidos de izquierdas han simpatizado más con la causa de los derechos de las personas migrantes.

La polarización sobre la cuestión de la inmigración no solo se da entre las élites políticas, también se refleja en la opinión pública. La mayoría de los estudios señalan que las actitudes hacia la inmigración se han polarizado fuertemente en los últimos años, sobre todo en aquellos en los que se ha percibido que la inmigración amenaza la identidad nacional o estabilidad económica. En este contexto, las personas exhiben mayor adhesión a sus propios partidos en ciertos temas polarizadores. La inmigración ha sido utilizada como arma electoral, especialmente por los partidos de extrema derecha, que encuentran en este tema un argumento para movilizar a personas que ven en ella una amenaza a su cultura y a sus medios de vida. En España, con la llegada del partido de extrema derecha Vox en 2018, se ha asentado, como parte del escenario político, un discurso antiinmigración con importantes aportaciones a la polarización del debate.

El objetivo del presente trabajo es analizar, a partir de los datos de las Encuestas Nacionales de Polarización Política elaboradas por el CEMOP, el papel de las distintas variables sociodemográficas y sociopolíticas en la construcción de las posiciones favorables o de rechazo respecto de la inmigración y estudiar en qué medida esa posición contribuye a la intensificación de la polarización afectiva en la vida política española.



## 2. Marco teórico

El término *polarización* aplicado a la política no es nuevo, se utiliza para hacer referencia al grado de división entre personas o grupos por razones políticas o de otra índole, como puede ser la renta, la cultura, la religión o la etnia (Barrera, 2021). Se trata de un fenómeno que, desde los años setenta, ha sido ampliamente estudiado en Estados Unidos. En épocas recientes se observa un aumento de este fenómeno en la mayoría de las democracias del mundo (Rojo y Crespo, 2023), y de modo notable en Europa, donde se ha generado un cambio de paradigma mucho más llamativo al compararlo con el periodo de posguerra, donde predominó cierto consenso entre élites y ciudadanía.

Una cuestión está politizada cuando, por un lado, adquiere de forma repentina una gran visibilidad en el terreno político y, por otro, se da una creciente polarización o desacuerdo en la posición que se adopta por parte de los actores políticos sobre esa cuestión en concreto, como es el caso de la inmigración, una cuestión con gran carga ideológica y que es susceptible al uso que se haga por parte de los rivales en la oposición con el fin de aumentar la división social con fines electorales (Chulvi *et al.*, 2023). Esta politización, mediante encuadres estereotipados como amenaza o como víctima, se traduce en una mayor polarización de las posiciones como resultado de la competencia entre las formaciones.

España puede ser considerada una democracia parlamentaria pluripartidista dotada de unos sistemas electorales proporcionales, circunstancia que debería reducir los niveles de negatividad intergrupala. Sin embargo, es uno de los países más polarizados de Occidente (Gidron *et al.*, 2020). Esta polarización, en constante aumento, se manifiesta tanto a nivel simbólico como práctico, particularmente en torno a políticas específicas, como las referentes hacia la gestión de los fenómenos migratorios, un tema que ha generado creciente división social en los últimos años, llegando a duplicarse entre 2008 y 2017 (Miller, 2021; Goya, 2021). Además, la radicalización de las posiciones partidistas refuerza este fenómeno (Arndt, 2016).

En la primera década de este siglo, la polarización en torno a la inmigración ya superaba a la existente en temas como los impuestos (Miller, 2020), lo que contrasta con la situación posterior a la Segunda Guerra Mundial, cuando la inmigración en Europa no era un problema político relevante (Gil, 2018). Las actitudes hacia la inmigración cambian en épocas de agitación política y *shocks* externos (Esses *et al.*, 2002; Ohme, 2021), como el 11S o la crisis de refugiados de 2015, siendo el 11S especialmente influyente en la opinión pública. Sin embargo, otros autores, como Kustov *et al.* (2019), creen que las actitudes migratorias son estables a largo plazo.

El punto de inflexión en el debate político español sobre la inmigración se da en el año 2006, colocándose el tema en el centro de la atención pública como nunca desde el comienzo de los flujos migratorios (Chulvi *et al.*, 2023), en el marco de la denominada «crisis de los cayucos», un episodio en el que miles de personas que provenían del África subsahariana intentaban llegar a Canarias en embarcaciones precarias. En la actualidad, un fenómeno similar parece estar desarrollándose, tanto en el alcance de la crisis, como en los sentimientos de preocupación que despierta en la población española (CIS,

2024), relacionado con el aumento de las entradas irregulares, dificultades en la gestión y la instrumentalización política y repercusión en medios de comunicación.

Según Rincken y Trujillo (2018), aunque la crisis económica de 2008 afectó gravemente a la sociedad española, no incrementó significativamente las actitudes hostiles hacia los/as inmigrantes, lo que ellos llaman la «paradoja intergrupala». Esto contradice teorías previas que vinculaban crisis económicas con un aumento de la hostilidad hacia la inmigración. Sin embargo, sí se observó un deterioro en la percepción de la inmigración entre personas sin adscripción ideológica, lo que sugiere que la crisis impactó singularmente en ciertos sectores de la población.

A partir del 2015, tras superar la peor fase de la Gran Recesión, la opinión pública sobre la inmigración en España mejoró. Sin embargo, entre 2016 y 2020, esta tendencia se revirtió, inclinándose hacia posiciones más negativas (González y Rincken, 2021). A pesar de ello, los autores destacan que la opinión sigue siendo mayoritariamente positiva. De hecho, España es uno de los países de la UE con mayor porcentaje de población favorable a la inmigración (69,6%), solo superado por Irlanda (76,6%) (Goya, 2021). Este estado favorable de opinión se ve amenazado por el uso de la inmigración como generador de titulares y contenidos audiovisuales llamativos en los *mass-media* y como munición política en un estado pre-electoral prácticamente permanente.

## 2.1. Ideología, élites y partidismo en la polarización del debate migratorio

La movilización y participación política de las personas está influenciada por varios factores, como sus creencias, valores políticos y emociones. Las creencias y valores contribuyen a la polarización ideológica, mientras que las emociones son el núcleo de lo que llamamos polarización afectiva. Esta polarización afectiva se refleja a nivel individual como un fuerte rechazo hacia los seguidores de otros partidos, y al mismo tiempo, un gran apego hacia los votantes de su propio partido o grupo ideológico (Crespo, 2024).

Existen tres elementos que inciden en que se dé una mayor polarización afectiva. La identificación con el endogrupo (Iyengar *et al.*, 2012; Mason, 2015), las ideologías extremas (Harteveld, 2021; Lelkes, 2021) y la percepción de amenaza hacia el endogrupo (Rogowski y Sutherland, 2016; Renström *et al.*, 2022). En este sentido, podemos señalar dos teorías principales que explican la polarización afectiva:

La *Teoría de la Identidad Social* (Tajfel y Turner, 1986) sugiere que las personas refuerzan sus actitudes hacia el endogrupo cuando perciben amenazas a su identidad. Al fusionar su identidad personal con la grupal, tienden a mostrar sesgos que favorecen a su grupo y los diferencian de los exogrupos (Renström *et al.*, 2022). Así pues, la polarización surge como un mecanismo de defensa ante esas amenazas. Por otra parte, la *Teoría de la Amenaza Intergrupala* defiende que las percepciones de amenaza son subjetivas y, cuando se considera que el exogrupo representa un riesgo, aumenta la hostilidad y el distanciamiento, intensificándose la polarización afectiva (Renström *et al.*, 2022).

Tanto la ideología como el partidismo son factores que alimentan y moldean el debate sobre la inmigración. La cuestión migratoria, según Lahav (1997), surgió entre los años ochenta y noventa del siglo pasado como un nuevo tipo de problema que «los académicos han equiparado con la desaparición de la ideología» (p. 382). En un estudio sobre las élites del Parlamento Europeo, Lahav identificó polarizaciones en áreas clave, como políticas migratorias y preferencias por países de origen. Los parlamentarios de derecha eran más propensos a abogar por la reducción de la inmigración, mientras que los de izquierda mostraban mayor interés en corregir desigualdades sociales y ampliar derechos para las personas inmigrantes.

Los resultados de otro estudio elaborado por González y Rincken en 2021 revelan un aumento de posiciones más restrictivas en los últimos años hacia la inmigración. En España, los que consideran que las normas son tolerantes superan con creces a los que creen que son demasiado duras o los que consideran que son correctas. Esta percepción de tolerancia de las normas se encuentra en personas con ideología de extrema derecha (71%), derecha (48%) y centro (46%). Sin embargo, la aceptación de esta idea se reduce entre las posiciones de izquierda y extrema izquierda, entre los/las más jóvenes (18-29 años), entre personas con estudios universitarios y entre residentes del norte peninsular.

Para McManus (2021), «los votantes de extrema izquierda y extrema derecha están motivados por creencias muy diferentes» (p. 227). Mientras que «los votantes de extrema izquierda prestan más atención a las cuestiones socioeconómicas, centradas en preocupaciones redistributivas e igualitarias, los votantes de extrema derecha se centran en cuestiones socioculturales, relacionadas con la identidad nacional, la cultura y la inmigración» (p. 214).

Los dirigentes políticos también tienen un papel importante en la percepción que se tiene hacia las personas inmigrantes. Según Schmidt y Czymara (2023), las actitudes antiinmigrantes de la población aumentan cuando las élites políticas expresan sentimientos excluyentes hacia la inmigración y disminuyen cuando dichas élites expresan sentimientos más inclusivos. Sin embargo, hasta qué punto estos partidos son meramente transmisores de las opiniones del electorado y hasta qué punto actúan como creadores de esas opiniones, dado su interés en influir en lo que los votantes piensan y en la selección de los temas que ocupan el foro público (González y Rincken, 2021).

Una vez generada por las élites la preocupación sobre un área temática, la propia formación política se convierte en caja de resonancia de ese estado de ánimo. En contextos polarizados, los votantes tienden a seguir las posturas de su partido de manera más intensa, prestando menos atención a la información objetiva, que suele escasear cuando se habla de inmigración. Esto no solo aumenta la influencia de las élites partidistas o políticas en la formación de opiniones, sino que también incrementa la confianza de los votantes en sus creencias, a pesar de que a menudo carecen de una base informativa sólida. Si la opinión general es desfavorable hacia la inmigración, la polarización afectiva en torno a este fenómeno se vuelve casi inevitable (Druckman *et al.*, 2013).

Además, los medios de comunicación desempeñan un papel crucial en la polarización afectiva. Aunque existen diversas corrientes de literatura con

evidencias contradictorias, autores como Ohme (2021) argumentan que el uso frecuente de estos medios refuerza las actitudes existentes y moviliza la participación política. Ohme encontró que las personas con actitudes antiinmigratorias previas intensificaban su postura tras la exposición a medios en línea y redes sociales. Esta exposición incrementaba la probabilidad de que sus actitudes hacia la inmigración se tornaran más negativas, reforzando la percepción de la inmigración como una amenaza. Así, el uso de las redes sociales contribuye de manera significativa a la intensificación de las actitudes preexistentes (22%) en comparación con los medios fuera de línea (9%) o en línea no algorítmicos (10%).

### 2.2.1. Partidos políticos y polarización del debate migratorio: el caso de España

Diversos autores señalan que, en España, los principales partidos políticos ya empleaban la inmigración como instrumento de competencia electoral previo a la aparición del partido de derecha radical, Vox, en el año 2018 (Miller, 2020; Camargo, 2021; González y Rincken, 2021; Chulvi *et al.*, 2023). Desde la primera década del siglo XXI, existía una brecha en las posturas de los partidos respecto de la inmigración, impulsando una lógica de polarización que destacaba los aspectos positivos del endogrupo (nosotros) y exageraba los negativos del exogrupo (ellos), lo que alimentaba estereotipos y estigmas hacia las personas inmigrantes.

Un estudio de Chulvi *et al.* (2023) revela que el PP utiliza más marcadores de endogrupo cuando está en el gobierno que el PSOE, y más marcadores de exogrupo cuando está en la oposición. Además, el estudio muestra que mientras el PSOE recurre a más marcadores de víctima en la oposición, el PP lo hace cuando está en el gobierno. Esto sugiere que «es esencialmente la derecha la que ha cambiado su estrategia discursiva relacionada con la inmigración en las últimas décadas, utilizando este tema como estrategia de polarización» (p. 21).

Sin embargo, la aparición del partido de derecha radical, Vox, en 2018 ha propiciado una mayor legitimación y normalización de discursos nativistas en España, que hasta entonces había sido una excepción en la Unión Europea. Su entrada tuvo un efecto radicalizador y polarizador que trasciende el discurso de las élites y los debates mediáticos (Bischof y Wagner, 2019). Estos autores argumentan que el ascenso de la derecha radical puede desplazar la dimensión política tradicional izquierda-derecha hacia preocupaciones culturales centradas en la inmigración, alterando cómo los votantes se posicionan en términos generales.

Vox convierte la inmigración (regular/irregular), en un tema de gran relevancia a través de discursos basados en el uso del miedo, uno de los factores más influyentes en la formación de opiniones hacia las personas inmigrantes (Goya, 2021). Esta estrategia se apoya en tres argumentos: la pérdida de valores tradicionales (cultural), la competencia por ayudas sociales y empleos (económica) y problemas de convivencia y seguridad (social) (Crespo y Mora, 2022), lo que convierte a los/as inmigrantes en chivos expiatorios de las desigualdades del sistema neoliberal y de los problemas de seguridad en España, alimentando la desinformación y las *fake news* (Camargo, 2021).

Así pues, Vox polariza las opiniones al apelar más a las emociones que a un análisis racional para instrumentalizar la inmigración como una herramienta de movilización política (Camargo, 2021; García Escribano, García-Palma y Manzanera-Román, 2021), lo que «congela las opiniones» al asociarlas con una ideología y tiñe los argumentos de carga partidista, dificultando el debate racional (González y Rincken, 2021).

### 3. Objetivos y metodología

El objetivo general de la presente investigación es analizar, a partir de las Encuestas Nacionales de Polarización Política hechas por el CEMOP, la relación entre las posiciones favorables o de rechazo de la inmigración y distintas variables sociodemográficas y sociopolíticas, y estudiar si las personas que mantienen posiciones de rechazo y más radicales en relación con la inmigración contribuyen a la intensificación de la polarización afectiva en la vida política española.

Este objetivo se concreta en las siguientes hipótesis:

- H1. Las posiciones personales respecto de la inmigración están relacionadas con algunas variables sociodemográficas (tamaño de hábitat, edad, nivel educativo, sexo, religiosidad, uso de redes sociales) y sociopolíticas (ideología, identificación partidista y nacionalismo).
- H2: Las personas que mantienen posiciones más radicales (0-3 y 7-10) respecto de la inmigración son las que tienen índices de polarización afectiva mayores.
- H3: Las personas que mantienen posiciones de rechazo a la inmigración tienen índices de polarización afectiva mayores que las que mantienen posiciones favorables a la inmigración.

La investigación se ha llevado a cabo con una metodología cuantitativa que ha permitido analizar las relaciones entre las distintas variables respecto de la inmigración.

Para realizar este análisis se ha utilizado la *I Encuesta Nacional de Polarización* realizada por el CEMOP. El tamaño de la muestra de esta encuesta, cuyo trabajo de campo se llevó a cabo entre el 28 de marzo y el 7 de abril de 2021, fue de 1236 entrevistas realizadas a la población española de 18 y más años. Su nivel de confianza es del 95,5% y el error muestral de  $\pm 2,8\%$  para el conjunto de la muestra. El método de análisis estadístico utilizado ha sido la correlación multivariada y el análisis multivariable. Se ha considerado adecuada esta técnica teniendo en cuenta las variables disponibles, que se han dividido en la posición personal respecto de la inmigración (tomada como variable dependiente) y variables sociodemográficas y sociopolíticas (variables independientes).

El tratamiento de las variables ha sido el siguiente:

#### Variables dependientes

- «Posición respecto de la inmigración» (variable de escala 0-10, donde la posición «0» significaba que «el Estado debe permitir todo tipo de inmigración hacia nuestro país», y la posición «10» que «el Estado debe cerrar las fronteras y no permitir ningún tipo de inmigración»). Esta variable ha sido recodificada como categórica, considerando que las posiciones 0-3 son «favorables» a la inmigración, las posiciones 4-6 son «equivocas o ambivalentes» y las posiciones 7-10 son de «rechazo» a la inmigración,
- «Polarización afectiva». Índices de polarización (PA) calculados respecto de los partidos mediante la fórmula de Wagner (2021) sin ponderar. Sucintamente, la fórmula Wagner señala las diferencias no absolutas de afecto (positivo o negativo) para los diferentes partidos o líderes. Discurre de 0 [nada polarizado] a 5 [totalmente polarizado]. Wagner propone que se elaboren las diferencias de sentimientos entre la puntuación dada a un partido y la puntuación dada a todos los demás partidos en todas las combinaciones posibles para un individuo. El cálculo de esta variable genera una columna con un número para cada individuo de la muestra, lo que permite cruzar con distintas variables y obtener las puntuaciones medias correspondientes. Esta variable ha sido recodificada para definir los niveles de polarización, que se han calculado considerando como nivel de polarización «Bajo», todos los valores comprendidos entre 0 y 1,99, «Medio» entre 2,0 y 3,99 y «Alto» los comprendidos entre 4,0 y 5,0.

#### Variables independientes

- «Tamaño de hábitat», que recodificada adopta los valores: menos de 50.000 habitantes; entre 50.001 y 400.000 habitantes y más de 400.000 habitantes.
- «Sexo»: hombre y mujer.
- «Edad», variable cuantitativa que, agrupada y recodificada, adopta los valores: 18-30 años; 31-44 años; 45-64 años y 65 y más años.
- «Nivel educativo», que recodificada adopta los valores: estudios primarios o menos; estudios secundarios, FP o bachillerato y estudios universitarios.
- «Creencias religiosas», que recodificada adopta los valores: creyente religioso y no creyente religioso.
- «Utilización de redes sociales para informarse sobre política», que recodificada adopta los valores: no utiliza las redes sociales y utiliza las redes sociales.

- «Sentimiento nacionalista», variable de escala 1-10, donde «1» significa «me siento únicamente español» y «10» «me siento únicamente de mi comunidad autónoma».
- «Autoubicación ideológica», variable de escala 1-10, donde «1» significa «lo más a la izquierda» y «10» «lo más a la derecha».
- «Intención de voto más simpatía», que recodificada, para mantener los partidos más importantes del panorama político español y situarlos en el eje izquierda-derecha, adopta los valores: EH-Bildu, ERC, Unidas Podemos (UP), PSOE, Ciudadanos, PP, PNV, Junts, Vox.

## 4. Resultados

Aunque, según los últimos datos publicados<sup>1</sup>, los españoles sitúan la inmigración entre los principales problemas del país, al analizar la posición personal de la población española respecto de la inmigración, se constata que casi la mitad se sitúa en posiciones equívocas o ambivalentes (48,2%). Respecto de la otra mitad, la mayoría (32,2%) adopta posiciones favorables a la inmigración y solo un 19,6% de las personas entrevistadas tendría actitudes de claro rechazo. Por tanto, de estos datos se desprende que una amplia proporción de la ciudadanía mantiene posiciones favorables o tibias respecto de la inmigración.

Las personas que mantienen posiciones más radicales (favorables o de rechazo) hacia la inmigración, y especialmente las que tienen las opiniones más desfavorables, son las que tienen mayores índices de polarización afectiva (PA). Así, se constata que las personas que tienen posiciones de rechazo hacia la inmigración son las que tienen una media de PA más alta (2,43), mientras que las que tienen posiciones favorables mantienen una media de PA un poco menor (2,27) y las que se sitúan en posiciones equívocas o ambivalentes son las que alcanzan una media de PA más baja (2,01). Estos datos quedan igualmente confirmados cuando observamos en la Tabla I que, de las personas que tienen posiciones de rechazo ante la inmigración, un 17,5% tiene un nivel de polarización alto, mientras que de las personas que tienen posiciones favorables ante la inmigración, únicamente el 8,2% mantiene este mismo nivel de polarización alto, produciéndose una diferencia de 9,3 puntos porcentuales, que resulta significativa. Por tanto, con estos datos quedaría confirmado que el rechazo a la inmigración está relacionado con una mayor polarización, pero también podría ser que la mayor polarización de algunas personas pudiera conducir a posiciones de rechazo a la inmigración más firmes, por lo que tanto la polarización como la posición ante la inmigración podrían considerarse, en función de cada investigación, indistintamente como variables dependientes o independientes.

---

1. Estudio 3.419 del Centro de Investigaciones Sociológicas, de septiembre de 2024.

**Tabla I. Polarización afectiva en función de la posición en relación con la inmigración. España, 2021.**

		Posición ante la inmigración		
		Posiciones favorables	Posiciones equívocas o ambivalentes	Posiciones de rechazo
Polarización Afectiva (PA)	Media PA	2,27	2,01	2,43
	Nivel de polarización bajo (%)	34,2%	46,4%	35,4%
	Nivel de polarización medio (%)	57,7%	48,0%	47,1%
	Nivel de polarización alto (%)	8,2%	5,6%	17,5%

Fuente: I Encuesta Nacional sobre Polarización, CEMOP (2021).

A través de un análisis de Correlación de Spearman, para medir el grado de asociación entre las distintas variables disponibles, se ha comprobado, tal y como se puede examinar en la Tabla II, la significación en el nivel 0,01 (bilateral) de la correlación entre la variable «posición respecto de la inmigración» y las siguientes variables: edad, nivel formativo, escala de nacionalismo y autoubicación ideológica. Respecto de las variables tamaño de hábitat y sexo, la correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

**Tabla II. Variables que correlacionan significativamente con la variable posición respecto de la inmigración (Análisis de Correlación de Spearman).**

Rho de Spearman	Posición respecto de la inmigración (escala 0-10)	
Posición respecto de la inmigración (escala 0-10)	Coefficiente de correlación	1
	Sig. (bilateral)	
	N	1.229
Tamaño de hábitat	Coefficiente de correlación	-0,068*
	Sig. (bilateral)	0,017
	N	1.229
Edad	Coefficiente de correlación	0,156**
	Sig. (bilateral)	0
	N	1.229
Nivel formativo	Coefficiente de correlación	-0,103**
	Sig. (bilateral)	0
	N	1.226
Sentimiento nacionalista	Coefficiente de correlación	-,141**
	Sig. (bilateral)	0
	N	1.222
Autoubicación Ideológica	Coefficiente de correlación	0,444**
	Sig. (bilateral)	0
	N	1.199

\*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

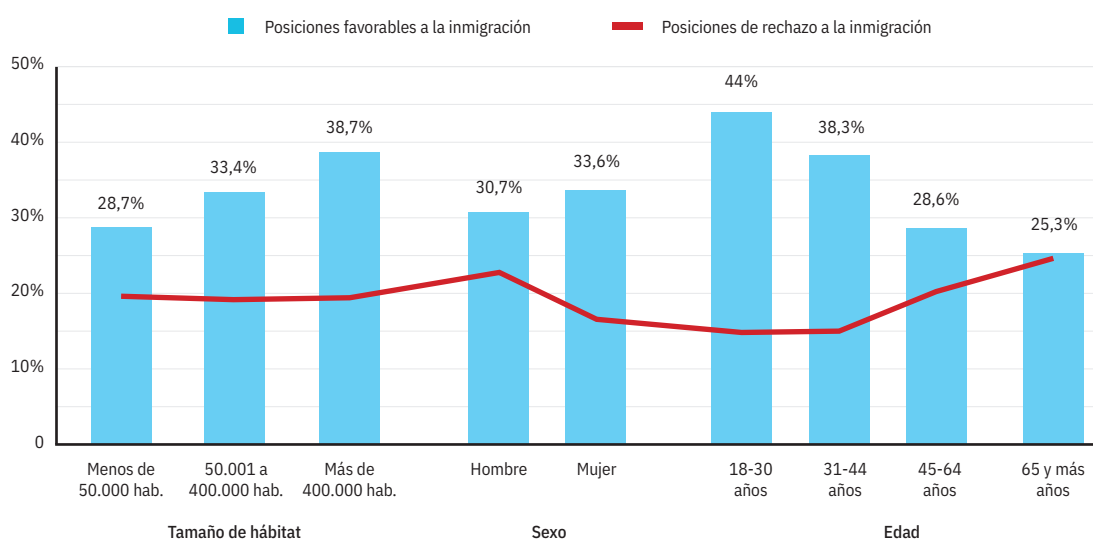
\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: I Encuesta Nacional sobre Polarización, CEMOP (2021).



Respecto de la variable tamaño de hábitat, como se puede observar en el Gráfico 1, la proporción de personas con posiciones favorables a la inmigración se va incrementando conforme asciende el número de habitantes del lugar donde se reside (entre las posiciones favorables y de rechazo que mantienen las personas que viven en poblaciones menores de 50.000 habitantes se produce un diferencial de 8,8 puntos porcentuales, mientras que para las personas que viven en ciudades con más de 400.000 habitantes este diferencial es de 19,1 puntos porcentuales). Con relación a la variable sexo, las mujeres mantienen posiciones más favorables a la inmigración que los hombres. Así, mientras que el diferencial entre las posiciones favorables y de rechazo que mantienen estos es de 7,8 puntos porcentuales, para las mujeres se incrementa a los 17,1 puntos porcentuales. En cuanto a la variable edad, las personas de mayor edad son las que tienen posiciones más elevadas de rechazo a la inmigración en comparación con las personas más jóvenes: mientras que el 44,0% de las personas de entre 18 y 30 años mantiene posiciones favorables hacia la inmigración, entre las personas de 65 años y más, este porcentaje desciende al 25,3%; y mientras que el diferencial entre las posiciones de aceptación y rechazo asciende a 29,1 puntos entre los más jóvenes, desciende a 0,9 puntos entre los mayores.

**Gráfico 1. Percepción de la ciudadanía sobre la inmigración, según tamaño de hábitat, sexo y edad (%)**



Fuente: I Encuesta Nacional sobre Polarización, CEMOP (2021).

Cuando se analizan estas variables en relación con la inmigración y la polarización afectiva (Tabla III), se observa cómo en relación con la variable tamaño de hábitat, excepto en las personas que viven en ciudades con un tamaño poblacional intermedio, las personas que residen en poblaciones pequeñas y las que lo hacen en las grandes sostienen posiciones de rechazo ante la inmigración con unos índices de polarización afectiva más altos que las personas que tienen posiciones favorables y, especialmente, bastante

más notables que aquellas que tienen posiciones equívocas o ambivalentes. Respecto de la variable sexo, tanto las mujeres como los hombres que sostienen posiciones de rechazo ante la inmigración tienen índices polarización afectiva más altos que las personas que defienden posiciones favorables y mucho más altos que aquellas que tienen posiciones equívocas o ambivalentes. Sin embargo, esto no sucede con la misma claridad cuando se introduce la variable edad, donde, por ejemplo, las personas mayores de 65 años con posiciones favorables a la inmigración tienen los mismos niveles de polarización afectiva que las de esa edad que mantienen posiciones de rechazo.

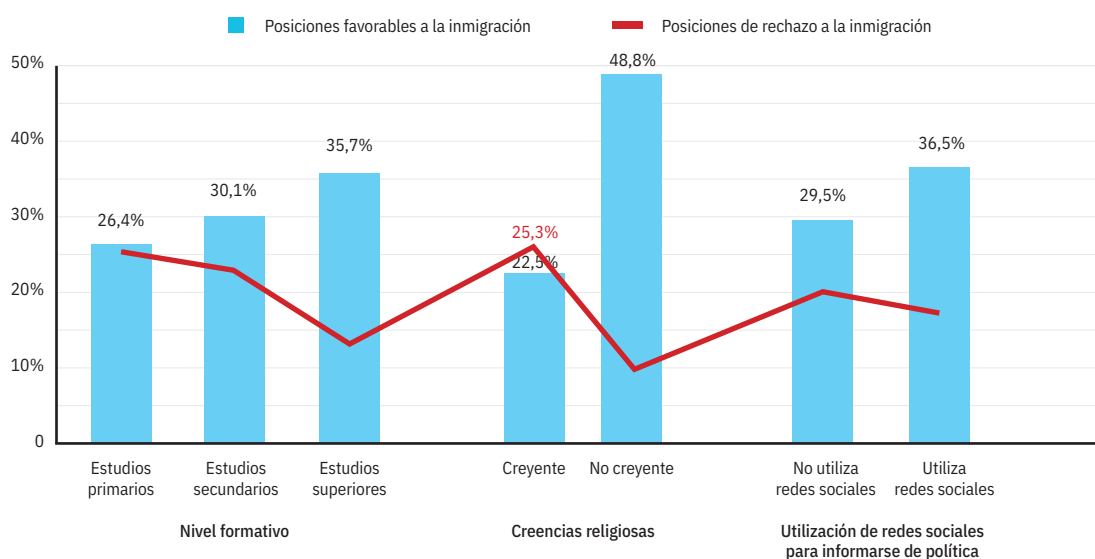
**Tabla III. Polarización afectiva en función de la posición en relación con la inmigración, según tamaño de hábitat, sexo y edad. España, 2021.**

		Posición respecto de la inmigración			
		Posiciones favorables	Posiciones equívocas o neutrales	Posiciones de rechazo	
Media Polarización Afectiva	Tamaño de hábitat	Menos de 50.000 habitantes	2,25	2,07	2,56
		50.001-400.000 habitantes	2,42	1,98	2,2
		Más de 400.000 habitantes	2,02	1,9	2,55
	Sexo	Hombre	2,07	1,91	2,35
		Mujer	2,43	2,1	2,54
	Edad	18-30	2,05	1,77	2,07
		31-44	2,25	1,8	2,35
		45-64	2,23	2	2,48
		65 y más	2,54	2,32	2,54

Fuente: I Encuesta Nacional sobre Polarización, CEMOP (2021).

En cuanto a la variable nivel formativo, como se puede constatar en el Gráfico 2, también se puede inferir que el grado de rechazo a la inmigración desciende al elevarse el nivel de formación: si un 14,3% las personas con estudios universitarios mantienen posiciones de rechazo, este porcentaje se eleva al 25,2% entre las personas con estudios primarios o sin estudios. Respecto de la variable religiosa, las personas no creyentes son las que mantienen en mayor medida posiciones favorables a la inmigración. Hay que subrayar que, por primera vez, en la categoría «creyente religioso» el porcentaje de personas que tienen posiciones de rechazo a la inmigración supera al de las personas con posiciones favorables. Por último, las personas que utilizan las redes sociales para informarse de la política mantienen posiciones más favorables a la inmigración que aquellas que no las utilizan: mientras que el 17,5% de las personas que usan las redes sociales tienen posiciones de rechazo a la inmigración, entre las personas que no las utilizan el porcentaje asciende al 20,9%.

**Gráfico 2. Percepción de la ciudadanía sobre la inmigración, según nivel formativo, creencias religiosas y utilización de redes sociales para informarse de política (%).**



Fuente: I Encuesta Nacional sobre Polarización, CEMOP (2021).

Al estudiar estas variables respecto de la inmigración y la polarización afectiva, como se puede comprobar en la Tabla IV, en general, las personas que mantienen posiciones de rechazo a la inmigración también tienen indicadores de polarización afectiva más altos que las personas que tienen posiciones favorables hacia los inmigrantes.

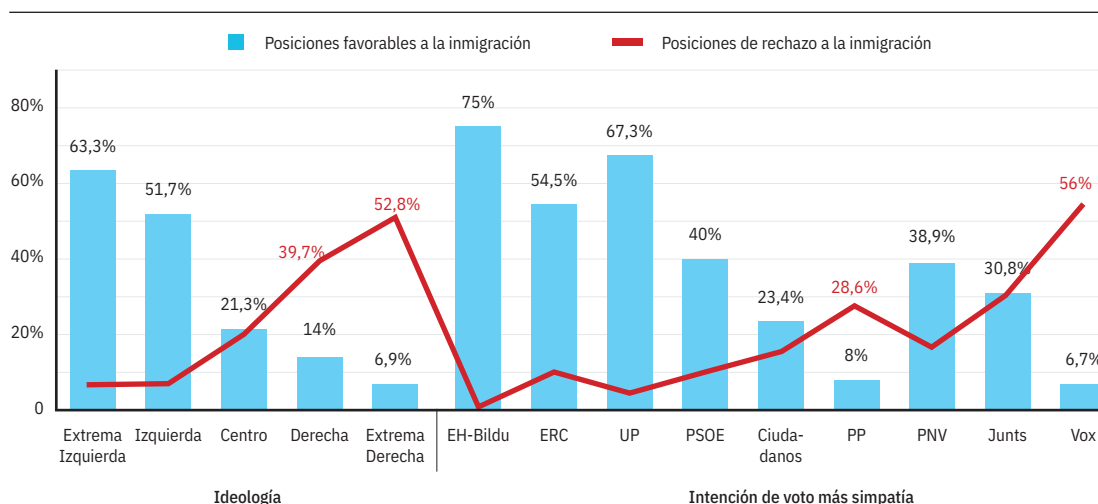
**Tabla IV. Polarización afectiva en función de la posición en relación con la inmigración, según nivel formativo, creencias religiosas y utilización de redes sociales. España, 2021.**

		Posición respecto de la inmigración			
		Posiciones favorables	Posiciones equivocadas o neutrales	Posiciones de rechazo	
Media Polarización Afectiva	Nivel formativo	Menos de 50.000 habitantes	2,3	2,1	2,6
		50.001-400.000 habitantes	2,4	2	2,2
		Más de 400.000 habitantes	2	1,9	2,6
	Creencias religiosas	Creyente religioso	2,2	2,1	2,5
		No creyente religioso	2,3	1,9	2
	Utilización de Redes Sociales	No utiliza redes sociales	2,1	1,9	2,4
Utiliza redes sociales		2,5	2,2	2,5	

Fuente: I Encuesta Nacional sobre Polarización, CEMOP (2021).

Para terminar, se analizarán la variable ideológica y la de identificación partidista. Aunque es posible que exista una cierta colinealidad entre las mismas, pensamos que expresan realidades diferentes. En el Gráfico 3 se puede observar con claridad cómo existe una polarización en la percepción de la ciudadanía en relación con la inmigración en función de la posición ideológica. Así, las personas que se autoubican en la extrema izquierda (posiciones 1 y 2 de la escala ideológica) y en la izquierda (posiciones 3 y 4) mantienen posiciones mucho más favorables a la inmigración que las personas que se autoubican en la derecha (7 y 8) y en la extrema derecha (9 y 10). El 52,8% de estas últimas tienen posiciones de rechazo a la inmigración. Estos datos coinciden claramente con los de intención de voto más simpatía y, como se constata en el Gráfico 3, solo las personas que se identifican con el PP y con Vox tienen mayor proporción de posiciones de rechazo hacia la inmigración. Por el contrario, las personas que se identifican con el resto de las fuerzas políticas, aunque con sustanciales diferencias, tienen mayores proporciones de posiciones favorables que de rechazo.

**Gráfico 3. Percepción de la ciudadanía sobre la inmigración, según ideología e intención de voto más simpatía (%).**



Fuente: I Encuesta Nacional sobre Polarización, CEMOP (2021).

En un análisis de estas dos variables en relación con la inmigración y la polarización afectiva (Tabla V), se constata que las personas que mantienen posiciones ideológicas extremas o de apoyo a las fuerzas políticas más radicales (Vox y UP), independientemente de su posición respecto de la inmigración, que en unos casos será de apoyo y en otros de rechazo, tienen una mayor polarización afectiva.

**Tabla V. Polarización afectiva en función de la posición en relación con la inmigración, según tamaño ideología e intención de voto más simpatía. España, 2021.**

		Posición respecto de la inmigración			
		Posiciones favorables	Posiciones equívocas o neutrales	Posiciones de rechazo	
Media Polarización Afectiva	Ideología	Extrema izquierda	2,8	2,4	2,3
		Izquierda	2,4	2,2	1,9
		Centro	1,7	1,7	2
		Derecha	2,5	2,8	2,8
		Extrema derecha	2,9	3,2	3,7
	Intención de voto más simpatía	EH-Bildu	2,1	1,9	-
		ERC	2,1	2	2,4
		UP	2,9	2,9	3,4
		PSOE	2,4	2	2,2
		Ciudadanos	1,6	1,3	1,4
PP		2,6	2,4	2,6	
PNV		2	2,3	1,7	
Junt		1,9	1,3	1,2	
Vox		2,1	3	3,2	

Fuente: I Encuesta Nacional sobre Polarización, CEMOP (2021).

Una vez analizadas las variables que han mostrado una correlación significativa con la posición mantenida respecto de la inmigración y comprobado que las posiciones extremas en relación con ésta –ya sean favorables o desfavorables– a su vez muestran indicadores de polarización afectiva más altos, se ha procedido a realizar un análisis de regresión lineal, utilizando el método de pasos sucesivos (*stepwise*) para la selección de variables y tomando como variable dependiente la «posición respecto de la inmigración» y como variables independientes todas las que el análisis bivariado señaló como significativas.

Este análisis produjo tres modelos (Tabla VI), de los cuales el que tenía un  $R^2$  ajustado más elevado (0,276) no ofrecía un coeficiente de determinación que permitiera explicar un porcentaje importante de variación de la variable dependiente. Además, este tercer modelo solo mantenía tres de las variables utilizadas: ideología, intención de voto más simpatía y creencias religiosas, que, por otro lado, son las variables en las que, como se ha visto en el análisis (Gráficos 2 y 3), el contraste en las posiciones hacia la inmigración entre las distintas categorías de estas variables es más evidente.

Tabla VI. Análisis de regresión lineal.

Resumen del modelo						
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación		
1	,473a	0,223	0,222	2,338		
2	,519b	0,27	0,268	2,268		
3	,528c	0,278	0,276	2,256		
a. Predictores: (Constante), Intención de voto más simpatía						
b. Predictores: (Constante), Intención de voto más simpatía, Autoubicación Ideológica						
c. Predictores: (Constante), Intención de voto más simpatía, Autoubicación Ideológica, Creencias religiosas						
Coeficientes*						
Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Desv. Error	Beta		
1	(Constante)	1,387	0,21		6,609	<,001
	Intención de voto más simpatía	0,626	0,038	0,473	16,332	<,001
2	(Constante)	0,969	0,211		4,599	<,001
	Intención de voto más simpatía	0,392	0,048	0,296	8,156	<,001
	Autoubicación ideológica	0,327	0,043	0,279	7,68	<,001
3	(Constante)	1,985	0,37		5,371	<,001
	Intención de voto más simpatía	0,369	0,048	0,279	7,639	<,001
	Autoubicación ideológica	0,298	0,043	0,254	6,891	<,001
	Creencias religiosas	-0,565	0,169	-0,101	-3,337	<,001

\* Variable dependiente: Posición respecto de la inmigración.  
Fuente: I Encuesta Nacional sobre Polarización, CEMOP (2021).

Un  $R^2$  ajustado tan bajo (0,276), como el que ofrece el modelo 3 del análisis de regresión, está señalando un mal ajuste, lo que indica que el modelo no describe con precisión los datos subyacentes, ya que solo es capaz de predecir un 27,6% de la variable dependiente, por lo que es imperativo continuar indagando respecto de cómo se construyen las posiciones de la ciudadanía en relación con la inmigración.

## 5. Conclusiones

En la actualidad, los procesos migratorios se han conformado como uno de los principales retos de muchos países. La magnitud adquirida por el fenómeno migratorio en España ha sido uno de los factores que estimulan la transformación de los perfiles de la sociedad española. El análisis de la inmigración se puede afrontar desde múltiples dimensiones (política pública,

jurídica, económica, etc.), pero esta investigación ha pretendido examinar algunas variables que pueden incidir en la construcción de las posiciones personales y, por tanto, en la construcción del imaginario social respecto de la inmigración. También se ha aspirado a comprobar en qué medida esas posiciones en relación con la inmigración favorecen el incremento de la polarización afectiva.

De los datos se puede concluir que, con las variables sociodemográficas y sociopolíticas analizadas –todas ellas relacionadas de forma significativa con la variable dependiente: posición respecto de la inmigración– no es posible construir un modelo multivariable que permita explicar un porcentaje suficientemente importante de la variable dependiente. Las variables que parecen incidir más claramente en la formación de la posición personal respecto de la inmigración son la ideología, la identificación partidista y los sentimientos religiosos.

Respecto de la ideología, se percibe una clara polarización en cómo percibe la ciudadanía a la inmigración: las personas que se autoubican en las posiciones de extrema izquierda y de izquierda mantienen posiciones más favorables a la inmigración que aquellas que se autoubican en la derecha o en la extrema derecha. Estas posiciones son consonantes con las de la identificación partidista, ya que los votantes de Vox y el PP sostienen, en mayor proporción, posiciones de rechazo a la inmigración, mientras que los votantes de UP o el PSOE defienden orientaciones mucho más favorables. En relación con el sentimiento religioso, hay que subrayar que las personas no creyentes mantienen en mayor medida posiciones favorables a la inmigración, mientras que las personas creyentes superan en sus posiciones de rechazo a la inmigración a las que tienen posiciones favorables a esta.

No obstante, es necesario perseverar en la construcción de nuevos modelos explicativos más robustos que permitan explicar cómo se construye la posición personal respecto de la inmigración. Habrá que explorar si son los prejuicios de tipo racista o xenófobo los responsables de las posiciones de rechazo a la inmigración o si estas provienen de percepciones negativas de los impactos de la inmigración y de la reprobación de las políticas públicas en relación con la misma.

Sin embargo, en relación con la polarización, se puede considerar que esta investigación aporta datos que muestran que las personas que mantienen posiciones radicales respecto de la inmigración, bien sean de aceptación o de rechazo, son las que tienen índices de polarización mayores. A su vez, las personas que mantienen posiciones más radicales de aceptación de la inmigración son las que votan a fuerzas políticas situadas a la izquierda (UP, EH-Bildu, ERC o PSOE), mientras que las personas con posiciones más radicales de rechazo son las que votan a la derecha (Vox, PP o Junts) lo que permite colegir que se están agrandando los sesgos partidistas y las diferencias entre la izquierda y la derecha respecto de la inmigración.

Por último, las personas que se posicionan personalmente en el rechazo a la inmigración también alcanzan unos mayores índices de polarización, por lo que se puede concluir que, o bien un mayor rechazo a la inmigración está situando a los individuos en posiciones de radicalidad actitudinal, o bien el

hecho de que las personas estén polarizadas las coloca en un esquema de pensamiento que lleva al rechazo a la inmigración.

### Nota de los autores

La participación de Kaoutar Bakdid Albane en este artículo ha sido posible gracias a la financiación del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades del Gobierno de España a través del «Programa estatal para desarrollar, atraer y retener talento-Contratos Predoctorales FPU» (Ref. FPU21/04363).

## Referencias

- Arndt, C. (2016): «Issue Evolution and Partisan Polarization in a European Multiparty System: Elite and Mass Repositioning in Denmark 1968–2011». *European Union Politics*, 17(4): 660-682. DOI: 10.1177/1465116516658359
- Barreda, M. (2021): «La polarización política en las democracias actuales: expresiones y consecuencias». *Cuadernos Manuel Giménez Abad*, 21: 190-202. DOI: 10.47919/FMGA.CM21.0109
- Bischof, D. y Wagner, M. (2019): «Do Voters Polarize When Radical Parties Enter Parliament?». *American Journal of Political Science*, 63(4): 888-904. DOI: 10.7910/DVN/DZ1NFG
- Camargo Fernández, L. (2021): «El nuevo orden discursivo de la extrema derecha española: de la deshumanización a los nullos en un corpus de tuits de Vox sobre la inmigración». *Cultura, lenguaje y representación*, XXVI: 63-82. DOI: 10.6035/clr.5866
- Centro de Investigaciones Sociológicas (2021): Estudio 3419: Barómetro de mayo 2021. [https://www.cis.es/cis/opencms/ES/11\\_barometros/](https://www.cis.es/cis/opencms/ES/11_barometros/) (Último acceso 11 de octubre de 2024).
- Chulvi, B.; Molpeceres, M.; Rodrigo, M. F.; Toselli A. H. y Rosso, P. (2023): «Politization of Immigration and Language Use in Political Elites: A Study of Spanish Parliamentary Speeches». *Journal of Language and social Psychology*, 0(0): 1-31. DOI: 10.1177/0261927X231175856
- Crespo Martínez, I. (2024): «Introducción». En: *IV Encuesta Nacional de Polarización Política*. Grupo Especial de Investigación CEMOP.
- Crespo Martínez, I. y Mora Rodríguez, A. (2022): «El auge de la extrema derecha en Europa: el caso de Vox en la Región de Murcia». *Política y Sociedad*, 59(3): 1-13. DOI: 10.5209/poso.75974
- Dochow-Sondershaus, S. y Teney, C. (2024): «Opinion polarization of immigration and EU attitudes between social classes: the limiting role of working class dissensus». *European Societies*: 1-32. DOI: 10.1080/14616696.2024.2312948
- Druckman, J. N.; Peterson, E. y Slothuus, R. (2013): «How Elite Partisan Polarization Affects Public Opinion Formation». *American Political Science Review*, 107(1): 57-79. DOI: 10.1017/S0003055412000500
- Esses, V. M.; Dovidio, J. F. y Hodson, G. (2002): «Public attitudes toward immigration in the United States and Canada in response to the September 11, 2001 'Attack on America'». *Analyses of Social Issues and Public Policy*, 2(1): 69-85. DOI: 10.1111/j.1530-2415.2002.00028.x



- García Escribano, J. J.; García-Palma, M. B. y Manzanera-Román, S. (2021): «La polarización de la ciudadanía ante temas posicionales de la política española». *Revista Más Poder Local*, (45): 57-73.
- Gidron, N.; Adams, J. y Horne, W. (2020): *American Affective Polarization in Comparative Perspective*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Gil Araujo, S. (2018): «Narrativas sobre la nación en las políticas de integración de inmigrantes. El legado de Abdelmalek Sayad». En G. Avallone y E. Santamaría (coords.): *Abdelmalek Sayad: Una lectura crítica. Migraciones, saberes y luchas (sociales y culturales)*. Madrid: Dado Ediciones. pp. 111-129.
- González Enríquez, C. y Rincken, S. (2021): «La opinión pública ante la inmigración y el efecto de VOX». *Real Instituto Elcano* (en línea). Recuperado de: <https://www.realinstitutoelcano.org/analisis/la-opinion-publica-ante-la-inmigracion-y-el-efecto-de-vox/> (Último acceso 11 de octubre de 2024).
- Goya García de Paor, C. (2021): «La polarización de la opinión pública europea ante la inmigración: Análisis de los factores influyentes». *Comillas Journal of International Relations*, (21): 109–124. DOI: 10.14422/cir.i21.y2021.006
- Harteveld, E. (2021): «Fragmented foes: affective polarization in the multi-party context of the Netherlands». *Electoral Studies*, 71: 1-16. DOI: 10.1016/j.electstud.2021.102332
- Iyengar, S.; Sood, G. y Lelkes, Y. (2012): «Affect, not ideology: a social identity perspective on polarization». *Public Opinion Quarterly*, 76(3): 405-431. DOI: 10.1093/poq/nfs038
- Kustov, A.; Laaker, D. y Reller, C. (2019): «The Stability of Immigration Attitudes: Evidence and Implications». *SSRN Electronic Journal*. DOI: doi.org/10.2139/ssrn.3322121
- Lahav, G. (1997). «Ideological and Party Constraints on Immigration Attitudes in Europe». *Journal of Common Market Studies*, 35(3): 377-406. DOI: 10.1111/1468-5965.00067
- Lelkes, Y. (2021): «Policy over party: comparing the effects of candidate ideology and party on affective polarization». *Political Science Research and Methods*, 9(1): 189-196. DOI: 10.1017/psrm.2019.18
- Mason, L. (2015): «‘I disrespectfully agree’: The differential effects of partisan sorting on social and issue polarization». *American Journal of Political Science*, 59(1): 128-145. DOI: 10.1111/ajps.12089
- McManus, I. P. (2021): «Socio-economic and socio-cultural foundations of voter support for far-left and far-right parties». *Journal of Contemporary European Studies*, 31(1): 214-231. DOI: 10.1080/14782804.2021.1990026
- Miller, L. (2020): «Polarización en España: más divididos por ideología e identidad que por políticas públicas». *EsadeEcPol*, 18: 1-14.
- Miller, L. (2021): «La polarización política en España: entre ideologías y sentimientos». *Papeles de Relaciones Ecosociales y Cambio Global*, 152: 1-22.
- Ohme, J. (2021): «Algorithmic social media use and its relationship to attitude reinforcement and issue-specific political participation – The case of the 2015 European immigration movements». *Journal of Information Technology & Politics*, 18(1): 36-54.
- Renström, E. A.; Bäck, H. y Carroll, R. (2022): «Protecting the Ingroup? Authoritarianism, Immigration Attitudes, and Affective Polarization». *Frontiers in Political Science*, 4: 1-12. DOI: 10.3389/fpos.2022.919236
- Rogowski, J. C. y Sutherland, J. L. (2016): «How ideology fuels affective polarization». *Political Behaviour*, 38: 485-508. DOI: 10.1007/s11109-015-9323-7

Rojo, J. M. y Crespo, I. (2023): «'Lo político como algo personal': una revisión teórica sobre la polarización afectiva». *Revista de Ciencia Política*, 43(1): 25-48. DOI: 10.4067/s0718-090x2023005000102

Rinken, S. y Trujillo-Carmona, M. (2018): «The 'intergroup paradox' in Andalusia (Spain): an explanatory model». *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 44(14): 2392-2414. DOI: 10.1080/1369183X.2017.1346041

Schmidt-Catran, A. W. y Czymara, C. S. (2023): «Political elite discourses polarize attitudes toward immigration along ideological lines. A comparative longitudinal analysis of Europe in the twenty-first century». *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 49(1): 85-109. DOI: 10.1080/1369183X.2022.2132222

Tajfel, H. y Turner, J. C. (1986): «The social identity theory of intergroup behavior». En S. Worchel y W. G. Austin (Eds.): *Psychology of intergroup relations*. Chicago: Nelson-Hall. pp. 7-24.



©Derechos del autor o autores. Creative Commons License. Este artículo está bajo una licencia internacional Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0.  
©Copyright of the author or authors. Creative Commons License. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License.

# Antagonismos políticos y hostilidades afectivas en la Argentina de Milei

*Political antagonisms and affective hostilities in Argentina under Milei's ruling*



**Agustina Falak**  
Licenciada en Ciencias Políticas por la Universidad de Buenos Aires y graduada por FLACSO Argentina en Opinión Pública y comunicación política. Maestranda en Comunicación Política por la Universidad Austral.  
afalak@uba.ar  
@agustinafalak  
ORCID: 0009-0007-8061-7922



**Ignacio Ramírez**  
Sociólogo por la Universidad de Buenos Aires y DEA en Comunicación, Cultura y Política por la Universidad Complutense de Madrid. Consultor político, docente universitario y Director del Posgrado en Opinión pública y comunicación política de FLACSO Argentina.  
iramirez@flacso.org.ar  
@nachoram  
ORCID: 0009-0001-5791-524X

#### Cómo citar el artículo

Falak, Agustina y Ramírez, Ignacio (2025): «Antagonismos políticos y hostilidades afectivas en la Argentina de Milei». *Revista Más Poder Local*, 59: 124-140. DOI: 10.56151/maspoderlocal.272

## Resumen

En este trabajo, los autores presentan los resultados de un estudio de opinión pública que llevaron adelante con el propósito de contribuir a la comprensión de la polarización afectiva que atraviesa a la sociedad argentina en tiempos de Javier Milei. A lo largo del texto, se presentan aproximaciones conceptuales del tema para luego desplegar un análisis empírico sobre diversas dimensiones constitutivas de la polarización afectiva. El artículo examina en clave comparada a los dos grandes electorados del país: los votantes de La Libertad Avanza y los votantes de Unión por la Patria, poniendo el foco sobre la asimétrica distribución de una emoción política particular: el odio. Además de producir y presentar evidencia empírica, los autores formulan una serie de reflexiones acerca de la polarización afectiva como gran estructuradora del espacio público contemporáneo y sobre su impacto en la convivencia democrática, impacto signado por la tensión entre los saludables desacuerdos ideológicos y las hostilidades afectivas perniciosas.

### Palabras clave

Polarización política; polarización afectiva; segregación ideológica; partidismo negativo; hostilidad afectiva.

## Abstract

*The researchers present here the results of a public opinion study conducted to contribute to the understanding of the affective polarization that Argentinian society goes through during Javier Milei's era. Throughout the article, they first offer conceptual approaches in order to, afterwards, present an empirical analysis about the different dimensions of affective polarization. The authors compare two big constituencies in this paper: La Libertad Avanza voters and Union Por la Patria voters, focusing on the asymmetrical presence of one political emotion in particular: hatred. Apart from producing and presenting empirical data, the authors set out their thoughts on affective polarization as a constitutive part of contemporary public space, and its impact in democratic coexistence, considering the tension between healthy ideological disagreement and pernicious affective hostility.*

### Keywords

*Political polarization; affective polarization; ideological segregation; negative partisanship; affective hostility.*

## 1. Introducción

El 10 de diciembre de 2023 Javier Milei asumió la presidencia de Argentina, convirtiéndose en el primer presidente *outsider* y amateur de nuestro país. En virtud del carácter atípico de su trayectoria y de su estilo, desde su asunción como presidente se ha multiplicado el interés –en Argentina y en otros países– por intentar comprender al *personaje* y la eficacia electoral de sus estrategias. La curiosidad se expande y habilita abordajes muy diversos: la «extravagancia» de su estilo, el lugar de las redes sociales en la arquitectura de estos fenómenos políticos emergentes «por fuera del sistema», el rol de la agenda ideológica libertaria, el ascenso de las nuevas derechas extremas en el mundo, etc. Pero existe otro aspecto muy presente en las explicaciones de su triunfo, dentro del cual se enrolan los propósitos del presente artículo. Nos referimos a la gestión, expresión y representación de la ira, la indignación y una serie de afectos políticos que actuaron como protagonistas centrales de la trama que en poco tiempo sacó a Milei de un panel televisivo y lo llevó a la presidencia. Si bien nuestro texto no se propone abordar las causas que explican la victoria de Javier Milei, estamos convencidos de que su vertiginoso ascenso está estrechamente asociado con el contexto de polarización afectiva que respira la sociedad argentina desde hace muchos años.

Con la llegada de Javier Milei a la presidencia, la política argentina parecía dar un giro de 180°. Accedía al poder, por primera vez, un *outsider* dotado de una brevísima trayectoria política previa, de la mano de un partido con apenas dos años de existencia y sin requerir, para llegar a la Casa Rosada, de la estructura, apoyo formal o tutela de alguno de los dos partidos más tradicionales de la política del país: la Unión Cívica Radical o el Partido Justicialista.

El economista y líder de La Libertad Avanza se consagró como mandatario luego de una campaña electoral tan atípica como su propia apariencia, soporte central en su imagen pública. El foco de su posicionamiento y de su narrativa residió en el sonoro rechazo a «la casta», significativo organizador de su relato y con el que se refería a toda la clase política tradicional que, desde su óptica, buscaba mantener privilegios a costa de los «argentinos de bien». Para esta pelea, convocaba a «despertar leones» para que el país vuelva a recuperar la libertad, otro de los significantes más importantes de su retórica política. Este discurso fuertemente ideologizado y polarizante consiguió el favor del 56% de los electores en la segunda vuelta presidencial. Sin embargo, por más disruptivo que pudiera y pueda parecer Javier Milei en un sentido amplio (discursivo, estético, programático e ideológico), su aparición es también producto de la continuidad y profundización de una dinámica de la política argentina que lo precede: el agudizamiento de la polarización política fuertemente provista de hostilidades afectivas.

En este trabajo, nos proponemos presentar una serie de reflexiones y de datos que contribuyan con la comprensión de la polarización afectiva que envuelve y atraviesa a la Argentina actual, y de la cual Javier Milei es uno de sus principales síntomas y promotores. A través de datos producidos a los efectos de este estudio, buscaremos iluminar el subsuelo afectivo de los antagonismos políticos que (des)ordenan la vida pública argentina.

## 2. La polarización

Antes de presentar los resultados de nuestro estudio, haremos una aproximación conceptual al tema en línea con un artículo anterior donde presentamos estas cuestiones con mayor desarrollo y elaboración (Ramírez y Falak, 2023). El acceso a los números requiere sobrevolar antes los conceptos y marcos teóricos que les dan sentido.

El concepto de polarización política viene siendo objeto de creciente interés y ha suscitado definiciones muy variadas. Reconociendo la heterogeneidad de perspectivas, nos interesa pensar la polarización, en primer lugar, como el «retorno» del desacuerdo ideológico al centro de gravedad de la competencia política. En culturas políticas muy diversas se observa que la oferta electoral y segmentos de la sociedad intensifican su diferenciación ideológica<sup>1</sup>. Un segundo aspecto destacado de la polarización contemporánea alude a la dicotomización del campo sociopolítico, asociado con la configuración de un «nosotros» y un «ellos» como modo rector de la vida política (Mouffe, 1993; Casullo, 2019). En resumen: los procesos de polarización son aquellos en los que el *gap* ideológico aumenta y, asimismo, se dicotomiza.

Desde otro punto de vista, la polarización también puede ser definida como la soledad y el vaciamiento del centro político. Durante décadas la ciencia política había estado dominada por el paradigma del *rational choice*, cuya tesis central proponía la desideologización de la competencia política en favor de lazos más transaccionales entre electores y partidos. La polarización política rompe con aquella dinámica centrípeta en la que oferta y demanda tendían «amablemente» hacia el centro.

Ahora bien, la polarización política no trata únicamente sobre competencias electorales y desacuerdos ideológicos. La polarización política es un concepto complejo en el que interactúan esferas y dimensiones muy variadas. Diferentes estudios fundamentales de esta agenda de investigación muestran que no resulta sencillo distinguir las fronteras entre los aspectos tan heterogéneos que forman parte del fenómeno (por ejemplo, Webster y Abramowitz, 2017). Considerando el conjunto de dimensiones implicadas en los procesos de polarización, nos permitimos formular una propuesta de definición abarcadora. Concebimos la polarización en términos de: contradicciones sociales, desacuerdos ideológicos, rupturas cognitivas<sup>2</sup> y hostilidades afectivas, políticamente dicotomizadas. Si bien los hallazgos empíricos que presentaremos más adelante forman parte de un «recorte afectivo» del tema, no debe perderse de vista que se trata de un fenómeno múltiple, en el que

---

1. La experiencia norteamericana ha sido la más estudiada con relación al creciente *gap* ideológico que fue dividiendo a votantes demócratas y votantes republicanos durante las últimas décadas. Levitzky y Ziblatt plantean el proceso en términos de clasificación de los votos por ideología. Observan que desde 1965, la filiación a uno de los dos partidos se convierte cada vez más en un predictor de una cosmovisión del mundo crecientemente diferente a la propia de los votantes rivales (Levitzky y Ziblatt, 2018).

2. Al incorporar la noción de «rupturas cognitivas», seguimos las reflexiones de Marc Angenot, quien en su texto «Diálogo de sordos: tratado de retórica antilógica» (2016) reflexiona sobre el rol del lenguaje en los fenómenos de dicotomización que estamos analizando. En resumen, la idea de «cortes cognitivos», es la diferencia entre que la opinión del «otro» nos parezca errada y que nos parezca abiertamente «irracional». En contextos de polarización, la opinión del rival nos resulta racionalmente inválida.

cada una de sus dimensiones se ve intrínsecamente vinculada con el resto, influyéndola y siendo influida de manera recíproca, continua y circular, tal y como buscamos representar a través de la Figura 1.

Figura 1. Elementos constitutivos y configuración de la polarización política.



Fuente: elaboración propia

Los estudios sobre la polarización afectiva dialogan con antiguas reflexiones concernientes a la *naturaleza* y al estatuto de los afectos como motores de la dinámica política que condicionan el debate público en general. En el encuentro entre estas dos agendas (polarización y rol político de las emociones) se desarrolla el subgénero del que nos ocuparemos a continuación: la polarización afectiva.

Los estudios sobre polarización afectiva giran alrededor de un enigma: ¿cuál es el papel de los afectos y de las emociones en los procesos contemporáneos de dicotomización beligerante del campo sociopolítico? Antes de examinar algunas definiciones de la literatura académica reciente, quisiéramos enmarcar el tema dentro de una larga tradición relativa al modo en que la filosofía política y la teoría democrática han pensado el vínculo entre razón y pasiones, el modo en que ha sido pensado el rol de las emociones en el debate público. En este tema, seguimos las reflexiones del intelectual francés Frédéric Lordon, quien resume, a través de una pregunta, uno de los planteos recurrentes que atraviesa a este campo de estudios

*¿No es la política, en su idea más noble, cuestión de argumentos, principios y valores, esto es algo muy distinto a las erupciones de afectos que vienen a distorsionar su ideal de comunicación? (Lordon, 2017:33).*

Habitualmente, los abordajes sobre polarización ponen el foco sobre el creciente *gap* ideológico entre diversos segmentos de la opinión pública.

Considerando el caso norteamericano como ejemplo, el fenómeno consistiría esencialmente en el incremento de los desacuerdos sobre asuntos públicos entre demócratas y republicanos. Iyengar, Sood y Lelkes (2012) proponen un camino que toma distancia de la herencia iluminista de la que Lordon aconsejaba desprenderse si se quiere ingresar al «mundo de los afectos políticos». De acuerdo con Iyengar *et al.* (2012), el elemento más constitutivo del proceso de polarización no surge tanto del «habitual» registro de la «distancia ideológica» o programática entre segmentos, sino que el corazón de la polarización contemporánea se anuda en las percepciones y miradas hacia «el otro» (político) que van tejiendo las hostilidades afectivas entre grupos. Sobre este punto, Rojo-Martínez y Crespo-Martínez afirman: «lo que hace diferente a la polarización afectiva es su componente socioemocional, generador de desconfianza, sesgos, hostilidad y discriminación entre personas según su identidad política» (2023:42).

En consecuencia, resulta insuficiente acreditar diferencias en las opiniones políticas; lo constitutivo de un paisaje polarizado alude a las miradas –siguiendo los textos fundadores de Lippman (2003), estereotipadas y moralizadas– entre diferentes actores sociales, dotados de identidad. Se trata de un juego de miradas (sobre los «propios» y sobre los «otros») propias de cualquier identidad social, apoyada siempre sobre un componente de autoafirmación y sobre un elemento negativo de alteridad y contraste con un otro que es constitutivo, negativamente, de lo que somos o creemos ser.

La escena política regida por la «ley de la polarización» implica fuertes desacuerdos ideológicos que no pueden ser ignorados, pero que no son suficientes para explicar el conjunto de aspectos implicados en la polarización. Lo que define la dinámica polarizadora no es tanto el *gap* ideológico, sino la distancia social, afectivamente teñida y motivada. Iyengar y otros entienden que esta dimensión aporta una mejor perspectiva desde la cual evaluar los procesos de polarización. Los autores proponen:

*Un indicador alternativo, y desde nuestro punto de vista, más diagnóstico, de la polarización de masas es la medida en que los partidarios se ven unos a otros como un grupo externo desagradable. La prueba definitiva de la identidad social requiere no solo un sentimiento positivo hacia el propio grupo, sino también un sentimiento negativo hacia aquellos que se identifican con grupos opuestos. Por lo tanto, en la medida en que la identificación partidaria represente una afiliación grupal significativa, la prueba más apropiada de polarización es la identidad afectiva, no ideológica (citado en Garrido, Martínez Rodríguez y Mora Rodríguez, 2021).*

De acuerdo con este enfoque, la polarización afectiva no sería un tipo particular de polarización política sino que se trataría de su rasgo más distintivo. La polarización política es, en esencia, un proceso que se pone en marcha gracias a la electricidad suministrada por los afectos políticos. Como hemos dicho, la polarización sin duda implica el «retorno de lo ideológico» como centro de gravedad de la competencia política; pero allí no termina la historia. En contextos de polarización, la diferencia ideológica entraña una intensa implicación emotiva por la cual la adhesión o rechazos políticos co-



mienzan a impregnar, ¿e interferir?, la interacción interpersonal de los ciudadanos o de distintos segmentos de la opinión pública.

Hemos hablado reiteradamente sobre la constitución dicotomizada de un «nosotros» y un «ellos», entre los cuales se tejen recíprocas representaciones negativas. Para conceptualizar esta constelación identitaria, resulta oportuno introducir la categoría de mega identidades partidarias. Mariano Torcal se refiere, ya no a identidades o grupos de pertenencia, sino a mega identidades articuladas a partir de la mezcla y convergencia de diversas identidades que se sintetizan para conformar grupos sociales más amplios (Torcal, 2023). Lo fundamental del concepto reside en su carácter «no partidario»: no se limitan a visiones programáticas, sino que aglutinan identidades y clivajes sociales para agruparlos en bloques más amplios que se segmentan según líneas de división partidaria. La textura plural de la trama social se simplifica a través de «*el clivaje de los clivajes*» o, en los términos de Sean Westwood *et al.* (2018), elaborando «*the tie that divided us*». En este punto surge nuevamente la relevancia del aspecto agonal, esto es: la mera diferencia (por ejemplo, entre dos mega identidades que coexisten) no alcanza para constituir una escena de polarización. En palabras del propio Torcal, ella se desarrolla

*cuando esos sentimientos de apego van acompañados de la acción de los partidos propiciando grupos partidistas más homogéneos respecto de otras identidades (...) generan unas megaidentidades psicológicas que dividen a la ciudadanía según las líneas partidistas, lo que tiene serias implicaciones para el pensamiento, el comportamiento y las emociones de los distintos grupos partidarios (Torcal, 2023: 41-42).*

Antes de avanzar, dejaremos planteada una posición analítica. Concebimos al nexo entre la hostilidad afectiva y la disidencia ideológica como una interacción circular que empuja a unos y otros hacia el «polo opuesto», desatándose una fuerza que segrega y vacía el centro discursivo y electoral.

En consecuencia, una profunda comprensión de la polarización política exige no solo la identificación de los *issues* polarizantes que ya han sido estudiados por otros especialistas para el caso argentino (Kessler y Vommaro, 2021) o el componente ideológico de la competencia política (Ramírez y Casullo, 2021). La dimensión afectiva resulta insoslayable e indispensable para componer el retrato de una sociedad polarizada. En el próximo apartado, ofrecemos piezas adicionales para completar ese retrato.

### 3. Polarización afectiva en la Argentina

El caso argentino resulta especialmente interesante para el estudio de los antagonismos políticos y de las hostilidades afectivas que los acompañan. En efecto, investigaciones comparadas (Edelman Trust Barometer, 2023: 18) sitúan a la Argentina como una de las sociedades más polarizadas de América Latina. Sin embargo, los trabajos específicamente dedicados a la caracterización del plano afectivo de los antagonismos políticos en el país son aún esca-

sos. Entre los aportes que empiezan a reparar esa ausencia, se debe señalar un artículo de Mariano Torcal y Emily Carty (2023), quienes subrayan la centralidad del eje peronismo-antiperonismo para comprender la configuración de las hostilidades afectivas en la política nacional. Por nuestra parte, en un reciente texto de 2023 formulamos un aporte para entender la polarización afectiva del país, explorando el universo emocional y afectivo de los votantes de Juntos por el Cambio y los volantes del Frente de Todos de 2021 (Ramírez y Falak, 2023). El escenario estudiado era anterior a la irrupción de Javier Milei y de LLA como actor político central de la competencia política argentina. Con Javier Milei transformado en presidente, y habiendo transitado varios meses del nuevo ciclo político, nos proponemos actualizar y profundizar aquella hoja de ruta.

A continuación presentaremos un conjunto de datos y hallazgos surgidos de un estudio destinado a iluminar empíricamente la estructura afectiva de la polarización política que impregna a la sociedad argentina. Nos apoyaremos sobre una medición cuantitativa de opinión pública realizada en el ámbito de la Provincia de Buenos Aires, donde reside el 37% de la población del país. La encuesta se llevó adelante de manera *online* entre el 25 y el 29 de julio de 2024 a través una muestra estratificada por zona de 1.500 casos, con un nivel de confianza de 95% y un error muestral del  $\pm 3,3\%$ , y luego ponderada por sexo, edad y nivel educativo.

Los indicadores que compartiremos permiten examinar diferentes dimensiones de la polarización afectiva, tales como los niveles de segregación partidista, las hostilidades afectivas dirigidas a los votantes adversarios y las emociones políticas suscitadas en torno a los principales liderazgos políticos del país. Haremos especial hincapié sobre tres aspectos: la mayor o menor asimetría entre las hostilidades afectivas observadas en los dos grandes segmentos del electorado argentino, clasificados en función del voto en el balotaje, la presencia del odio como emoción política y lo que llamaremos la «geografía del odio», esto es: el análisis de la distribución del odio entre los diferentes segmentos demográficos que componen la opinión pública. Más allá de las simpatías o antipatías políticas que estructuran el desacuerdo, buscaremos aportar una respuesta empírica al siguiente interrogante: ¿cuáles son los segmentos demográficos que manifiestan mayores niveles de odio hacia el líder político adversario? El examen del odio como «afecto político» central de la escena política contemporánea nos interesa especialmente en virtud de su relación con la erosión democrática que se viene observando en distintos países. La hipótesis que subyace en nuestra indagación sostiene que el odio no es una emoción política inocua, sino más bien un *driver* emocional en ascenso que tensiona la convivencia y ejerce un impacto corrosivo sobre el debate público democrático.

La estrategia que transitamos en el tratamiento de los datos privilegia la evaluación comparada de las percepciones, actitudes y opiniones que registramos en los dos principales electorados de la sociedad argentina: los votantes de Unión por la Patria *vis-à-vis* los votantes de La Libertad Avanza. No nos detendremos sobre los resultados agregados de la opinión pública, sino en la comparación de los dos segmentos, recortados en función de su comportamiento electoral en la segunda vuelta presidencial. Nos interesa describir y formular esbozos interpretativos sobre las convergencias y contrastes entre

los dos grupos; conocer los afectos políticos subyacentes que movilizan sus opiniones y radiografiar la dirección e intensidad de tales emociones políticas. En definitiva, buscamos explorar la anatomía afectiva de la política argentina como dimensión indispensable para conocer el espacio público contemporáneo. Una pregunta fundamental nos acompañará a lo largo del texto y de los datos: ¿la polarización afectiva que «une y separa» a votantes de UP y de LLA es simétrica? ¿Se rechazan con la misma intensidad? A modo de anticipo y síntesis, señalamos que en todas las variables incluidas en nuestro estudio registramos marcados desniveles en las actitudes, opiniones y emociones de los dos subuniversos analizados.

Finalmente, una aclaración: el alcance bonaerense exige prudencia a la hora de «exportar» las descripciones y conclusiones al conjunto del país. De cualquier manera, dada la dimensión de la Provincia de Buenos Aires y su heterogeneidad, las dinámicas de opinión allí registradas suelen aproximarse –con algunos desvíos– a los procesos experimentados a escala nacional.

## 4. Los datos y las emociones

Abordaremos primero la *endogamia electoral*, concepto próximo a la noción de *segregación partidista*, referido a la percepción de los ciudadanos con relación a la mayor o menor homogeneidad ideológica de sus círculo de afectos y relaciones más próximas. Los resultados (detallados en la Tabla 1) ilustran extendidos niveles de endogamia partidista y, asimismo, una visible asimetría al comparar los dos segmentos políticos examinados: entre los votantes de Javier Milei, la endogamia se encuentra acentuada. Veamos: el 48% de los electores bonaerenses de Unión por la Patria (UP) señala tener entre sus amistades o familiares algún votante de La Libertad Avanza (LLA), mientras que los votantes de La Libertad Avanza registran entornos partidarios menos heterogéneos, ya que solo un 37% afirma tener en su grupo de pertenencia un votante del bando contrario.

La hipótesis que nos acompaña a la hora de interpretar los datos concernientes a la endogamia partidista podría expresarse en estos términos: la endogamia está asociada –como causa y consecuencia– con mayores niveles de hostilidad e intolerancia y constituye un rasgo distintivo del espacio público digital, cuyas lógicas algorítmicas favorecen la segregación ideológica y la formación de cámaras de eco y/o filtros burbuja (Calvo y Aruguete, 2020). De entornos ideológicamente más homogéneos cabría esperar determinados efectos cognitivos y afectivos, tales como un agravado aislamiento cognitivo. En un espacio público altamente segregado «imperan las distancias, las desconfianzas mutuas, y los ciudadanos prefieren refugiarse en la zona de confort de los iguales antes que ingresar a un espacio de intercambios abiertos» (Quevedo y Ramírez, 2021: 27). Habitar un entorno social dotado de diversidad política entrena algunas de las destrezas actitudinales que requiere una cultura plenamente democrática.

**Tabla I. Endogamia electoral agregada y segmentada por voto. «¿Tiene entre sus amistades y familiares más cercanos a alguien que haya votado al partido opositor al suyo?»\*.**

	Total	Votantes de Unión por la Patria	Votantes de La Libertad Avanza
Sí	43%	48%	37%
No	48%	42%	55%
No sabe	9%	10%	8%

\*A los votantes de LLA se les consultó si tenían amistades o familiares que hayan votado por UP y a los votantes de UP se les preguntó si tenían amistades o familiares que hubieran votado por LLA.  
Fuente: elaboración propia.

La polarización afectiva puede ser pensada como un juego de miradas sobre el otro. Retomando la imagen de retroalimentación circular que propusimos más arriba, una de las causas y consecuencias de las hostilidades afectivas concierne al tipo de representación que media nuestra relación con los adversarios. Solo podemos experimentar una intensa aversión por aquello que se nos presenta bajo una forma desagradable u odiosa. Aquí es donde los procesos «lippmanianos» de representación moralizada y estereotipada de la realidad desempeñan una función determinante. A modo de conjetura, planteamos la posibilidad de un nexo causal entre la endogamia electoral y la representación estereotipada (y demonizada) de aquel o aquella que vota a nuestro rival político.

Examinamos esta dimensión a través de una pregunta orientada a capturar el grado de adhesión que suscita una representación extremadamente negativa y amenazante del votante adversario. En este punto estamos próximos al corazón de la polarización afectiva ya que este indicador revela cuán extendida se encuentra la percepción del *out-group*, ya no como un colectivo que piensa y vota diferente, sino como peligro y amenaza. En este caso, como amenaza a la democracia. Resulta evidente que percibir a quienes votan por el partido adversario como peligros democráticos representa una señal de extrema hostilidad afectiva. En efecto, la demonización del adversario constituye una parte fundamental en la conformación de grupos, identidades y construcción tanto de un «nosotros» como de un «ellos» (Tajfel y Turner, 1979).

Nuevamente los datos revelan dos fenómenos que tienden a repetirse: una extendida hostilidad afectiva tiñendo la atmósfera política de la sociedad argentina y una diferencia importante entre los electores de LLA y de UP con respecto a la intensidad de las aversiones. Al consultar si los votantes del espacio político adversario entrañan una «amenaza para la democracia», el 51% de los electores de UP se pronunció de acuerdo, es decir: la mitad de los votantes «peronistas» percibe a los votantes «mileistas» como un riesgo. Por su parte, el 70% de los electores de la LLA señalaron a los votantes peronistas como un peligro para la democracia (ver Tabla II). Percibir al otro (político) como un peligro adquiere consecuencias relevantes a la hora de pensar la disposición a la convivencia democrática, el respeto a la oposición y la valoración del diálogo político. La diferencia, el desacuerdo, aquí no aparecen como constitutivos de la democracia, sino como su amenaza.

**Tabla II. Percepciones estereotipadas del votante adversario. «¿Se encuentra de acuerdo o en desacuerdo con la siguiente frase...?».**

	<b>Votantes de Unión por la Patria</b>	<b>Votantes de La Libertad Avanza</b>
«Los votantes de Unión por la Patria son una amenaza para la democracia»	-	70%
«Los votantes de La Libertad Avanza son una amenaza para la democracia»	51%	-

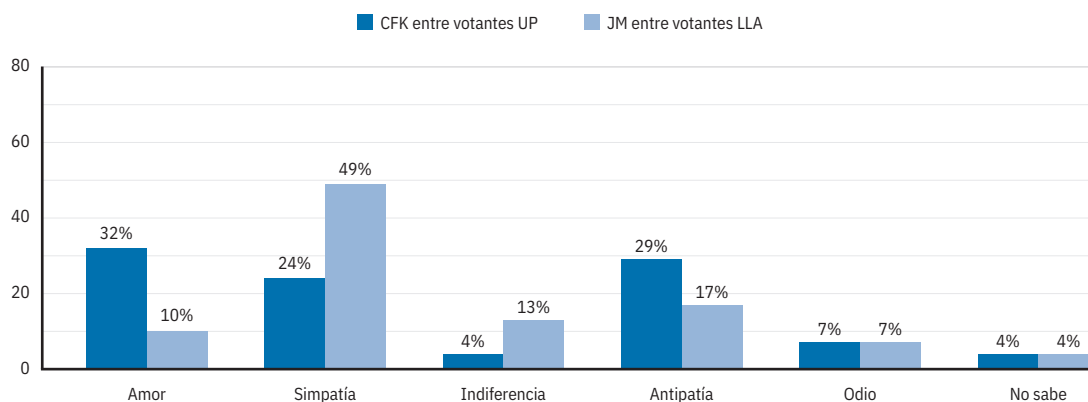
*Fuente: elaboración propia.*

Ya examinamos las características, más o menos homogéneas, de los entornos ideológicos de ambos electorados y las miradas cruzadas y estereotipadas que mantienen entre sí estas dos «mitades» de la sociedad argentina. Ahora ingresaremos al núcleo de la polarización afectiva a través de un indicador dedicado a medir los sentimientos que suscita el líder/candidato propio y el líder/candidato adversario. Este indicador resulta relevante por múltiples razones: nos permite conocer mejor a cada uno de los grupos, interpretar los elementos afectivos que los aglutinan y también detectar los ingredientes emocionales con los cuales construyen la imagen de «los otros». Este indicador hace posible espiar «por dentro» la estructura afectiva de las adhesiones y aversiones. Al respecto, es importante enfatizar que la intensidad representa un aspecto central en los fenómenos sociopolíticos. En algún sentido, la dimensión afectiva de la polarización política alude esencialmente a un asunto de intensidades. Opciones en favor y en contra hay siempre (y son, de hecho, deseables), pero en un escenario polarizado tales adhesiones y rechazos adoptan una intensidad excepcional y, muchas veces, inflamable.

Empezaremos comparando el tipo de adhesiones que suscitan en «sus» respectivos electorados el actual presidente Javier Milei y la expresidenta Cristina Fernández de Kirchner. Luego de revisar el tipo de respaldos, nos aproximaremos a un aspecto central de la polarización política contemporánea: los rechazos.

Al observar los sentimientos respecto al propio líder, irrumpe una diferencia importante. Los votantes libertarios manifiestan un tipo de adhesión más apoyada sobre la «simpatía» que sobre el «amor». Por el contrario, los votantes de UP manifiestan un tipo de adhesión regida en primer lugar por el «amor» y luego por la simpatía. Traducido en números: mientras que el 49% de los votantes de LLA declara «simpatía» por Milei y un 10% expresa «amor», entre los votantes de UP la distribución se invierte: el 32% manifiesta «amor» por Cristina Fernández y el 24%, «simpatía». En otras palabras, el respaldo por Cristina Fernández de Kirchner es sentimentalmente más intenso que el respaldo positivo que inspira Javier Milei entre sus propios votantes (ver Gráfico 1).

**Gráfico 1. Sentimientos que suscita el líder del espacio entre los votantes del mismo espacio.**  
 «¿Qué sentimiento le despierta el principal dirigente del frente electoral al que votó en las últimas elecciones?».

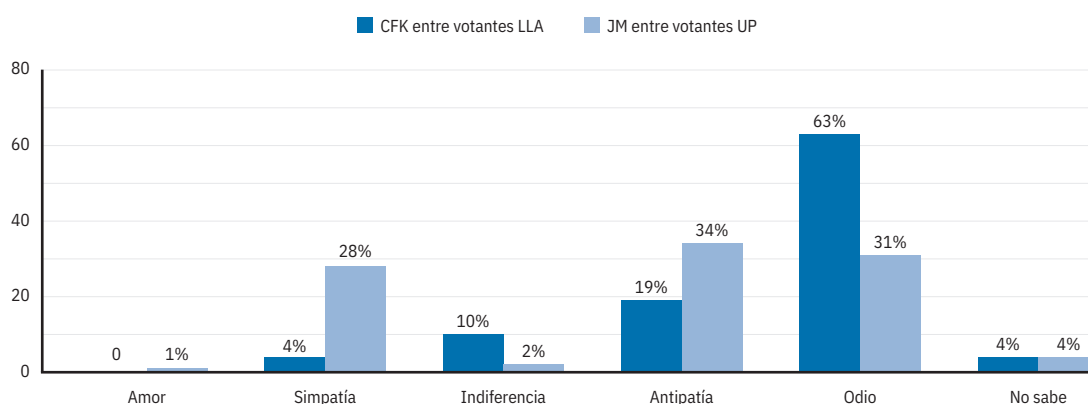


Fuente: elaboración propia.

Pero las identidades políticas y las preferencias electorales no se hacen únicamente de adhesiones al líder/candidato propio, sino, y cada vez más, en función de las aversiones que nos separan del espacio adversario. Al respecto, en los últimos años ha crecido el interés por el *partidismo negativo*, es decir, por el aspecto negativo –ligado al contraste– de las adhesiones, identidades políticas y comportamiento electoral. El partidismo negativo podría ser resumido de la siguiente manera: «Soy lo que rechazo, soy aquello que no soy». Años atrás, cuando un ciudadano decidía su voto en virtud más del rechazo que del entusiasmo o interés que le despertaba la opción elegida solía hablarse de «voto estratégico», como un desvío del «voto normal» que consistiría en elegir a aquel candidato que más nos gusta. Sin embargo, en un contexto regido por el partidismo negativo, el candidato que más nos gusta puede o suele ser precisamente aquel que expresa la cosmovisión que no nos gusta, aquel que representa lo que rechazamos. Este fenómeno se encuentra íntimamente vinculado con transformaciones de las campañas electorales y de la retórica política en general, en las que el objetivo central ya no pasa tanto por la búsqueda de adhesiones, sino más bien por la intención deliberada de gestionar los rechazos y las aversiones. Decididamente, polarización afectiva y partidismo negativo mantienen una estrecha afinidad electiva.

Haremos ahora un ejercicio similar evaluando el peso que tienen la antipatía y el odio a la hora de explicar y «expresar» el rechazo por el antagonista. Los datos del Gráfico 2 ilustran otra vez pronunciados desniveles, en este caso, en la elaboración del rechazo que formulan los votantes de LLA hacia Cristina Fernández y los votantes de UP hacia Javier Milei. El 63% de los votantes libertarios expresaron sentir odio hacia la ex presidenta mientras que un 19% se inclinó por la categoría «antipatía». En la vereda de enfrente encontramos que el 34% de los votantes de UP siente antipatía por el líder de LLA mientras que un 31% manifiesta abiertamente experimentar «odio» hacia el presidente de la nación.

**Gráfico 2. Sentimientos que suscita el líder del espacio entre los votantes del espacio adversario. «¿Qué sentimiento le despierta el principal dirigente de la fuerza opositora a la que votó en 2019?».**



Fuente: elaboración propia.

Más allá de la diferente combinación de odio y antipatía como vectores de la aversión, volvemos a advertir un fenómeno que también habíamos detectado en anteriores estudios (Ramírez y Falak, 2023): nos referimos a la «ausencia», o presencia marginal, de la indiferencia. Esta ausencia puede ser interpretada como un síntoma de un paisaje afectivamente polarizado. La «indiferencia» es una emoción ausente en la composición de los antagonismos políticos que estamos abordando. Alejado de la «indiferencia desafectada», el ecosistema político actual aparece fuertemente cargado afectivamente, intensamente *afectado* y electrificado en buena medida por la ira, el rencor y el odio, las «pasiones tristes» sobre las que reflexiona el sociólogo francés Francois Dubet (2020).

Para finalizar, presentamos la Tabla III, que reúne los «extremos sentimentales» (amor y odio) expuestos en los dos últimos indicadores revisados, relativos a las intensidades de la adhesión al candidato propio y del rechazo al candidato rival. A través de este ejercicio, que denominamos «saldo afectivo», nos interesa favorecer una descripción comparada de la anatomía afectiva de los dos sectores de la opinión pública argentina estudiados. La tabla muestra la diferencia entre el amor manifestado en torno al líder/candidato «propio» del espacio elegido y el odio dirigido hacia el líder/candidato ajeno y/o adversario. Los dos «saldos afectivos» presentan una coincidencia: la suma de amor y de odio –extremos sentimentales– capturan la mayor parte de las emociones que desarrollan ambos sectores. Las categorías menos «apasionadas» como simpatía, antipatía e indiferencias quedaron relegadas en ambos grupos por la abrumadora presencia de estos dos sentimientos dicotómicos que en su alteridad componen el eje «te amo, te odio». Si bien ambos universos lucen intensamente «afectivizados», presentan saldos afectivos divergentes.

Los votantes de Unión por la Patria reparten «amor» por CFK y «odio» por Milei en proporciones similares, 32% y 31% respectivamente. En el electorado que votó por Javier Milei en el balotaje la situación es muy diferente: el «amor» al candidato votado asciende al 10% mientras que el odio hacia

Cristina Fernández escala hasta el 63%, lo cual configura un «saldo afectivo negativo» de -53pp.

**Tabla III. Saldo afectivo comparado en torno a liderazgos.**

Peso relativo de extremos afectivos		
	Votantes del Unión por la Patria	Votantes de La Libertad Avanza
Amor al líder del espacio votado*	32%	10%
Odio al líder del espacio adverso**	31%	63%
Saldo afectivo (diferencia puntos porcentuales entre amor y odio)	1pp.	-53pp.

\*A votantes de LLA se les consultó el amor que promovía en ellos Javier Milei. Y a los electores de UP, el amor que tenían a Cristina Fernández de Kirchner.

\*\*A los votantes de LLA se les consultó el odio que sentían por Cristina Fernández de Kirchner. Y a los electores de UP, el odio dirigido hacia Javier Milei.

Fuente: elaboración propia.

Esta revisión acredita una potente asimetría en la polarización afectiva: el electorado libertario aparece como más endogámico, demoniza más a quien no vota como él, y experimenta emociones negativas más extremas y en mayor proporción que los votantes de UP.

## 5. La geografía del odio

Este apartado final está dedicado a profundizar el examen sobre el lugar del «odio» como fundamento emocional del rechazo por el adversario. Ya hemos podido acreditar el carácter asimétrico que distingue a la polarización afectiva argentina, comprobando que los votantes de LLA expresan una hostilidad beligerante más intensa que la recibida por parte de los votantes de UP. Ahora bien, tales aversiones afectivas y sentimientos no se manifiestan de igual manera en todos los segmentos sociodemográficos. Las posibilidades de encontrar «odio» difieren en forma significativa en función de la edad, el género y el nivel educativo de los ciudadanos. Surgen entonces dos preguntas importantes: ¿el odio se agudiza en los mismos segmentos en ambos universos partidarios? De ser así, estaríamos registrando una suerte de nexo intrínseco entre el odio y determinadas categorías demográficas de la sociedad más allá de las inclinaciones ideológicas. En otras palabras, ¿las variables demográficas predicen la aparición del odio de igual manera para votantes de UP y votantes de LLA?

Existe una coincidencia y fuertes contrastes: tanto en los votantes de LLA como en los votantes de UP el odio no se distribuye de manera transversal, sino que oscila fuertemente al interior de los diferentes segmentos.

Entre los votantes de LLA, el odio hacia Cristina Fernández se acentúa de manera pronunciada para los hombres, los jóvenes y los sectores de ni-



vel educativo más bajo del electorado libertario. En el universo electoral de Unión por la Patria, la geografía del odio es muy diferente. Entre los votantes peronistas, el odio aumenta a medida que aumenta la edad y se suaviza entre los jóvenes. Asimismo, los votantes de UP de niveles educativos más altos son aquellos que expresan los niveles de odio más extendidos. Con respecto al género, en el ecosistema peronistas no muestra un impacto significativo a la hora de predecir más o menos odio. Para mayor detalle, adjuntamos las Tablas IV y V.

**Tabla IV. Hostilidad afectiva hacia Cristina Fernández de Kirchner entre votantes de LLA según sexo, edad y nivel educativo.**

Sentimientos hacia CFK entre los electores de La Libertad Avanza										
	Total	Sexo		Edad				Nivel educativo		
		M	F	16-29	30-45	46-60	60+	Bajo	Medio	Alto
Amor	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Simpatía	4%	1%	8%	6%	4%	4%	2%	2%	5%	4%
Indiferencia	10%	9%	13%	10%	16%	4%	11%	5%	12%	14%
Antipatía	19%	19%	20%	10%	13%	29%	37%	12%	21%	26%
Odio	63%	70%	54%	68%	67%	63%	49%	80%	56%	55%

Fuente: elaboración propia.

**Tabla V. Hostilidad afectiva hacia Javier Milei entre votantes UP según sexo, edad y nivel educativo.**

Sentimientos hacia Javier Milei entre los electores de Unión por la Patria										
	Total	Sexo		Edad				Nivel educativo		
		M	F	16-29	30-45	46-60	60+	Bajo	Medio	Alto
Amor	1%	2%	0%	0%	4%	0%	0%	0%	4%	0%
Simpatía	28%	31%	25%	62%	45%	3%	0%	60%	2%	0%
Indiferencia	2%	2%	2%	0%	0%	3%	5%	2%	1%	3%
Antipatía	34%	35%	32%	19%	24%	44%	48%	13%	55%	41%
Odio	31%	30%	33%	5%	26%	48%	46%	19%	35%	46%

Fuente: elaboración propia.

Los hallazgos parecieran demostrar, o al menos sugerir, que las posibilidades de elaborar y expresar odio hacia el adversario no dependen de las variables «duras» –asociadas con los clivajes clásicos de la sociología política– sino que surgen fundamentalmente de los clivajes ideológicos que estructuran y segmentan el campo político contemporáneo. Tales hallazgos se ajustan conceptual y empíricamente a los datos y tesis formulados por Sean

J. Westwood *et al.* (2018) en «The Tie That Divides: Cross-National Evidence of the Primacy of Partyism», donde los autores demuestran un fenómeno tan novedoso como contraintuitivo: el antagonismo ideológico-partidario es el eje que organiza los rechazos y los desacuerdos, el eje que organiza las pasiones políticas, mucho que más que las diferencias étnicas, religiosas o de clase que solían ser pensadas como centro de gravedad sociales de las segmentaciones políticas.

El estudio presentado nos impide establecer si en Argentina la polarización se viene acentuando o atenuando. Lo que sí estamos en condiciones de afirmar, apoyados sobre toda la evidencia empírica producida y desplegada, es que nuestro país experimenta actualmente un intenso estado de polarización afectiva y que las hostilidades afectivas hacia el adversario no son simétricas sino que están significativamente más extendidas y acentuadas en el electorado de LLA.

## 6. ¿Por qué odiamos la democracia?

Para finalizar, quisiéramos formular algunos interrogantes que podrían organizar una hoja de ruta de debates y estudios sobre la cuestión que hemos abordado.

¿La polarización política «hace bien» a la democracia o, por el contrario, la erosiona? ¿La polarización afectiva incuba inexorablemente mayores niveles de odio político entre los sectores de la sociedad que se dividen en torno a las fronteras partidarias y/o político ideológicas? ¿El odio político es compatible con la cultura democrática? ¿Por qué en reiterados estudios realizados en países muy diversos, el electorado de «derecha» presenta una mayor predisposición hacia la intolerancia y exhibe dosis más intensas de hostilidades afectivas hacia sus rivales?

Con relación al primer punto, entendemos que la polarización política por sí misma no constituye una amenaza para la democracia. En efecto, el desacuerdo ideológico revitaliza el debate y la participación política. Cuando la opinión pública es incapaz de reconocer contrastes reales en su oferta electoral, la representación política se debilita y aumenta el cinismo ciudadano. La polarización política tiene un efecto virtuoso al permitir que las sociedades registren divergencias ideológicas y programáticas más nítidas. Sin embargo, la polarización política contemporánea no se limita a la organización del desacuerdo ideológico sino que se desarrolla esencialmente en el terreno afectivo. Ahora bien, no todos los afectos políticos tienen las mismas consecuencias. Resulta inquietante acreditar la extendida presencia del «odio» en las sociedades contemporáneas. Los desacuerdos políticos revitalizan la vida esfera pública, pero las hostilidades afectivas, agravadas por el aislamiento cognitivo propio del ecosistema digital, parecieran hacernos ingresar en un territorio riesgoso para la democracia. Al respecto, escenas políticas como las observadas recientemente en Estados Unidos y Brasil, resultan elocuentes respecto a tales riesgos.

Jennifer McCoy, Tahmina Rahman y Murat Somer (2018) conceptualizan estas situaciones en términos de «polarización perniciosa», cuando estas dinámicas escalan hasta tal punto que se desalienta el compromiso, el consenso, la tolerancia e incluso la interacción en los lados enfrentados de la polarización. Los ciudadanos pierden la confianza en las instituciones públicas y el apoyo normativo en la democracia puede declinar.

Las emociones políticas producen combustiones que nos empujan a actuar y se traducen en diferentes tipos de acciones. De acuerdo con el esquema conceptual propuesto por Elster, el odio como afecto estimula un tipo especial de acción: «hacer que el objeto del odio deje de existir» (2010: 172). En una línea similar a la planteada por McCoy *et al.*, Torcal (2023) sostiene, en su trabajo sobre España, que no toda polarización afectiva «es lo mismo». Es decir, existe un determinado tipo de afectividad más tóxica para la cultura democrática. Sin dudas, el odio como *driver* emocional de la acción política resulta incompatible con los valores y sensibilidades que requiere la convivencia democrática, aun con sus polémicas, desacuerdos y pasiones. En algún sentido, cuando odiamos a nuestro adversario, odiamos la democracia.

## Referencias bibliográficas

- Angenot, M. (2016): «Diálogos de sordos: tratado de retórica antilógica». En A. Montero (comp.): *El análisis del discurso polémico: disputas, querellas y controversias*. Buenos Aires: Prometeo. pp. 39-53.
- Calvo, E. y Aruguete, N. (2020): *Fake news, trolls, bots y otros encantos. Cómo funcionan (para bien y para mal) las redes sociales*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Casullo, M. (2019): *Por qué funciona el populismo. El discurso que sabe construir explicaciones convincentes de un mundo en crisis*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Dubet, F. (2020): *La época de las pasiones tristes. De cómo este mundo desigual lleva a la frustración y el resentimiento, y desalienta la lucha por una sociedad mejor*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Edelman Trust Barometer (2023): Reporte LATAM (en línea): [https://www.edelman.lat/sites/g/files/aatuss296/files/2023-04/2023%20Edelman%20Trust%20Barometer%20Global%20Report%20Region\\_LATAM\\_T%20SPA.pdf](https://www.edelman.lat/sites/g/files/aatuss296/files/2023-04/2023%20Edelman%20Trust%20Barometer%20Global%20Report%20Region_LATAM_T%20SPA.pdf)
- Elster, J. (2010): *La explicación del comportamiento social*. Barcelona: Gedisa.
- Garrido, A.; Martínez Rodríguez, M. y Mora Rodríguez, A. (2021): «Polarización afectiva en España». *Revista Más Poder Local*, (45): 21-40 (en línea). Recuperado de: <https://www.maspoderlocal.com/index.php/mpl/article/view/polarizacion-afectiva-en-espana-mpl45>
- Iyengar, S.; Sood, G. y Lelkes, Y. (2012): «Affect, Not Ideology». *Public Opinion Quarterly*, 76(3): 405-431. DOI: 10.1093/poq/nfs038
- Kessler, G. y Vommaro, G. (2021): «Polarización, consensos y política en la sociedad argentina reciente». Buenos Aires: Fundar (en línea). <https://www.fundar.ar>
- Levitsky, S. y Ziblatt, D. (2018): *Cómo mueren las democracias*. Barcelona: Ariel.
- Lippmann, W. (2003): *La opinión pública*. Madrid: Cuadernos de Langre.

- Lordon, F. (2017): *Los afectos de la política*. Zaragoza: Prensas de la Universidad de Zaragoza.
- McCoy, J.; Rahman, T. y Somer, M. (2018) «Polarization and the Global Crisis of Democracy: Common Patterns, Dynamics, and Pernicious Consequences for Democratic Polities». *American Behavioral Scientist* 2018, 62(1): 16-42. DOI: 10.1177/0002764218759576
- Mouffe, C. (1993): *El retorno de lo político*. Barcelona: Paidós.
- Quevedo, L. y Ramírez, I. (2021): «Claves del enfrentamiento político en la Argentina reciente». En L. Quevedo e I. Ramírez (coord.): *Polarizados. ¿Por qué preferimos la grieta? (aunque digamos lo contrario)* Buenos Aires: Capital Intelectual. pp. 7-27.
- Ramírez, I. y Casullo, M. (2021): «Anatomía de la polarización argentina». En L. Quevedo e I. Ramírez (coord.): *Polarizados. ¿Por qué preferimos la grieta (aunque digamos lo contrario)*. Buenos Aires: Capital Intelectual. pp. 29-60.
- Ramírez, I. y Falak, A. (2023): «‘Te amo, te odio: dame más’. Polarización afectiva en la opinión pública argentina». *Revista SAAP*, 17(2), noviembre 2023: 361-397. DOI: 10.46468/rsaap.17.2.a6
- Rajo-Martínez, J. M. y Crespo-Martínez, I. (2023): «‘Lo político como algo personal’: una revisión teórica sobre la polarización afectiva». *Revista de Ciencia Política (Santiago)*, 43(1): 25-48. DOI: 10.4067/s0718-090x2023005000102
- Torcal, M. (2023): *De votantes a hooligans. La polarización política en España*. Madrid: Los libros de la Catarata.
- Torcal, M. y Carty, E. (2023): «Populismo, ideología y polarización afectiva en Argentina». *Revista Argentina de Ciencia Política*, 30(1): 128-157.
- Webster, S. W. y Abramowitz, A. I. (2017): «The ideological foundations of affective polarization in the US electorate». *American politics research*, 45(4): 621-647
- Westwood, J. et al. (2018): «The Tie That Divides: Cross-National Evidence of the Primacy of Partyism». *European Journal of Political Research*, 57(2): 333-354. DOI: 10.1111/1475-6765.12228



©Derechos del autor o autores. Creative Commons License. Este artículo está bajo una licencia internacional Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0.  
©Copyright of the author or authors. Creative Commons License. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License.

# DICCIONARIO DE POLARIZACIÓN POLÍTICA Y EMOCIONES

YA SE ENCUENTRA DISPONIBLE EL "DICCIONARIO ENCICLOPÉDICO DE POLARIZACIÓN POLÍTICA Y EMOCIONES", UN AMBICIOSO PROYECTO INTERNACIONAL QUE CONTRIBUYE A UN DEBATE DE MÁXIMA ACTUALIDAD E INTERÉS PARA LA COMUNIDAD CIENTÍFICA.

Este texto inédito cuenta con 100 voces que permiten entender mejor el actual clima de polarización política, combinando enfoques teóricos propios de la ciencia política, la comunicación, la sociología y la psicología.

En la elaboración de las voces han participado más de 70 investigadores de 10 países diferentes.

## Diccionario enciclopédico de polarización política y emociones

Ismael Crespo Martínez (dir.)  
José Miguel Rojo Martínez  
María Isabel López Palazón  
F. Ramón Villaplana  
Belén Amadeo  
Carla Irene Ríos Calleja  
(consejo editorial)



ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE INVESTIGADORES  
EN CAMPAÑAS ELECTORALES

CEPC

**ÚLTIMAS UNIDADES DISPONIBLES,  
AÚN PUEDES ADQUIRIR TU LIBRO AQUÍ**

# PERISCOPIO ELECTORAL

*ELECTORAL PERISCOPE*

**Información actual sobre elecciones en España y América Latina. En esta edición tratamos las elecciones en Uruguay.**

*Current information on elections in Spain and Latin America.  
In this edition we discuss the elections in Uruguay.*

## Periscopio

## Ecuador y Alemania, grandes citas electorales para comenzar 2025

Por Equipo Más Poder Local

En el primer periscopio de este año 2025 incluimos un interesante análisis a cargo de Raúl Cerro Fernández (Universidad Complutense de Madrid) sobre las últimas elecciones en Uruguay, que se saldaron con la vuelta del Frente Amplio al poder. Cerro Fernández presenta una reflexión detallada sobre la singularidad del Frente Amplio como «coalición-movimiento» y la gran pluralidad de facciones que alberga a modo de contrapesos (desde comunistas hasta democristianos), pero a su vez esto no ha supuesto un obstáculo para mostrar una notable capacidad de resiliencia que le permitió reponerse tras la victoria de Lacalle Pou. El éxito de Yamandú Orsi es una buena oportunidad para repensar el funcionamiento interno del Frente Amplio y las fortalezas que de él se derivan, al mismo tiempo que constata la consolidación de dos grandes coaliciones que actúan en forma de bloques ideológicos. De un lado la izquierda frenteamplista y de otro la Coalición Republicana (CR).

En cuanto a las citas electorales a las que debemos estar atentos en estos meses, el próximo 9 de febrero Ecuador celebra la primera vuelta de sus elecciones presidenciales, en las que Daniel Noboa aspira a la reelección tras un breve mandato que se muestra insuficiente para la implementación de su programa. Por este motivo, solicita más tiempo a los ciudadanos para construir el «Nuevo Ecuador». Noboa, que lidera las encuestas, volverá a tener como principal rival a la correísta Luisa González. Ambos se mueven en cifras superiores al 30% en la totalidad de los sondeos publicados, incluso algunos le otorgan resultados superiores al 40% a uno u otro. A mucha distancia aparece la candidata Andrea González Nader, quien compartió ticket electoral con Fernando Villavicencio en 2023. El balotaje se da por sentado, así que más de 13,7 millones de ecuatorianos tendrán que volver a las urnas el 13 de abril para decidir finalmente quién será su próximo presidente/a. Durante la campaña, tomarán protagonismo los debates sobre el crimen organizado, el llamado narcoterrorismo y la lucha emprendida en su contra, entre otras medidas a través del estado de excepción.

Apenas unos días después de conocer si finalmente Noboa y González pasan al balotaje y con qué resultados lo hacen, Alemania celebrará comicios federales para renovar los 630 escaños del Bundestag (domingo 23 de febrero). Estas elecciones han adquirido relevancia internacional tras el apoyo explícito que Elon Musk ha dado a la candidata de ultraderecha Alice Weidel (AfD), en lo que parece una estrategia de expansión de la ola trumpista más allá de los Estados Unidos. Si se confirman las encuestas, por primera vez desde la reunificación, una fuerza de ultraderecha podría ocupar el segundo lugar en número de escaños, desplazando a los socialdemócratas de Olaf Scholz, actual canciller. Aunque la mayoría de partidos siguen apoyando las tesis del «cordón sanitario» para aislar a la ultraderecha y, por lo tanto, es poco probable que la CDU forme gobierno con AfD, no puede descartarse una



**Ecuador**  
9 de febrero de 2025  
Primera vuelta elecciones presidenciales



**Alemania**  
23 de febrero de 2025  
Elecciones federales



**Ecuador**  
13 de abril de 2025  
Segunda vuelta elecciones presidenciales



**Bolivia**  
10 de agosto de 2025  
Primera vuelta elecciones generales

influencia creciente de este partido en materia de política migratoria, condicionando el devenir del nuevo gobierno de coalición entre la CDU y el SPD o bien entre la CDU y Los Verdes. Que el conservador Friedrich Merz será el próximo canciller parece fuera de toda duda, lo que se dilucidará a partir de ahora es si se reedita un gran coalición, como en tiempos de Merkel, y AfD queda como gran alternativa opositora frente al bipartidismo, o si ecologistas y conservadores se convierten en la mayoría gubernamental.

Por otra parte, hacia la segunda mitad del año, concretamente el 10 de agosto, está previsto que Bolivia celebre la primer vuelta de sus elecciones generales, en las que se elegirá no solo al nuevo presidente/a y vicepresidente/a, sino también a los componentes del Senado y de la Cámara de Diputados. La situación política del país está protagonizada por el intenso desencuentro que mantienen el actual mandatario, Luis Arce, y quien fuera su principal valedor, Evo Morales. Arce fue el ministro de economía durante los mandatos de Morales y gran parte de su capital política deriva de la bonanza económica que vivió el país a lo largo de esos años (2006-2019). Aunque ambos pertenecían a las filas del Movimiento al Socialismo (MAS-IPSP), la disputa iniciada en el año 2021 por el control de este partido les convirtió en rivales. Morales acusa a Arce de haberse derechizado y Arce le afea la voluntad de manipulación de su persona para posteriormente volver al poder.

El intento de golpe de Estado perpetrado por el general Zúñiga en junio de 2024, y las dudas sobre la condición de autogolpe de este suceso, crearon un punto de inflexión en el creciente clima de enfrentamiento en el que se encuentra sumido el país. La batalla entre evistas y arcistas representa hoy el principal antagonismo político en Bolivia, como sucedió en Ecuador entre Rafael Correa y Lenín Moreno. Con este panorama previo, tres grandes incógnitas persisten de cara a los comicios de agosto: si finalmente Evo Morales concurre (si se resuelve la controversia sobre su inhabilitación y si consigue imponer su binomio dentro del MAS); quién sería la principal alternativa a la candidatura del MAS (con o sin Evo), si Manfred Reyes Villa, alcalde de Cochabamba, o Samuel Doria Medina, de orientación socialdemócrata; y, finalmente, si la oposición se presenta unida en una única fórmula convirtiendo la elección en una alternativa dicotómica entre evistas y todos los demás espacios. La debilidad del presidente Arce, su escasa popularidad y el mal rendimiento que ha mostrado en las encuestas a lo largo de 2024 lo convierte en una opción escasamente competitiva de cara agosto. Ahora bien, junto a Doria Medina y Manfred Reyes hay más candidatos que podrían jugar un papel relevante en la contienda, como Jorge «Tuto» Quiroga y Luis Fernando Camacho. Con independencia de la composición final de las candidaturas, a buen seguro el debate en torno a la limitación de la reelección será uno de los ejes centrales de una campaña que se promete intensa.



## «Redoblando la esperanza»: el retorno del Frente Amplio al gobierno de Uruguay

*«Redoubling hope»: the return of the Frente Amplio  
to the government of Uruguay*



**Raúl Cerro Fernández**  
Universidad Complutense de Madrid.  
racerro@ucm.es  
ORCID: 0000-0002-8419-6172

## Resumen

El Frente Amplio uruguayo volvió a ganar unas elecciones presidenciales. Los cinco años en la oposición no terminaron de lastrar a esta fuerza política con más de medio siglo de existencia. Por el contrario, se vio reforzada y pudo presentarse a los comicios de 2024 celebrados en Uruguay como una opción política competitiva frente al Partido Nacional y sus socios de coalición. El presente artículo, en consecuencia, busca mostrar que el triunfo del Frente Amplio con Yamandú Orsi como su candidato no se comprende sin el proceso de autocrítica que llevó a cabo en sus años en la oposición y la capacidad de resiliencia que le otorga su compleja estructura partidaria.

### Palabras clave

Frente Amplio; Yamandú Orsi; Luis Lacalle Pou; elecciones; Uruguay.

## Abstract

*The Uruguayan Frente Amplio (Broad Front) won again a presidential election. The five years in opposition did not end up weighing down this political force with more than half a century of history. On the contrary, it was strengthened and was able to run in the 2024 elections in Uruguay as a competitive political option against the National Party and its coalition partners. This article, therefore, seeks to show that the triumph of the Frente Amplio with Yamandú Orsi as its candidate cannot be understood without the process of self-criticism it carried out during its years in the opposition and the resilience granted by its complex party structure.*

### Keywords

*Frente Amplio; Yamandú Orsi; Luis Lacalle Pou; elections; Uruguay.*

## 1. Introducción

Al Frente Amplio no se le olvidó ganar. Tras cinco años ejerciendo como la principal fuerza opositora, la mayoría de los uruguayos optó en la segunda vuelta de las elecciones presidenciales por el candidato frenteamplista Yamandú Orsi, quien se impuso a Álvaro Delgado, representante del Partido Nacional por la Coalición Republicana (anteriormente Coalición Multicolor).

El presente artículo comenzará situando el gobierno de Luis Lacalle Pou (2020-2025), le seguirá un análisis del ciclo electoral del 2024, posteriormente profundizará en el Frente Amplio al ser el partido ganador de dichos comicios y terminará con unas reflexiones a modo de cierre. Así pues, el principal propósito es mostrar que esta victoria del Frente Amplio no se entiende sin el proceso de autocrítica que llevó a cabo en sus años en la oposición y la capacidad de resiliencia que le otorga su compleja estructura partidaria.

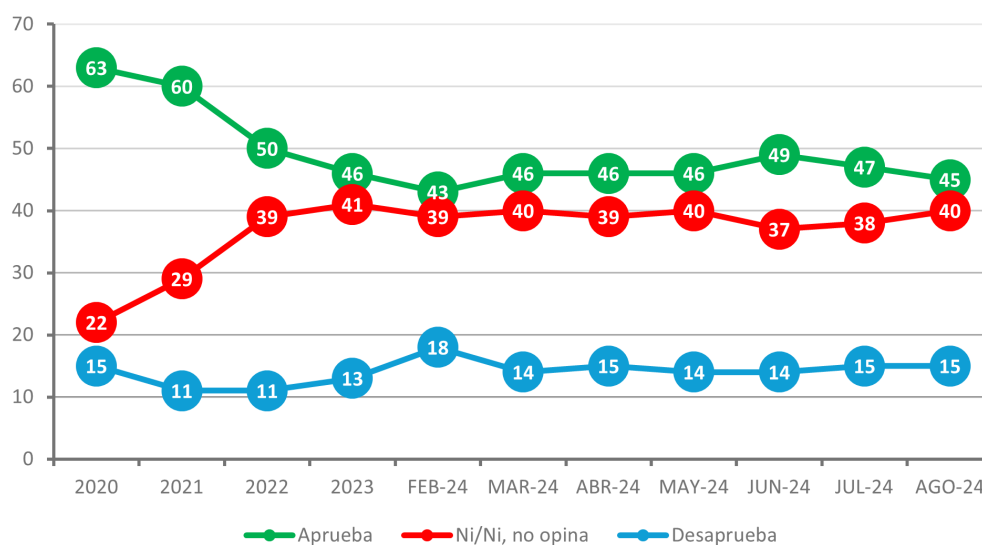
## 2. El gobierno de Lacalle Pou

El Frente Amplio (FA), después de tres lustros gobernando de forma consecutiva, caía derrotado en las elecciones presidenciales de 2019. Luis Lacalle Pou, del Partido Nacional (PN), vencía en el balotaje a Daniel Martínez (FA). El hijo del expresidente Luis Alberto Lacalle Herrera tomó posesión el 1 de marzo de 2020, poniendo en marcha un gobierno de coalición.

La conocida como Coalición Multicolor, liderada por los blancos, incorporó al Partido Colorado (PC), al Partido Independiente (PI), a Cabildo Abierto (CA) y al Partido de la Gente (PG). Esta alianza electoral, que surgió para vencer al FA, se transformó en la coalición gubernamental una vez se ganó el balotaje. Blancos y colorados volvían a integrar un mismo gobierno y se le sumaban dos partidos menores como eran el PI y el PG y un quinto actor, CA, que había aparecido en este ciclo electoral y era imprescindible para conformar mayorías (Nocetto *et al.*, 2020). Cabildo Abierto fue fundado en marzo de 2019 por Guido Manini Ríos, quien había ejercido como Comandante en jefe del Ejército Nacional durante los últimos cuatro años. En ese tiempo, Manini Ríos había cobrado notoriedad por las desavenencias entre el estamento militar y el FA. Así, la candidatura de CA se vio potenciada por dicho conflicto a la vez que iban ganando protagonismo sus llamamientos al orden, la restauración de valores tradicionales y el revisionismo histórico (Nocetto *et al.*, 2020).

Volviendo a Lacalle Pou, el inicio de su presidencia estuvo marcado por la gestión de la pandemia del COVID-19. Durante el 2020, Uruguay destacó por ser un país que logró manejar con éxito esta enfermedad, pero esto cambió en el primer semestre de 2021 al registrar en poco tiempo unos picos inconcebibles de contagios y muertes. Respecto a la respuesta al Covid-19 en Uruguay entre 2020 y 2021, en el ámbito internacional se consideró que el manejo general del país fue «muy bueno» (Garcé, 2023). Asimismo, conforme evidencia el Gráfico 1, la opinión pública mostró un gran respaldo hacia Lacalle Pou. Fueron los años en los que su nivel de aprobación estuvo más alto.

Gráfico 1. Evaluación de la gestión del presidente Lacalle Pou (2020-2024).



Fuente: elaboración propia con datos de Cifra.

Una de las medidas más destacadas de su mandato fue la Ley de Urgente Consideración (LUC), una «ley omnibus» con 476 artículos que modificaba asuntos de seguridad pública, regla fiscal, derechos laborales, salud o educación. El proyecto que presentó Lacalle Pou fue aprobado en julio de 2020, con el visto bueno de todos los integrantes de la coalición (Rossel y Monestier, 2021).

Por parte del FA, hubo un profundo rechazo a esta ley debido a que consideraban que era regresiva y que mucho de su contenido no evidenciaba la «urgencia». Además de que surgieron protestas en contra de la LUC, desde la central sindical PIT-CNT, el FA y otras organizaciones decidieron recolectar firmas para llevar a referéndum la derogación de 135 artículos de la norma (Pérez Bentancur, 2022).

La Corte Electoral, en diciembre del 2021, validó las 800 mil firmas que habilitaban el referéndum sobre la LUC, que se estableció para el 27 de marzo de 2022. El voto era obligatorio y habría cuatro tipos de opciones: el «Sí» (a favor de la derogación), el «No» (en contra), en blanco (también en contra) y nulo.

El referéndum se podía entender como una forma de evaluar por parte de los uruguayos la primera parte del mandato de Lacalle Pou. Finalmente, la opción defendida por el presidente uruguayo, el «No», fue la opción más votada al lograr el 50%. En todo caso, el «Sí» obtuvo el 48,7% de los votos, mostrando que todavía existía una izquierda política competitiva y organizaciones sociales con capacidad de movilizar (Pérez Bentancur, 2022).

Lacalle Pou se mantenía a mitad de su mandato como uno de los presidentes más populares de la región. Su imagen, sin embargo, se fue deteriorando progresivamente a raíz de casos de corrupción y escándalos que implicaban a su gobierno, pudiéndose mencionar el «caso Astesiano», el «caso

Penadés», o el «caso Marset» (Gómez, 2024). En consecuencia, los niveles de aprobación de sus primeros años de mandato quedaban lejos ya.

A mediados de 2024, de acuerdo con el Gráfico 1, un 45% aprobaba el desempeño del presidente, mientras que un 40% lo desaprobaba. De todos modos, Lacalle Pou conservó un nivel de aprobación presidencial estable. Junto con Andrés Manuel López Obrador en México, consiguió diferenciarse en un contexto latinoamericano marcado por la volatilidad y el descontento (Astarita *et al.*, 2024).

### 3. El ciclo electoral de 2024: retener y ampliar

El ciclo electoral de 2024 se inició con las elecciones internas del 30 de junio, cuyo principal cometido era la definición de las fórmulas presidenciales de los partidos que competirían en octubre.

Para poder participar en las elecciones generales, los partidos necesitaban obtener al menos 500 votos en las internas. Entonces la fuerza más votada fue el FA al sobrepasar los 400 mil sufragios, experimentando una gran subida con respecto a los 250 mil logrados en 2019. Le siguieron el PN y el PC, ambos tuvieron su peor desempeño en una primaria desde que se comenzaran a celebrar en 1999. CA se mantuvo como cuarta fuerza, pero con un número de votos mucho más pobre. En total, catorce listas lograron superar el umbral de los 500 votos. Sin embargo, al no ser el voto obligatorio, solo acudió a las urnas el 35,7% del padrón, convirtiéndose en la participación más baja en una interna.

En cuanto al resultado de las internas, el que fuera intendente del departamento de Canelones, Yamandú Orsi, resultó electo como candidato frenteamplista con el 59% de los votos. La fórmula del FA se decidió ese mismo día, ya que se optó por la precandidata que quedó en segundo lugar, Carolina Cosse, intendenta de Montevideo entre 2020 y 2024. En tanto, el PN nominó a Álvaro Delgado, mano derecha del presidente Lacalle Pou. Por parte del PC, contó con la interna más numerosa con seis precandidatos, siendo nominado el abogado Andrés Ojeda.

De cara a las elecciones presidenciales del 27 de octubre, Orsi (FA) no pudo ganar en primera vuelta. Se fijaba entonces para el 24 de noviembre el balotaje, en el que el candidato del FA mediría fuerzas con Delgado (PN). Finalmente, el objetivo marcado por Ojeda (PC) de *sorpassar* a los blancos no sucedió. Por otro lado, Manini Ríos (CA) acabó en quinto lugar al perder nueve puntos con respecto a 2019 y fue superado por Gustavo Salle, candidato del emergente antisistema Identidad Soberana, que se hizo con dos bancas de la Cámara de Representantes (Buquet, 2024). Tales comicios coincidieron con dos plebiscitos que no se aprobaron: el de la seguridad social y el de los allanamientos nocturnos.

El PN encaró el balotaje con el apoyo de la coalición que armó Lacalle Pou en 2019. De cara a la segunda vuelta el PC, CA y el PI, además del Partido

Constitucional Ambientalista, no solo dieron su apoyo a Álvaro Delgado, sino que hicieron campaña junto con este candidato. De esta manera, Delgado era el representante de la Coalición Republicana (CR), convirtiéndose en un candidato competitivo ante el FA.

En la campaña del balotaje, Delgado buscó retener al electorado de la CR, mientras que la tarea de Orsi fue la de ampliar sus bases de apoyo. El candidato frenteamplista centró su campaña en interpelar a los votantes no alineados, que se repartían entre aquellos sectores de la población más alejados de la política y los que en la primera vuelta habían votado por otra fórmula o en blanco. Delgado tampoco podía perder de vista a este electorado, por lo que se dibujaba un panorama marcado por la moderación del discurso.

Las encuestas pronosticaban un balotaje más reñido de lo que finalmente fue. La elección de Orsi-Cosse se definió por un margen mayor de votos que en los comicios de 2019. En 2024, el FA obtuvo la victoria con una ventaja de 95.000 sufragios, en comparación con el margen de 37.000 con el que ganó Lacalle Pou en 2019.

**Tabla I. Principales resultados de las elecciones presidenciales del 2024.**

Fórmula presidencial	% Voto Primera Vuelta	% Voto Segunda Vuelta
Yamandú Orsi - Carolina Cosse (FA)	43,86	49,77
Álvaro Delgado - Valeria Ripoll (PN)	26,82	45,94
Andrés Ojeda - Robert Silva (PC)	16,07	-
Resto de candidaturas	8,36	-
Votos anulados	2,16	2,65
Votos en blanco	1,32	1,62
Votos solamente para plebiscitos	1,41	-

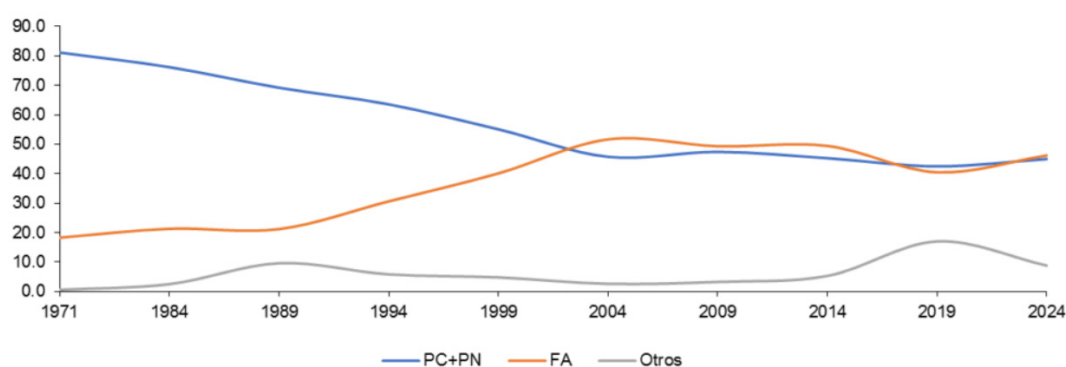
*Fuente: elaboración propia con datos de la Corte Electoral.*

Se percibió que la candidatura de Orsi logró acercarse más hacia ese votante no alineado, sumado a su buen desempeño en los departamentos del interior del país. Delgado, por su parte, pudo retener la mayoría del voto de los partidos de la CR, aunque no fue suficiente para lograr la victoria. En este sentido, la elección del 2024 mostró una vez más que la escena política uruguaya se define entre dos bloques claramente establecidos. Al tiempo que el espacio de la izquierda se encuentra dominado por el FA, en el espacio de la derecha se van generando cada vez más mecanismos orientados a la cohesión de los partidos de la CR.

Esta vez, en cambio, el FA no dispondrá de mayoría en las dos cámaras. En las elecciones de octubre, consiguió la mayoría en el Senado (16 de 30 bancas), pero no en la Cámara de Representantes al obtener 48 de los 99 diputados. De cara a la aprobación de leyes, Orsi necesitará en la cámara baja el

respaldo de dos diputados de fuera de sus filas. Si bien dicho panorama no se presume que sea tan adverso para la gobernabilidad del nuevo mandatario, plantea nuevos desafíos para el sistema político uruguayo (Buquet, 2024). De igual forma, se ha de considerar que en el régimen presidencial de este país el Parlamento no deja de ser una institución poderosa en la que el jefe de gobierno necesita apoyarse (Chasqueti, 2004).

**Gráfico 2. Resultados electorales por bloque político en Uruguay (1971-2024).**



Fuente: Buquet (2024).

## 4. El Frente Amplio: un partido resiliente

### 4.1. Construcción partidaria y llegada al gobierno

El intento del Frente Amplio por buscar suceder al gobierno de Lacalle Pou se enmarcaba en los veinte años de su primera victoria presidencial, cuando Tabaré Vázquez ganó en primera vuelta y el partido obtuvo la mayoría absoluta en ambas cámaras.

El FA nació a principios de la década de los setenta como una alianza de partidos que agrupaba a comunistas, socialistas, democristianos, independientes de izquierda y escisiones de colorados y de blancos. Una vez terminó la dictadura (1973-1985), las formaciones fundadoras se fueron transformando en corrientes internas organizadas, o fracciones, que convergían en una misma fuerza política, el FA. A ello hay que sumarle que desde su creación contó con un fuerte movimiento de militantes organizados desde abajo. Los Comités de Base han sido los entes de organización y participación de la militancia en la estructura interna del FA. Las reglas del partido reconocen la capacidad de voz de los Comités en los órganos de dirección. Así pues, el FA es caracterizado como una «coalición-movimiento» (Pérez Bentancur *et al.*, 2022).

Eso sí, hasta que pudo transformar el tablero político uruguayo, tuvo que pasar un tiempo. El FA experimentó un crecimiento sostenido. En 1999 era

el principal partido de Uruguay, pero tuvo que esperar otros cinco años para hacerse con la presidencia. La reforma de 1996 provocó que Vázquez no consiguiese la victoria en las elecciones presidenciales de 1999, ya que la instauración de la segunda vuelta permitió que el Partido Colorado y el Partido Nacional llegasen a un acuerdo para que este último apoyase a Jorge Batlle (PC). En cambio, en 2004, el triunfo del FA no se pudo frenar. Ante las reformas estructurales pro-mercado que desembocaron en la crisis económica del año 2002, la candidatura de Vázquez representaba la oposición al neoliberalismo y la búsqueda de políticas de mayor redistribución (Garcé y Yaffé, 2014).

El FA llegó a la presidencia de Uruguay en 2005 impulsado por un espacio heterogéneo (Lanzaro, 2016), que abarcaba desde los exguerrilleros tupamaros liderados por José Mujica hasta los más partidarios de las políticas pro-mercado y la ortodoxia económica congregados bajo la figura de Danilo Astori. Durante su primera presidencia, Tabaré Vázquez asumió su rol de intermediador al ser el jefe del partido, por lo que se conformó el gabinete como un centro de decisión relevante (Chasqueti, 2004).

Los tres gobiernos consecutivos del FA mostraron esa disparidad de sensibilidades políticas. Se asumía la existencia de conflictos internos a la vez que se buscó asegurar el consenso en la toma de decisiones. Así, su estructura de poder fraccionalizada ha ido variando a lo largo del tiempo, dado que ha habido sectores que han ganado poder y otros han ido disminuido su presencia, además de que se han adherido o creado nuevos sectores. Cuenta con una estructura móvil, lo cual conlleva que ese conflicto interno —dependiendo del momento— puede entrañar un efecto radicalizador o moderador (Antía, 2022).

## 4.2. Después de la derrota

La derrota del Frente en 2019 supuso un duro golpe al perder el mayor número de votos de su historia. El repliegue de la estructura frenteamplista que algunos auguraban estuvo lejos de ocurrir. Pérez Bentancur (2023) lo caracterizaba como un partido de izquierda «resiliente». El FA, una vez dejó la presidencia, inició un proceso de autocrítica que se materializó en dos tipos de acciones a fin de mostrar un mayor cercanía con la sociedad: un plan de desarrollo organizativo para ampliar sus bases en territorios cuya presencia era menor, y el establecimiento de reuniones por todo el país a través de la iniciativa «El FA te escucha». Todo ello impactó en la elaboración de su programa de gobierno, que fue aprobado en el VIII Congreso Extraordinario Tabaré Vázquez de diciembre de 2023 (Pérez Bentancur, 2023).

A nivel interno, también se percibió un Frente más abierto y receptivo ante las iniciativas de su propia militancia. Prueba de ello fue la incorporación de *Nexo*, un *software* de código abierto desarrollado de forma gratuita por un equipo de programadores activistas y simpatizantes frenteamplistas y destinado a la mejora y actualización de la base de datos del partido. Frente al fracaso que supuso *Quilt*, una herramienta informática introducida en 2017 por la presidencia del FA, el éxito inicial de *Nexo* representaba un contraste, ilustrando las dificultades que enfrentan aquellas iniciativas de corte



*top-down* a la hora de incorporar las nuevas TICs en partidos con organizaciones densas (Piñeiro-Rodríguez *et al.*, 2024).

Queda claro que el FA de 2024 afrontó la coyuntura electoral en otros términos. Ese ciclo exitoso de quince años de gobierno terminó no solo con la derrota de 2019, sino también con la retirada de sus tres principales líderes: Tabaré Vázquez, presidente de Uruguay en dos ocasiones (2005-2010 y 2015-2020), José Mujica, presidente entre 2010 y 2015, y Danilo Astori, vicepresidente (2010-2015) y ministro de Economía durante dos etapas (2005-2008 y 2015-2020). Vázquez y Astori fallecieron en 2020 y 2023 respectivamente, mientras que Mujica anunció a finales de 2020 que se retiraba de la política, renunciado a su escaño como senador. Pero el FA en sus más de cincuenta años de existencia ha mostrado la capacidad de renovar su liderazgo. Previo a esta tríada de líderes, hubo otros nombres destacados como el del general Líber Seregni, el primer conductor de esta fuerza política. Su estructura partidaria permite canales para la emergencia de nuevos líderes (Rosenblatt, 2018). El FA post-gobierno tuvo entonces que transitar hacia nuevos retos. En el caso de sus liderazgos, se buscó que la renovación se llevase a cabo «sin traumas» y con «naturalidad» (Salvetti, 2023). Las elecciones legislativas de 2019 ya supusieron un primer paso al igual que la elección de Fernando Pereira como presidente de esta fuerza. Asimismo, las internas y las elecciones generales representaban un importante empuje en este sentido.

Ahondando en las internas, pese a que competían tres precandidaturas, Yamandú Orsi y Carolina Cosse marcaron la contienda. Orsi, que tenía al Movimiento de Participación Popular (MPP) como su principal valedor, representaba un perfil moderado, mientras que Carolina Cosse, cuyo respaldo más destacado era el del Partido Comunista (PCU), había adoptado un estilo más contundente, sobre todo al confrontar con el gobierno de Lacalle Pou. Por su parte, Andrés Lima, intendente del departamento de Salto, quedó opacado por estos dos contendientes. Debido a que la interna frenteamplista estaba marcada por la competencia entre Orsi y Cosse, el senador Mario Bergara, líder de la alianza centrista Convocatoria Seregnista-Progresistas (CSP), se vio obligado a retirar su precandidatura en el mes de abril, dando su respaldo a la campaña de Orsi. Las internas, que a su vez mostraron la diversidad ideológica del FA, supusieron un escaparate para la consolidación de nuevos liderazgos.

## 5. Reflexiones finales

Los quince años de gobierno lastraron la candidatura del FA en los comicios de 2019. Sin embargo, en este último lustro fuera de la presidencia, el partido experimentó un etapa marcada por la autocrítica. Esto último no ha implicado caer en posiciones residuales, ya que se ha situado como el principal actor de la oposición política y además sus bases han actuado como eje de propulsión. Esto es, ha seguido generando nuevas adhesiones y al mismo tiempo no ha sufrido fugas de ninguna de sus fracciones ni tampoco de su militancia de base. La caracterización de partido «anfíbio» de Lanzaro (2016) sigue teniendo vigencia, es decir, una fuerza con una notoria incidencia en la arena institucional y que mantiene a su vez arraigo en la sociedad uruguaya.

Más de tres décadas pasaron hasta que el FA llegó a la presidencia por primera vez y ahora solo necesitó cinco años para regresar. Yamandú Orsi inaugurará un nuevo ciclo de gobierno del FA a partir del 1 de marzo de 2025. En consecuencia, este triunfo le permite al Frente volver a ocupar una posición prominente como una de las principales referencias gobernantes del progresismo latinoamericano.

Para continuar siendo un referente, la gobernabilidad será un elemento fundamental. Por ello, el FA deberá de ser capaz de obtener mayoría en ambas cámaras de la Asamblea General para la aprobación de leyes, en la medida que en su nuevo ciclo de gobierno (2025-2030) no contará con mayoría de bancas en la Cámara de Representantes. Otro punto a señalar referente a la gobernabilidad es la relación de los diferentes partidos del FA con el futuro ministro de Economía y Finanzas, Gabriel Oddone, como destacaba Garcé (2024). En los gobiernos anteriores del Frente, la cartera de Economía y Finanzas siempre tenía como titular a perfiles con posturas pro-mercado y esta vez no será diferente con Oddone al frente, lo cual alude a que no se espera un cambio abrupto con respecto al rumbo político tomado por la presidencia de Lacalle Pou. Ahora bien, el FA agrupa una gran heterogeneidad de sensibilidades, por lo que Oddone tendrá que enfrentar las resistencias provenientes del Partido Comunista y del Partido Socialista, que son las dos principales fracciones del ala izquierda.

Desde una perspectiva diferente a la planteada por Garcé (2024), el presente artículo sostiene que los contrapesos que representan comunistas y socialistas, aun cuando no cuentan con la notoriedad del MPP, son necesarios dado que si el FA mantiene su total dominancia en el espacio de la izquierda uruguaya, es por su capacidad de abarcar a diferentes sectores políticos, y eso lo consigue a través de mecanismos partidarios que permiten el disenso, sin necesidad de buscar la salida (Rosenblatt, 2018). Además, los estrechos vínculos del FA con el PIT-CNT llevan a pensar la necesidad de generar diálogos entre actores con distintos intereses.

Por tanto, la República Oriental del Uruguay, con la victoria de Orsi, se suma a un patrón que ha contado en el último tiempo con una gran presencia en los diferentes comicios presidenciales celebrados en América Latina: la incapacidad de los oficialismos para conseguir la reelección. No obstante, el hartazgo tan contundente que definió otros procesos electorales de la región no se observó en el caso uruguayo.

## Referencias bibliográficas

Antía, F. (2022): «Fuego amigo en la izquierda: el conflicto intrapartidario y la naturaleza de las políticas redistributivas en Uruguay». *Colombia Internacional*, (109): 3-30. DOI: 10.7440/colombiaint109.2022.01

Astarita, M.; Barbieri, D.; Cruz, F. y Reina, A. (2024): «El poder en decadencia: la fragilidad de la aprobación presidencial». DP Enfoque 16.

- Buquet, D. (2024): «Elecciones uruguayas de 2024: Incertidumbres y complejidades en un sistema de partidos estable». Recuperado de: <https://pex-network.com/2024/11/07/elecciones-uruguayas-de-2024-incertidumbres-y-complejidades-en-un-sistema-de-partidos-estable/>
- Chasqueti, D. (2004): «Presidente fuerte, partido fragmentado y disciplina legislativa en Uruguay: los desafíos institucionales del gobierno del Frente Amplio». *Iberoamericana*, 34(1): 43-63. DOI: 10.16993/iberoamericana.383
- Cifra (2024): «La evaluación de la gestión del presidente». Recuperado de: <https://www.cifra.com.uy/la-evaluacion-de-la-gestion-del-presidente-5/>
- Garcé, A. (2023): «El Régimen Político de Conocimiento en acción: Ciencia y política en la respuesta al COVID-19 en Uruguay (2020-2021)». *Revista Estudios de Políticas Públicas*, 9(2): 66-84. DOI: 10.5354/0719-6296.2023.70751
- Garcé, A. (2024): «¿Orsi o Delgado? Parecido no es lo mismo». Recuperado de: <https://www.búsqueda.com.uy/opinion-y-analisis/orsi-o-delgado-parecido-no-es-lo-mismo-n5394442>
- Garcé, A. y Yaffé, J. (2014): *La era progresista: hacia un nuevo modelo de desarrollo*. Montevideo: Editorial Fin de Siglo.
- Gómez, E. (2024): «Noticias internacionales sobre casos de corrupción y delito en Uruguay (2022-2024)». Recuperado de: <https://www.elinagomez.com/blog/2024-07-16-corrupcion-geo/>
- Lanzaro, J. (2016): «Frente Amplio: predominio político e implantación ideológica en una democracia plural y competitiva». En A. Garcé y N. Johnson (eds.): *Permanencias, transiciones y rupturas. Elecciones en Uruguay 2014-2015*. Montevideo: Fin de Siglo. pp. 167-195.
- Nocetto, L.; Piñeiro, R. y Rosenblatt, F. (2020): «Uruguay 2019: Fin del ciclo progresista y reestructura del sistema de partidos». *Revista de ciencia política (Santiago)*, 40(2): 511-538. DOI: 10.4067/S0718-090X2020005000117
- Pérez Bentancur, V. (2022): «Uruguay: ¿una centroderecha exitosa?». Recuperado de: <https://nuso.org/articulo/uruguay-estabilidad-polarizacion-y-empate-a-dos-anos-y-medio-del-giro-a-la-derecha/>
- Pérez Bentancur, V. (2023): «El Frente Amplio uruguayo, la izquierda resiliente». Recuperado de: <https://nuso.org/articulo/izquierda-resiliente-uruguay/>
- Pérez Bentancur, V., Piñeiro, R. y Rosenblatt, F. (2022): *Cómo sobrevive la militancia. El Frente Amplio de Uruguay*. Montevideo: Ediciones Túnel.
- Piñeiro-Rodríguez, R.; Rosenblatt, F.; Vommaro, G. y Wills-Otero, L. (2024): *Parties and New Technologies in Latin America*. Cambridge University Press. DOI: 10.1017/9781009623018
- Rosenblatt, F. (2018): *Party vibrancy and democracy in Latin America*. Nueva York: Oxford University Press.
- Rossel, C. y Monestier, F. (2021): «Uruguay 2020: El despliegue de la agenda de centro derecha en contexto de pandemia». *Revista de ciencia política (Santiago)*, 41(2): 401-424. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-090X2021005000119>
- Salvetti, C. (2023): «Los que se van y los que vienen: el recambio generacional en el Frente Amplio». Recuperado de: <https://ladiaria.com.uy/politica/articulo/2023/12/los-que-se-van-y-los-que-vienen-el-recambio-generacional-en-el-frente-amplio/>



©Derechos del autor o autores. Creative Commons License. Este artículo está bajo una licencia internacional Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0. ©Copyright of the author or authors. Creative Commons License. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License.



# **Polarización.es**

Explora la página web y consulta los estudios de polarización política en España.

Accede a los Microdatos en abierto.



**I Encuesta Nacional de Polarización Política.  
Primavera 2021**



**II Encuesta Nacional de Polarización Política.  
Primavera 2022**



**III Encuesta Nacional de Polarización Política.  
Verano 2023**



**IV Encuesta Nacional de Polarización Política.**



**Microdatos disponibles**

**Con la financiación de:**

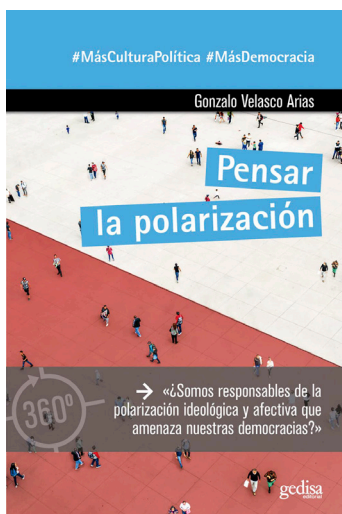


**UNIVERSIDAD  
DE MURCIA**



**f SéNeCa<sup>(+)</sup>**  
Agencia de Ciencia y Tecnología  
Región de Murcia

## Reseñas



### Pensar la polarización

**Gonzalo Velasco Arias (2023)**

Año: 2023  
 ISBN: 978-84-19406-16-3  
 Ciudad: Barcelona  
 Editorial: Gedisa  
 160 páginas

Por Ana Díaz Gómez  
*Universidad de Murcia*

La polarización es un tema que está muy presente en nuestras sociedades, y Gonzalo Velasco Arias, autor de este libro, invita a sus lectores a reflexionar sobre ella desde un punto de vista distinto al habitual. En lugar de analizar la polarización como un objeto de estudio en sí misma, propone observar cómo la concebimos, situando al individuo frente a este fenómeno.

En primer lugar, Velasco destaca que la polarización no pertenece tanto al ámbito social, sino que es un fenómeno más característico de la esfera política. Denuncia que, desde este espacio, se busca representar el orden social de manera manipulada, exponiendo una visión distorsionada de las opiniones de la ciudadanía. Es por ello por lo que invita a que los individuos desarrollen una conciencia crítica de sí mismos, pero también afirma que, aunque la solución a una sociedad polarizada empieza desde el ámbito personal, este no debe ser considerado el núcleo principal de la responsabilidad.

Otra de las ideas clave presentes en este libro es la «moralización de la vida pública», hecho que, según él, hace que aumenten los debates en torno a lo tolerable e intolerable, promoviendo prejuicios y fomentando los discursos de odio. Alude a que esto se debe a que gran parte de los participantes en la política se suelen sentir moralmente superiores a sus contrarios.

El autor también menciona factores culturales y tecnológicos que inciden en este aumento de la polarización. En cuanto a los factores culturales, subraya la existencia de una sociedad caracterizada por la nostalgia y el pesimismo, lo que hace que los discursos negativos promovidos por los líderes políticos y los medios de comunicación resulten más atractivos.

Por otro lado, el paso a la digitalización de la información, aunque ha sido ventajoso, también considera que ha hecho de los individuos unos seres mucho más pasivos que se dejan guiar principalmente por las emociones reactivas como el miedo, el odio o la indignación. Además, a consecuencia de los algoritmos y la exposición selectiva, esta digitalización ha generado un entorno comunicativo diseñado para la propia reafirmación. A ello se suma la contaminación informativa, que dificulta el acceso a fuentes confiables y creíbles. De este modo, se determina que las redes sociales hacen mucho más difícil la tarea de ser agentes responsables.

Asimismo, se ha dado lugar a un desplazamiento asimétrico de la moderación, haciendo que el espacio público sea rehén de posturas extremas. Esto es, en gran medida, por el surgimiento de la extrema derecha, que señala que ha normalizado actitudes intolerantes y una desconfianza creciente hacia las instituciones democráticas. Por tanto, «un fenómeno agregado como la polarización no puede ser reducido a la composición de malas prácticas individuales».

Finalmente, Velasco concluye que la polarización está siendo utilizada como un recurso para justificar opciones políticas incompatibles con los grandes consensos democráticos. Defiende que hay cosas que no deben ser objeto de discusión, y que superar este fenómeno requiere, no solo revisar nuestras prácticas individuales, sino también reformar los medios y recuperar un espacio público que fomente el pensamiento crítico y el respeto a la diversidad.



## Diccionario enciclopédico de polarización política y emociones

**Ismael Crespo Martínez (dir.), José Miguel Rojo Martínez, María Isabel López Palazón, F. Ramón Villaplana, Belén Amadeo, Carla Irene Ríos Calleja (consejo editorial).**

Año: 2024

ISBN: 978-84-259-2063-9

Ciudad: Barcelona

Editorial: Centro de Estudios Políticos y Constitucionales. M<sup>o</sup> de la Presidencia.

Coeditor: Asociación Latinoamericana de Investigadores en Campañas Electorales  
239 páginas

Por Alicia G. Aboal.

*Universidad de Murcia*

En el año 2023, la palabra «polarización» fue elegida como palabra del año por la Fundación del Español Urgente (FundéuRAE). Esta voz, que está recogida desde 1884 en el diccionario académico, a lo largo de los últimos años ha trascendido del ámbito académico y profesional, llegando a ser integrada en la cotidianidad de muchas de las conversaciones entre la ciudadanía. Es innegable que nos encontramos en un contexto donde las emociones dominan tanto la comunicación política como los propios posicionamientos ideológicos de los individuos. En este marco, resulta casi imperante el entender los conceptos que conforman la polarización como fenómeno, que bien parece haber venido para quedarse.

El Diccionario enciclopédico de polarización política y emociones, coordinado por Ismael Crespo Martínez, se presenta como una herramienta rigurosa y necesaria, reuniendo a setenta autores de diez países diferentes que, a través de 100 entradas, nos guían por las voces clave que explican y se relacionan con este fenómeno. Psicología, política, comunicación y sociología se

entrelazan en una obra que busca servir como un método de consulta rápido, puntual y de gran utilidad, aplicable en multitud de situaciones de tanto de formación como de trabajo e investigación.

A primera vista, puede parecer una obra meramente académica. Pero lo que hace precisamente destacar a este diccionario es su capacidad de ser accesible y profundo a la vez. Cada entrada, aunque breve, ofrece definiciones claras, explicaciones precisas y, en muchos casos, ejemplos actuales que conectan directamente con los debates políticos y mediáticos más actuales. Además de aportar la explicación de la voz o concepto como tal, en cada voz del Diccionario podemos encontrar llamadas que remiten a otras voces del mismo y permiten ampliar la navegación por el conjunto del texto (palabras señaladas en negrita y al final de cada voz resumidas tras un véase también).

Uno de los grandes méritos del libro es su enfoque interdisciplinario. Al combinar las aportaciones de especialistas de distintas áreas, el texto logra presentar la polarización como un fenómeno complejo y multifactorial, donde las emociones juegan un papel tan crucial como los hechos. Las voces no solo incluyen la mera definición de los conceptos, sino que también exploran el origen de los términos, su evolución y su uso estratégico. Conceptos como el propio de «polarización» (ya sea afectiva, ideológica, política, social...), «brecha de percepción», «falsa polarización», «dieta informativa», «respuestas emocionales» o «posverdad» no solo se definen desde la teoría, sino que se contextualizan para explicar su impacto en la actualidad.

Podemos concluir, pues, que el Diccionario enciclopédico de polarización política y emociones es una obra indispensable para entender una de las dinámicas principales de nuestro tiempo. No es solo un recurso académico, sino que constituye a su vez una guía crítica que nos ayuda a comprender cómo el lenguaje y las emociones contribuyen a la polarización. Es una lectura recomendada tanto para académicos, estudiantes, como para cualquier persona interesada en desentrañar los elementos de este fenómeno propio de un mundo cada vez más dividido. Porque las palabras, lejos de ser neutrales, bien pueden tender puentes o profundizar abismos.

# ANÁLISIS POLÍTICO APLICADO

LA  
NUEVA  
POLÍTICA  
COMIENZA  
CONTIGO





Las opiniones vertidas en los artículos y otros trabajos publicados en la Revista Más Poder Local, y en la web de la misma, son de exclusiva responsabilidad de sus autores, así como la credibilidad y autenticidad de sus trabajos. Se ruega a los autores que especifiquen los posibles conflictos de intereses y adopten un comportamiento ético en su proceder. El equipo editorial de la Revista y la Asociación ALICE declinan cualquier responsabilidad sobre posibles conflictos derivados de la autoría de los trabajos que se publican en la misma. Los autores pueden encontrar información detallada sobre las normas de publicación en las páginas finales de cada número y accediendo a la página web de la revista.

*The statements and opinions expressed in the articles published by Más Poder Local Magazine and its website are the sole responsibility of the author(s), as are their credibility and authenticity. Authors are requested to inform us of any possible conflicts of interest and to adopt ethical behaviour. The Magazine's editorial team and the ALICE Association accept no liability for possible conflicts or problems resulting from articles published in the journal. Authors can find detailed information about our publication guidelines in the final pages of this issue and on the journal's webpage.*



El contenido es de acceso abierto bajo la licencia Creative Commons. *This is an open access article under the CC BY license.* <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>



FECYT-631/2024  
Fecha de certificación: 28 de julio de 2023 (8ª convocatoria)  
Válido hasta: 24 de julio de 2025

La revista Más Poder Local dispone de un sistema editorial certificado conforme a la 8ª convocatoria de evaluación de la calidad editorial y científica de las revistas científicas españolas de la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT). En 2024 ha obtenido Mención de Buenas Prácticas Editoriales en Igualdad de Género.