

«LO POLÍTICO COMO ALGO PERSONAL»: UNA REVISIÓN TEÓRICA SOBRE LA POLARIZACIÓN AFECTIVA*

«*The Political as Something Personal*»: A Theoretical Review on Affective Polarization

Ahead of Print
ISSN: 0718-090X
Revista de Ciencia Política
cienciapolitica.uc.cl



JOSÉ MIGUEL ROJO-MARTÍNEZ 

Universidad de Murcia, España

ISMAEL CRESPO-MARTÍNEZ 

Universidad de Murcia, España

RESUMEN

La polarización afectiva se ha convertido recientemente en uno de los fenómenos de mayor interés para los investigadores sociales. El elevado número de trabajos sobre este concepto requiere de una revisión sistemática que permita organizar sus principales teorías explicativas. A continuación, se presenta un debate sobre las dimensiones distintivas de la polarización afectiva, una polarización política con efectos no políticos, y sobre las hipótesis que nos ayudan a comprender su aparición, desde la perspectiva de las masas, las élites y el ecosistema mediático. Particularmente, se enfrenta la posibilidad de que la radicalización ideológica se sitúe como origen de esta polarización emocional o que, por el contrario, sin estar tan alejados en las ideas, sea la constitución de las identidades políticas como identidades sociales lo que provoque una sensación perceptiva de falsa polarización que induzca mayor animosidad entre los partidarios de los grupos en conflicto.

Palabras clave: polarización afectiva, polarización ideológica, identidades sociales, brecha perceptiva.

ABSTRACT

Affective polarization has recently become one of the phenomena of greatest interest to social researchers. The large number of papers on this concept requires a systematic review to organize its main explanatory theories. In the following, we analyse the distinctive dimensions of affective polarization, a political polarization with non-political effects, and the hypotheses that help us to understand its emergence, from the perspective of the masses, the elites and the media ecosystem. In particular, we are confronted with the possibility that ideological radicalization is at the origin of this affective polarization or that, on the con-

* La participación del autor José Miguel Rojo Martínez en este artículo ha sido posible gracias a la financiación del Ministerio de Universidades del Gobierno de España a través del "Programa estatal para desarrollar, atraer y retener talento-Contratos Predoctorales FPU" (Ref. FPU20/01033).



trary, without being so far apart in ideas, it is the constitution of political identities as social identities that causes a perceptual sense of false polarization that induces greater animosity between the supporters of the conflicting groups.

Keywords: *Affective Polarization, Ideological Polarization, Social Identities, Perception Gap.*

I. LA POLARIZACIÓN AFECTIVA: POLARIZACIÓN POLÍTICA CON EFECTOS NO POLÍTICOS

La política parece haberse vuelto en los últimos tiempos una fuente recurrente de conflictos sociales que dividen a los países entre seguidores y detractores de diferentes opciones (Boric *vs.* Kast, Trump *vs.* Biden, Lula *vs.* Bolsonaro...). El aumento de la polarización en la mayoría de las democracias del mundo acontece junto a una sorpresiva intolerancia hacia el oponente (Luttig 2017; 2018). Una forma novedosa de polarización se ha adueñado de nuestras democracias, se trata de la llamada “polarización afectiva”, la *grieta* si usamos términos argentinos, una ola de emocionalidad que favorece la segregación social por razones partidistas (Dias y Lelkes 2021).

Tras el elevado interés académico que ha despertado este fenómeno¹, se entiende pertinente delimitar cuáles son sus fronteras conceptuales y sus principales causas explicativas, buscando resolver con ello cierta dispersión en la extensa producción científica reciente. ¿A qué nos referimos realmente cuando hablamos de polarización afectiva? ¿Hasta qué punto usamos polarización afectiva cuando, en realidad, queremos decir partidismo negativo o extremismo ideológico? ¿Qué papel tienen las variables comunicacionales, los sesgos perceptivos y las actitudes de las élites en la brecha emocional de las masas? Este breve inventario de preguntas es solo una forma de concretizar un debate teórico de largo alcance que, a continuación, pretende ser sistematizado.

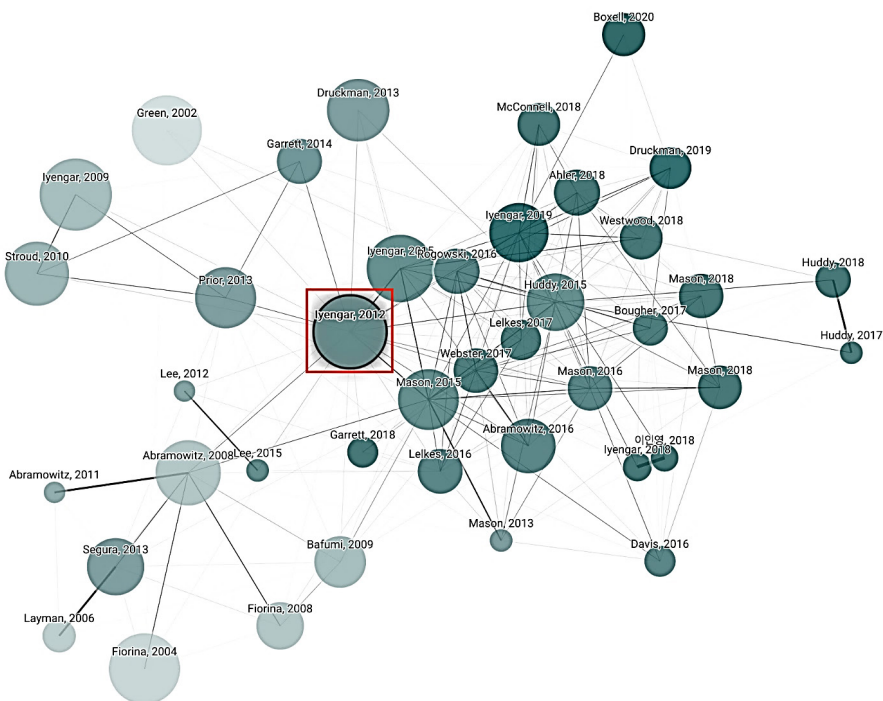
Conviene recordar que la polarización no es un término nuevo para la Ciencia Política, si bien, hasta ahora, los análisis sobre ella se han realizado principalmente desde el concepto de elasticidad espacial del sistema de partidos en su componente ideológico (Maravall 1981). Así, un sistema o una sociedad estarían polarizados si las posiciones atribuidas a los partidos (Dalton 2008) o la autosituación de los votantes de las formaciones (Sani y Sartori 1980) tienden a

¹ El motor de búsqueda *Google Scholar* devuelve aproximadamente 4,130 resultados (0.03 s) en el periodo 2012-2022 para el concepto “affective polarization”. Si acotamos la búsqueda a partir de 2020, se obtienen 3,100 resultados (0.08 s) y si solo buscamos artículos que incluyan el concepto en su título, para el periodo 2012-2022 se encuentran aproximadamente 234 resultados (0.06s). Si aplicamos el motor de búsqueda de la *Web of Science* (1900-2023), el concepto “affective polarization” genera 324 resultados (+28 si cambiamos *polarization* por *polarisation*), de los cuales 103 se produjeron en 2022 y 94 en 2021. El artículo con mayor impacto a partir de los datos del *Citation Report* de la WOS es Iyengar y Westwood (2015) con un total de 789 citas. El segundo es la revisión aportada por Iyengar *et al.* (2019) con 555 citas. Estos datos ejemplifican la relevancia actual del fenómeno y la extensa producción académica existente.

situarse en los extremos de la escala numérica de continuidad *izquierda-derecha*. Tanto en el caso de las diferentes propuestas de operacionalización de la polarización ideológica partidista, como en la medición de la polarización ideológica del electorado, se está estudiando una división programático-racional, no evaluaciones afectivas.

A este respecto, Iyengar *et al.* (2012: 405-406), en el que podríamos considerar el artículo fundacional para el estudio de esta cuestión (ver Figura 1), señalan que las investigaciones académicas dominantes sobre polarización política se han centrado en las *policy preferences* y en cómo las élites se encuentran cada vez menos cercanas en lo que a los temas de la agenda política se refiere. No obstante, es posible establecer una diferenciación entre la polarización posicional,

Figura 1. Grafo de relaciones a partir del artículo fundacional sobre polarización afectiva: “Affect, not ideology: a social identity perspective on polarization” (Iyengar *et al.* 2012).



Fuente: elaborado usando la aplicación *Connected Papers* (<https://www.connectedpapers.com/>). El color de los nodos indica el año de publicación (más intensidad, más reciente). Los trabajos similares tienen mayores relaciones y forman un conjunto. Como se puede observar, algunos nombres constituyen autoridades notables en el campo (además de los propios Iyengar, Sood y Lelkes): Steven Greene para el estudio de las relaciones entre identidad partidista e identidad social; Morris Fiorina sobre polarización en USA y batallas culturales; Alan Abramowitz sobre partidismo negativo; Lilliana Mason sobre *partisan sorting*; Douglas J. Ahler sobre sesgos perceptivos y James N. Druckman sobre aproximaciones metodológicas y polarización de la élite, solo por citar unos pocos. Nota: el programa refleja en el nodo exclusivamente el nombre del primer autor. La versión interactiva y completa del grafo puede consultarse en el siguiente enlace: <https://www.connectedpapers.com/main/1932d6438e6b18d4a97fb3c88c0463fc08b12879/Affect%2C-Not-Ideology-A-Social-Identity-Perspective-on-Polarization/graph>

a nivel de élites o de masas, y la polarización actitudinal, social y emocional (Mason 2016: 352). Por eso, en los últimos tiempos, y con gran intensidad a partir de la victoria de Donald Trump en 2016 (Abramowitz y McCoy 2019), se viene estudiando un nuevo tipo de polarización, la polarización afectiva. Esta, aun siendo política, tiene un impacto prioritario en lo social y personal, una atrevida noción cuyas características y efectos pueden abordarse con entidad propia, aunque entre sus causas se establezca un diálogo con las otras formas de polarización política.

Siguiendo a Iyengar *et al.* (2019), la polarización afectiva se caracteriza por una creciente animadversión personal entre partidarios de diferentes opciones políticas. Partiendo de esta premisa, para que podamos hablar realmente de polarización afectiva es necesario que los niveles de afecto hacia los grupos políticos no sean iguales (de buenos, de neutros o de malos). Necesitamos separar manifestaciones de desagrado general hacia todos los grupos de una situación de polarización afectiva que implica un apego evidente a un grupo al mismo tiempo que se expresa un desagrado manifiesto hacia el resto (Wagner 2021: 3). Sin embargo, la expresión del apego o desagrado podría incluir connotaciones emocionales con matices diversos que difícilmente se capturan a través de estas nociones (odiar no es lo mismo que no gustar o amar no es lo mismo que sentir apego). Habría, entonces, un recorrido gradual dentro del campo de los lineamientos generales del agrado/desagrado que debería conectarse con el corpus conceptual de la neuropolítica, una tarea todavía pendiente.

Más allá de este debate, en Iyengar y Westwood (2015: 691) se asume que la polarización afectiva crea evaluaciones negativas entre sujetos en base a identidades partidistas cruzadas y que estas valoraciones se relacionan con un proceso de clasificación de los partidarios contrarios como un grupo social externo (Iyengar *et al.* 2012: 406) y de los copartidarios como un grupo interno del que se declaran miembros y con el que han establecido patrones de identificación. En relación a esta última idea, para Mason (2018), la polarización afectiva tendría tres elementos constituyentes: 1) el prejuicio mutuo de los partidarios, como consecuencia de una identidad social que crea grupos en competición; 2) la predisposición al activismo político y a la defensa de las propias posiciones que se da entre los que se sienten más identificados con un grupo, y 3) la reactividad emocional presente en los individuos fuertemente identificados, tanto en forma de respuesta iracunda a una posible derrota como en forma de entusiasmo desmedido por la victoria de los propios (Mason 2018: 23). Las elecciones se convierten en un desafío emocional tan extremo como un derbi futbolístico, con aparente independencia del nivel de desacuerdo real sobre las políticas públicas que los grupos enfrentados mantengan (Mason 2018: 4).

La hostilidad entre los partidarios de cada formación política se concreta en una serie de reacciones emocionales (Garrett *et al.* 2014: 309) que acaban produciendo efectos sobre ámbitos no expresamente políticos. La búsqueda de pareja sentimental por criterios de homofilia política (Huber y Malhotra 2017), el agrado que generaría tener amigos, vecinos o yernos del partido contrario

(Druckman y Levendusky 2019: 116), la presencia de actitudes discriminatorias en las decisiones sobre procesos de selección laboral, la aparición de sentimientos de rechazo hacia los hijos que han elegido a parejas de otro signo político o la forma en la que se desarrollan las reuniones familiares en festividades destacadas (Chen y Rohla 2018) serían algunos ejemplos de estos “efectos no políticos”. Se comienzan a vislumbrar modelos de división social pro-homofilia que tienen su origen más relevante en la identidad política y ya no en las habituales líneas fronterizas étnico-culturales.

Con todo, la polarización afectiva, entendida como un hecho social netamente interpersonal, tiene un indicador previo: los sentimientos de adhesión y de rechazo (*like/dislike*) frente a los partidos, que suelen operacionalizarse por medio de termómetros de sentimientos (Iyengar et al., 2019). Esto hace que la medición del fenómeno, tanto a nivel agregado —considerando solo a los que previamente muestran identificación partidista con algún grupo (ver el *Affective Polarization Index* desarrollado por Reiljan 2020)— como a nivel individual para todos los que expresan manifestaciones de agrado o desagrado (Wagner 2021), se presente simplificada a través de fórmulas de dispersión en las puntuaciones de *like/dislike* otorgadas a los partidos como objetos de evaluación. En contextos de fuerte polarización, las evaluaciones afectivas se distanciarán, el rechazo que producen en los electores los partidos contrarios crecerá —manteniéndose o mejorándose el apego positivo al grupo propio— y esto sucederá mientras se espera que se dé un rechazo similar hacia los electores de esos partidos (Gidron et al. 2020: 3). Desde esta perspectiva, el principal factor de incremento de la polarización afectiva sería el partidismo negativo (el rechazo) y, además, se considera equivalente la expresión sentimental hacia los partidos y hacia los electorados, lo cual no deja de ser discutible.

Este desagrado hacia los partidos externos desencadena un discurso de deslegitimación de esas opciones políticas y de sus decisiones (Iyengar y Krupenkin 2018: 40). Crece la percepción de que los partidos contrarios y sus políticas son radicales, amenazan la nación, la democracia y la forma de vida de las personas (McCoy y Somer 2019: 258). Son opciones inadmisibles, que no cabe reconocer, y, si algo es hasta este punto inaceptable, parece fácil suponer que se derivarán sentimientos desfavorables hacia quienes lo apoyan, e incluso reacciones de hostilidad manifiesta, como se pudo comprobar con el asalto al Capitolio del 6 de enero de 2021 o con el ambiente desatado en la reciente campaña electoral brasileña.

II. LA IDENTIDAD POLÍTICA COMO FORMA DESTACADA DE IDENTIDAD SOCIAL Y LA CONFIANZA INTERSUBJETIVA EN EL CENTRO DEL PROBLEMA

El marco de las investigaciones sobre polarización afectiva comienza habitualmente con una revisión de las teorías de Tajfel y Turner (1979) sobre psicología del conflicto intergrupal. La teoría de la identidad social (TIS) está resultando

de gran utilidad para nuevos estudios sobre comportamiento electoral a partir de la consideración de que el partidismo funciona de manera similar a otras rutinas de pertenencia a grupos sociales (Kalin y Sambanis 2018). El sesgo norteamericano plantea problemas de traducibilidad de este marco operativo (ya presentes a la hora de estudiar los aportes de la Escuela de Michigan), pero lo cierto es que no resulta decisivo el hecho de que la identidad/vínculo político sea respecto al partido, como en Estados Unidos, o respecto a una ideología más amplia, como sucede en Europa o en América Latina, donde la identificación partidista, aunque puede que se haya subestimado su alcance (Bankert *et al.* 2017), suele ser más débil y volátil, actuando la ideología como referente (Del Castillo 1990; Aguilar López 2008; Torrico Terán y Solís Delgado 2020). El suceso de interés es la conformación de grupos sociales con sustrato político (partidista o ideológico).

En diálogo con esta tradición, trabajos como los de Greene (2004) o Mason (2016; 2018) han revolucionado el concepto de identificación partidista tal y como Campbell *et al.* (1960) lo concibieron. El consenso académico existente en el entendimiento del partidismo como agregador de identidades sociales (Valentino y Zhirkov 2018: 7) se rebate y la identidad partidista ya no es la simple manifestación de otra serie de identidades grupales, sino que se ha ido constituyendo como una identidad social primaria en sí misma (Iyengar y Westwood 2015: 690). Este proceso se situaría en el origen de la polarización afectiva por la capacidad que tienen las identidades sociales para intervenir en el desarrollo de la evaluación y la categorización que los ciudadanos hacen de los diferentes grupos políticos y de sus simpatizantes, incrementando sus niveles de ira e implicación (Mason 2018: 15).

En el caso de sistemas multipartidistas con una identificación partidista cambiante o poco prevalente, lo que se produce es una agrupación en torno a bloques de afinidad ideológica (Hagevi 2015; Bankert *et al.* 2017; Kekkonen e Ylä-Anttila 2021). En Argentina, la *grieta* ideológica y social entre el Frente de Todos y Juntos por el Cambio (Quevedo y Ramírez 2021: 22), no deja de cristalizar grupos sociales y de clase de más intenso arraigo histórico —peronismo y antiperonismo— (Casullo y Ramírez 2021). En definitiva, la ideología, como el partido, puede considerarse un grupo social y no solo un sistema de valores. Además, según lo expuesto por Hobolt *et al.* (2021), es posible que la polarización afectiva se desarrolle más allá del partido, tomando grupos de opinión como elementos de división (como sucedió con el Brexit) o, incluso, se puede articular en torno a comunidades de significado amplio (peronismo, fujimorismo...).

De esta forma, el conflicto político deja de ser una mera traslación de los conflictos sociales precedentes y se configura como germen de grupos que desarrollan procesos de interacción y autoconcepción según la tensión *exogrupo/ endogrupo*. No quiere decir lo anterior que las identidades políticas no se encuentren alineadas con otras identidades sociales que les aportan consistencia, tan solo se trata de evidenciar que los sentimientos de membresía respecto de un determinado partido o bloque pueden considerarse como una identidad so-

cial autosuficiente (Huddy *et al.* 2015). Esto se acompaña de los efectos sobre el individuo que genera la pertenencia subjetiva a un grupo según la teoría de la identidad social (TIS): distinción positiva desmedida del *own-group* respecto de todo lo demás e introducción, por un lado, de importantes sesgos intragrupales (o brechas perceptivas) y, por otro, de aprensiones hacia lo divergente (Huddy *et al.* 2015: 6).

Al tratar la influencia concreta de la identidad partidista como identidad social en la polarización afectiva es importante recordar que la identidad partidista puede presentarse en forma de partidismo positivo (PPID), pero también como partidismo negativo (NPID), un partidismo *a la contra* con importantes consecuencias sobre el comportamiento político a pesar de haber sido menos estudiado que el primero (Caruana *et al.* 2015; Mayer 2017). Diferentes trabajos han demostrado que ambas tipologías identitarias no resultan ser elementos perfectamente interrelacionados. De hecho, es posible identificar altos niveles de identidad partidista negativa sin necesidad de detectar, simultáneamente, adhesión robusta alguna (Abramowitz y Webster 2016). Esta consideración podría provocar, en un entendimiento inexacto del partidismo negativo como sinónimo de polarización afectiva, una tendencia a atribuir altos niveles de polarización afectiva a contextos que, en realidad, simplemente estén dominados por la negatividad, sin que exista un apego emocional destacado a ningún grupo o discriminación intersubjetiva. En consecuencia, es necesario volver a desvincular el partidismo negativo como sinónimo o concepto sustitutivo de la polarización afectiva, al menos en una medición directa del fenómeno (Knudsen 2021). Como acertadamente advierten Klar *et al.* (2018), el rechazo hacia las relaciones sociales con partidarios de una determinada opción puede encubrir un desagrado general por los partidos, la política y las personas fuertemente politizadas, sean afines a nosotros o no. Por tanto, la polarización afectiva parte de los niveles de partidismo que presenta un sujeto, pero su lógica es la de la diferencia de expresión emocional entre grupos, por lo que precisa evaluaciones desiguales que nos hagan intuir favoritismo y prejuicio.

Restan dos cuestiones más para avanzar en este debate conceptual introductorio: la polarización afectiva implica necesariamente desconfianza intersubjetiva por razones políticas y, además, puede verse reforzada en contextos de homogeneidad identitaria intragrupal.

Comenzando por la primera cuestión y prestando atención a los hallazgos de Westwood *et al.* (2018) y de Carlin y Love (2018), el partidismo resultó más influyente que otras identidades sociales para explicar patrones de confianza/desconfianza entre personas. Aquí reside el núcleo conceptual de la polarización afectiva y la razón de su originalidad y relevancia académica. Tanto es así que diversas investigaciones en este campo han implementado diseños experimentales tipo *trust game* o *dictator game* para testar comportamientos de desconfianza y sesgos afectivos en base a la identidad política de los jugadores (Carlin y Love 2013; Whitt *et al.* 2021; Iyengar y Westwood 2015).

Como se ha mencionado, Westwood *et al.* (2018) resaltaron el partidismo, por encima de otras identidades divisorias típicas, en la explicación de la enemistad y el prejuicio colectivo. A pesar de ello, los autores concluyeron que, si el partidismo se combinaba con otras identidades sociales, sus efectos sobre la antipatía y el afecto se podían intensificar o debilitar, al aumentar o reducirse los contrastes de reconocimiento. Tomando como referencia el caso del País Vasco en España, cuando el partidismo no se unía homogéneamente a otros alineamientos sociales (ejemplo: personas con identidad étnica vasca, pero que no apoyaban a partidos nacionalistas vascos), es decir, cuando los sujetos mostraban identidades transversales, los niveles de hostilidad frente a los partidarios externos eran menores, aunque no desaparecían, precisamente porque el partidismo era más relevante en la determinación de la confianza que el clivaje étnico, con independencia de que una combinación coherente de estas identidades reforzara la desconfianza intersubjetiva (Westwood *et al.* 2018: 347-348).

Esta perspectiva contribuye a superar, como señala Mason (2018: 7), la idea del partidismo como variable antecedida por otros clivajes realmente determinantes en el modelo explicativo. En contraste, el partidismo se sitúa como variable independiente fundamental en la modelización de las actitudes psicológicas de susceptibilidad y lo que sí sucede es que en esta relación intervienen las identidades prepolíticas que contribuyen a la diferenciación. Ahora bien, el partidismo o la identificación ideológica no es la variable-resultado porque lo que se desea captar como componente esencial de la polarización afectiva son esas actitudes de prejuicio y desconfianza entre personas (sus dimensiones constitutivas).

III. LAS CAUSAS EXPLICATIVAS DEL FENÓMENO

Las causas a nivel de masas

Resulta sencillo hipotetizar *a priori* que la polarización ideológica del electorado favorece la polarización afectiva. Si pensamos muy diferente sobre los temas esenciales de la agenda política, si nos encontramos cada vez más lejos en las soluciones para los problemas del país y en los valores que estructuran nuestra forma de entender el mundo, es probable que el conflicto programático derive en conflicto social. Así lo entienden Enders y Lupton (2021) al encontrar patrones significativos entre la divergencia en principios esenciales y las evaluaciones emocionales sobre candidatos, grupos y partidos.

A la hora de concluir cuál es la base fundamental de la polarización afectiva, la hipótesis ideológica se construye como alternativa a la hipótesis de las identidades sociales (Lelkes, 2019) defendida, entre otros, por Mason y Wronski (2018) y Dias y Lelkes (2021). Este es, sin duda, uno de los dilemas más relevantes entre los académicos al intentar concluir las causas de la polarización afectiva. Lelkes (2019) muestra resultados sobre el efecto privilegiado de las

preferencias políticas y las divisiones ideológicas en los sentimientos de los electores hacia los candidatos. Así, más que la identidad, lo que se situaba tras las actitudes de desagrado y rechazo eran los posicionamientos temáticos, especialmente en aquellos electores más extremos en relación con los candidatos también más extremos (Lelkes 2019: 192-193). Wagner (2021: 7) sostiene, asimismo, que el extremismo ideológico individual se relaciona con sentimientos más polarizados (negativos y positivos) hacia los partidos.

Estas evidencias iniciales pueden apoyar la idea intuitiva de que, por lo general, es más difícil mantener una conversación agradable con aquellas personas que defienden posiciones marcadamente antagónicas a las nuestras en una extensa lista de temas. Pese a ello, la literatura especializada señala la concurrencia de países con bajos niveles de polarización ideológica y altos niveles de polarización afectiva y viceversa (Reiljan 2020). No es fácil, concluir, pues, una relación clara y unívoca entre el extremismo ideológico y los indicadores de polarización afectiva, lo que refuerza el carácter autónomo de ambos.

Los esfuerzos realizados al inicio de este artículo por diferenciar conceptualmente la polarización afectiva de la polarización ideológica parecen ahora, si cabe, más pertinentes, toda vez que existe el riesgo de simplificar la brecha social como un síntoma de extremismo político. Algunos datos nos señalan lo contrario: Iyengar *et al.* (2012) observaron una débil asociación entre polarización ideológica y afectiva, además de sostener que la polarización a nivel de masas que se sentía en los Estados Unidos era fundamentalmente afectiva y no ideológica. Estos resultados deben contextualizarse en el sentido que los propios autores proponen. Este estudio, que insta a rechazar una posible influencia destacada del desacuerdo ideológico en la polarización afectiva, toma datos de un caso concreto, el de los Estados Unidos, realidad en la que las identidades partidistas han operado con más fuerza que la identificación ideológica y, al mismo tiempo, esas identidades partidistas han tenido un sustento ideológico diferenciador difuso (Iyengar *et al.* 2012: 425).

Para profundizar en la controversia sobre cuánto de ideología hay en lo afectivo, hay que atender a la presencia entre los electorados de percepciones distorsionadas y estereotipadas (Ahler y Sood 2018) que asignan rasgos negativos de personalidad a los oponentes (Iyengar *et al.* 2012). De ahí que el problema verdadero no sea, probablemente, que la gente se encuentre cada vez más lejos en cuanto a sus ideas, sino que, estando más cerca de lo que parece, se sienten (ideológica y emocionalmente) distanciados entre sí.

Desde esta perspectiva, no tendría sentido afirmar que lo que subyace o antecede a la polarización afectiva es, sobre todo, una división efectiva de tipo ideológico-programático. Algunos trabajos como el de Levendusky y Malhotra (2016a) o Fernbach y Van Boven (2022) han definido como “falsa polarización”²

² Blatz y Mercier (2018) tratan el tema de la falsa polarización desde otra perspectiva. Los autores consideran que, en las evaluaciones de la realidad, las personas se mueven por una falsa condición de objetividad que

a esta paradoja, según la cual, las distancias ideológicas reales son menores que las percibidas. La falsa polarización informaría de una sensación de extremismo exagerada y estereotipada (Levendusky y Malhotra 2016a: 388). Todo ello provocado por elementos impropios de la definición estricta de las políticas públicas que pueden ser entendidos como creencias de segundo orden (Yudkin *et al.* 2019: 7).

Los hallazgos sobre “brecha perceptiva” (*perception gap*) que han obtenido Yudkin *et al.* (2019) reforzarían estas tesis sobre una percepción desviada de radicalidad y alejamiento ideológico del contrario, que otros estudios relacionan con el dominio del estereotipo extremo al pensar en cómo son los miembros del grupo externo (Druckman *et al.* 2022). Estos autores constataron que los americanos estaban sobreestimando la cantidad de simpatizantes contrarios que tenían posiciones extremas (Yudkin *et al.* 2019: 14). También en España se ha evidenciado una propensión a exagerar las posiciones de los adversarios, singularmente en temas de contenido posmaterialista y cultural (Crespo *et al.* 2021). Si asumimos que los demás son más radicales de lo que realmente son, es más probable que nos distanciamos afectivamente de ellos, aunque, en la práctica, las posiciones ideológicas subyacentes no se hayan polarizado. La gran pregunta que persiste es si la percepción desviada antecede a la polarización afectiva o es la polarización afectiva la que modifica la percepción sobre las posiciones de los demás (Ward y Tavits 2019).

Junto a la hipótesis de la polarización ideológica, y las refutaciones a la misma que han hecho los trabajos sobre “brecha perceptiva”, la otra gran propuesta explicativa asociada al nivel de masas es la ya mencionada influencia de las identidades sociales, incluida la identidad partidista o de bloque como un tipo más de identidad social, en las dimensiones constitutivas de la polarización afectiva. Según esta perspectiva, aquellos sujetos con altos niveles de identificación grupal (partidista o ideológica), desarrollarán actitudes y comportamientos de prejuicio intergrupales al entender que el partido de enfrente, sus votantes y sus líderes son un grupo externo rival. Pero, ¿por qué la identidad política se ha ido consolidando como una identidad social de grupo?

La clave, apuntan autores como Robison y Moskowitz (2019), es la creciente homogeneidad sociocultural de los electorados de cada parte. Como se vio en el anterior epígrafe, al ser menos transversal el perfil del simpatizante de las distintas opciones políticas, los afines a cada partido se parecen sociológicamente entre sí y se diferencian notablemente de los simpatizantes del otro partido. Esto dificulta que se puedan establecer nexos de entendimiento, de reconocimiento y de pertenencia más allá de las fronteras de los partidos (Robison y Moskowitz 2019: 3). Al respecto, Harteveld (2021b) demostró que aquellas

les hace pensar que los oponentes están equivocados y solo se guían por prejuicios. Lo cierto es que esa falsa objetividad deriva en una falsa moderación porque se infravalora la seguridad de juicio del otro y se sobreestima la racionalidad analítica de uno mismo o de su grupo.

personas que encajaban mejor en el perfil sociodemográfico prototípico de su partido solían estar más polarizadas afectivamente.

Atendiendo a lo apuntado por Mason (2018: 61), el aumento del partidismo en los Estados Unidos no se sostendría en desacuerdos políticos reales ni en visiones cada vez más incompatibles, como tampoco la identificación partidista sirve como variable explicativa aislada de la polarización afectiva. Mason observa que cuando las identidades sociales se superponen, y entre ellas se combinan junto al partidismo, se multiplican sus efectos en la evaluación de los objetos y sujetos sociales. Las explicaciones identitarias dotan de consistencia teórica a las hipótesis relacionadas con la “brecha perceptiva” y al supuesto de “falsa polarización”, centrando el debate en determinar hasta qué punto lo que nos hace estar emocional y humanamente divididos son nuestras ideas o nuestras identidades (con los sesgos que las identidades grupales provocan).

No obstante, la evidencia de que el partidismo está funcionando como una identidad social se acompaña de algunos hallazgos que cuestionan sus niveles de influencia en la polarización afectiva (West e Iyengar 2020). Dado que, según algunas investigaciones, cuando la identidad política aparece debilitada temporalmente esto no conduce a un menor nivel de polarización afectiva y conflicto intergrupalo, tendrían que entrar en consideración nuevamente explicaciones alternativas como la ideológica o la del sistema de medios (West e Iyengar 2020: 18).

Las causas a nivel de élites

Situar el origen de la polarización afectiva en las élites políticas puede considerarse un modelo causal *top-down*, tal y como hace Tworzecki (2019) estudiando el caso polaco y las influencias de la retórica populista del partido *Prawo i Sprawiedliwość*. Esta dirección causal ha sido analizada en términos similares por Rodríguez-Teruel (2020) a propósito de las estrategias polarizadoras de maximización electoral en la derecha española, con algunos resultados sorprendentes –la mayor percepción de polarización no polarizaba más el voto–. Alternativamente, Diermeier y Li (2019) proponen entender la polarización de la élite (y la polarización temática) como una respuesta adaptativa a la polarización afectiva del electorado.

Tomando el supuesto de que la polarización de la élite se sitúa de manera previa a la polarización de la ciudadanía (Banda y Cluverius 2018), algunos autores han demostrado cómo la polarización ideológica de ciertos candidatos influía en las evaluaciones afectivas que los sujetos realizaban sobre sus figuras: cuanto más divergentes resultaban las posiciones de los candidatos, más probable era que aparecieran visiones polarizadas en el electorado hacia ellos (Rogowski y Sutherland 2016). Como una especie de “teoría del goteo”, las explicaciones de la polarización afectiva ligadas a las élites parecen intuir un interés estratégico en la creación de climas de enfrentamiento emocional que

se instalarían a través de mecanismos discursivos. El desacuerdo de las élites como origen de la polarización afectiva no actuaría por igual para todo tipo de temas, sino que serían las batallas culturales, morales e identitarias, por encima de las discrepancias económicas o más racionales-materiales, las que crearían, con mayor probabilidad, esta animadversión entre las masas (Hetherington *et al.* 2016; Gidron *et al.* 2020: 71).

Sobre los efectos de la actuación de las élites, Sood e Iyengar (2016) observaron que, en el transcurso de las campañas electorales, las identidades partidistas se reforzaban y, por tanto, las actitudes hacia líderes y formaciones políticas se exacerbaban. El refuerzo de las identidades partidistas que promueven las campañas electorales (Michelitch y Utych 2018; Rodríguez *et al.* 2022), responde a maniobras de movilización del electorado, según la hipótesis de que los afectos partidistas se mantienen latentes en ausencia de contienda y se activan con cierta facilidad gracias a las acciones comunicativas estimulantes de los partidos. El citado estudio de Sood e Iyengar (2016) obtuvo evidencias sobre el aumento de la distancia en los niveles de sentimiento favorable diferencial entre el candidato propio y el externo, desde el día de inicio de la campaña hasta el día de las elecciones. En la misma línea, Sheffer (2020) constató que el sesgo de discriminación frente a los que no eran copartidarios se reducía unos días después de las elecciones, en comparación con lo sucedido antes de la votación, y que los sesgos intragrupales disminuían para los partidarios de la opción ganadora, mientras que para los perdedores se mantenían. Tal vez, para los identificados con la opción perdedora, los resultados electorales no cierran la batalla lidiada por sus élites, sino que abren una herida que podría durar toda la legislatura.

Afirmar que las campañas actúan como agentes de intensificación de la identidad de grupo y de los filtros evaluativos basados en imágenes simplificadas equivale a mantener que incrementan la polarización afectiva. Al efecto de refuerzo de las preferencias que se ha asignado a las campañas desde los trabajos de la Escuela de Michigan, se añade un efecto interno de “llamada a filas” y otro de distanciamiento afectivo, de rechazo, hacia el partido o los partidos contrarios, en línea con el partidismo negativo que promueve la comunicación política negativa en campaña.

La relación entre campañas electorales y polarización afectiva aparece en Hernández *et al.* (2021) ligada de forma principal a la polarización ideológica, pero también al partidismo (positivo) que las campañas promoverían. Los autores exponen que las campañas electorales visibilizan un contraste ideológico agudo y ayudan a avivar las identidades partidistas. Con esto, logran unir en un mismo marco argumental las relaciones de influencia entre polarización ideológica, partidismo, polarización afectiva y campañas. En época electoral, los partidos necesitan hacerse ver a sí mismos como opciones muy diferenciadas para lograr captar la atención del votante. Intentando poner el acento en sus diferencias, los partidos polarizarían afectivamente al electorado en base a una división ideológica algo artificial que posiblemente decaerá con el final de la

campana. Diluida la polarización ideológica de la élite y volviendo el partidismo a un estado de latencia, surge en el estudio de Hernández *et al.* (2021: 7) la posibilidad de una “despolarización” postelectoral.

La “despolarización” se complica cuando surgen ciclos de inestabilidad política, repeticiones electorales y solapamiento de elecciones en distintos niveles (Miller y Leonisio 2016) que no dejan prácticamente espacio para destensar el clima político. Es el caso de España en el año 2019, cuando los electores acudieron a las urnas para votar en dos elecciones generales (abril y noviembre), unas elecciones autonómicas en la mayoría de las regiones, unas elecciones locales en todo el territorio y unas elecciones al Parlamento Europeo. El clima de precampaña y campaña que se vivió en el país durante todo el año impregnó los debates cotidianos del tono exagerado y grandilocuente de la comunicación electoral.

Finalizada la contienda, algunos estudios se han preguntado de qué manera repercuten las actitudes cooperativas de los partidos en la polarización afectiva, en especial, cómo la posibilidad de cooperación para la formación de un gobierno de coalición puede contribuir a la despolarización (Bassan-Nygate y Weiss 2021). Esta última reflexión abre un debate sobre ciertos modelos de convivencia institucional que, a pesar de que puedan reducir el enfrentamiento y la sensación de lejanía entre los partidarios de las formaciones coaligadas (relativamente afines), pueden, de igual forma, acrecentar la dinámica gobierno/oposición y la mecánica bloquista en torno al eje ideológico (Orriols y León 2021) —o *bicoaliccionista* si usamos los términos de Cruz (2021) para hablar del caso argentino, entendiéndolo aquí la formación de coaliciones polarizadoras como suceso preelectoral—.

La reflexión sobre la cultura de cooperación entra de lleno en los trabajos que señalan a los diseños institucionales como factores facilitadores o moderadores de la polarización afectiva. Recuperando las conocidas teorías de Lijphart sobre los modelos de democracia, Gidron *et al.* (2020: 44-45) plantean la posibilidad de que la polarización afectiva sea más intensa en sistemas electorales mayoritarios, de tendencia bipartidista y lógica suma-cero. Estos autores logran vincular una mayor proporcionalidad con una menor polarización afectiva, aunque este hallazgo se vuelve no significativo al controlar los resultados por las condiciones económicas del país y el grado de desacuerdo de sus élites (Gidron *et al.* 2020: 60). Esta hipótesis se vuelve a debilitar por la existencia de niveles considerables de polarización afectiva en sistemas multipartidistas con alta proporcionalidad (Wagner 2021).

El hecho de que la polarización afectiva esté presente en diversos sistemas políticos, con independencia de su nivel de estabilidad institucional o de sus reglas electorales, puede deberse al modelo de “campaña permanente” (Blumenthal 1980) que se ha adueñado de la política reciente y que algunos autores relacionan con gobiernos de tono plebiscitario y populista que necesitan reeditar su hegemonía continuamente (De la Torre y Ortiz Lemos 2016). El tono electoral se extiende durante todo el mandato, se reducen los acuerdos, se compromete

la posibilidad de una despolarización postelectoral y aumentan las apelaciones identitarias. La diferenciación ideológica, la crispación y la emocionalidad ya no son recursos de campaña, pasan a ser elementos constantes del debate público. La necesidad de los gobiernos de mantener una tensión latente a diario para conservar los apoyos que le permitieron alcanzar la victoria, y la necesidad contraria de la oposición de captar la atención para desarmar la mayoría gubernamental, hace que las élites nunca abandonen el modelo comunicativo de campaña aun en periodo no electoral. En aquellos sistemas donde el adelanto electoral siempre sobrevuela o donde hay múltiples niveles de gobierno con aparición constante de elecciones regionales y locales, la campaña permanente podría ser, todavía, más enérgica.

Existe, por tanto, otra forma de explorar la relación entre campañas electorales y polarización afectiva sin considerar la variable ideológica ni identitaria. Se trata de encontrar en la comunicación política contemporánea el sustrato de la deriva emocional de los electores. Sumado a la campaña permanente, la exposición a la publicidad negativa (Iyengar *et al.* 2012; Lau *et al.* 2017) podría incidir en la lejanía afectiva del electorado. Ya en los años noventa se relacionó la comunicación política negativa con la polarización (Ansolabehere e Iyengar 1995), sin profundizar entonces en la todavía desconocida dimensión socioafectiva de la misma. Las campañas negativas nacen para generar sentimientos de rechazo y repulsión a un determinado líder o partido (Crespo 2016: 57). Desde esta perspectiva, el éxito de una estrategia de comunicación negativa pasaría por la aparición de ciertas cotas de NPID y, potencialmente, de polarización afectiva.

Debe contemplarse, por último, la afección que en nuestro objeto de estudio pueda tener la aparición en escena de partidos extremos —en un sentido tanto espacial como sustantivo— que desarrollen estrategias populistas de alto contenido emocional y desestabilicen el sistema. Hasta ahora hemos tomado como punto de partida de las hipótesis *top-down* un cambio en las actitudes de los actores, pero no se ha mencionado la posibilidad de que sean los propios actores los que cambien (aparición de nuevos actores) o, siquiera, la idea de que el cambio que experimenten en su comportamiento (discursos, mensajes) venga definido por la aparición de nuevos competidores que les tensionan. Puede sostenerse que el surgimiento de partidos extremos, además de corte populista, no solo contribuiría a la polarización del sistema de partidos, sino también a la polarización sentimental de la ciudadanía. Como señalan Mudde y Rovira Kaltwasser (2018: 1681-1684), populismo y polarización se relacionan en tanto que los partidos populistas surgen como reacción al agotamiento del consenso centripeto (en un escenario de no-polarización) y, con su presencia, repolarizan el conflicto político. La carga moral y simplificadora del discurso populista, pero sobre todo el efecto de las formaciones populistas sobre el crecimiento del partidismo negativo —su capacidad para ordenar a su alrededor los afectos— permite integrar coherentemente los estudios de polarización y populismo (Mudde y Rovira Kaltwasser 2018: 1681-1684).

En un entorno altamente fragmentado, como es el de los Países Bajos, Hartevelde (2021a) encuentra que la polarización afectiva es destacada si se toma a la derecha radical populista como referente de estructuración grupal y definición de posiciones, lo que podría estar relacionado con el lugar privilegiado de los temas culturales y morales en este tipo de partidos extremos (Hartevelde 2021a: 4). En España, Orriols (2021) destaca que el crecimiento de la polarización afectiva se produce al mismo tiempo que comienzan a tener presencia en la escena política nacional partidos que incorporan estrategias populistas dentro de cada uno de los bloques ideológicos. A su vez, en Brasil, la aparición de Bolsonaro recrudeció la polarización ideológica del sistema de partidos, más tarde convertida en polarización afectiva (con un intenso rechazo hacia el cuestionado PT), avivó la batalla cultural y radicalizó el espacio conservador (Zanotti y Roberts 2021).

Las causas a nivel comunicativo: medios y redes sociales

Al hablar de campañas electorales, mensajes negativos y discurso político, en cierta forma, ya se han tratado algunos de los posibles orígenes comunicacionales de la polarización afectiva. Sin embargo, existe una línea de investigación, todavía no tan dominante como la relativa a la identidad social, que ha presentado otra serie de factores explicativos del fenómeno, también comunicacionales, pero no estrictamente propios del contexto electoral o de la comunicación política de las élites. Se trata de las hipótesis centradas en el consumo de medios, las formas de representación del conflicto político adoptadas por los medios y el uso de las redes sociales como canales de información política.

Levendusky y Malhotra (2016b) exponen que la cobertura mediática sobre la polarización hace creer más intensamente a los ciudadanos que viven en un país polarizado y esto aumenta la polarización afectiva, pero no la polarización temática. Conforme la polarización se convierte en un asunto de la agenda mediática y pasa a formar parte de los debates políticos como meta-reflexión, la imagen que del partido externo tienen los ciudadanos resulta más distorsionada por la percepción creciente de radicalidad y de lejanía respecto a los otros que fomentan estas noticias. La retórica de los medios sobre el clima de crispación que viven muchas democracias intensificaría la sensación de lejanía entre los grupos partidistas.

El rechazo a la radicalidad asumida en los rivales, sostiene la investigación de Levendusky y Malhotra (2016b), da lugar, precisamente, a una menor polarización temática en el individuo (respuesta de moderación). La situación de polarización expuesta por los medios puede reducir el radicalismo ideológico, pero, el conocimiento de los partidarios contrarios como sujetos extremos y favorables a conductas no deseables hace que el individuo aumente su rechazo a estas personas y, por tanto, incrementa su polarización afectiva. Los medios actuarían creando un efecto óptico que altera el discernimiento y redirige a las evidencias de Yudkin *et al.* (2019) sobre “brecha perceptiva”.

Asimismo, debe considerarse cómo la posición política de los medios y su credibilidad puede influir en la polarización afectiva. Recientemente, se ha observado que, en Estados Unidos, México y Brasil, la percepción de sesgo mediático se relaciona con la polarización afectiva (Tong *et al.* 2021). De igual forma, el mayor número de medios de comunicación partidistas, que han ampliado las opciones de consumo y ejercen en los últimos años un rol militante al proveer contenidos, podría incrementar tanto la implicación de los “activistas” —que describen un consumo intensivo de noticias partidistas— como la cantidad de ciudadanos interesados en política (Prior 2013) y la propia polarización afectiva (Wilson *et al.* 2020). A este respecto, Levendusky (2013) demostró que estos “medios partidistas”, aquellos con un claro posicionamiento ideológico y en los que prima la opinión sobre la información, si bien no penetran transversalmente en los espectadores, polarizan al electorado, haciendo más extremos a los ciudadanos que antes ya lo eran, pero en menor intensidad. Lu y Lee (2019) encontraron igualmente evidencia de que el consumo de televisiones de corte partidista aumentaba la polarización afectiva de los estadounidenses.

Con estos resultados previos, sería interesante poner a prueba la hipótesis de que aquellos espectadores habituales de canales o programas con claro sesgo ideológico están más polarizados afectivamente. Se podría ir más allá y observar la relación concreta entre los programas de infoentretenimiento y la polarización afectiva. La transformación del sistema mediático, la fragmentación de la oferta informativa, la espectacularización del debate político, el protagonismo de las tertulias y el carácter militante de los opinadores han reducido la neutralidad ideológica de los medios en un momento de incertidumbre empresarial que pretende resolverse fidelizando a la audiencia por la vía de las emociones y del refuerzo de las creencias previas (Nortes 2019). Otra línea diferente de trabajo sería la relativa a las dietas mediáticas. Partiendo de esta posición, la polarización afectiva no aparecería como consecuencia del discurso de los medios, sino de las decisiones de consumo de las audiencias, en lo relativo a la mayor o menor exposición selectiva a contenido proactitudinal (Tsftati & Nir 2017).

Hablar exclusivamente de televisión en un mundo donde el acceso a la información se produce cada vez con mayor frecuencia gracias a Internet y a las redes sociales resulta insuficiente. En este nuevo ecosistema informativo, los patrones de navegación e interacción han aparecido frecuentemente definidos a partir de la existencia de cámaras de eco (*echo chambers*) y burbujas de filtro (*filter bubbles*) que amplifican y reproducen los mensajes afines (Flaxman *et al.* 2016; Spohr 2017) reforzando las posiciones de cada grupo, aislando a los semejantes entre sí y aumentando la polarización política. Además, según Calvo y Aruguete (2020), las redes sociales —en un sistema de encuadres polarizados—, también influyen, como lo hacen los medios tradicionales, en la distorsión de las percepciones sobre las posiciones políticas, es decir, las redes se constituyen como otra de las variables potencialmente explicativas de las percepciones erróneas y, con ello, del distanciamiento afectivo.

A propósito de estas teorías, algunos trabajos han utilizado el análisis de métricas de redes sociales como Twitter para la medición de la polarización afectiva (véase Mentzer *et al.* 2020). Estas iniciativas parten del siguiente supuesto: cuando la interacción en las redes sociales se caracteriza por la homofilia y la falta de contraste de ideas, es posible que las opiniones de los individuos se radicalicen tras la activación de mecanismos de refuerzo cognitivo (Baumann *et al.* 2020). Se podría estar estableciendo una ilusión emocional y política, la de pensar la realidad a partir de nuestro *timeline*, que ocurriría en entornos dominados por la posverdad y la presencia de medios militantes. De hecho, Lelkes *et al.* (2017) lograron relacionar el acceso a Internet de banda ancha con el consumo de medios militantes y este con la hostilidad afectiva entre simpatizantes.

Como sugiere Waisbord (2020), la coincidencia temporal entre la expansión del acceso a Internet y la recurrente polarización política invita al rápido establecimiento de relaciones causales entre ambos fenómenos. No obstante, el efecto del ecosistema digital y del mensaje político en redes sociales sobre la polarización y la segregación política ha sido matizado por diversos estudios, como el Gentskowitz y Shapiro (2011) o el de Lorenzo-Rodríguez y Torcal (2022). Al mismo tiempo, se ha cuestionado la validez de la teoría de las cámaras de eco como origen de la polarización, y es que podría ser precisamente la exposición a contenido no afín lo que intensifique la polarización (Bail *et al.*, 2018). Incluso se ha puesto en duda la verdadera dirección de la relación entre redes sociales y polarización. Según Nordbrandt (2021), un mayor uso de las redes no contribuye a una mayor polarización, pero niveles previos más elevados de polarización afectiva sí condicionan el uso político de las redes. Curiosamente, se han llegado a detectar mayores niveles de polarización entre aquellas cohortes que menos usan los medios digitales, lo que impulsa otro tipo de explicaciones alejadas de la influencia de las redes sociales (Boxell *et al.*, 2017).

IV. CONCLUSIONES Y NUEVOS DESAFÍOS

El *boom* académico en torno a la polarización afectiva no ha sido frecuentemente acompañado de un profundo debate teórico sobre la verdadera naturaleza de este fenómeno. Esto ha generado ciertas controversias a propósito de la validez de los instrumentos de medición utilizados, que a menudo se han limitado a enfrentar numéricamente la cercanía o lejanía afectiva hacia diferentes partidos según un termómetro de sentimientos (Iyengar *et al.* 2019), sin explorar la dimensión distintiva del concepto (los procesos interpersonales).

La polarización afectiva, que parece haberse originado por la constitución de lo político como una forma prioritaria de identidad social e incluso personal, despliega sus efectos sobre la vida cotidiana y lo hace, en ocasiones, con relativa independencia del nivel de desacuerdo real sobre las políticas públicas. Este elemento irracional redirecciona al carácter emocional de una división que es, aparentemente, más identitaria que programática, lo que a su vez conecta con

los trabajos sobre el papel que tienen las percepciones sesgadas en este proceso. Polarización afectiva no es polarización ideológica ni temática, aunque potencialmente podría verse favorecida por estas, pero tampoco es partidismo negativo ni desafección. Como hemos tenido ocasión de debatir, 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, que puede ser o no de origen partidista. A propósito, es importante determinar para cada país si los grupos de referencia prioritarios de los que parte la polarización afectiva son ideológicos, de opinión o partidistas, en tanto que esto facilita un correcto diálogo a nivel comparativo.

Futuras líneas de investigación tienen ante sí el reto de incrementar la acumulación de evidencias sobre ciertas hipótesis, como las relacionadas con la “brecha perceptiva” y la “falsa polarización” que, de ser repetidamente contrastadas, reducirían el impacto de las explicaciones basadas en la polarización ideológica, a nivel de élites o de masas. También resulta necesario ampliar el conocimiento disponible sobre qué papel juegan las dietas informativas y los medios de comunicación, en especial, los programas televisivos de infoentretenimiento y los nuevos medios de corte militante tanto en la transmisión de imágenes estereotipadas que podrían incrementar a su vez la “falsa polarización”, como en la hostilidad intergrupala.

Siguiendo con el plano comunicativo, las conclusiones contradictorias hasta el momento sobre las redes sociales como motor de la polarización afectiva necesitan de estudios superadores que logren clarificar la dirección de la relación entre estas dos variables. A partir de esta cuestión se abre un ámbito interesante, el relacionado con la edad, que debería unirse, en un enfoque de tipo sociodemográfico, a las diferencias en la polarización según género (Ondercin y Lizotte 2021). No puede disociarse la posibilidad de diferentes niveles de polarización por edad y género de la importancia que parecen tener en ella las batallas culturales posmaterialistas, otro campo sobre el que seguir trabajando.

Los efectos derivados de los mensajes emitidos por las élites y las nuevas formas de comunicación política y liderazgo propias de la campaña permanente, así como el alcance de determinadas estrategias discursivas (populistas y de comunicación negativa), se convierten en el principal ámbito de crecimiento potencial de las investigaciones académicas sobre polarización afectiva. Todo ello sin obviar la necesidad de ampliar los estudios sobre factores contextuales de tipo económico o institucional —ya explorados en algunos aspectos por Gidron *et al.* (2020)—, en particular, aquellos que se refieren a los niveles de desigualdad y de conflicto distributivo (un elemento de especial interés en el ámbito latinoamericano), a los modelos de convivencia institucional (el papel de los gobiernos de coalición en los sistemas multipartidistas) y a los sistemas electorales.

Deberán evaluarse, por último, las interrelaciones existentes entre polarización afectiva, posverdad, descrédito mediático y, muy particularmente, COVID-19.

Algunos autores ya han señalado la influencia de la polarización afectiva en la manera de afrontar asuntos no típicamente posicionales, como las respuestas frente a la pandemia, esto es, los individuos fuertemente polarizados podrían responder políticamente frente a debates técnicos no estrictamente políticos (Druckman *et al.* 2021). Igualmente, conviene preguntarse si las duras restricciones impuestas por muchos gobiernos han aumentado la hostilidad social y es que la polarización no solo tiene consecuencias directas sobre la salud de las democracias (McCoy *et al.* 2020), impacta decididamente en nuestras rutinas vitales. Desde la capacidad de un país para frenar una amenaza sanitaria hasta nuestras relaciones de familia o vecindad. De ahí que un preciso abordaje de este concepto pueda ser decisivo para hacer frente a los principales retos sociales del futuro.

REFERENCIAS

- Abramowitz, Alan y Jennifer McCoy. 2019. "United States: racial resentment, negative partisanship, and polarization in Trump's America". *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* 681 (1): 137-156.
- Abramowitz, Alan y Steven Webster. 2016. "The rise of negative partisanship and the nationalization of US elections in the 21st century". *Electoral Studies* 41 (1): 12-22.
- Aguilar López, Jesús. 2008. "Identificación partidaria: apuntes teóricos para su estudio". *Polis* 4(2): 15-46.
- Ahler, Douglas y Gaurav Sood. 2018. "The parties in our heads: misperceptions about party composition and their consequences". *The Journal of Politics* 80 (3): 964-981.
- Ansolabehere, Stephen y Shanto Iyengar. 1995. *Going negative. How political advertisement shrink and polarize the electorate*. Nueva York: Free Press.
- Bail, Christopher A., Lisa P. Argyle, Taylor W. Brown, John P. Bumpus, Haohan Chen, Fallin M.B. Hunzaker, Jaemin Lee, Marcus Mann, Friedolin Merhout y Alexander Volfovsky. 2018. "Exposure to opposing views on social media can increase political polarization". *PNAS* 115 (37): 9216-9221.
- Banda, Kelvin y John Cluverius. 2018. "Elite polarization, party extremity and affective polarization". *Electoral Studies* 56: 90-101.
- Bankert, Alexa, Leonie Huddy y Martin Rosema. 2017. "Measuring partisanship as a social identity in multi-party systems". *Political Behavior* 39: 103-132.
- Bassan-Nygate, Lotem y Chagai M. Weiss. 2021. "Party competition and cooperation shape affective polarization: evidence from natural and survey experiments in Israel". *Comparative Political Studies*. Preprint.
- Baumann, Fabian, Philipp Lorenz-Spreen, Igor M. Sokolov y Michele Starnini. 2020. "Modeling echo chambers and polarization dynamics in social networks". *Physical Reviews Letters* 124: 048301.
- Blatz, Craig W. y Mercier, Brett. 2018. "False polarization and false moderation: political opponents overestimate the extremity of each other's ideologies but underestimate each other's certainty". *Social Psychological and Personality Science* 9 (5): 521-529.
- Blumenthal, Sidney. 1980. *The permanent campaign: inside the world of elite political operatives*. Boston: Beacon Press.
- Boxell, Levi, Matthew Gentzkow y Jesse W. Shapiro. 2017, 20 de marzo. "Is the Internet causing political polarization? Evidence from demographics". Recuperado el 1 de diciembre de 2021 de <https://ssrn.com/abstract=2937528>.
- Calvo, Ernesto y Natalia Aruguete. 2020. *Fake news, trolls y otros encantos: cómo funcionan (para bien y para mal) las redes sociales*. Buenos Aires: Siglo XXI.

- Campbell, Angus, Philip E. Converse, Warren E. Miller y Donald E. Stokes. 1960. *The American Voter*. Chicago: University of Chicago Press.
- Carlin, Ryan E. y Gregory J. Love. 2013. "The politics of interpersonal trust and reciprocity: an experimental approach". *Political Behavior* 35:43-6.
- Carlin, Ryan E. y Gregory J. Love. 2018. "Political competition, partisanship and interpersonal trust in electoral democracies". *British Journal of Political Science* 48 (1): 115-139.
- Caruana, Nicholas, R. Michael McGregor y Laura B. Stephenson, Laura B. 2015. "The power of the Dark Side: negative partisanship and political behaviour in Canada". *Canadian Journal of Political Science* 48 (4): 771 - 789.
- Casullo, María Esperanza e Ignacio Ramírez. 2021. "Anatomía de la polarización política argentina". En *Polarizados. ¿Por qué preferimos la grieta? (Aunque digamos lo contrario)*, coordinado por Luis Alberto Quevedo e Ignacio Ramírez. Buenos Aires: Capital Intelectual, 29-60.
- Chen, M. Keith y Ryne Rohla. 2018. "The effect of partisanship and political advertising on close family ties". *Science* 360 (6392): 1020-1024.
- Crespo, Ismael, José Miguel Rojo Martínez y Alberto Mora Rodríguez. 2021. "La falsa percepción sobre las creencias de los otros: ¿casa o consecuencia de la polarización afectiva?" *Más Poder Local* 45: 75-94.
- Crespo, Ismael. 2016. "Campaña negativa". En *Diccionario enciclopédico de comunicación política*, editado por Ismael Crespo, Orlando D'Adamo, Virginia García Beaudoux y Alberto Mora. Madrid: Centro de Estudios Políticos y Constitucionales, 57.
- Cruz, Facundo. 2021. "Cuando la grieta derrama desde arriba. Bicoalicionismo y competencia política polarizada en Argentina". En *Polarizados. ¿Por qué preferimos la grieta? (Aunque digamos lo contrario)*, coordinado por Luis Alberto Quevedo e Ignacio Ramírez. Buenos Aires: Capital Intelectual, 90-118.
- Dalton, Russell J. 2008. "The quantity and the quality of party systems: party system polarization, its measurement and its consequences". *Comparative Political Studies* 41(7): 899-920.
- De la Torre, Carlos y Andrés Ortiz Lemos. 2016. "Populist polarization and the slow death of democracy in Ecuador". *Democratization* 23 (2): 221-241.
- Del Castillo, Pilar. 1990. "Aproximación al estudio de la identificación partidista en España". *Revista de Estudios Políticos* 70: 125-142.
- Dias, Nicholas e Yphtach Lelkes. 2021. "The nature of affective polarization: disentangling policy disagreement from partisan identity". *American Journal of Political Science*, Early View.
- Diermeier, Daniel y Li, Christopher. 2019. "Partisan affect and elite polarization". *American Political Science Review* 113 (1): 277-281.
- Druckman, James N y Matthew Levendusky. 2019. "What do we measure when we measure affective polarization?" *Public Opinion Quarterly* 83 (1): 114-122.
- Druckman, James N., Samara Klar, Yanna Krupnikov, Matthew Levendusky y Jhon Barry Ryan. 2021. "How affective polarization shapes Americans' political beliefs: a study of response to the COVID-19 pandemic". *Journal of Experimental Political Science* 8: 223-234.
- Druckman, James N., Samara Klar, Yanna Krupnikov, Matthew Levendusky y John Barry Ryan. 2022. "(Mis)estimating affective polarization". *The Journal of Politics* 84 (2): 1106-1117.
- Enders, Adam M. y Robert N. Lupton. 2021. "Value extremity contributes to affective polarization in the US". *Political Science Research and Method* 9(4): 857-866.
- Fernbach, Philip M. y Leaf Van Boven. 2022. "False polarization: cognitive mechanisms and potential solutions". *Current opinion in Psychology* 43: 1-6.
- Flaxman, Seth, Sharad Goel y Justin M. Rao. 2016. "Filter bubbles, echo chambers, and online news consumption". *Public Opinion Quarterly* 80 (1): 298-320.
- Garrett, R. Kelly, Shira Dvir Gvirsman, Benjamin K. Johnson, Yariv Tsfati, Rachel Neo y Ayse Nur Dal. 2014. "Implications of pro- and counterattitudinal information exposure for affective polarization". *Human Communication Research* 40: 309-332.

- Gentzkow, Matthew A. y Jesse M. Shapiro. 2011. "Ideological segregation online and offline". *Quarterly Journal of Economics* 126 (4): 1799-1839.
- Gidron, Noam, James Adams y Will Horne. 2020. *American affective polarization in comparative perspective*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Greene, Steven. 2004. "Social Identity Theory and party identification". *Social Science Quarterly* 85 (1): 136-153.
- Hagevi, Magnus. 2015. "Bloc identification in multi-party systems: the case of the Swedish two-bloc system". *West European Politics* 38(1), 73-92.
- Harteveld, Eelco. 2021a. "Fragmented foes: affective polarization in the multiparty context of the Netherlands". *Electoral Studies* 71: 102332, 1-16.
- Harteveld, Eelco. 2021b. "Ticking all the boxes? A comparative study of social sorting and affective polarization". *Electoral Studies* 72: 102337, 1-11.
- Hernández, Enrique, Eva Anduiza y Guillem Rico. 2021. "Affective polarization and the salience of elections". *Electoral Studies* 69: 102203 1-9.
- Hetherington, Marc J., Meri T. Long, y Thomas J. Rudolph. 2016. "Revisiting the myth: new evidence of a polarized electorate". *Public Opinion Quarterly* 80 (S1): 321-350.
- Hobolt, Sara B., Thomas J. Leeper y James Tilley. 2021. "Divided by the vote: affective polarization in the wake of the Brexit referendum". *British Journal of Political Science* 51(4), 1476-1493.
- Huber, Gregory A. y Neil Malhotra. 2017. "Political homophily in social relationships: evidence from online dating behavior". *The Journal of Politics* 79 (1): 269-283.
- Huddy, Leonie, Lilliana Mason y Lene Aarøe. 2015. "Expressive partisanship: campaign involvement, political emotion, and partisan identity". *American Political Science Review* 109 (1): 1- 17.
- Iyengar, Shanto y Masha Krupenkin. 2018. "Partisanship as Social Identity: implications for the study of party polarization". *The Forum* 16 (1): 23-45.
- Iyengar, Shanto y Sean J. Westwood. 2015. "Fear and loathing across party lines: new evidence on group polarization". *American Journal of Political Science* 59 (3): 690-707.
- Iyengar, Shanto, Gaurav Sood y Yphtach Lelkes. 2012. "Affect, not ideology: a social identity perspective on polarization". *Public Opinion Quarterly* 76 (3): 405-431.
- Iyengar, Shanto, Yphtach Lelkes, Matthew Levendusky, Neil Malhotra y Sean J. Westwood. 2019. "The origins and consequences of affective polarization in the United States". *Annual Review of Political Science* 22: 129-146.
- Kalin, Michael y Nicholas Sambanis. 2018. "How to think about Social Identity". *Annual Review of Political Science* 21: 239-257.
- Kekkonen, Arto e Tuomas Ylä-Anttila. 2021. "Affective blocs: understanding affective polarization in multiparty systems". *Electoral Studies*: 102367.
- Klar, Samara, Yanna Krupnikov y John Barry Ryan. 2018. "Affective polarization or partisan disdain? Untangling a dislike for the opposing party from a dislike of partisanship". *Public Opinion Quarterly* 82 (2): 379-390.
- Knudsen, Erik. 2021. "Affective polarization in multiparty systems? Comparing affective polarization towards voters and parties in Norway and the United States". *Scandinavian Political Studies* 44: 34-44.
- Lau, Richard R., David J. Andersen, Tessa M. Ditonto, Mona S. Kleinberg y David P. Redlawsk. 2017. "Effect of media environment diversity and advertising tone on information search, selective exposure, and affective polarization". *Political Behavior* 39: 231-255.
- Lelkes, Yphtach, Gaurav Sood y Shanto Iyengar. 2017. "The hostile audience: The effect of access to broadband Internet on partisan affect". *American Journal of Political Science* 61 (1): 5-20.
- Lelkes, Yphtach. 2019. "Policy over party: comparing the effects of candidate ideology and party on affective polarization". *Political Science Research and Methods* 9 (1): 189-196.
- Levendusky, Matthew y Neil Malhotra. 2016a. "(Mis) perceptions of partisan polarization in the American public". *Public Opinion Quarterly* 80 (S1): 378-391.

- Levendusky, Matthew y Neil Malhotra. 2016b. "Does media coverage of partisan polarization affect political attitudes?" *Political Communication* 33 (2): 283-301.
- Levendusky, Matthew. 2013. "Why do partisan media polarize viewers?" *American Journal of Political Science* 57 (3): 611-623.
- Lorenzo-Rodríguez, Javier y Mariano Torcal. 2022. "Twitter and affective polarisation: following political leaders in Spain". *South European Society and Politics*.
- Lu, Yanqin y Jae Kook Lee. 2019. "Partisan information sources and affective polarization: panel analysis of the mediating role of anger and fear". *Journalism & Mass Communication Quarterly* 96 (3): 767-783.
- Luttig, Matthew D. 2017. "Authoritarianism and affective polarization: a new view on the origins of partisan extremism". *Public Opinion Quarterly* 81 (4): 866-895.
- Luttig, Matthew D. 2018. "The prejudiced personality and the origins of partisan strength, affective polarization and partisan sorting". *Political Psychology* 39 (1): 239-256.
- Maravall, José María. 1981. "Los apoyos partidistas en España: polarización, fragmentación y estabilidad". *Revista de Estudios Políticos (Nueva Época)* 23: 9-31.
- Mason, Lilliana y Julie Wronski. 2018. "One tribe to bind them all: How our social group attachments strengthen partisanship". *Political Psychology* 39 (S1): 257-277.
- Mason, Lilliana. 2016. "A cross-cutting calm: How social sorting drives affective polarization". *Public Opinion Quarterly* 80 (1): 351-377
- Mason, Lilliana. 2018. *Uncivil agreement: how politics become our identity*. Chicago; London: The University of Chicago Press.
- Mayer, Sabine Jasmin. 2017. "How negative partisanship affects voting behaviour in Europe: Evidence from an analysis of 17 European multi-party systems with proportional voting". *Research and Politics* 4 (1): 1-7.
- McCoy, J. y Murat Somer. 2019. "Toward a theory of pernicious polarization and how it harms democracies: comparative evidence and possible remedies". *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* 681 (1): 234-271.
- McCoy, Jennifer, Gabor Simonovits y Levente Littvay. 2020, 27 de agosto. "Democratic hypocrisy: polarized citizens support democracy-eroding behavior when their own party is in power". Recuperado el 1 de diciembre de 2021 de <https://preprints.apsanet.org/engage/apsa/article-details/5f470ab12308c500122295a7>
- Mentzer, Kevin, Kate Fallon, Janet Prichard y David Yates. 2020, 1 de julio. "Measuring and unpacking affective polarization on Twitter: the role of party and gender in the 2018 Senate races". Recuperado el 4 de octubre de 2021 de <https://digitalcommons.bryant.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1029&context=cisjou>.
- Michelitch, Kristin y Stephen Utych. 2018. "Electoral cycle fluctuations in partisanship: global evidence from eighty-six countries". *The Journal of Politics* 80 (2): 412-427.
- Miller, Luis y Rafael Leonisio. 2016, 14 de noviembre. "De la polarización partidista a la discriminación política". Recuperado el 1 de diciembre de 2021 de https://www.eldiario.es/piedrasdepapel/polarizacion-partidista-discriminacion-politica_132_3733879.html.
- Mudde, Cass y Cristóbal Rovira Kaltwasser. 2018. "Studying populism in comparative perspective: reflections on the contemporary and future research agenda". *Comparative Political Studies* 51 (13): 1667-1693.
- Nordbrandt, Maria. 2021. "Affective polarization in the digital age: testing the direction of the relationship between social media and users' feelings for out-group parties". *New Media & Society*.
- Nortes, Silvia. 2019, 16 de octubre. "La polarización de los medios españoles". Recuperado el 5 de octubre de 2021 de <https://ctxt.es/es/20191016/Politica/28855/Silvia-Nortes-polarizacion-medios-comunicacion-debates-tertulias.htm>.
- Ondercin, Heather Louise y Mary Kate Lizotte. 2021. "You've lost that loving feeling: how gender shapes affective polarization". *American Politics Research* 49 (3): 282-292.
- Orriols, Lluís y Sandra León. 2021. "Looking for affective polarization in Spain: PSOE and Podemos from conflict to coalition". *South European Society and Politics* 25 (3-4): 351-379.

- Orriols, Lluís. 2021, 28 de marzo. "La polarización afectiva en España: bloques ideológicos enfrentado". Recuperado el 1 de diciembre de 2021 de <https://www.esade.edu/ecpol/es/publicaciones/polarizacion-afectiva/>.
- Prior, Markus. 2013. "Media and political polarization". *Annual Review of Political Science* 16: 101-127.
- Quevedo, Luis Alberto e Ignacio Ramírez. 2021. "Claves del enfrentamiento político en la Argentina reciente". En *Polarizados. ¿Por qué preferimos la grieta? (Aunque digamos lo contrario)*, editado por Luis Alberto Quevedo e Ignacio Ramírez. Buenos Aires: Capital Intelectual, 7-27.
- Reiljan, Andres. 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.
- Robison, Joshua y Rachel L. Moskowitz. 2019. The group basis of partisan affective polarization. *The Journal of Politics* 81 (3): 1075-1079.
- Rodríguez-Teruel, Juan. 2020. "Polarisation and electoral realignment: the case of the Wing parties in Spain". *South European Society and Politics* 25: 381-410.
- Rodríguez, Isabel, Diego Santamaría, Diego y Luis Miller. 2022. "Electoral competition and partisan affective polarisation in Spain". *South European Society and Politics*.
- Rogowski, Jon y Joseph Sutherland. 2016. "How ideology fuels affective polarization". *Political Behavior* 38 (2): 485-508.
- Sani, Giacomo y Giovanni Sartori. 1980. "Polarización, fragmentación y competición en las democracias occidentales". *Revista del Departamento de Derecho Político (UNED)* 7: 7-37.
- Sheffer, Lior. 2020. "Partisan in-group bias before and after elections". *Electoral Studies* 67: 102191 1-11.
- Sood, Gaurav y Shanto Iyengar. 2016, 19 de septiembre. "Coming to dislike your opponents: the polarizing impact of political campaigns". Recuperado el 1 de diciembre de 2021 de <https://ssrn.com/abstract=2840225>.
- Spohr, Dominic. 2017. "Fake news and ideological polarization: filter bubbles and selective exposure on social media", *Business Information Review* 34(3): 150-160.
- Tajfel, Henri y John C. Turner. 1979. "An integrative theory of intergroup conflict. *The social psychology of intergroup relations* editado por William. G. Austin y Stephen Worchel. California: Brooks-Cole, 33-47.
- Tong, Chan, Haley Winckler y Hernando Rojas. 2021. "The connection between perceptions of media bias and influence and affective polarization - An examination in Brazil and Mexico and the United States". *Revista de Comunicación Política* 3, e210301.
- Torrice Terán, Mario Alejandro y Diego Solís Delgadillo. 2020. "Voto ideológico, ¿por qué los latinoamericanos votan por la izquierda o la derecha?" *Foro internacional* 60 (1): 176-226.
- Tsfati, Yariv y Lilach Nir. 2017. "Frames and reasoning: two pathways from selective exposure to affective polarization". *International Journal of Communication* 11: 301-322.
- Tworzecki, Hubert. 2019. "Poland: a case of top-down polarization". *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* 681 (1): 97-119.
- Valentino, N. y Kirill Zhirkov. 2018, 11 de septiembre. "Blue is black and red is white? Affective polarization and the racialized schemas of US party coalitions". Recuperado el 15 de octubre de 2021 de <https://www.mpsanet.org/blue-is-black-and-red-is-white-affective-polarization-and-the-racialized-schemas-of-u-s-party-coalitions/>.
- Wagner, Markus. 2021. "Affective polarization in multiparty systems". *Electoral Studies* 69: 1-13.
- Waisbord, Silvio. 2020. "¿Es válido atribuir la polarización política a la comunicación digital? Sobre burbujas, plataformas y polarización afectiva". *Revista SAAP* 14 (2): 249-279.
- Ward, Dalston G. y Margit Tavits. 2019. "How partisan affect shapes citizens' perception of the political world". *Electoral Studies* 60: 102045.
- West, Emily A. y Shanto Iyengar. 2020. "Partisanship as a Social Identity: Implications for Polarization". *Political Behavior* 1-32.

- Westwood, Sean J., Shanto Iyengar, Stefaan Walgrave, Rafael Leonisio, Luis Miller y Oliver Strijbis. 2018. "The tie that divides: Cross-national evidence of the primacy of partism". *European Journal of Political Research* 57 (2): 333-354.
- Whitt, Sam, Alixandra B Yanus, Brian McDonald, John Graeber, Mark Setzler, Gordon Ballingrud y Martin Kifer. 2021. "Tribalism in America: behavioral experiments on affective polarization in the Trump era". *Journal of Experimental Political Science* 8 (3): 247-259.
- Wilson, Anne E., Victoria A. Parker y Matthew Feinberg. 2020. "Polarization in the contemporary political and media landscape". *Current Opinion in Behavioral Sciences* 34: 223-228.
- Yudkin, Daniel, Stephen Hawkins y Tim Dixon. 2019, 14 de septiembre. "The perception gap: How false impressions are pulling Americans apart". Recuperado el 8 de noviembre de 2021 de <https://psyarxiv.com/r3h5q/>.
- Zanotti, Lisa y Kenneth M. Roberts. 2021. (Aún) la excepción y no la regla: la derecha radical populista en América Latina. *Revista Uruguaya de Ciencia Política* 30 (1): 23-48.

Recibido: 23 de enero del 2022

Aceptado: 23 de noviembre del 2022

José Miguel Rojo Martínez: Contratado Predoctoral FPU (*Predocctoral Fellow*) del Ministerio de Universidades del Gobierno de España (Ref. FPU20/01033). Sus líneas de investigación están focalizadas en el estudio de la polarización afectiva y las identidades sociopolíticas. Graduado en Ciencia Política (Premio Fin de Grado) y Graduado en Sociología, Máster en Análisis Político Aplicado y estudiante del Doctorado en Ciencia Política de la Universidad de Murcia (España). Miembro del Grupo de Transferencia del Conocimiento (GTC) "Laboratorio de Comunicación Política". Email: josemiguel.rojo@um.es.

Ismael Crespo Martínez: Doctor en Ciencias Políticas y Sociología por la Universidad Complutense de Madrid. Catedrático de Ciencia Política y Administración Pública y Director del Departamento de Ciencia Política, Antropología Social y Hacienda Pública de la Universidad de Murcia (España). Coordinador del Grupo de Transferencia del Conocimiento (GTC) "Laboratorio de Comunicación Política". Investigador Principal (IP) del Grupo de Investigación sobre "Análisis Político" (E0C7-03) de la citada universidad. Director de la revista digital "Más Poder Local". Email: icrespo@um.es.