

El estudio de la polarización afectiva: una mirada metodológica*

The Study of Affective Polarization: A Methodological Stance

ESTEBAN FREIDIN

Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales del Sur (IIESS), UNS-CONICET, Bahía Blanca, Argentina
cfreidin@iess-conicet.gob.ar

RODRIGO MORO

Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales del Sur (IIESS), UNS-CONICET, Bahía Blanca, Argentina
Departamento de Humanidades, Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca, Argentina
rmoro@uns.edu.ar

MARÍA INÉS SILENZI

Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales del Sur (IIESS), UNS-CONICET, Bahía Blanca, Argentina
Departamento de Humanidades, Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca, Argentina
misilenzi@uns.edu.ar

<https://doi.org/10.46468/rsaap.16.1.A2>

Resumen: En la última década, la literatura en ciencia política ha introducido un nuevo concepto denominado “polarización afectiva” para caracterizar una forma de polarización política en la que predominan actitudes de favoritismo por el propio grupo y desprecio hacia el grupo rival. Este nuevo concepto nace en un escenario de fuerte tensión entre grupos políticos rivales en diversas democracias modernas. En este artículo, presentamos una revisión sistemática y crítica de la literatura empírica sobre polarización afectiva. El objetivo es poder realizar sugerencias metodológicas a tener en cuenta en la futura investigación en esta área. Como punto positivo, destacamos la variedad de medidas que se han utilizado para medir la polarización afectiva, desde medidas explícitas e implícitas hasta conductuales. Criticamos la ambigüedad con la que viene siendo utilizado el concepto de polarización afectiva, sugiriendo maneras de sobrepasar los problemas identificados. También señalamos la necesidad de una definición precisa de los objetos hacia los cuales las actitudes van a ser medidas. Por último, resaltamos la necesidad de mayores esfuerzos para establecer la validez convergente y discriminante del constructo de polarización afectiva.

Palabras clave: Polarización afectiva – Polarización social – Polarización política – Polarización ideológica

Abstract: *In the last decade, the political science literature has introduced a new concept called “affective polarization” to describe a form of political polarization in which attitudes of favoritism for one’s own group and contempt for the rival group predominate. This new concept is born in the context of strong tension between rival political groups in different modern democracies. In this article, we present a systematic and critical review of the empirical literature on affective polarization. The goal is to present methodological suggestions to be taken into account in future research in this area. As a positive aspect, we highlight the variety of measures that have been used to measure affective polarization, from explicit and implicit to behavioral measures. We criticize the ambiguity with which the concept is being used, suggesting ways to overcome the identified problems. We also*

* Artículo recibido el 9 de abril de 2021 y aceptado para su publicación el 25 de agosto de 2021.

point out the need for precise definition of the objects towards which political attitudes are to be measured. Finally, we highlight the need for further efforts to establish the convergent and discriminant validity of the affective polarization construct.

Keywords: *Affective polarization – Social polarization – Political polarization – Ideological polarization*

Introducción

La democracia se ha convertido en uno de los bastiones sobre los que se basa el desarrollo de gran parte de las sociedades modernas. Sin ser una forma de gobierno perfecta, existe consenso de que es la forma de gobierno que mejor logra reducir la violencia asociada al cambio de poder político (Przeworski, 2016). No obstante, en las últimas décadas, se ha prendido una señal de alarma que marca un peligro que enfrentan varias democracias del siglo XXI: la polarización política (Carother y O´Donahue, 2019; Schuliaquer y Vommaro, 2020). Algunos ejemplos prominentes van desde Estados Unidos con una creciente intolerancia entre republicanos y demócratas, pasando por la conflictividad con la que el Reino Unido viene transitando el *Brexit*, las dificultades políticas que ha atravesado España, incluyendo las tensiones generadas entre las facciones separatistas y el gobierno nacional. También hay claras instancias latinoamericanas de polarización afectiva como el intenso y sostenido conflicto entre chavistas y anti-chavistas que ha debilitado la democracia venezolana, la elección y oposición a Bolsonaro en Brasil y “la grieta” que divide a la sociedad argentina entre kirchneristas y anti-kirchneristas.

Varios autores ven la polarización política como un fenómeno socialmente pernicioso porque la intolerancia y animosidad que genera (Borah, 2014; Hwang et al., 2018; Layman et al., 2006; Marks et al., 2019) pueden socavar los cimientos mismos del funcionamiento democrático que implican el diálogo, el respeto y la capacidad de colaborar en pos del bien común (Levenduski, 2013; McCoy et al., 2018). En el contexto de los efectos perniciosos de la polarización política, se ha propuesto el concepto de *polarización afectiva* para caracterizar la distancia social, baja tolerancia y afectividad negativa exacerbada que parece describir la situación social en varios países del mundo.

En este artículo, nos proponemos revisar de manera metodológica la literatura en ciencia política sobre polarización, con especial foco en el análisis de la polarización afectiva, un concepto que se ha propuesto en la última década (Iyengar et al., 2012) y que parece describir y caracterizar los problemas que enfrentan varias sociedades modernas. La revisión que pro-

ponemos busca ser sistemática, es decir, que hacemos un recorrido exhaustivo sobre los trabajos que cumplen los criterios de búsqueda que explicitamos más adelante. Nuestra intención es analizar de manera crítica los diferentes procedimientos que se vienen utilizando para medir la polarización afectiva, comentando los resultados principales que se han obtenido y señalando los aspectos metodológicos que creemos que deberían desarrollarse en mayor profundidad para que el conocimiento en esta área progrese de manera sólida y rigurosa. Nuestros aportes más prominentes en este artículo conciernen, en primer lugar, a discusiones en torno a la ambigüedad de diferentes medidas de polarización afectiva que se vienen utilizando y, en segundo lugar, a la validez convergente y discriminante del constructo en cuestión en relación a conceptos vinculados con el de polarización ideológica.

Esta revisión está estructurada de la siguiente manera. Primero, presentamos las definiciones de polarización política, ideológica y afectiva que utilizaremos. Segundo, explicamos la estrategia metodológica de esta revisión sistemática sobre polarización afectiva, dando revista a los procedimientos que se vienen utilizando para medirla, con especial énfasis en discutir sus ventajas y limitaciones. Tercero, presentamos un apartado en que realizamos sugerencias para un desarrollo metodológicamente sólido del área. Finalizamos presentando nuestras conclusiones.

1. Polarización política, ideológica y afectiva

Para empezar, el término “polarización” refiere a una determinada distribución en la que los casos se concentran en polos opuestos en detrimento de los casos con valores intermedios (Fiorina y Abrams, 2008). Cuando el término “polarización” es utilizado en el contexto de la política, describe actitudes que lucen relativamente extremas. ¿De qué actitudes estaríamos hablando al referirnos a la polarización política? En este punto, es necesario reconocer que en la ciencia política se vienen utilizando varios conceptos relacionados. Si estamos midiendo actitudes extremas de las personas hacia los partidos políticos (ej., republicanos vs. demócratas) o hacia personajes políticos prominentes (ej., candidatos presidenciales) hablamos de polarización *política*. Incluso, algunos autores han tomado como polarización política el creciente apoyo a partidos políticos ideológicamente más extremos, como serían los casos de algunos partidos de ultra derecha en Europa (Wrinkler, 2019). Si estamos midiendo el extremismo en el auto posicionamiento ideológico (izquierda vs. derecha) hablamos de polarización *ideológica*. Incluso, a veces, también se hace referencia a la polarización ideológica

cuando se evalúan las actitudes respecto a temas específicos, como por ejemplo la legalización/prohibición del aborto, el matrimonio igualitario o el nivel de intervención del Estado en la salud y la educación. También existen consideraciones que refieren tanto a la polarización política como ideológica como cuando se observa una creciente homogeneidad ideológica en el interior de grupos políticos, al mismo tiempo que hay un bajo solapamiento ideológico entre los grupos rivales (Layman et al., 2006). Por último, nos detenemos y queremos dedicar más atención a la caracterización de la polarización afectiva, el fenómeno sobre el que centramos el análisis metodológico en el presente artículo.

Como mencionamos anteriormente, la polarización *afectiva* puede tener como objeto a los partidos políticos dominantes, a las elites políticas o meramente a los simpatizantes de uno u otro partido, líder o, incluso, posicionamiento ideológico (Druckman y Levendusky, 2019; Mason, 2018). Iyengar et al. (2012) propusieron la noción de polarización afectiva para describir el creciente desagrado y hostilidad que se puede observar entre grupos de partidarios políticos en algunas sociedades modernas, diferenciándolo de la mera divergencia de creencias y opiniones. Algunos de los principales términos que caracterizan este fenómeno son la distancia social, la intolerancia, la falta de respeto y una emocionalidad negativa exacerbada hacia los miembros del campo rival.

Iyengar y colaboradores asientan la noción de polarización afectiva en la teoría de la identidad social (Tajfel 1970; Tajfel y Turner 1979). Esta teoría distingue la *identidad personal*, que es lo que las personas piensan y sienten acerca de sus rasgos idiosincráticos, de la *identidad social*, que es la parte del autoconcepto individual que se deriva de ser miembro de un grupo social (o grupos), junto con la significación emocional asociada a esa membresía (Tajfel, 1974: 69). Es un hecho de la política que las personas se identifican con un partido o un líder político, lo que contribuye a definir su identidad social (Van Babel y Pereira, 2018). Algunos autores proponen que un proceso similar puede darse en relación a temas ideológicos (Mason, 2018). Por supuesto, formar una identidad social basada en la pertenencia a un grupo no necesariamente implica odiar a las personas que se identifican con otros grupos. Sin embargo, nuestro funcionamiento psicológico muestra cierta facilidad para la discriminación entre *in-groups* y *out-groups* y el consiguiente favoritismo por el propio grupo. Esto es particularmente cierto en el contexto de la política, en donde las personas tratan señales de acuerdo o simpatía con líderes y partidos políticos como claves de alianza y coalición (Pietraszewski et al., 2015). La polarización afectiva presente en el cruce de opiniones políticas o ideológicas puede ser el resultado de la suma de claves

que marcan la competencia y el conflicto entre grupos rivales. Varios investigadores en ciencia política sostienen que la polarización afectiva refleja ese proceso en un estado de hiperactividad (Garrett et al., 2014; Iyengar et al., 2012; Van Babel y Pereira, 2018).

La evidencia de polarización afectiva en diferentes partes del mundo no es escasa. En su trabajo pionero realizado a partir de datos de encuestas en series de tiempo, Iyengar et al. (2012) mostraron que la creciente hostilidad entre los líderes demócratas y republicanos a partir de campañas agresivas contribuyó a la polarización afectiva en EEUU en las últimas décadas, medida a partir de cambios en la distancia social tolerada y el nivel de cercanía afectiva. Por dar un ejemplo latinoamericano, hace años que en Argentina se habla de “la grieta” en referencia al clima de creciente distanciamiento y encono entre aquellos que apoyan a uno u otro gobierno o líder político (Alonso y Brussino, 2018; Aruguete y Calvo, 2018; Lupu, 2016). El caso de España es de destacar también, ya que aparece como el territorio con mayores indicadores de polarización afectiva en un estudio comparativo de 20 países, que incluye el prominente caso de EEUU (Gridon et al., 2020).

La polarización afectiva parece un concepto intuitivo y explicativo de la realidad que podemos observar tanto en las cenas familiares y en la calle, como en la televisión y las redes sociales, en nuestro pueblo, ciudad o país, como en otras partes del mundo. No obstante, justamente por este carácter intuitivo y de sentido común del fenómeno es que queremos analizar y discutir sus bases metodológicas. Como señala Fiorina y Abrams (2008), la ciencia política suele tener un desarrollo teórico y metodológico menos sistemático que otras ciencias sociales debido a la cercanía que presentan sus abordajes con los eventos del mundo “real”. Esto representa ventajas, seguramente asociadas a la relevancia inmediata de los desarrollos del área, pero también potenciales riesgos en relación a la adecuada fundamentación de los conceptos y métodos que se emplean. El presente artículo busca realizar un aporte en este último sentido.

2. Revisión metodológica sobre polarización afectiva

En esta sección, abordaremos el alcance y las limitaciones de los principales métodos que se han utilizado para medir la polarización afectiva. Para precisar y limitar nuestra tarea, sólo incluimos el análisis de los aspectos metodológicos relevantes de los artículos empíricos que resultaron de una búsqueda sistemática en *Google Académico* y en la lista de referencias de artículos de revisión sobre polarización afectiva. Más específicamente, hemos

considerado las publicaciones en idioma inglés entre enero de 2010 y junio de 2020, utilizando como palabras de búsqueda (en el título y/o en el *abstract*) las siguientes frases: «*affective polarization*»; «*social polarization*»; «*affective*» + «*polarization*»; «*feeling*» + «*polarization*»; «*emotion*» + «*polarization*» y «*polarizing*» (utilizamos en la búsqueda la palabra “*polarization*” y sus derivados, tanto escrita con “z” como con “s”). Para complementar nuestra búsqueda, también revisamos la lista de referencias de las revisiones teóricas sobre el fenómeno de polarización afectiva de Iyengar *et al.* (2019) y Van Bavel y Pereira (2018)¹. Sólo incorporamos artículos en inglés porque nos limitamos a intentar brindar un pantallazo de la literatura internacional sobre el tema de interés. De ellas revisamos la totalidad de los artículos empíricos de cada lista de referencias para retener aquellos que cumplieren con nuestro criterio de búsqueda. No incluimos *working papers*, sino sólo artículos publicados que pasaron la revisión de pares. A partir de este sondeo, encontramos inicialmente 59 artículos, de los cuales descartamos 18 por no ser pertinentes (ej. artículos *exclusivamente* teóricos, manuscritos no publicados, etc.). Así, obtuvimos 41 artículos empíricos que toman medidas de polarización afectiva. En la Tabla 1 se puede encontrar el detalle de los autores, año de publicación, país de origen de las muestras y medidas de polarización afectiva que utilizaron en cada estudio.

De acuerdo a nuestra búsqueda, Iyengar, Sood y Lelkes (2012) son los primeros autores en acuñar el término “polarización afectiva”. Otros autores en la literatura especializada del área han llamado al fenómeno “polarización social” (Mason, 2015). Nuestra búsqueda nos permite observar que se ha incrementado el estudio del fenómeno desde el 2012, destacándose el año 2018 como el período con mayor número (10) de publicaciones al respecto, aunque el año 2020 seguramente lo supera ya que, hasta junio, contamos 9 publicaciones sobre polarización afectiva.

A continuación, presentamos una clasificación de los principales paradigmas metodológicos que, de acuerdo a la literatura revisada, se han propuesto para estudiar el fenómeno de la polarización afectiva. Seguimos la clasificación de Iyengar *et al.* (2019) en la que se establecen tres tipos de medidas: medidas de auto-reporte, medidas implícitas y medidas conductuales. Esta clasificación nos será útil para enmarcar los principales resultados que se han obtenido en esta área de investigación y también para señalar algunas de las principales ventajas y limitaciones que presenta cada tipo de medida.

¹ Si bien hay cierto solapamiento con estas revisiones, nuestro artículo se enfoca en *mediciones empíricas* de polarización afectiva, dando un pantallazo mucho más exhaustivo, detallado y crítico de este aspecto.

TABLA 1
Medidas de polarización afectiva

AUTOR	AÑO	MEDIDAS DE AUTO-REPORTE					MEDIDAS IMPLÍCIT. ej., BIAT	MEDIDAS CONDUCT. ej., Juegos Económicos (Dictador)	PAÍS DE LA MUESTRA
		TERMO-METRO	DIST. SOCIAL	RASGOS TÍPICOS	EMOC. DISCR.	OTRAS			
Iyengar, Sood y Lelkes	2012	X	X	X					EEUU y Reino Unido
Levensdusky	2013	X				X			EEUU
Garrett, Gvirsman, Johnson, Tsfati, Neo y Dal	2014	X	X	X					EEUU e Israel
Huddy, Mason y Aaroe	2015				X				EEUU
Iyengar y Westwood	2015	X					X	X	EEUU
Mason	2015	X				X			EEUU
Suhay	2015				X				EEUU
Lelkes	2016	X							EEUU
Levendusky y Malhotra	2016	X	X			X			EEUU
Mason	2016				X				EEUU
Rogowski y Sutherland	2016	X							EEUU
Bougher	2017	X							EEUU
Lau, Andersen, Ditonto, Kleinberg y Redlawsk	2017	X				X			EEUU
Tsfati y Nir	2017	X				X			Israel
Webster y Abramowitz	2017	X			X				EEUU
Lelkes, Sood e Iyengar	2017	X		X		X			EEUU
Lelkes y Westwood	2017	X							EEUU
Banda y Cluverius	2018	X							EEUU
Garret y Bankert	2018	X	X		X			X	EEUU
Klar, Krupnikov y Ryan	2018		X						EEUU
Lelkes	2018	X							EEUU
Levendusky	2018a	X		X		X			EEUU
Levendusky	2018b	X	X			X			EEUU
Lu y Lee	2018	X							EEUU
Luttig	2018		X						EEUU
Suhay, Bello Pardo y Maurer	2018	X	X			X			EEUU
Wojcieszak y Garrett	2018	X	X	X		X		X	EEUU
Clifford	2019		X						EEUU
Druckman y Levensdusky	2019	X	X	X		X			EEUU
Gidron, Adams y Horne	2019	X							EEUU y otros 19 países

Fuente: Elaboración propia.

Medidas de auto-reporte

De acuerdo a nuestra revisión, el tipo de medida más utilizado ha sido el auto-reporte (*self report*). En una medida de auto-reporte se les pide a los participantes que respondan distintas preguntas acerca de sus propios pensamientos, emociones y/o actitudes con respecto a, por ejemplo, distintos partidos políticos². Una de las grandes ventajas que presentan estas medidas es que, para algunos países (ej., EEUU), vienen siendo incluidas en encuestas de alcance nacional desde hace décadas, de tal manera que pueden ser consideradas en análisis de series de tiempo. Dentro de las medidas de auto-reporte pueden distinguirse la medida de termómetro, la medida de distancia social, la medida de evaluación de rasgos típicos y la medida de evaluación de emociones discretas, como las cuatro más utilizadas (ver Tabla 1).

De acuerdo a nuestra revisión, la medida de *termómetro* (*feeling thermometer*) es la más utilizada para estimar la polarización afectiva, apareciendo en 33 (80%) de los 41 artículos que arrojó nuestra búsqueda.

Esta medida consiste en pedirle a los encuestados que estipulen un número que exprese el grado de afecto hacia (*how you feel toward*), por ejemplo, los dos partidos políticos dominantes, en una escala de 0 a 100, donde 0 es “frío” (*cold*), 100 es “cálido” (*warm*) y 50 es “ni particularmente frío ni particularmente cálido”³. La polarización afectiva es típicamente calculada como la diferencia entre la puntuación otorgada al partido al que pertenece o con el que simpatiza el encuestado (*in party*) y el partido opuesto (*out party*). Utilizando esta medida, Iyengar et al. (2012) muestran como la polarización en EEUU ha ido creciendo sostenidamente en las últimas décadas. Esto se debe a que el grado de afecto hacia el partido opositor es cada vez más bajo. En contraste, el grado de afecto hacia el partido propio se ha mantenido relativamente estable a lo largo de las últimas décadas. Sin embargo, no debe pensarse que EEUU está solo en la manifestación de este fenómeno; ni siquiera que es un ejemplo extremo. Gidron, Adams y Horne (2019), también utilizando la medida del termómetro, analizan el nivel de polarización de 20 democracias occidentales de América del Norte y Europa y encuentran que el nivel de polarización en EEUU no es tan alto, ocu-

² El objeto actitudinal en los estudios de polarización afectiva no siempre son los partidos políticos, lo cual será discutido en mayor profundidad en la sección 3.2.

³ Otros autores utilizan la medida de termómetro con distinto fraseo. Por ejemplo, McLaughlin et al. (2020) preguntan a los participantes si tienen pensamientos o sentimientos favorables o desfavorables hacia cada partido político en una escala Likert de 7 puntos (desde extremadamente desfavorable hasta extremadamente favorable).

pando el puesto 13 de 20, siendo España el país que ocupa el número 1 del ranking de polarización afectiva.

Como desarrollaremos en la sección 3 de críticas metodológicas, la literatura sobre polarización afectiva muestra ciertas ambigüedades respecto a la determinación de la medida de termómetro que, como la describimos anteriormente, incluye dos mediciones y un cálculo (una resta). El significado de cada una de las medidas por separado, así como de las diferentes posibilidades de combinarlas, merece ser distinguido y lo discutimos en mayor detalle en la sección 3.3.

Otra de las medidas muy utilizadas en las investigaciones sobre polarización afectiva es la medida de *distancia social*, que aparece en 15 (37%) de los 41 artículos analizados en esta revisión. Considerada de manera general, la distancia social es medida como la (in)satisfacción reportada al imaginarse interactuando con los miembros del grupo opuesto, y, como ejemplificaremos, suele ser evaluada en diferentes escenarios. En su estudio pionero, Iyengar y colaboradores (2012) muestran que los americanos expresan cada vez más negatividad ante la perspectiva de que su hijo se case con alguien del partido contrario. En 1960, sólo al 4-5% le resultaba molesto que su hijo se case con alguien del partido opuesto, mientras que para 2010 esa cifra saltó al 33% en los demócratas y al 50% en los republicanos (Iyengar et al., 2012). Otros escenarios utilizados para medir la distancia social contemplan preguntar por la (in)satisfacción al imaginarse teniendo un vecino o un amigo que es partidario de uno u otro partido político (Iyengar et al., 2012).

Para Klar, Krupnikov y Ryan (2018), las medidas de distancia social no resultan medidas limpias de polarización afectiva, ya que podrían implicar tanto animosidad partidaria como una mera aversión a la política en general. Cuando se le pregunta a la gente sobre el matrimonio de su hijo con alguien del partido contrario, típicamente se asume que el partidismo del encuestado es una parte destacada de una respuesta aversiva hacia un posible cónyuge del partido contrario. Sin embargo, puede ser tanto que el encuestado encuentre aversiva la posición política del posible cónyuge, como el hecho de que el posible cónyuge sea políticamente activo, independientemente del bando. De hecho, Klar, Krupnikov y Ryan (2018) encontraron que cuando a los encuestados se les dice *antes* de la pregunta que el posible cónyuge posee falta de motivación política, su insatisfacción cae notoriamente. Del mismo modo, la oposición al matrimonio entre personas del mismo partido aumenta cuando se les informa que la persona en cuestión discute frecuentemente sobre política. Sin dudas, la comprensión de las limitaciones precisas de las medidas de distancia social es un tema importante para la futura investigación sobre el fenómeno de polarización afectiva.

La medida de *evaluación de rasgos típicos* es la tercera medida de auto-reporte que aparece en la Tabla 1. De los 31 estudios analizados, 8 (20%) reportan el uso de evaluación de rasgos típicos. A través de este tipo de medidas, se les pide a los participantes que expresen qué tan adecuadamente describen a los miembros de cada grupo algunos términos positivos (ej., inteligente, abierto, honesto) y negativos (ej., obstinado, egoísta, deshonesto). Nuevamente, los resultados del uso de esta medida van en el mismo sentido que las medidas anteriores. Por ejemplo, Iyengar et al. (2012) compararon dos encuestas del tipo mencionado, una realizada en 1960 y otra en 2008 en EEUU, y encuentran que el sesgo *in-group* de adscribir más rasgos positivos hacia los del propio partido y el sesgo *out-group* de asignar más rasgos negativos a los miembros del partido rival crecieron exponencialmente de un período al otro. Una limitación de esta comparación es que hay solo dos atributos en común en la encuesta de 1960 y la de 2008, a saber, los términos “inteligente” y “egoísta”. No obstante, cuando el análisis se restringe a esos dos términos, el resultado persiste.

Finalmente, entre las medidas de auto-reporte más utilizadas, se encuentran las que buscan medir *emociones específicas o discretas*. En la Tabla 1 se ve que aquí también 6 de 41 artículos (15%) utilizan este tipo de medida de polarización afectiva. Mason (2016), por ejemplo, les presenta a los participantes una entrada de un blog con cierta opinión política y les pregunta en qué grado el mensaje les hace sentir distintas emociones. Particularmente, les hace establecer el grado de enojo, hostilidad, ansiedad, disgusto, orgullo, esperanza y entusiasmo que les genera el mensaje. Sobre este tipo de medidas (de acuerdo a nuestro conocimiento), no hay encuestas realizadas a lo largo del tiempo, por lo que no hay evidencia disponible sobre cambios en la polarización. Sin embargo, los resultados parecen estar en línea con las predicciones. Por ejemplo, Huddy et al. (2015), en primer lugar, miden a través de varias preguntas el grado de identidad partidaria de los participantes (ej., “cuán importante es ser demócrata/republicano para usted”). En segundo lugar, les presentan a los participantes mensajes de un blog, o bien “amenazantes” (ej., “tu partido va a perder en las próximas elecciones”), o bien “tranquilizadores” (ej., “tu partido va a ganar en las próximas elecciones”). Por último, les piden a los participantes que establezcan cómo se sintieron al leer el mensaje. Particularmente, les preguntaron si se sintieron enojados, disgustados, hostiles (dimensiones del enojo) y esperanzados, orgullosos, entusiasmados (dimensiones del entusiasmo). Los autores reportaron hallar las correlaciones esperadas: cuanto más fuerte era la identidad partidaria, mayor enojo ante mensajes “amenazantes” y mayor entusiasmo ante mensajes “tranquilizadores”.

Una limitación general de los auto-reportes es que la actitud u otra medida consciente reportada puede ser exagerada o suprimida de manera intencional. Las motivaciones para manipular el auto-reporte pueden ser diversas, pero entre las más prominentes está la susceptibilidad a presiones normativas y, en consonancia, a cuidar la imagen. Esto es particularmente relevante en temas sensibles, en los que existe mucha presión social para no expresar públicamente ciertas opiniones o actitudes, como puede ser, por ejemplo, la discriminación racial (Nosek et al., 2014). En una democracia, no es claro qué tipo de presiones normativas, si las hay, rigen el campo de la expresión de actitudes políticas. Hay quienes opinan que la polarización política se da justamente en un contexto en el que es aceptable la animosidad abierta hacia los miembros del grupo rival (Iyengar y Westwood, 2015). No obstante, no conocemos que se haya explorado la idea de que la presión normativa en el seno de la polarización política sea a favor de expresar opiniones más extremas. Algunos resultados de la comparación de medidas de polarización explícitas e implícitas son consistentes con esta idea, como veremos más adelante (Iyengar y Westwood, 2015). Este es un tema que merece ser explorado en mayor profundidad, ya que detrás de la tolerancia al disenso y la diversidad de opiniones políticas propias de la democracia, un clima de creciente polarización podría ser la fuente de mayor presión social en contra de posturas intermedias o moderadas, que no reciben apoyo de los simpatizantes de ninguno de los extremos. En este sentido, el auto-reporte nos podría estar mostrando actitudes exageradas en relación a mediciones implícitas de las mismas actitudes.

A continuación, vamos a analizar otros dos tipos de procedimientos, las medidas implícitas y las medidas conductuales, que buscan superar algunas de las limitaciones mencionadas de los auto-reportes.

Medidas implícitas

Existe una gran variedad de medidas implícitas que se vienen utilizando para medir los efectos automáticos, no controlados, de las actitudes hacia un determinado objeto. Estas técnicas van desde el *Priming* Evaluativo, pasando por el Procedimiento de Atribución Equivocada del Afecto (*Affect Misattribution Procedure*), hasta el Test de Asociación Implícita, entre otras (Nosek et al., 2014).

Conceptualmente, es importante aclarar a qué refiere lo implícito de la medida. Si bien hay autores que asocian las medidas implícitas a la revelación de representaciones no conscientes, Gawronski y De Houwer (2014)

sugieren que la conceptualización apropiada es considerar que las medidas implícitas refieren al efecto automático, no controlado, de la variable psicológica que se pretende medir (ej., una actitud) sobre la respuesta en la tarea que se utiliza para medirla. En este sentido, mientras que una limitación de los auto-reportes es que son susceptibles de ser manipulados de manera intencional, las medidas implícitas prometen, si no eliminar, al menos reducir la capacidad del respondiente de sesgar intencionalmente su respuesta.

Aquí nos concentraremos en la descripción y análisis del Test de Asociación Implícita (IAT, por sus siglas en inglés) por tratarse de la única técnica utilizada para estudiar la polarización afectiva, según nuestra búsqueda. En efecto, la Tabla 1 muestra que solo 1 (2%) de los 41 artículos revisados utilizan la versión breve del IAT para evaluar las actitudes implícitas hacia los partidos Republicano y Demócrata en EEUU.

El IAT sirve para medir el nivel relativo de la asociación entre representaciones. Una de las maneras típicas en que el IAT es utilizado consiste en que los participantes sean expuestos a estímulos asociados a los objetos actitudinales de interés (por ejemplo, símbolos de los partidos Republicano y Demócrata; Iyengar y Westwood, 2015) junto con palabras asociadas a atributos positivos y negativos (por ejemplo, “bueno” y “malo”). El objetivo es ver la fuerza relativa de las asociaciones entre cada objeto actitudinal y los atributos positivos y negativos. Para el caso de la evaluación de actitudes hacia los partidos políticos (Iyengar y Westwood, 2015), en algunos ensayos, se instruye a los participantes para que respondan presionando una tecla (por ej., la letra “e”) si el estímulo que aparece está asociado al partido Republicano o a algo bueno, y que respondan con otra tecla (por ej., la letra “i”) si el estímulo a categorizar está asociado al partido Demócrata o a algo malo. En otros ensayos se revierten las asociaciones, y así tienen que responder con una tecla a Republicano/malo y con otra tecla a Demócrata/bueno. La prueba también incluye otros tipos de ensayos que sirven para evaluar las respuestas a cada estímulo por separado. La lógica de esta prueba es que, si el participante tuviese, por ejemplo, una fuerte actitud positiva a favor del partido Demócrata, sería esperable que las latencias de respuesta fueran relativamente bajas (es decir o, respuestas rápidas) cuando tiene que responder con la misma tecla a símbolos demócratas y a atributos positivos que cuando tienen que responder con la misma tecla a símbolos demócratas y a atributos negativos. Así, el IAT provee una serie de latencias promedio para los distintos bloques de ensayos a los que son expuestos los participantes, permitiendo calcular la fuerza relativa de la asociación entre los estímulos objetivo (por ej., partidos políticos) y los atributos con valencia positiva y negativa.

Como los ensayos dentro de cada bloque se suceden velozmente, y al participante se le pide que responda de manera rápida, esta prueba logra una medida actitudinal, minimizando las chances de que el individuo pueda manipular intencionalmente el resultado. Es importante tener en mente que se habla de que el IAT reduce la capacidad de que el participante controle voluntariamente su respuesta, pero no necesariamente elimina completamente la posibilidad de manipulación. Por ejemplo, se ha visto que cuando los participantes reciben instrucciones para que den respuestas falsas en el IAT, efectivamente logran resultados diferentes a cuando no reciben esa instrucción, sugiriendo así que el IAT no es inmune a la manipulación intencional (Lai et al., 2016). Tampoco puede asumirse que, porque el IAT mide respuestas automáticas, las mismas son inmunes a efectos de contexto, como la presión social. De hecho, Boysen, Vogel y Madon (2006) utilizaron el IAT para medir actitudes hacia la homosexualidad comparando una condición de mayor privacidad con otra más pública. Encontraron actitudes más negativas en la condición de mayor privacidad. Este resultado es similar al hallado cuando se miden dichas actitudes de manera explícita con mayor o menor privacidad.

En el contexto de los estudios de polarización afectiva, por intermedio de la versión breve del IAT, Iyengar y Westwood (2015) mostraron que el sesgo partidario implícito es arraigado; aproximadamente el 70% de los autodenominados demócratas y republicanos muestran latencias de las que se puede inferir actitudes a favor de su partido. Curiosamente, el sesgo implícito es menos pronunciado que el sesgo explícito, el cual fue medido a través de la medida de termómetro. El 91% de los republicanos y el 75% de los demócratas, en la misma evaluación, evaluaron de manera explícita más favorablemente a su partido. Como mencionamos con anterioridad, el resultado que muestra un sesgo partidario explícito mayor que el implícito podría estar sugiriendo que, en un contexto de polarización política, existen normas que presionan a los ciudadanos a expresar posturas políticas más extremas de las que apoyarían cuando no están tan preocupados por su imagen, tal vez por quedar bien con los copartidarios. Lamentablemente, la comparación entre medidas explícitas e implícitas suele ser metodológicamente problemática, porque existen marcadas diferencias en los estímulos y en las escalas de respuesta entre ambos tipos de medidas.

Otra crítica que se suele hacer al IAT es que el resultado que arroja es intrínsecamente relativo. Como fue implementado por Iyengar y Westwood (2015) para evaluar polarización afectiva, el IAT sólo provee el nivel relativo con el que el participante tiene asociados a los partidos Republicano y De-

mócrata con valoraciones positivas y negativas. El IAT, a diferencia de la medida de termómetro, no nos permite obtener una estimación del agrado/desagrado por cada partido por separado para estimar cuánto contribuye el afecto por el propio grupo y el desprecio hacia el grupo rival en la polarización afectiva. No obstante, otras pruebas implícitas sí permiten realizar esta discriminación.

Medidas conductuales

En el estudio de las actitudes, el Modelo Tri-componente contempla que además de un aspecto cognitivo y otro afectivo, las actitudes tienen un componente conductual (Oskamp y Schultz, 2005). De manera complementaria a las medidas de auto-reporte y a las medidas implícitas, algunos investigadores se han orientado hacia el estudio de las manifestaciones conductuales de la polarización afectiva. En la Tabla 1, puede verse que luego de las medidas de auto-reporte, las medidas conductuales han sido de las más utilizadas en la literatura sobre polarización afectiva revisada. De los 41 artículos incluidos en esta revisión, 6 (15%) reportan el uso de medidas conductuales.

Primero, queremos empezar por señalar que algunas medidas que podríamos llamar conductuales, en realidad, se encuentran en un terreno intermedio entre el auto-reporte y la conducta real. Por ejemplo, Garrett y Bankert (2018) les piden a los encuestados que reporten cuán frecuente es que bloqueen a un amigo en Facebook o Twitter si habla de manera positiva del partido político con el que antagonizan, o cuán frecuentemente sienten enojo solo de pensar en los miembros del partido político rival. Comparadas con la medida de termómetro, estas medidas parecerían hacer una evaluación más cercana de la polarización afectiva que las personas expresarían en sus vidas cotidianas (Garrett y Bankert, 2018). Sin embargo, no estamos hablando de mediciones conductuales directas, sino de auto-reportes del recuerdo de las conductas, con las implicancias que ello trae aparejado en términos de posibles sesgos de la memoria y de manipulación intencional de las respuestas.

Segundo, algunas de las conductas que se han estudiado en torno a la polarización afectiva no son de carácter social, en el sentido de que no implican una interacción ni consecuencias para terceros. Un ejemplo de este tipo de medida es utilizado en el estudio de Wojcieszak y Garrett (2018) en el que miden la atención que los participantes prestan a artículos con contenido anti- y pro-inmigración en EEUU. Se trata de una tarea online y la

manera de operacionalizar la atención es a partir del registro de los artículos que los participantes seleccionan y el tiempo que el artículo es desplegado para ser leído. Efectivamente, en el estudio 1, estos autores encontraron que, de una muestra preseleccionada con actitudes anti-inmigratorias, aquellos expuestos a un tratamiento en el que la identidad nacional se volvía prominente mostraron más selección y mayor tiempo de lectura de artículos con una postura anti-inmigratoria que los del grupo control no expuestos al *priming* (Wojcieszak y Garrett, 2018).

Tercero, en otros estudios, se han estudiado conductas reales, pero con consecuencias hipotéticas. A modo de ejemplo, en uno de sus estudios, Iyengar y Westwood (2015) postulan la tarea de seleccionar uno de dos candidatos a una beca universitaria. Los candidatos, ambos de escuelas secundarias, tenían credenciales académicas similares, pero diferían en su origen étnico (blanco o afroamericano) o en su partidismo (demócrata o republicano). Los resultados indicaron poco sesgo racial: los blancos, de hecho, prefirieron al solicitante afroamericano (55,8%). Sin embargo, los datos mostraron un fuerte sesgo partidario: el 79,2% de los demócratas eligieron al candidato demócrata y el 80% de los republicanos eligieron al candidato republicano. Estos resultados se mantuvieron incluso cuando el candidato del otro partido tenía un promedio de notas significativamente más alto (4,0 frente a 3,5); de hecho, la probabilidad de que un partidario seleccionara al candidato más calificado pero simpatizante del otro partido nunca fue superior al 30%. El estudio de la beca mostró que el partidismo ejerce una fuerte influencia aun en contextos que trascienden la política. Este fenómeno de derrame afectivo (*affective spillover*) de las actitudes partidarias e ideológicas ha sido documentado en una variedad de dominios, incluyendo evaluaciones de solicitantes de empleo (Gift y Gift 2015), conductas frente a citas (Huber y Malhotra, 2017), y mercados laborales en línea (McConnell et al., 2018). Estos estudios muestran consistentemente que el partidismo se ha extendido en la esfera no política, orientando a los ciudadanos comunes a recompensar a los copartidarios y penalizar a los simpatizantes del partido rival.

Cuarto, otra de las medidas conductuales utilizadas en la literatura de polarización afectiva son los juegos económicos. La ventaja de los juegos económicos respecto a la medición de decisiones hipotéticas es, justamente, que en los juegos económicos se pueden implementar consecuencias monetarias *reales* asociadas a las decisiones de los participantes. Iyengar y Westwood (2015) introducen ciertos juegos económicos como plataforma para documentar en qué medida los partidarios están dispuestos a dotar o retener recompensas financieras de jugadores que comparten o no su parti-

dismo. Usando el Juego de la Confianza (*Trust Game*) y el Juego del Dictador (*Dictator Game*), los autores midieron el sesgo partidista como la diferencia entre las asignaciones financieras a los copartidarios y a los partidarios rivales. Los resultados de Iyengar y Westwood (2015) muestran que, en el Juego del Dictador, los copartidarios reciben una cuota de generosidad mayor que los partidarios rivales, mientras que, en el Juego de la Confianza, los copartidarios reciben mayor confianza que los partidarios rivales. Nuevamente, los resultados de decisiones con consecuencias reales muestran los efectos de la polarización afectiva, en este último caso, afectando la generosidad y la confianza hacia terceros anónimos.

Por último, algunos autores han tomado comportamientos verbales naturales (ej., posteos en un video de YouTube; Bliuc, Smith y Moynihan, 2020) y los han analizado a partir de su contenido semántico para poder inferir la positividad o negatividad de los mismos (ver también Gonçalves, Pereira y Torres de Silva, 2020).

3. Críticas metodológicas

En esta sección, ya habiendo analizado las medidas de polarización afectivas más utilizadas en la literatura, presentamos cuatro críticas metodológicas. Todas ellas refieren a la imprecisión del concepto de polarización afectiva y/o su medición. No obstante, nuestras críticas son de tipo constructivo y en cada caso proponemos al menos un camino de solución al problema planteado.

Ambigüedad del concepto de polarización afectiva

El primer problema a tratar es el de la imprecisión del concepto mismo de *polarización afectiva*. Iyengar y colaboradores (2012) lo presentan por primera vez en referencia al grado de *simpatía* y *antipatía* (*like-dislike*) intra e inter partido, respectivamente. Pero cuando uno ve la gran variedad de maneras en que se mide la polarización afectiva (resumidas en la sección 2), puede notarse que no sólo se enfocan en *valoraciones afectivas* como el grado de simpatía, sino también en aspectos eminentemente *cognitivos* como la atribución de rasgos típicos de cada grupo. En otros casos, se trataría más bien de una combinación de aspectos cognitivos y afectivos, como cuando se indaga por el grado de confianza en que un determinado candidato hará lo correcto (Levendusky, 2013).

La pregunta que nos hacemos es si hay alguna manera de entender el concepto de polarización afectiva que sea consistente con la gran variedad de maneras en que ha sido medido. Creemos que sí. Parece adecuado entender el fenómeno de la polarización afectiva como de carácter *actitudinal*. En efecto, la psicología socio-cognitiva ha trabajado en detalle sobre el constructo de *actitud*, al que entiende como una *disposición psicológica a responder favorable o desfavorablemente* a determinado objeto (Oskamp y Schultz, 2005). Así, el elemento central de una actitud es una *evaluación* de un objeto, o bien positiva, o bien negativa (Albarracín et al., 2005). Pero el punto relevante para nuestra discusión es que esa disposición psicológica contiene (o es expresada a través de) elementos cognitivos, afectivos y conductuales. En resumen, se puede entender la polarización afectiva como una actitud positiva hacia el partido propio, sus representantes y/o votantes y una actitud negativa hacia el partido opositor, sus representantes y/o votantes. Y dichas actitudes pueden tener consecuencias en los planos afectivos, cognitivos y conductuales. Así, cobra perfecto sentido la utilización de la variedad expuesta de medidas de polarización (Tabla 1).

Un término que mejor reflejaría el estudio del fenómeno que nos atañe sería *polarización actitudinal* más que polarización afectiva. Sin embargo, la solución no es tan sencilla como un mero cambio de nombre. Si se acepta que la polarización afectiva es, en efecto, de carácter actitudinal, se torna importante incorporar los aportes que la psicología socio-cognitiva ha venido realizando a lo largo de décadas de investigación de las actitudes. Por ejemplo, se reconoce que la expresión de actitudes puede ser fuertemente *dependiente del contexto* y, por lo tanto, el contexto suele ser tenido en cuenta en los modelos explicativos propuestos. Los efectos del contexto se relacionan al componente de memoria en los modelos actitudinales y la medida en que la activación de diferentes memorias puede estar guiada por elementos del contexto de recuperación (Krosnick et al., 2005). Sería importante reconsiderar los datos sobre polarización afectiva teniendo en cuenta el contexto de obtención de datos. Por ejemplo, podría haber contextos tendientes a sobrestimar la polarización en los que se resalte la rivalidad partidaria, lo que hay en contienda, o las diferencias en las plataformas de uno y otro bando, mientras que otros contextos podrían subestimar la polarización a partir de resaltar los valores democráticos y la competencia sana como parte del proceso. Estos aspectos del contexto pueden variar en función del momento de la campaña electoral, de algún evento reportado en los medios de comunicación (por ejemplo, un escándalo de corrupción política), o quizá el contexto físico en el que responden los encuestados (por caso, en el campus de la universidad donde se resaltan valores ideales). Estos son sólo posibi-

lidades. La recomendación general sería volcarse sobre la literatura de psicología de las actitudes y sus avances metodológicos y extraer de ella todos los conceptos, técnicas y recursos disponibles para incorporarlos en la investigación sobre polarización afectiva (ver desarrollos relacionados en la sección *Validez de las medidas de polarización afectiva*).

El objeto de la polarización afectiva

En segundo lugar, nos preguntamos por el *objeto* hacia el que se dirige la polarización afectiva. En otras palabras, cuando los participantes expresan sus valoraciones sobre el partido propio y sobre el partido opositor, ¿en qué piensan exactamente? ¿Piensan en el candidato principal de cada partido, en la elite o en los seguidores típicos de cada partido? Drukman y Levendusky (2019) realizaron un estudio experimental para responder a este interrogante en EEUU. Había 3 condiciones en un diseño inter-sujeto. En una de ellas, los participantes respondían preguntas acerca de los *partidos* (republicano y demócrata); en otra condición, los participantes respondían acerca de los *votantes* de los partidos; finalmente, en la última, los participantes respondían acerca de *candidatos y funcionarios elegidos* de los partidos. El resultado fue que la valoración negativa del *out-group* fue más extrema cuando el objeto de valoración era el *partido* rival o los *funcionarios* del partido rival que cuando se trató de los *simpatizantes*. Así, estos participantes parecieron pensar en la elite cuando se les preguntó por las valoraciones hacia los distintos partidos. Este resultado abre varias preguntas relevantes, como, por ejemplo, en qué medida las asociaciones más fuertes o más débiles entre las referencias a los votantes, las elites y los partidos pueden cambiar con el tiempo, el contexto y las circunstancias.

Más allá del resultado de Druckman y Levendusky (2019), creemos que es fundamental ser muy precisos acerca del fraseo exacto de las preguntas utilizadas para estimar la polarización afectiva, de modo que esta ambigüedad no afecte la interpretación de resultados. El problema señalado es importante en la literatura, ya que para ver la evolución de la polarización afectiva y conceptos relacionados suelen tenerse en cuenta registros de encuestas tomadas a lo largo de varias décadas (por ejemplo, utilizando la medida de termómetro, Gidron et al., 2019). Muchas veces el fraseo de la pregunta puede ser alterado de una encuesta a otra a lo largo del periodo analizado, o aún más problemático es el caso en que el objeto actitudinal es variado (si la pregunta es sobre los votantes, las elites o los partidos⁴). Estos

⁴ Ver Iyengar et al. (2012).

cambios son mencionados en la parte metodológica de los estudios, pero pueden ser negligidos en el análisis de resultados, quedando sus potenciales efectos olvidados.

Diversidad de cálculos y tipos de polarización

Como señala Drukman y Levendusky (2019), hay dos maneras típicas en que las respuestas de los participantes han sido utilizadas para estimar la polarización afectiva. Una de ellas es tomar sólo las valoraciones que hacen los participantes del grupo o candidato opositor (descartando las valoraciones sobre el partido propio). Esto podría tomarse coloquialmente como una *escala de desprecio*. Más académicamente, sería apropiado utilizar el término polarización *negativa* o polarización *outgroup*. Análogamente, podría tomarse sólo el promedio de mediciones hacia el propio partido y denominar a este resultado polarización *positiva* o polarización *in-group*. Esta medida no ha sido tan trabajada por los investigadores, pero es perfectamente razonable tenerla en cuenta como un concepto independiente. De hecho, en un estudio comparado, Gidron, Adams y Horne (2020) encuentran que las polarizaciones *in-group* y *out-group* contribuyen de manera independiente a comprender la relación entre diferentes sistemas electorales y la polarización afectiva.

La otra medida típica que toman los investigadores es la diferencia entre las dos mediciones anteriores, es decir, a la valoración del partido propio se le resta la valoración del partido opositor. Esta operación tiene ventajas metodológicas, pero no vamos a ahondar en este aspecto. El punto es que sería bueno distinguirla de las mediciones anteriores. Proponemos el término *polarización diferencial* para referir a esta escala. Nótese que, aunque las medidas típicas (negativa y diferencial) de hecho se correlacionan porque tienen elementos comunes, son conceptualmente distintas. Para verlo, considérese un individuo que tiene un desprecio absoluto por el partido opositor, pero, a la vez, un aprecio mínimo por el partido propio. Como resultado, tendrá una polarización *negativa alta*, pero una polarización *diferencial intermedia*. Al mismo tiempo, esta conceptualización permite reconocer fácilmente que un mismo puntaje de polarización diferencial puede estar reflejando actitudes muy dispares. Por ejemplo, una polarización diferencial baja indica que las valoraciones de ambos partidos son similares, pero esto puede deberse a que ambas valoraciones son relativamente altas o que ambas son relativamente bajas. Esta heterogeneidad y sus implicancias para el comportamiento político merecen ser estudiadas en mayor profundidad.

Validez de las medidas de polarización afectiva

Ante la gran variedad de formas de medir la polarización afectiva, es natural preguntarse si realmente están midiendo el mismo constructo. Nuevamente, de acuerdo a nuestro conocimiento, el único artículo en la literatura que ha tratado ese tema es el de Drukman y Levendusky (2019), quienes tomaron para cada participante 4 medidas y analizaron cuán correlacionadas estaban. Más específicamente, tomaron medidas de termómetro, confianza en que cierto candidato haría lo correcto, valoración de rasgos típicos, y de distancia social. Encontraron que había una correlación fuerte entre las tres primeras medidas (en cada caso, mayor al $r = 0,50$), pero no con la última medida, la de distancia social. Estos resultados encienden una luz de alarma, ya que la medida de distancia social es una de las más utilizadas en la literatura, y se suele incluir porque refleja un aspecto importante de la interpretación teórica dominante del fenómeno de polarización afectiva, llámese la teoría de la identidad social (Tajfel y Turner, 1979). Si bien la noción de identidad social involucra diferentes elementos, va a ser necesario especificar en mayor detalle qué medidas captan qué aspectos del fenómeno identitario en el caso de la polarización afectiva. Si bien el estudio de Drukman y Levendusky (2019) es un excelente primer paso en este sentido, es necesario continuar con mayor profundidad en esa dirección. La razón es que estos autores sólo consideraron unas pocas medidas y hay una gran variedad de ellas utilizadas en la literatura (ver Tabla 1), por lo que es necesario continuar con estudios metodológicos que evalúen cuán correlacionadas están las distintas medidas, incluyendo también medidas implícitas y conductuales. Estas correlaciones buscarían estimar la validez convergente del constructo, es decir, en qué medida están midiendo el mismo concepto. Incluso desde el punto de vista de la medición, la existencia de diferentes medidas para un mismo constructo es una de las maneras para poder estimar el error de medición asociado a una determinada técnica y así contar con medidas de mayor validez (John y Benet-Martínez, 2014).

Además de la validez *convergente*, también es importante evaluar la validez *discriminante* de una técnica de medición (Krosnick et al., 2005). Este tipo de validez se refiere a la capacidad de un sistema de medición de discriminar entre conceptos distintos, aunque relacionados. Particularmente, es claro que los investigadores del área pretenden distinguir la polarización afectiva (o actitudinal) de la polarización ideológica (Iyengar et al., 2012). Es importante aclarar que en esta distinción el cambio central está en el objeto de la medición actitudinal (política partidaria vs. ideología) y no en el uso del constructo de polarización afectiva. De hecho, Mason (2018) muestra

que el concepto de polarización afectiva perfectamente se puede aplicar en el campo de las actitudes ideológicas. En este sentido es que se vuelve relevante realizar estudios que estimen cuán correlacionadas están las medidas de cada uno de estos conceptos. Iyengar et al. (2012) proveen cierta evidencia al respecto. Utilizan el mismo método (termómetro) para evaluar la polarización afectiva (política) y la polarización ideológica. En el primer caso, utilizan la pregunta de cómo se sienten los participantes en una escala de 0 a 100 hacia el partido republicano/demócrata (o, en otros periodos, hacia republicanos/demócratas⁵). Por otro lado, miden la polarización ideológica con la pregunta acerca de cómo se sienten los encuestados hacia conservadores y liberales. Si el método de medida tiene validez discriminante, es esperable que la correlación sea moderada pero relativamente baja, mostrando que se trata de conceptos diferentes. Aunque Iyengar y colaboradores *no* reportan el resultado de la correlación, sí muestran que mientras la polarización afectiva es creciente con el paso del tiempo, la polarización ideológica es estable. Otro ejemplo a discutir lo proveen Levendusky y Malhotra (2016), que encuentran evidencia de validez discriminante entre las medidas de polarización afectiva más usadas (termómetro, rasgos negativos del *outgroup* y distancia social) y el posicionamiento en temas ideológicos específicos cuando enfrentan a los participantes a artículos periodísticos que describen a los ciudadanos de manera moderada vs. polarizada. Más específicamente, los artículos que muestran un panorama polarizado producen posturas ideológicas más moderadas, al mismo tiempo que intensifican los puntajes en las medidas de polarización (política) afectiva típicas. Nuevamente, estos ejemplos pueden ser vistos como primeros pasos en la validación del concepto de polarización afectiva. No obstante, son necesarias investigaciones metodológicas sistemáticas que respalden la distinción del constructo de la polarización afectiva de otros relacionados, y hacerlo desde una base psicométrica sólida, que busque obtener evidencia de la validez convergente, discriminante y de los errores de medición asociados a las diferentes medidas para ganar en precisión y rigurosidad.

4. Conclusiones

La presente revisión sistemática nos lleva a concluir que el estudio de la polarización afectiva en temas de política partidaria, en última instancia, puede comprenderse como el estudio de la polarización actitudinal hacia

⁵ Ver crítica en sección 3.2.

objetos de la política como los partidos políticos, los líderes y los simpatizantes. A partir de explicitar este aspecto actitudinal del estudio de la polarización afectiva es que cobra pleno sentido que se utilicen medidas que no solo miden componentes afectivos, sino también cognitivos y conductuales. Relacionado a este punto, se abre una cuestión teórica relevante, a saber, si puede hablarse de un tipo de polarización *no afectiva*. Como vimos, la característica distintiva de la polarización afectiva sería que se origina en la identificación de las personas con uno o más grupos sociales. Por un lado, este aspecto identitario de la polarización resalta que el camino desde una polarización no afectiva a una afectiva puede estar representado como un continuo asociado al grado de identificación social que experimenten las personas. Por otro lado, queda abierta la cuestión de si es posible que se registre algún tipo de fenómeno de polarización con un origen *distinto* a la identificación a cierto grupo social, por ejemplo, a partir de la convicción moral de las personas (Ryan, 2014).

Para finalizar, resaltamos la relevancia que tiene el estudio de la polarización afectiva para comprender uno de los procesos sociales que parece estar diezmando el funcionamiento democrático y la confianza en esta forma de gobierno en diversas sociedades del mundo. Nuestra revisión muestra que la investigación sobre polarización afectiva se ha concentrado fuertemente en estudiar el caso de EEUU (ver Tabla 1). No obstante, la investigación comparada del fenómeno, si bien escasa, ya está en marcha (por ejemplo, Gridon et al., 2020) y promete poder identificar aspectos idiosincráticos de la polarización afectiva de cada sociedad, así como procesos y patrones generales (Boxell et al., 2020). Distinguir los aspectos singulares y más generales de la polarización afectiva podría implicar la posibilidad de compartir herramientas para minimizar los efectos de un fenómeno que divide internamente a las sociedades.

Referencias bibliográficas

- Albarracín, D., Johnson, B. T., Zanna, M. P. y Kumkale, G. T. (2005). “Attitudes: Introduction and Scope”. En Dolores Albarracín, Blair T. Johnson y Mark P. Zanna (Eds.), *The Handbook of Attitudes* (pp. 3-19). Mahwah, New Jersey, London: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Alonso, D. y Brussino, S. (2018). Cultura política en un escenario electoral de polarización en Argentina. *Revista de Investigación Psicológica*, 19, 39-59.
- Aruguete, N. y Calvo, E. (2018). Time to #Protest: Selective Exposure, Cascading Activation, and Framing in Social Media. *Journal of Communication*, 68(3), 1-23.

- Banda, K. K. y Cluverius, J. (2018). Elite Polarization, Party Extremity, and Affective Polarization. *Electoral Studies*, 56(1), 90-101.
- Bliuc, A.-M., Smith, L. G. E. y Moynihan, T. (2020). “You wouldn’t celebrate September 11”: Testing online polarisation between opposing ideological camps on YouTube. *Group Processes & Intergroup Relations*, 23(6), 827-844.
- Borah, P. (2014). Does it matter where you read the news story? Interaction of incivility and news frames in the political blogosphere. *Communication Research*, 41(6), 809-827.
- Bougher, L. D. (2017). The correlates of discord: identity, issue alignment, and political hostility in polarized America. *Political Behavior*, 39(3), 731-762.
- Boxell, L., Gentskow, M., y Shapiro, J. M. (2020). Cross-country trends in affective polarization. *National Bureau of Economic Research* [Trabajo en preparación]. Disponible en: <http://www.nber.org/papers/w26669>.
- Boysen, G. A., Vogel, D. L., y Madon, S. (2006). A public versus private administration of the implicit association test. *European Journal of Social Psychology*, 36(6), 845-856.
- Carothers, T. y O’Donohue, A. (2019). *Democracies divided: The global challenge of political polarization*. Washington: Brookings Institution Press.
- Clifford, S. (2019). How emotional frames moralize and polarize political attitudes. *Political Psychology*, 40(1), 75-91.
- Druckman, J. N. y Levendusky, M. S. (2019). What do we measure when we measure affective polarization? *Public Opinion Quarterly*, 83(1), 114-122.
- Fiorina, M. P. y Abrams, S. J., (2008). Political Polarization in the American Public. *Annual Review of Political Science*, 11, 563-588.
- Garrett, R. K., Gvirsman, S. D., Johnson, B. K., Tsfati, Y., Neo, R., y Dal, A. (2014). Implications of pro-and counter attitudinal information exposure for affective polarization. *Human Communication Research*, 40(3), 309-332.
- Garrett, K. N. y Bankert, A. (2018). The moral roots of partisan division: How moral conviction heightens affective polarization. *British Journal of Political Science*, 50(2), 1-20.
- Gawronski, B. y De Houwer, J. (2014). “Implicit Measures in Social and Personality Psychology”. En Reis, H. y Judd, C. (Eds). *Handbook of research methods in social and personality psychology, Second Edition* (pp. 283-231). New York: Cambridge University Press.
- Gidron, N., Adams, J., y Horne, W. (2019). Toward a comparative research agenda on affective polarization in mass publics. *APSA Comparative Politics Newsletter*, 29, 30-36.
- Gidron, N., Adams, J., y Horne, W. (2020). *American Affective Polarization in Comparative Perspective*. Cambridge Elements: American Politics, Cambridge University Press.
- Gift, K. y Gift, T. (2015). Does politics influence hiring? Evidence from a randomized experiment. *Political Behavior*, 37(3), 653-75.

- Gonçalves, J., Pereira, S. y Torres da Silva, M. (2020). How to report on elections? The effects of game, issue and negative coverage on reader engagement and incivility. *Journalism*, 1-19.
- Hobolt, S. B., Leeper, T. J., y Tilley, J. (2020). Divided by the Vote: Affective Polarization in the Wake of the Brexit Referendum. *British Journal of Political Science*, 1-18.
- Huber, G. A. y Malhotra, N. (2017). Political homophily in social relationships: evidence from online dating behavior. *The Journal of Politics*, 79(1), 269-283.
- 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.
- Hutchens, M. J., Hmielowski, J. D. y Beam, M. A. (2019). Reinforcing spirals of political discussion and affective polarization. *Communication Monographs*, 86(3), 357-376.
- Hwang, H., Kim, Y., y Kim, Y. (2018). Influence of Discussion Incivility on Deliberation: An Examination of the Mediating Role of Moral Indignation. *Communication Research*, 45(2), 213-240.
- Iyengar, S., Sood, G., y Lelkes, Y. (2012). Affect, not ideology: a social identity perspective on polarization. *Public Opinion Quarterly*, 76(3), 405-431.
- 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.
- 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*, 22, 129-146.
- John, O. P. y Benet-Martínez, V. (2014). "Measurement: Reliability, construct validation, and scale construction". En Reis, H. y Judd, C. (Eds.), *Handbook of Research Methods in Social and Personality Psychology* (pp. 473-503). New York: Cambridge University Press.
- Klar, S., Krupnikov, Y. y Ryan, J. B. (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.
- Krosnick, J. A., Judd, C. M., y Wittenbrink, B. (2005). The measurement of attitudes. En Albarracín, D., Johnson, B., y Zanna, M. (Eds.), *The Handbook of Attitudes* (pp. 3-19). Mahwah, New Jersey, London: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Lai, C. K., Skinner, A. L., Cooley, E., Murrar, S., Brauer, M., et al. (2016). Reducing implicit racial preferences: II. Intervention effectiveness across time. *Journal of Experimental Psychology: General*, 145(8), 1001-1016.
- Lau, R. R., Andersen, D. J., Ditonto, T. M., Kleinberg, M. S., y Redlawsk, D. P. (2017). Effect of media environment diversity and advertising tone on information search, selective exposure, and affective polarization. *Political Behavior*, 39 (1), 231-255.

- Layman, G. C. y Carsey, T. M. (2002). Party Polarization and 'Conflict Extension' in the American Electorate. *American Journal of Political Science*, 46(4), 786-802.
- Lelkes, Y. (2016). Mass polarization: Manifestations and measurements. *Public Opinion Quarterly*, 80(S1), 392-410.
- Lelkes, Y. (2018). Affective polarization and ideological sorting: A reciprocal, albeit weak, relationship. *The Forum*, 16(1), 67-79.
- Lelkes, Y., Sood, G., y Iyengar, S. (2015). The hostile audience: The effect of access to broadband internet on partisan affect. *American Journal of Political Science*, 61(1), 5-20.
- Lelkes, Y., & Westwood, S. J. (2017). The limits of partisan prejudice. *The Journal of Politics*, 79(2), 485-501.
- Levendusky, M. (2013). Partisan media exposure and attitudes toward the opposition. *Political Communication*, 30(4), 565-581.
- Levendusky, M. y Malhotra, N. (2016). Does media coverage of partisan polarization affect political attitudes? *Political Communication*, 33(2), 283-301.
- Levendusky, M. (2018a). Americans, not partisans: Can priming American national identity reduce affective polarization? *The Journal of Politics*, 80(1), 59-70.
- Levendusky, M. S. (2018b). When efforts to depolarize the electorate fail. *Public Opinion Quarterly*, 82(3), 583-592.
- Lu, Y. y Lee, J. K. (2018). Partisan Information Sources and Affective Polarization: Panel Analysis of the Mediating Role of Anger and Fear. *Journalism y Mass Communication Quarterly*, 96(3), 767-783.
- Lupu, N. (2016). *Party Brands in Crisis: Partisanship, Brand Dilution, and the Breakdown of Political Parties in Latin America*. New York: Cambridge University Press.
- Luttig, M. D. (2018). The "Prejudiced Personality" and the origins of partisan strength, affective polarization, and partisan sorting. *Political Psychology*, 39(1), 239-256.
- Marks, J., Copland, E., Loh, E., Sunstein, C., Sharot, T. (2019). Epistemic spillovers: Learning others' political views reduces the ability to assess and use their expertise in nonpolitical domains. *Cognition*, 188, 74-84.
- 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.
- Mason, L. (2016). A cross-cutting calm: How social sorting drives affective polarization. *Public Opinion Quarterly*, 80(1), 351-377.
- Mason, L. (2018). Ideologues without issues: The polarizing consequences of ideological identities. *Public Opinion Quarterly*, 82(1), 866-887.
- McConnell, C., Margalit, Y., Malhotra, N., y Levendusky, M. (2018). The economic consequences of partisanship in a polarized era. *American Journal of Political Science*, 62(1), 5-18.
- 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.

- McLaughlin, B., Holland, D., Thompson, B. A., y Koenig, A. (2020). Emotions and Affective Polarization: How Enthusiasm and Anxiety About Presidential Candidates Affect Interparty Attitudes. *American Politics Research*, 48(2), 308-316.
- Nosek, B. A., Bar-Anan, Y., Sriram, N., Axt, J., y Greenwald, A. G. (2014). Understanding and using the Brief Implicit Association Test: Recommended scoring procedures. *Plos One*, 9(12), 1-31.
- Oskamp, S. y Schultz, P. W. (2005). *Attitudes and opinions, Third Edition*. Mahwah, New Jersey, London: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Pietraszewski, D., Curry, O. S., Petersen, M. B., Cosmides, L., y Tooby, J. (2015). Constituents of political cognition: Race, party politics, and the alliance detection system. *Cognition*, 140, 24-39.
- Przeworski, A. (2016). Democracy: A Never-Ending Quest. *Annual Review of Political Science*, 19, 1-12.
- 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.
- Robison, J. y Moskowitz, R. L. (2019). The group basis of partisan affective polarization. *The Journal of Politics*, 81(3), 1075-1079.
- Rogowski, J. C. y Sutherland, J. L. (2016). How ideology fuels affective polarization. *Political Behavior*, 38(2): 485-508.
- Ryan, T. J. (2014). Reconsidering moral issues in politics. *The Journal of Politics*, 76(2), 380-397.
- Ryan, T. J. (2017). How do indifferent voters decide? The political importance of implicit attitudes. *American Journal of Political Science*, 61(4), 892-907.
- Satherley, N., Greaves, L. M., Osborne, D., y Sibley, C. G. (2020). State of the nation: trends in New Zealand voters' polarization from 2009–2018. *Political Sciencia*, 72(1), 1-23.
- Simas, E. N., Clifford, S., y Kirkland, J. H. (2020). How empathic concern fuels political polarization. *American Political Science Review*, 114(1), 258-269.
- Schuliaquer I. y Vommaro G. (2020). Introducción: La polarización política, los medios y las redes. Coordinadas de una agenda en construcción. *Revista SAAP*, 14(2), 235-247.
- Suhay, E. (2015). Explaining group influence: The role of identity and emotion in political conformity and polarization. *Political Behavior*, 37(1), 221-251.
- Suhay, E., Bello-Pardo, E., y Maurer, B. (2018). The polarizing effects of online partisan criticism: Evidence from two experiments. *The International Journal of Press/Politics*, 23(1), 95-115.
- Tajfel, H. (1970). Experiments in Intergroup Discrimination. *Scientific American*, 223(5), 96-102.
- Tajfel, H. (1974). Social identity and intergroup behaviour. *Information (International Social Science Council)*, 13(2), 65-93.

- Tajfel, H. y Turner, J. (1979). "An Integrative Theory of Intergroup Conflict". En Austin, W. y Worchhel, S. *The Social Psychology of Intergroup Relations* (pp. 33-47). Monterey: Brooks-Cole.
- Tsatsanis, E., Teperoglou, E. y Seriatos, A. (2020). Two-partyism Reloaded: Polarisation, Negative Partisanship, and the Return of the Leftright Divide in the Greek Elections of 2019. *South European Society and Politics*, 1-30.
- Torcal, M., Santana, A., Carty, E., y Comellas, J. M. (2020). Political and affective polarisation in a democracy in crisis: The E-Dem panel survey dataset (Spain, 2018–2019). *Data in Brief*, 32, 1-12.
- Tsfati, Y. y Nir, L. (2017). Frames and reasoning: Two pathways from selective exposure to affective polarization. *International Journal of Communication*, 11, 301-322.
- Van Bavel, J. J. y Pereira, A. (2018). The partisan brain: An identity-based model of political belief. *Trends in Cognitive Sciences*, 22(3), 213-224.
- Voci, A. (2006). The link between identification and in-group favoritism: Effects of threat to social identity and trust-related emotions. *British Journal of Social Psychology*, 45(2), 265-284.
- 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.
- Wojcieszak, M. y Garrett, R. K., (2018). Social identity, selective exposure, and affective polarization: How priming national identity shapes attitudes toward immigrants via news selection. *Human Communication Research*, 44(3), 247-273.
- Wrinkler, H. (2019). The effect of income inequality on political polarization: Evidence from European regions, 2002–2014. *Economics & Politics*, 31(2), 137-162.