



La tensión política es tan alta que los comicios ya no logran incrementarla, según Science

Descripción

Neil Fasching es científico social computacional y cursa un doctorado en la Universidad de Pensilvania (Filadelfia). Su investigación se centra en el partidismo y sus vínculos con las normas antidemocráticas y la violencia política.

Shanto Iyengar es politólogo y profesor de Ciencias Políticas en la Universidad de Stanford, donde también dirige el Laboratorio de Comunicación Política.

Yphtach Lelkes es profesor asociado de Comunicación y Ciencia Política de la Universidad de Pensilvania y experto en polarización política.

Sean J. Westwood es profesor asociado en el Departamento de Gobierno de la Universidad de Dartmouth y director del Laboratorio de Investigación de la Polarización.

Avance

En este [artículo publicado por la revista Science](#), los autores analizan la influencia de las elecciones en la polarización de la sociedad estadounidense. La sorprendente conclusión de **Neil Fasching**, **Yphtach Lelkes**, **Shanto Iyengar** y **Sean J. Westwood** es que la tensión política ha alcanzado unas cotas tan altas que los comicios ya no logran incrementarla. Los investigadores, que hicieron 66.000 entrevistas a 4.400 personas, recuerdan que, históricamente, en los meses que rodean una cita electoral los partidarios de los distintos partidos «se atrincheran un poco más y expresan menos confianza en los miembros del partido opuesto». En las elecciones de 2022, sin embargo, no se produjo este aumento, «una indicación de que, al menos en Estados Unidos y en este momento, la animosidad siempre es alta».

Otro hallazgo de los autores es que, «contrariamente a lo esperado, los partidarios que votaron al candidato ganador no estaban menos polarizados después de las elecciones que los del bando perdedor». Sus análisis indican que «la animosidad partidista está arraigada y no es una mera respuesta a corto plazo a las campañas electorales» y que «la polarización política se ha convertido en una característica estable de la sociedad estadounidense, tanto en entornos altamente politizados como apolíticos». Por el lado positivo, esto significa que es improbable que los intentos de caldear el ambiente por parte de los candidatos y sus partidos tengan mucho efecto. «La parte negativa es que la tensión política se ha convertido en una característica tan duradera de la vida pública que ya no se enfría después de campañas políticas polémicas». Peor aún: «Las consecuencias de una polarización tan arraigada», sostiene el estudio, «podrían ser odiosas».

Artículo

Durante más de un siglo, los académicos han aceptado ampliamente que las elecciones basadas en el sufragio universal facilitan la toma de decisiones colectivas y mejoran la cohesión social. Sin embargo, investigaciones recientes en ciencias políticas ofrecen una visión menos optimista. Múltiples estudios muestran que las elecciones actúan como eventos polarizadores a corto plazo: la animosidad entre los partidos políticos se intensifica en periodo preelectoral y se diluye después de las elecciones.

En este artículo, utilizamos un conjunto de datos a gran escala, 66.000 entrevistas administradas en secciones transversales semanales a lo largo de la campaña de 2022. También evaluamos los efectos de las campañas en dos comportamientos posteriores relevantes: el apoyo a las violaciones de las normas democráticas y la defensa de la violencia política. Luego, probamos dos explicaciones alternativas que también puedan justificar los cambios en la polarización a lo largo del tiempo. En primer lugar, medimos si los cambios ocurren sobre todo entre los encuestados con mayores niveles de exposición a las campañas políticas. En segundo lugar, si después de las elecciones disminuye la polarización entre los partidarios que votaron por el partido o candidato ganadores.

A pesar del crecimiento del negacionismo electoral y la prevalencia de campañas extremadamente polarizadas y divisivas, no encontramos pruebas de que la hostilidad entre partidos, el apoyo a la violencia política y las actitudes antidemocráticas aumentaran justo antes de las elecciones estadounidenses de 2022 o que disminuyeran después. **El estado de la política estadounidense es tal que la animadversión hacia los partidos parece ser estable y estar «bloqueada».** Los ciudadanos ya no se recuperan de las campañas y las elecciones, sino que mantienen sus altos niveles de polarización afectiva —la tendencia de los simpatizantes a albergar desconfianza y aversión hacia los miembros del partido contrario— y no retroceden en su apoyo a las violaciones de las normas democráticas básicas o al uso de la violencia política (aunque los niveles generales de apoyo a la violencia política siguen siendo bajos). Demostramos que este hallazgo es duradero y no el resultado de un efecto techo: la mayoría de los votantes tienen un amplio margen para expresar su enemistad por encima de los niveles actuales.

Si bien nuestro resultado principal no concuerda con la literatura existente, nuestras conclusiones convergen en parte con trabajos previos en ciencia política sobre los efectos de las campañas electorales en la polarización. En concreto, observamos que los votantes que viven en zonas más expuestas a las campañas están sustancialmente más polarizados. Sin embargo, los efectos de la exposición a la campaña permanecen constantes a lo largo del tiempo. No varían antes, durante y

después de cada campaña.

La estabilidad a largo plazo del odio hacia los partidos y de otros indicadores de polarización emocional sugiere que la división está arraigada en la mente de los votantes y, por tanto, no es sensible a los efectos temporales. Esto implica que cualquier efecto secundario de la hostilidad política —como mantener la distancia social con los oponentes políticos y discriminar activamente a los que no son del mismo partido— también es probable que permanezca fijo a lo largo del tiempo. Aunque existen algunas pruebas de la estabilidad temporal de la polarización, los datos que presentamos aquí muestran que los indicadores estándar de enfrentamiento político permanecen estables y no muestran fluctuación alguna en el periodo anterior o posterior a las elecciones nacionales.

Por otro lado, en contra de las expectativas, no encontramos evidencia a favor de la hipótesis de la amenaza de estatus. Es decir, los partidarios del lado ganador no están menos polarizados y no tienen menos probabilidades de reducir su hostilidad hacia sus oponentes políticos después de las elecciones.

Por qué la hostilidad política debería fluctuar con las elecciones

La teoría y las pruebas actuales sugieren que, a medida que se acercan las elecciones y la campaña alcanza su cénit, aumenta la polarización emocional, que remite en los días y semanas posteriores a las elecciones. Una explicación de este patrón es el tono negativo de las campañas modernas. Los políticos suelen destacar los desacuerdos y las divisiones sociales, al tiempo que intentan «criticar y avergonzar a sus oponentes» y presentar al otro bando como corrupto, incompetente o extremista.

Otra explicación es que las campañas refuerzan la identificación de los votantes con los partidos. Además, una conclusión recurrente de la literatura sobre el efecto de las campañas en la era posterior a la televisión es que la exposición a los mensajes y actos de las campañas endurece la alineación de los votantes con sus partidos. Como se señala en un artículo, «las campañas presidenciales ejercen presiones centrípetas dentro de los partidos, aglutinando a la base e induciendo la lealtad al partido. Esto ocurrió en 2012, 2008 y en muchas elecciones anteriores. En 2016, volvió a ocurrir cuando los demócratas se unieron a Clinton y los republicanos, tardía pero claramente, se unieron a Trump».¹ Dado que la división política suele estar estrechamente asociada a otras divisiones sociales, no es de extrañar que las campañas también puedan aumentar la intolerancia étnica y religiosa y, en algunos casos, incluso fomentar actos de violencia política y terrorismo doméstico.

Debido al predominio de campañas negativas (con mensajes de los candidatos que atacan a sus oponentes), esperaríamos que la tensión entre los partidos aumentara en el período previo a las elecciones de 2022 y disminuyera después. También cabría esperar que el aumento de la animosidad antes de las elecciones aumente en los enfrentamientos más reñidos, caracterizados por mayores volúmenes de actividad de campaña, cobertura de noticias y publicidad.

La exposición a la comunicación política no es la única variable que puede explicar el ascenso y la caída de la hostilidad política antes y después de las elecciones. Una explicación alternativa, derivada de una teoría de la identidad social, se refiere a la sensación de amenaza de estatus de los simpatizantes. En períodos de incertidumbre, como en el que precede a unas elecciones reñidas, las personas tienden a identificarse de forma más estrecha con los grupos sociales, y esas identificaciones más fuertes tienen más probabilidades de traducirse en hostilidad política.

Las elecciones también suponen una amenaza para el estatus del grupo y sus intereses materiales. En condiciones de amenaza, los individuos suelen reaccionar a la defensiva, aumentando su identificación con el grupo interno o la denigración del grupo externo. Por tanto, esperamos que la animadversión aumente tanto entre demócratas como entre republicanos en el periodo anterior a las elecciones. Sin embargo, esperamos que la disminución posterior sea asimétrica. Los perdedores de las elecciones seguirán sintiéndose amenazados e inseguros después de las elecciones y su hostilidad hacia grupos externos permanecerá sin cambios o aumentará después de las elecciones, mientras que observaremos un descenso de la animadversión entre los ganadores de las elecciones.

Por qué la hostilidad política debería permanecer estable

También hay buenas razones para esperar que los efectos a corto plazo de las elecciones hayan disminuido en los últimos años, al menos en Estados Unidos, a medida que la política estadounidense se ha «calcificado». En primer lugar, **las campañas son esencialmente permanentes, lo que significa que el partidismo se ceba continuamente y la relevancia de la política rara vez disminuye.** Una vez alcanzados los niveles de saturación, los efectos psicológicos de la publicidad negativa deberían estabilizarse. Los votantes no son ciudadanos contables que tabulan el número total de mensajes de campaña de las élites a los que están expuestos antes de formarse una opinión; en su lugar, tienden a actualizar los sentimientos negativos y positivos sobre los políticos y los partidos en respuesta al flujo de mensajes de las élites, lo que, en un momento dado, empuja el efecto individual de una campaña hasta casi cero (cuando han maximizado la negatividad). Los últimos trabajos muestran que el volumen total de anuncios de campaña tiene poco efecto en las actitudes de los votantes, aunque una gran diferencia en el volumen de anuncios de campaña entre candidatos puede tener un efecto pequeño.

Las elecciones estadounidenses también se han nacionalizado en gran medida. La hostilidad política a nivel estatal e individual varía, pero esta variación da pistas sobre las tendencias nacionales. Mientras que el nivel medio de hostilidad política varía entre estados, el cambio observado a lo largo del tiempo dentro de cada estado no es significativo. Bajo esta nacionalización de las campañas políticas se solapan fenómenos que afectan directamente a los niveles de hostilidad política, como la lenta muerte de los medios impresos y la centralización de las noticias televisivas. **Los reportajes periodísticos centrados en cuestiones locales y en la toma de decisiones no políticas han sido sustituidos por un flujo constante de noticias que destacan cuestiones nacionales polarizadas.** En segundo lugar, los candidatos locales no solo vinculan ahora sus campañas a la política nacional, sino que sus mensajes también llegan a zonas geográficas mucho más allá de los límites de su circunscripción. Las campañas se anuncian ampliamente y muchos legisladores reciben la mayor parte de sus donaciones de campaña de ciudadanos que viven fuera de su estado.

En tercer lugar, hay pruebas de que el nivel de hostilidad política se mantiene bastante estable,

incluso en épocas polémicas. Por ejemplo, la polarización no aumentó durante la pandemia de covid-19 o antes y después de las elecciones presidenciales de 2016, especialmente polémicas y divisivas. Esto podría deberse a la brecha cada vez mayor entre adultos y preadultos en el nivel de hostilidad hacia otros partidos y se observa en otros ámbitos, como las actitudes hacia la inmigración. Estudios recientes han demostrado que, en los datos agrupados de 1980 a 2016, la polarización emocional no aumentó a medida que se acercaban las elecciones. En resumen, los cambios recientes en la estrategia y el desarrollo de las campañas políticas estadounidenses han aumentado su alcance. Por tanto, el sentimiento de partidismo de los votantes se activa constantemente y este efecto se extiende mucho más allá de los límites de las circunscripciones electorales individuales. El resultado es que los marcadores de polarización permanecerán relativamente estables a lo largo de la campaña.

Este artículo es una versión extractada del documento original, con autorización de la revista [Science](#). Traducción de Federico Marín Bellón.

«Translated and reprinted with permission of AAAS. Neil Fasching et al., [Persistent polarization: The unexpected durability of political animosity around US elections](#). *Sci. Adv.* 10, eadm9198(2024). DOI:10.1126/sciadv.adm9198. © The Authors, some rights reserved; exclusive licensee AAAS. Distributed under a CC BY-NC 4.0 License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)»

«This translation is not an official translation by AAAS staff, nor is it endorsed by AAAS as accurate. In crucial matters, please refer to the official English-language version originally published by AAAS.»

La imagen de cabecera es de **Andrea Crisante** para @Shutterstock y muestra los disturbios en el Capitolio.

Fecha de creación

20/09/2024

Autor

Science