



POLARIZACIÓN

PALABRA DEL AÑO 2023



Antecedentes y objetivos del estudio



“Polarización” fue la palabra elegida en el año 2023 por la Fundación del Español Urgente (FundéuRAE), promovida por la Real Academia Española y la Agencia EFE, por su notable presencia en los medios de comunicación mundial y por la evolución de su significado a lo largo del tiempo. Originalmente asociada con la física, en los últimos años ha adquirido un sentido más amplio, refiriéndose a la división de la opinión pública en extremos opuestos.

Su uso frecuente refleja la creciente tendencia a la división y confrontación en la sociedad, donde dos posiciones enfrentadas se vuelven cada vez más marcadas, describiendo situaciones de desacuerdo intenso y crispación.

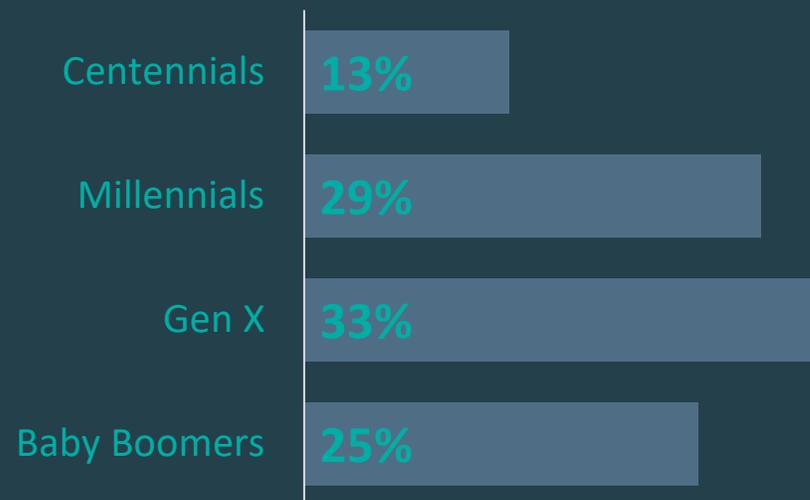
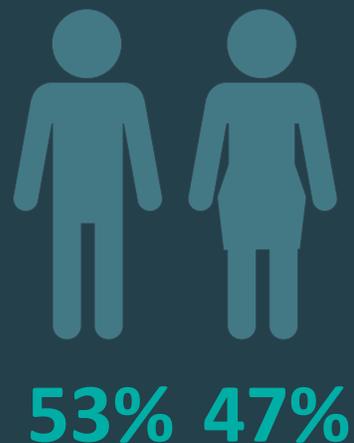
En el marco del estudio ISG del mes de agosto que nuestro equipo de investigación realizó sobre el presidente Javier Milei, que publicaremos durante la semana entrante, analizamos aquí el nivel de polarización política-afectiva que genera su figura en el electorado nacional argentino.

Como Bonus Track añadimos estudio de imágenes e intención de voto legislativo 2025.

Ficha técnica



Fecha del estudio: del 28 al 31 julio de 2024. **Universo:** 1.731 casos efectivos de personas de la República Argentina en condición de votar. **Modalidad del estudio:** Cuantitativo. Sistema CAWI. Método probabilístico. Ponderación por edad, sexo, distrito y voto presidencial 2023. **Margen error** +/- 2,4%. Nivel de confianza 95,5%. **Equipo de investigación:** Lic. Gonzalo Barbero, Lic. Claudio Fernández. Dirección: Pablo Gustavo Díaz.



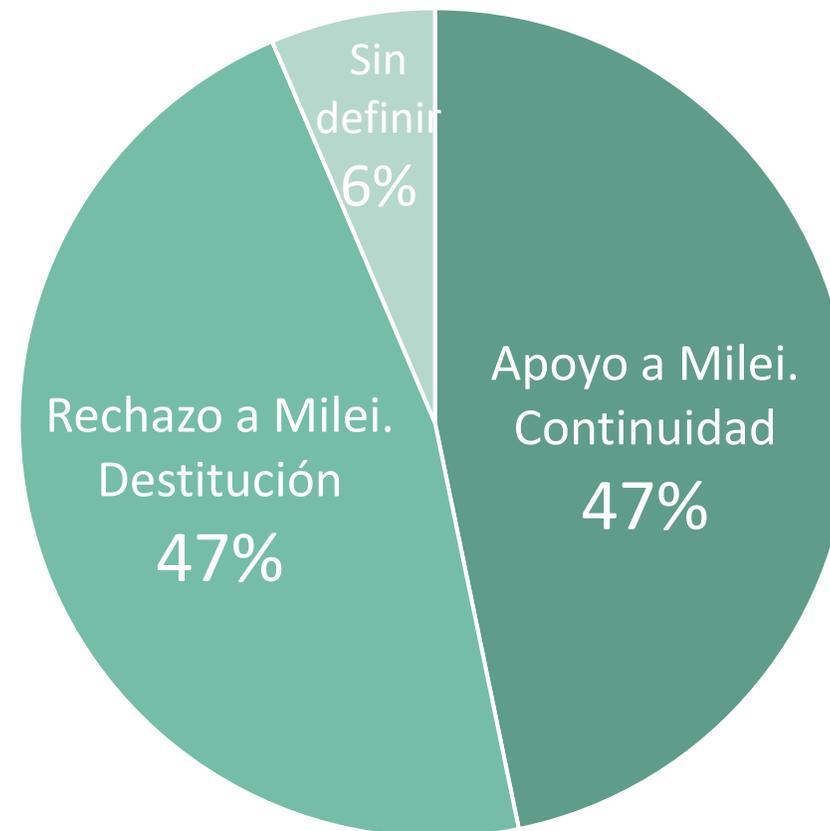
Una sociedad últra-mega-hiper polarizada



La sociedad argentina se encuentra polarizada... organizada en 2 grandes tribus:

- Los que **AMAN** a **MILEI** y desean su **CONTINUIDAD** al frente del gobierno (47%)
- Los que **ODIAN** a **MILEI** y desean su **DESTITUCION** y cambio de gobierno (47%)

Nivel de apoyo al gobierno nacional



Una sociedad últra-mega-hiper polarizada



Durante gran parte del primer semestre del año, conspicuos representantes de la oposición como Guillermo Moreno o José Albistur, han manifestado públicamente la posibilidad de derrocamiento del gobierno del presidente Milei.

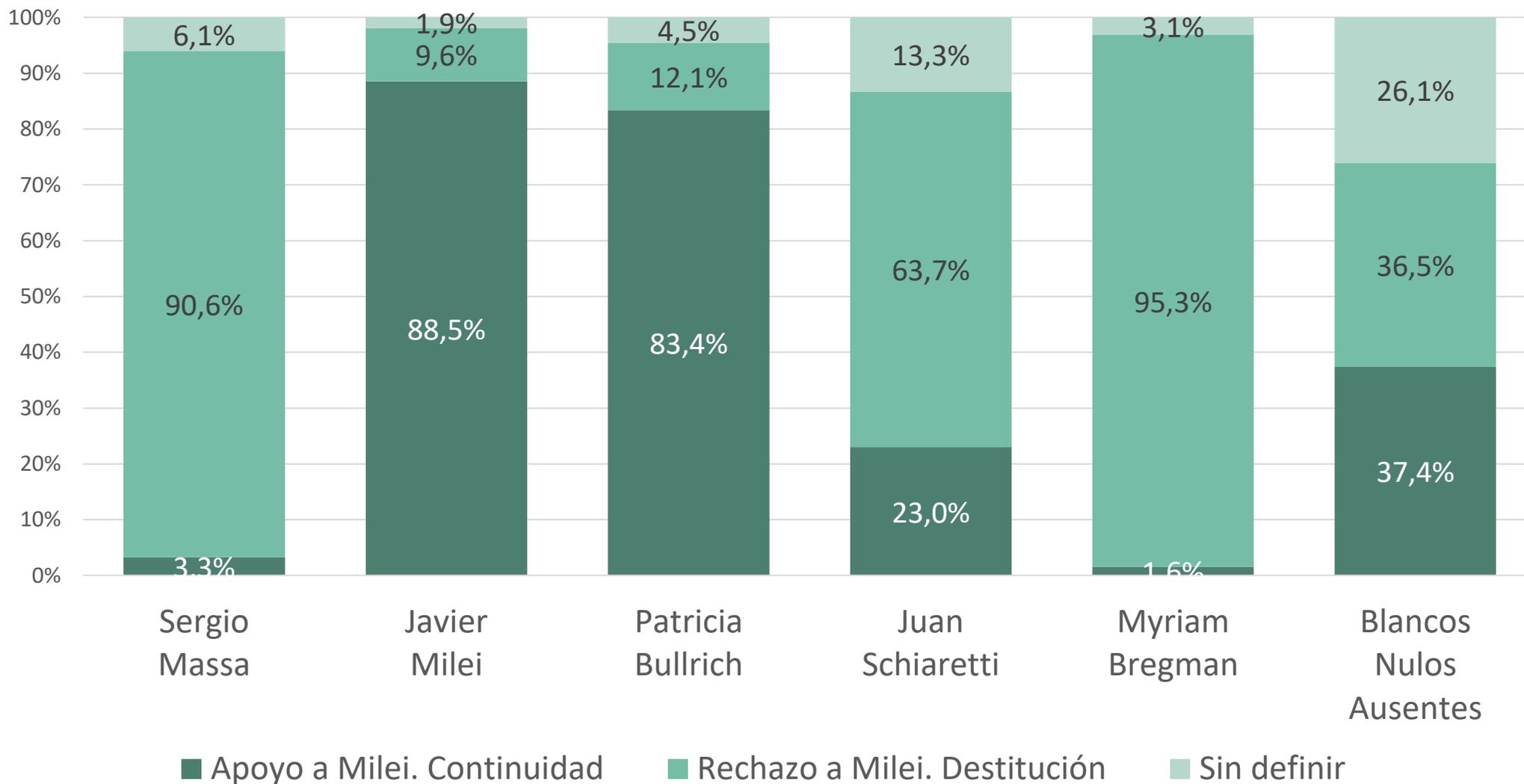
Por tal motivo, y para conocer qué tanta pregnancia consiguió en la opinión de la gente esa idea, consultamos a nuestros entrevistados: “Imaginemos que el Congreso Nacional decidiera convocar a un plebiscito para destituir al presidente Milei ¿cuál sería tu voto?”

Y las respuestas fueron:

- Por el Apoyo a Milei y continuidad del gobierno: 47%
- Por la destitución de Milei y cambio de gobierno: 47%
- No votarían, no tienen posición tomada: 6%

Marcando la fuerte y clara polarización política entre los dos polos.

Ideología de la polarización (s/ voto presidencial 2023)



Ideología de la polarización (s/ voto presidencial 2023)



Consultamos a los mismos respondientes a quién habían votado para presidente de la nación en la elección del 22 de octubre del año pasado, y cruzamos ese dato con la manifestación de apoyo o destitución anterior.

De su resultado pudimos ver que en aquellos que había votado por La Libertad Avanza a Javier Milei y por Juntos por el Cambio a Patricia Bullrich, se concentraba el mayor caudal de apoyo a la actual gestión presidencial, 88,5% y 83,4% respectivamente.

Mientras que en los que habían votado por Unión por la Patria a Sergio Massa o por el Frente de Izquierda a Myriam Bregman, se concentraba el mayor caudal de rechazo a la actual gestión presidencial, 90,6% y 95,3% respectivamente.

Entre los votantes de Juan Scharetti la posición se divide en 2 de cada 3 que votarían su destitución y 1 de cada 3 que votaría su continuidad. Mientras que en los que votaron en blanco, anularon su voto o se ausentaron de la votación, las posiciones están repartidas más equitativamente, en tercios.

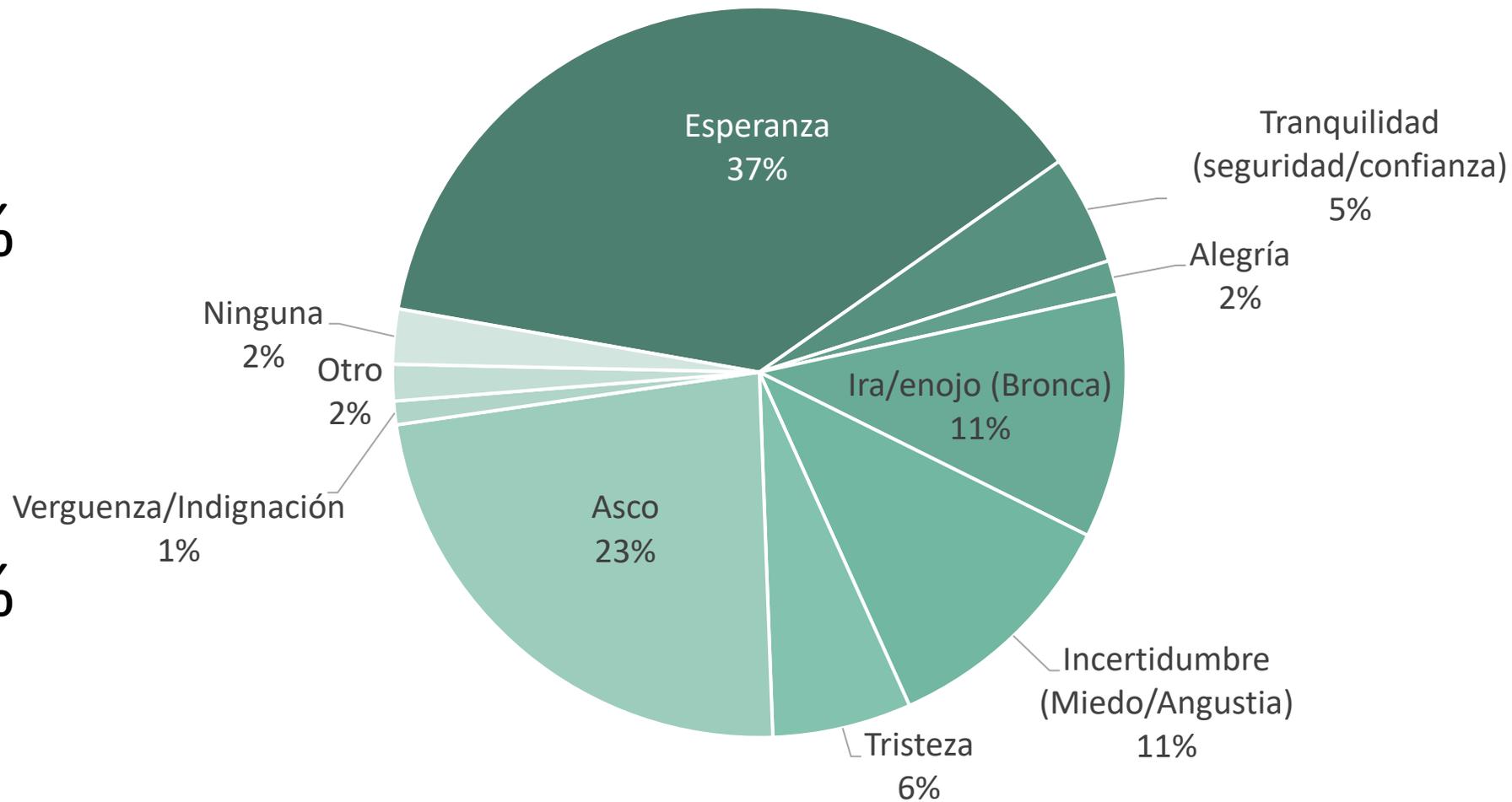
Polarización “afectiva”



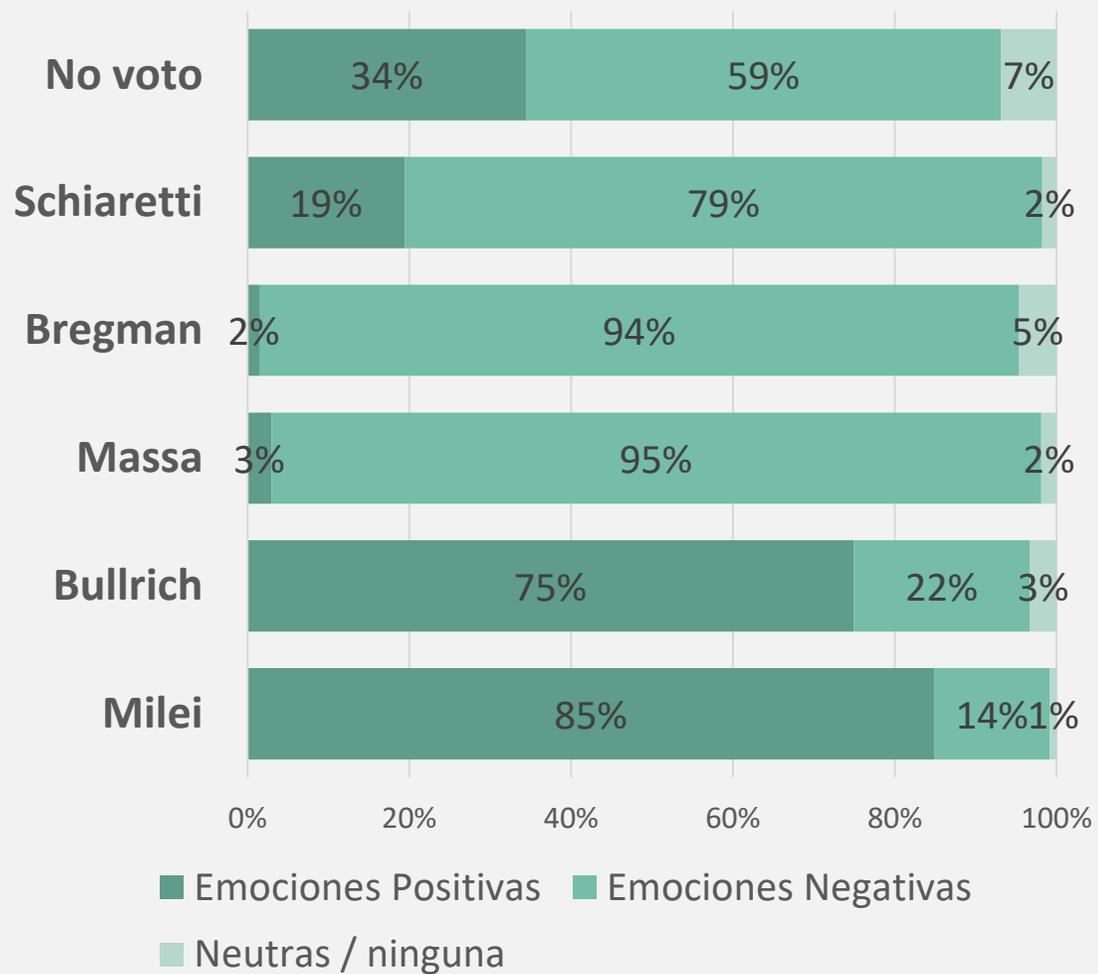
¿Qué emociones te genera el gobierno del Presidente Milei?


43,8%


54,2%



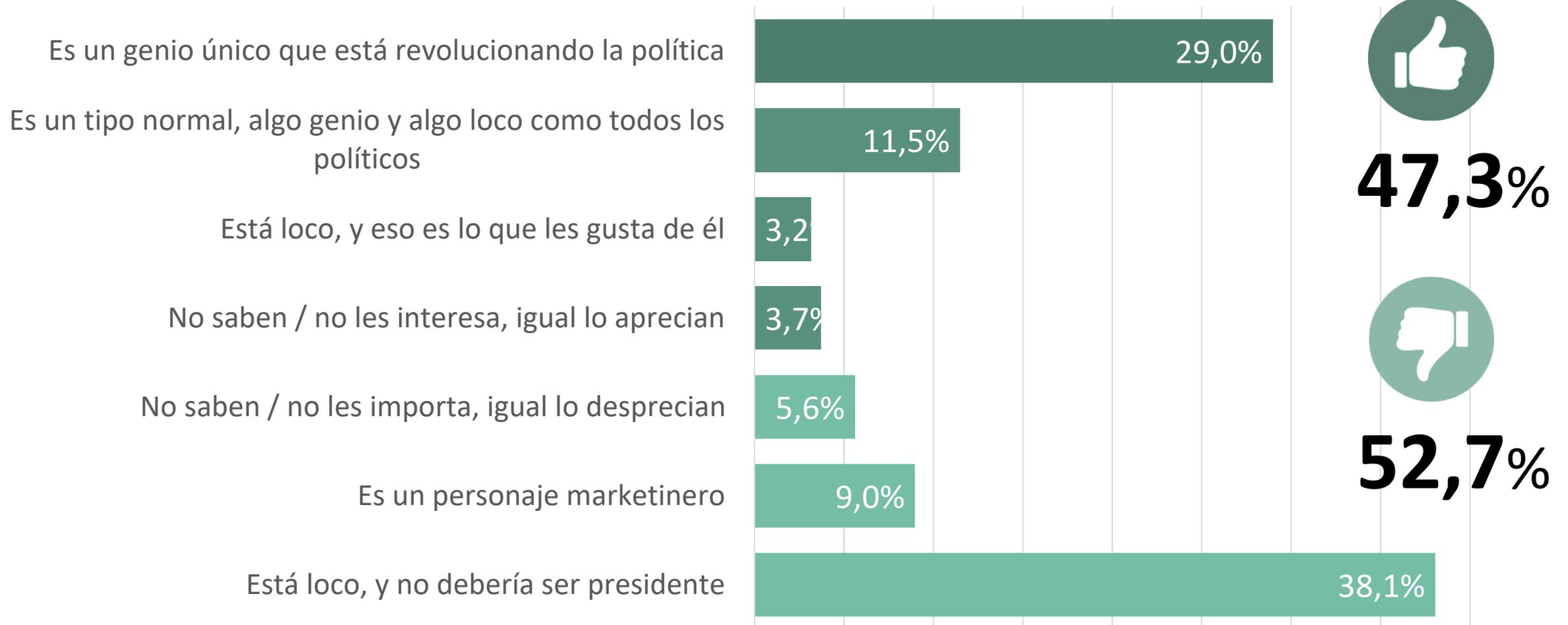
Polarización “afectiva”



A diferencia de la polarización ideológica que significaría la contraposición de ideas, la polarización afectiva es un fenómeno en el cual las personas desarrollan actitudes emocionales intensamente negativas hacia aquellos que pertenecen a grupos políticos o ideológicos opuestos, mientras que fortalecen sentimientos positivos hacia su propio grupo. Aquí el motivo no son las ideas diferentes, sino la creciente animosidad y desconfianza entre los grupos que sostengan esas ideas.

Cruzando datos de voto con manifestación de emociones, descubrimos que las emociones positivas se concentran en los votantes de Milei y Bullrich, mientras que las emociones negativas lo hacen entre los votantes de Massa y Bregman.

¿Milei está loco o es un genio?

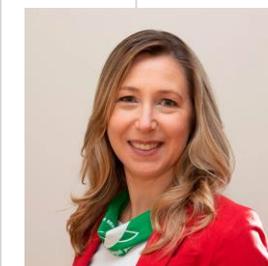
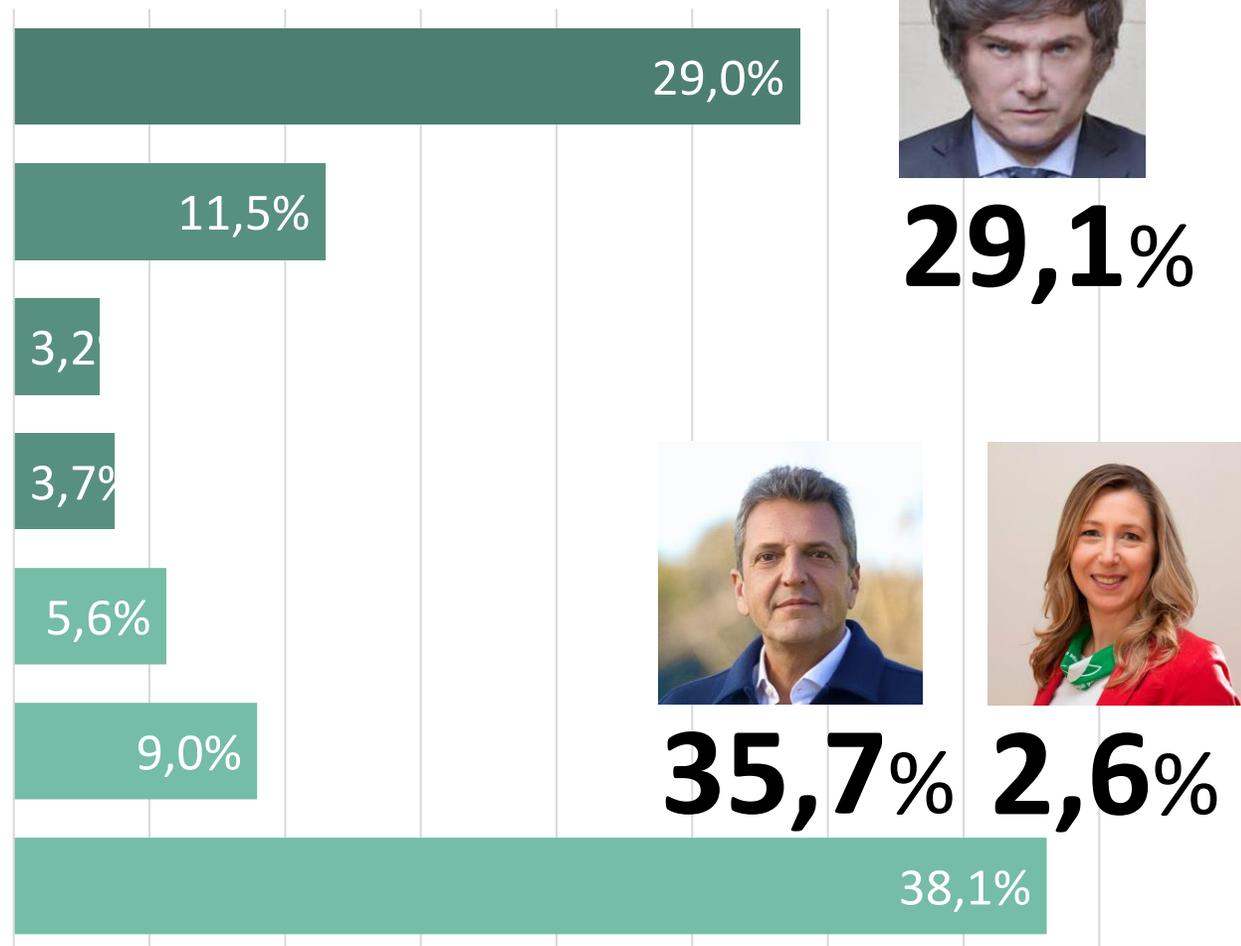


Polarización “afectiva” (s/ voto presidencial 2023)



¿Milei está loco o es un genio?

- Es un genio único que está revolucionando la política
- Es un tipo normal, algo genio y algo loco como todos los políticos
- Está loco, y eso es lo que les gusta de él
- No saben / no les interesa, igual lo aprecian
- No saben / no les importa, igual lo desprecian
- Es un personaje marketinero
- Está loco, y no debería ser presidente



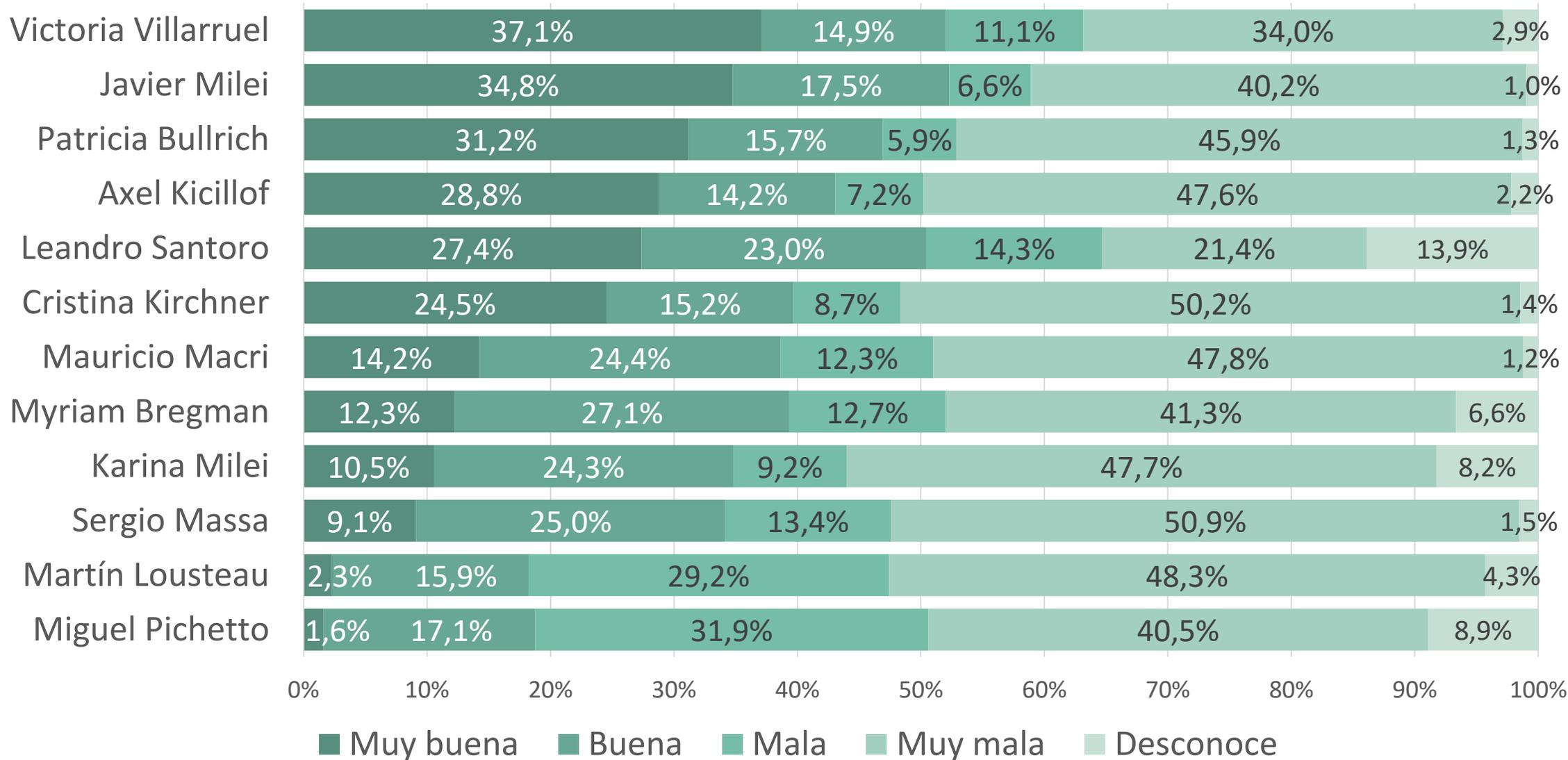
En el mundo crece la polarización afectiva y Argentina no es la excepción.

Algunos suelen atribuir a la pandemia de coronavirus la causa del incremento de la polarización afectiva, motivada por la revalorización de los discursos de ultraderecha, a los que también tildan de “antipolíticos”. Nosotros asignamos a los factores económicos, como la desigualdad, la pobreza, la falta de oportunidades y la percepción de injusticia, las principales causas de la polarización afectiva. La pandemia, igual que hizo con otros fenómenos que ya se venían gestando previamente, solo incrementó su velocidad.

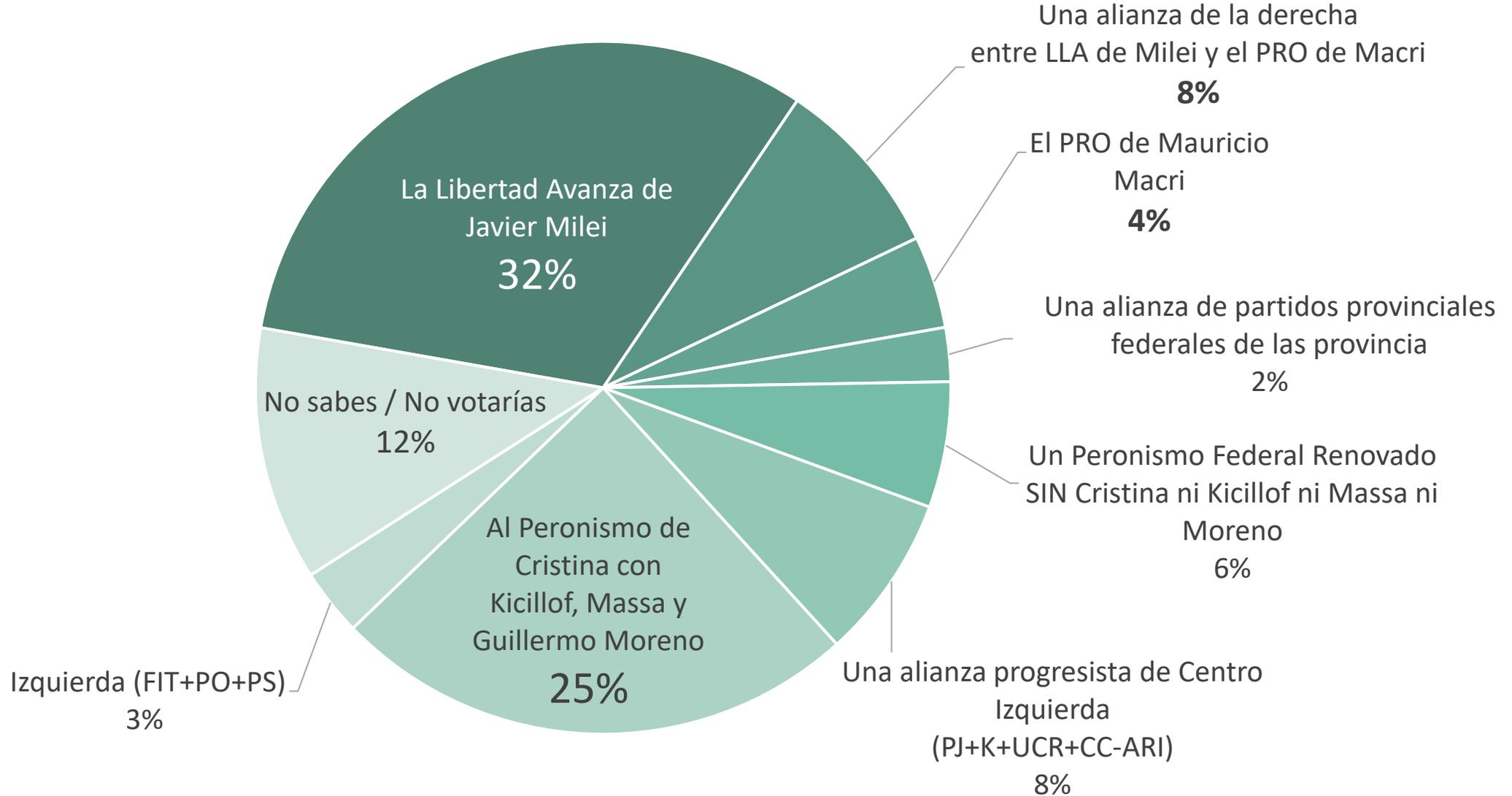
Además del aumento del antagonismo y radicalización de las posiciones, la polarización facilita la “segmentación de la información”. Debido a atajos mentales como el “sesgo de confirmación”, las personas tienden a consumir información que refuercen sus propias creencias, ignorando o rechazando las perspectivas opuestas, construyendo un fenómeno de retroalimentación entre los medios y las audiencias formando burbujas informativas.

Al estar polarizado el escenario político las ofertas electorales tenderán a ubicarse hacia los polos donde se ubican los votantes. Este escenario no se puede resolver desde “terceras posiciones” centristas sino adecuándose a él o bien construyendo una nueva emocionalidad polarizante.

Bonus Track 1: Imágenes políticas



Bonus Track 2: Intención de voto legislativo 2025





SOBRE NOSOTROS



Mercados y Estrategia es una agencia consultora que se organiza en el año 2024, como resultado de la experiencia profesional acumulada por PGD Consultores en el mercado político patagónico entre 2011 y 2023, para potenciar su *Know how* y expandir sus servicios a todo el país.

- Ayudamos a los dirigentes políticos y sus partidos a llegar al gobierno de sus distritos.
- Construimos, posicionamos e instalamos marcas políticas en el mercado electoral.
- Diseñamos y gestionamos campañas electorales.
- Analizamos mercados y estudiamos la opinión pública.
- Proveemos a gobiernos, instituciones y empresas privadas de información confiable y privilegiada para la toma de mejores decisiones.

25

**CAMPAÑAS
ELECTORALES**

270

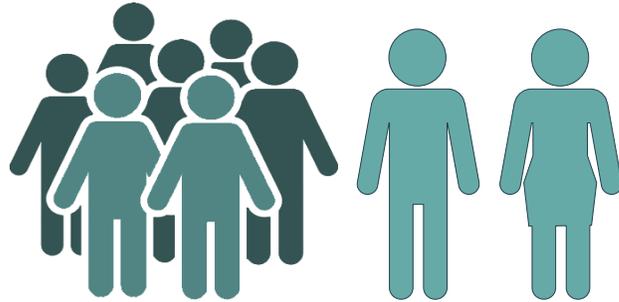
**ESTUDIOS
DE MERCADOS**

80%

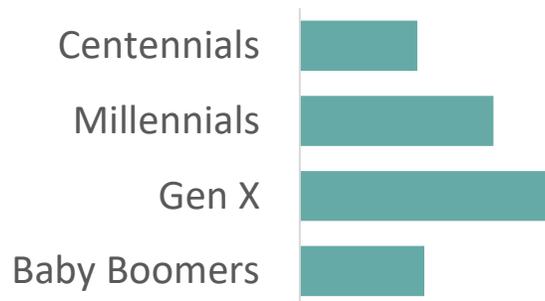
EFFECTIVIDAD



En encuestas y entrevistas a grupos focales nuestra metodología de investigación puede ser presencial o mediada por tecnologías, dependiendo de las necesidades específicas y disposición presupuestaria del cliente.



Utilizamos sistemas CAWI (*Computer Assisted Web Interviewing*) basados en plataforma online propia con formularios de autogestión, con ubicación georreferenciada y selección aleatoria de respondientes que garantizan la calidad probabilística de la muestra. También sistemas de videoconferencias y videochats.



Los resultados son presentados en formato gráfico y de texto, con análisis segmentados por edad, sexo y ubicación geográfica, con márgenes de error estadístico inferiores al 3%, para niveles de confianza del 95,5%.

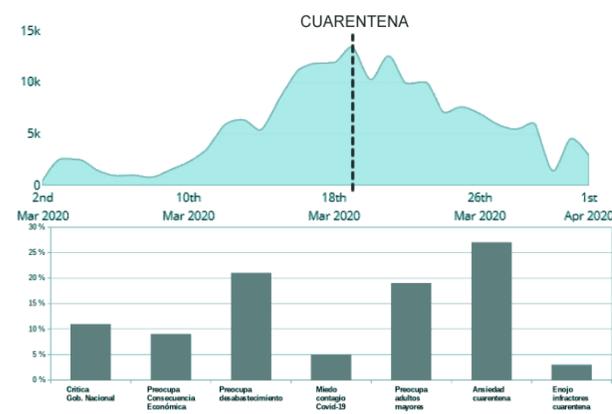
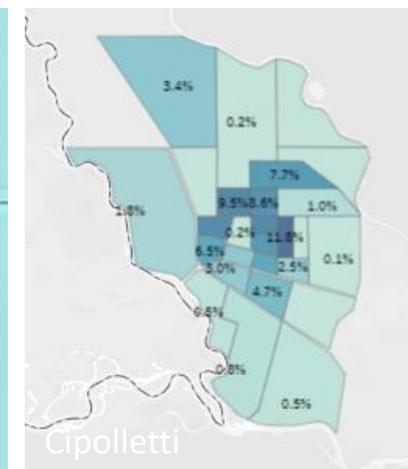
Big Data y escucha activa



El Big Data es la aplicación de tecnologías de captura, procesamiento y presentación de grandes volúmenes de información para la mejor toma de decisiones gubernamentales y empresariales.

La captura de la información puede ser a través de métodos cualitativos y cuantitativos detallados anteriormente; por diferentes técnicas de estudios de comportamientos sociales (desplazamientos, tráfico, mapas de calor, etc.); o por medio de tecnología de minería de datos o escucha activa en redes sociales, donde hacemos análisis semánticos y sentimental de los usuarios.

El objetivo es poner a disposición de dirigentes gubernamentales y corporativos información de alta calidad y confiabilidad para una mejor toma de decisiones.





2920 366554



clientes@mercadosyestrategia.com