

# Atlas de la polarización en España 2025

# Introducción

En 2017 pusimos en marcha More in Common como una iniciativa sin ánimo de lucro y no partidista con un propósito claro: comprender las dinámicas divisivas y polarizadoras que atraviesan nuestras sociedades y contribuir a reforzar los lazos que nos unen.

Desde entonces, la palabra polarización se ha convertido en un término omnipresente y en uno de los prismas principales a través de los cuales se interpreta la realidad social y política en España. Hoy es difícil pasar un día sin que aparezca mencionada en los medios de comunicación, en análisis políticos o en conversaciones cotidianas. Su centralidad es tal que en 2023 la FundéuRAE la eligió como palabra del año, y en 2024 hizo lo propio el diccionario Merriam-Webster.

En este contexto, hemos decidido desarrollar este Atlas de la Polarización, un proyecto que aspira a convertirse en un referente anual para medir y comprender la evolución de la división social en España. Hasta ahora, la mayor parte de nuestros estudios se había centrado en analizar las brechas y los consensos en torno a cuestiones como el cambio climático o la inmigración. Sin embargo, todavía no habíamos

realizado un estudio integral sobre la polarización: cómo la percibimos, cómo la experimentamos y cómo influye en nuestras relaciones y en la salud de nuestra democracia.

Con esta primera edición de nuestro atlas queremos ayudar a clarificar qué entendemos realmente por polarización y ofrecer un diagnóstico riguroso de sus distintas dimensiones. No se trata solo de constatar que existen ideas diferentes —algo natural y necesario en cualquier sociedad democrática—, sino de comprender cómo esas diferencias pueden convertirse en distancias, desconfianza, rechazo o desencanto político.

Nuestro deseo es que este trabajo sea una herramienta útil y accesible para todas las personas e instituciones que trabajan para fortalecer la cohesión social desde la convicción profunda de que tenemos mucho más en común que aquello que nos separa.

Luis Aguado  
Director de More in Common España  
(Diciembre de 2025)

## Ficha técnica y metodológica

Para la elaboración del Atlas de la Polarización se ha empleado una encuesta, cuya ficha técnica resumimos a continuación:

- **Universo y muestra:** 2508 entrevistados españoles mayores de edad con derecho a voto
- **Fecha de realización:** 31 de Octubre - 9 de Noviembre 2025
- **Metodología:** encuesta online (CAWI) con cuotas representativas por CCAA, edad y género (entrecruzadas), tamaño del municipio e ingresos mensuales netos por hogar. El margen de error para un intervalo de confianza del 95% es de +/- 1,97%.
- **Ponderación:** los datos se han ponderado utilizando las cuotas de diseño (género x edad, Comunidad Autónoma, tamaño del municipio e ingresos mensuales netos del hogar) mediante un procedimiento de ajuste iterativo proporcional (raking) para garantizar la representatividad de la muestra respecto a la población.

Los resultados se muestran por intención de voto. En ocasiones los datos en los gráficos pueden no sumar 100% debido al redondeo.



**Haz click aquí para descargar los microdatos y el cuestionario de la encuesta**

# En este estudio analizamos diferentes formas de polarización y sus consecuencias

1

## Polarización percibida

Se refiere a la percepción que tienen las personas sobre cómo de dividida o cohesionada está la sociedad, independientemente de que esa división sea real o no. En nuestro caso, también hemos preguntado por los orígenes o causas de dicha división.

2

## Polarización ideológica

La polarización ideológica es el grado de distancia o separación entre las posiciones políticas o ideológicas de los ciudadanos, partidos o grupos sociales. Para este estudio, nos hemos centrado en comprender las diferencias ideológicas existentes entre la ciudadanía.

3

## Polarización afectivo-social

Consiste en el aumento de las emociones negativas y la hostilidad hacia los votantes o simpatizantes de partidos políticos opuestos, junto con el aumento de las emociones positivas hacia los del propio partido. Así, la identidad política se vuelve también un factor de división interpersonal y comunitaria.

4

## Polarización sistémica

Hemos acuñado este término para referirnos al conjunto de efectos o consecuencias que la polarización ejerce sobre el funcionamiento del sistema político y democrático: sobre la gobernabilidad, la capacidad y el deseo de pacto, la cooperación institucional y la confianza en las instituciones, etc.

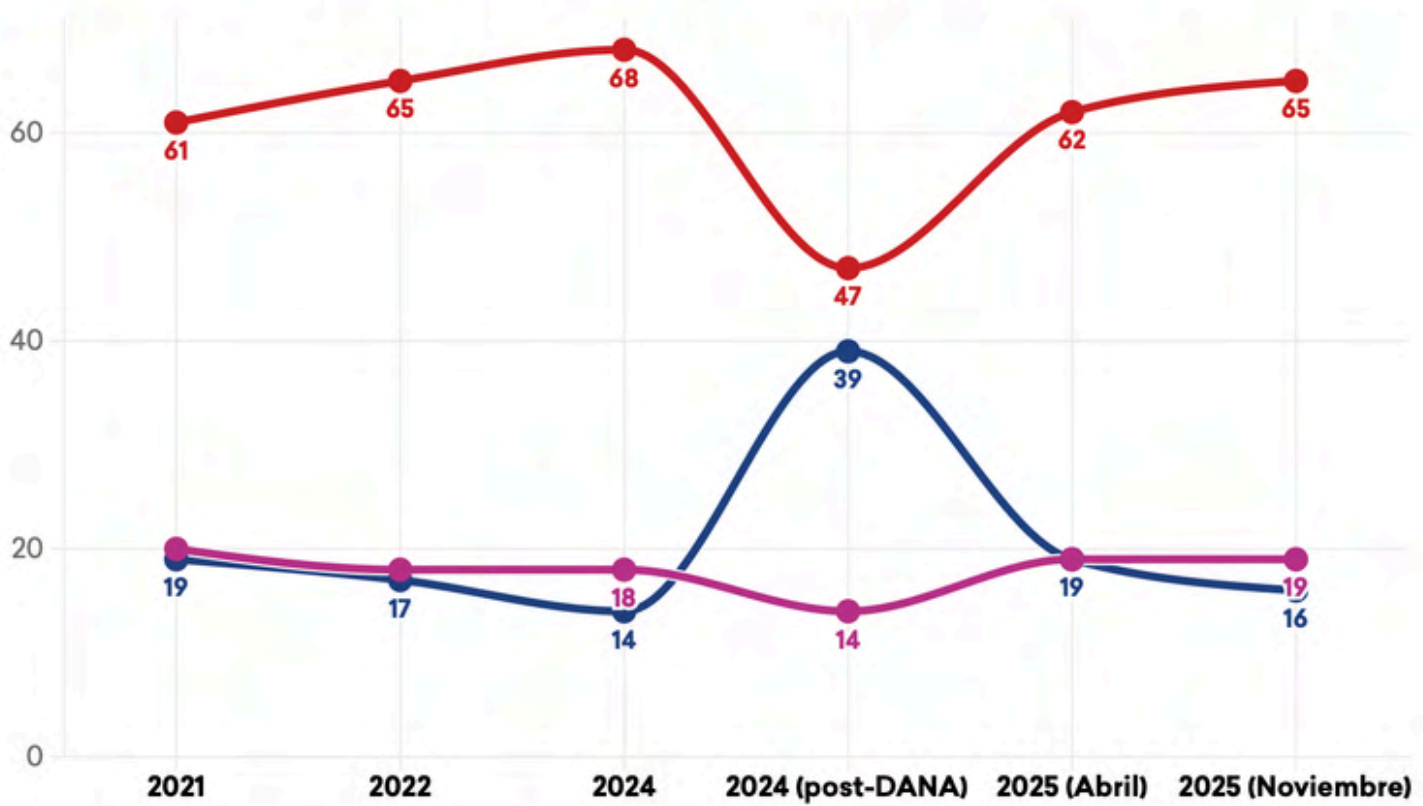
# 1. Polarización percibida

Se refiere a la percepción que tienen las personas sobre cómo de dividida o cohesionada está la sociedad, independientemente de que esa división sea real o no

# La percepción de división social está muy extendida entre los españoles

¿En qué medida cree que España está unida o dividida a día de hoy?

● Unida (Muy unida + Algo unida) ● Ni unida ni dividida ● Dividida (Muy dividida + Algo dividida)



Pregunta tracking realizada en distintas encuestas en 2021, 2022, 2024 y 2025. Resultados mostrados en % para el total de la población.

A lo largo de la presentación, se pueden ver los resultados de las preguntas por distintas variables haciendo click en este símbolo

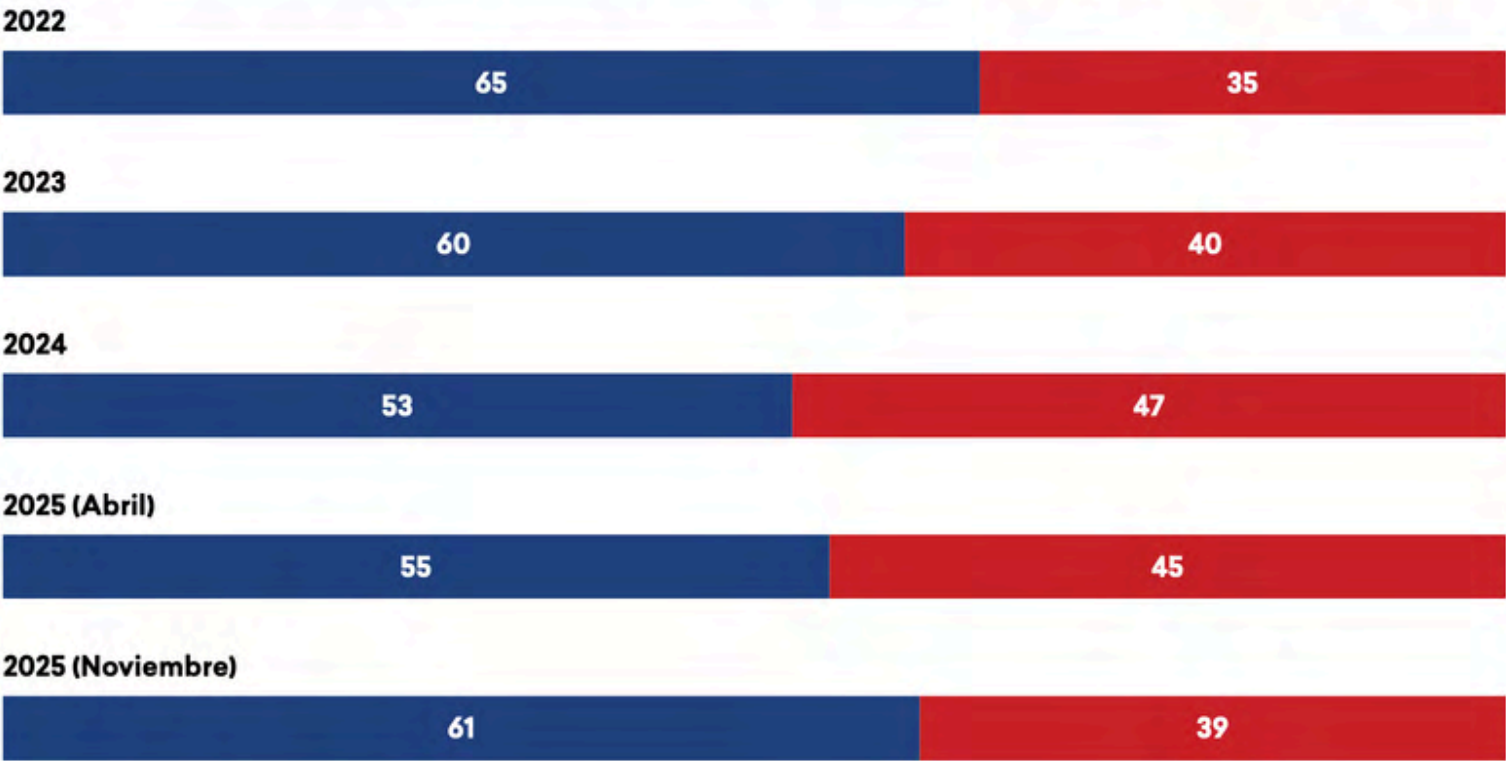
Tal y como se puede comprobar en el gráfico, la sensación de división ha crecido en los últimos años con respecto a 2021. El único descenso notable ocurrió en 2024, inmediatamente después de la DANA que afectó a la Comunidad Valenciana y otras regiones de España, cuando la sensación de unidad creció notablemente entre la sociedad, reflejando un momento de cohesión social tras la catástrofe.

Las mujeres, los jóvenes y los votantes del PSOE son los grupos que perciben a España como un país unido en mayor medida que otros segmentos de la población. Por intención de voto, los simpatizantes de Vox son los más pesimistas.

# Una mayoría de españoles todavía piensa que las diferencias son superables

## ¿Con qué afirmación está más de acuerdo?

- Las diferencias entre la población española no son tan grandes como para que no podamos unirnos
- Las diferencias entre la población española son demasiado grandes como para que nos unamos



A pesar de la sensación de división, no se ha alcanzado el punto de ruptura: la mayoría de la población sigue creyendo que las diferencias entre los españoles no son tan grandes como para impedir que nos unamos, aunque ese consenso ha fluctuado en los últimos años. Tras un mínimo en 2024, cuando casi la mitad afirmaba que las divisiones eran demasiado grandes, la percepción más optimista ha vuelto a crecer en 2025. En conjunto, el clima social oscila, pero predomina de forma consistente la idea de que la convivencia y el acuerdo siguen siendo posibles.

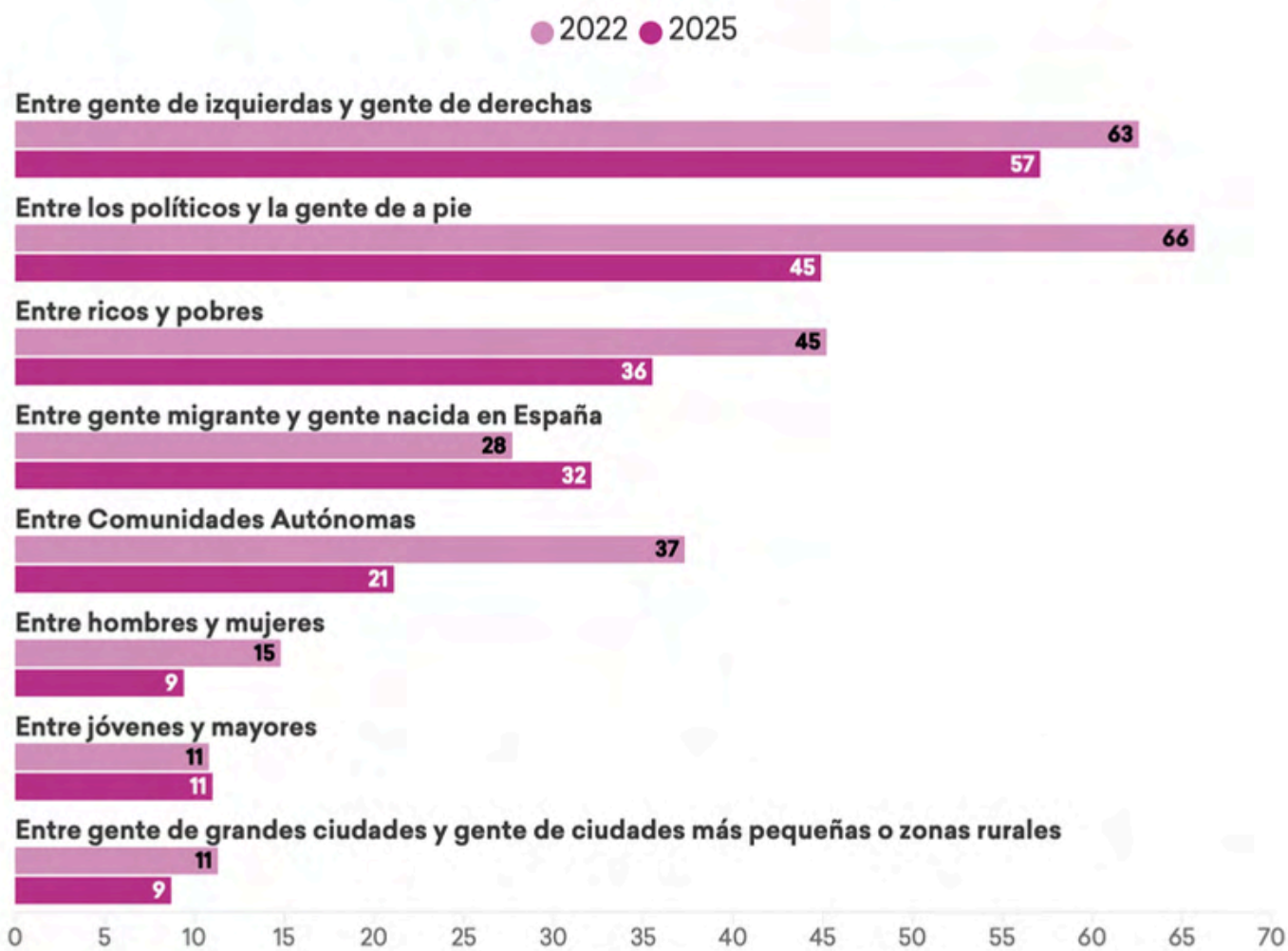
En este caso, los ciudadanos de más edad son más optimistas, y los votantes de los partidos situados en los extremos (Podemos y Vox) más pesimistas.

Pregunta tracking realizada en distintas encuestas en 2022, 2023, 2024 y 2025.  
Resultados mostrados en % para el total de la población.



# El eje izquierda-derecha es la principal fuente de división percibida

¿Cuál o cuáles cree que son las divisiones más importantes que existen en España actualmente?



Resultados mostrados en % para el total de la población. Para responder a esta pregunta, los encuestados podían elegir un máximo de tres opciones, de ahí que el cómputo total de las respuestas sea superior al 100%

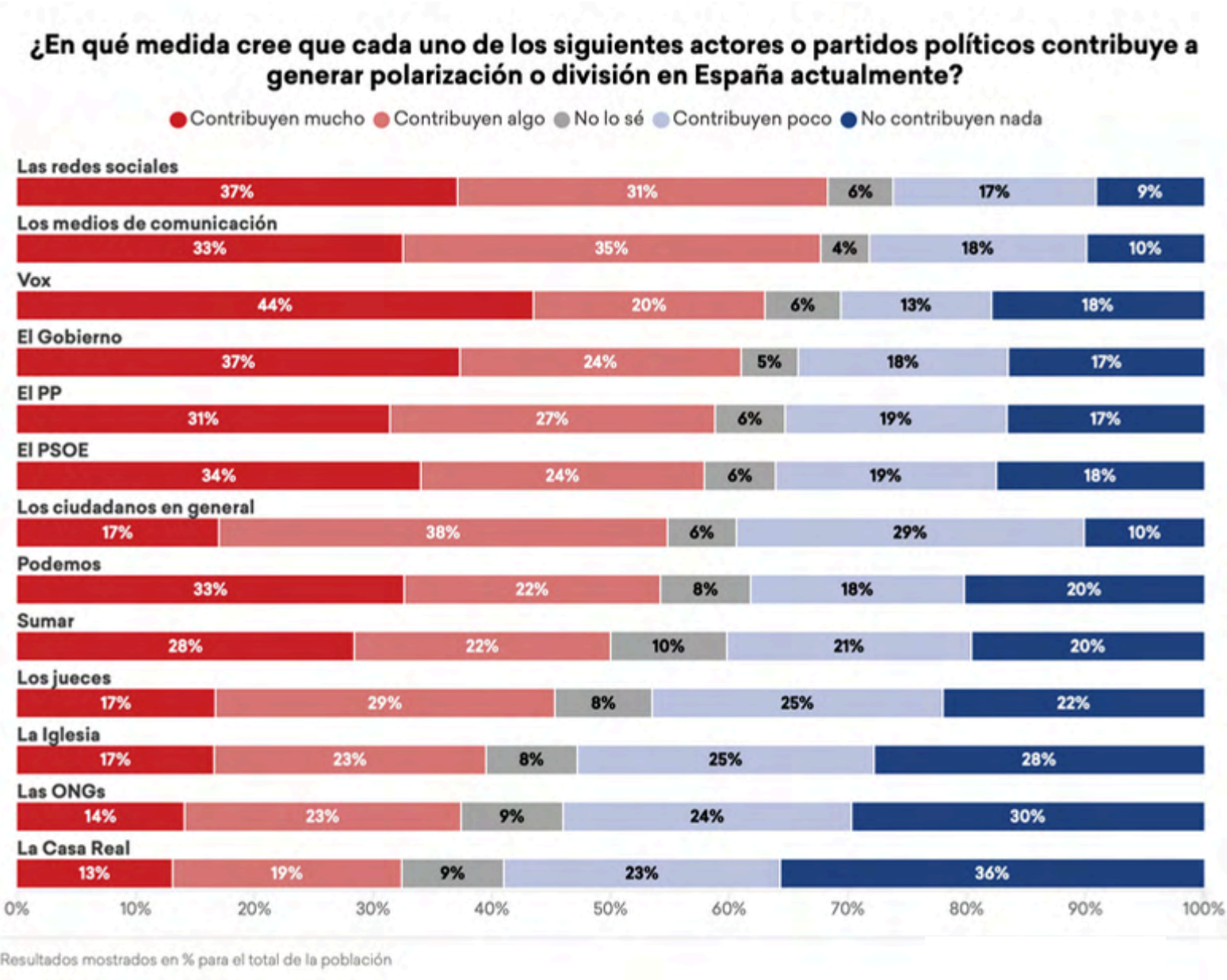


Las principales divisiones percibidas por los españoles siguen siendo las de carácter ideológico y las que separan a la clase política de la ciudadanía, aunque ambas se han reducido ligeramente respecto a 2022. También ha disminuido de forma notable la sensación de distancia entre Comunidades Autónomas, mientras que ha ganado peso la percepción de fractura entre las personas migrantes y las nacidas en España.

Los jóvenes identifican con especial intensidad la brecha generacional, mientras que las personas mayores subrayan sobre todo la distancia entre los políticos y la gente común.

Asimismo, se observan diferencias claras según la intención de voto: quienes se sitúan a la izquierda perciben de manera más marcada la división entre ricos y pobres, mientras que los votantes de derechas destacan con mayor fuerza las tensiones entre españoles e inmigrantes, así como la separación entre la ciudadanía y sus representantes. Aun así, para ambos bloques la fractura dominante en el mapa social continúa siendo la que enfrenta a personas de izquierdas y personas de derechas.

# Las redes sociales y los medios de comunicación, principales responsables de la polarización a ojos de la sociedad



A ojos de la ciudadanía, las redes sociales, los medios de comunicación y el partido Vox son los actores que más alimentan la polarización en España. Tras ellos se sitúan el Gobierno y los dos grandes partidos tradicionales, PP y PSOE, que también son señalados por amplios sectores como parte relevante del problema.

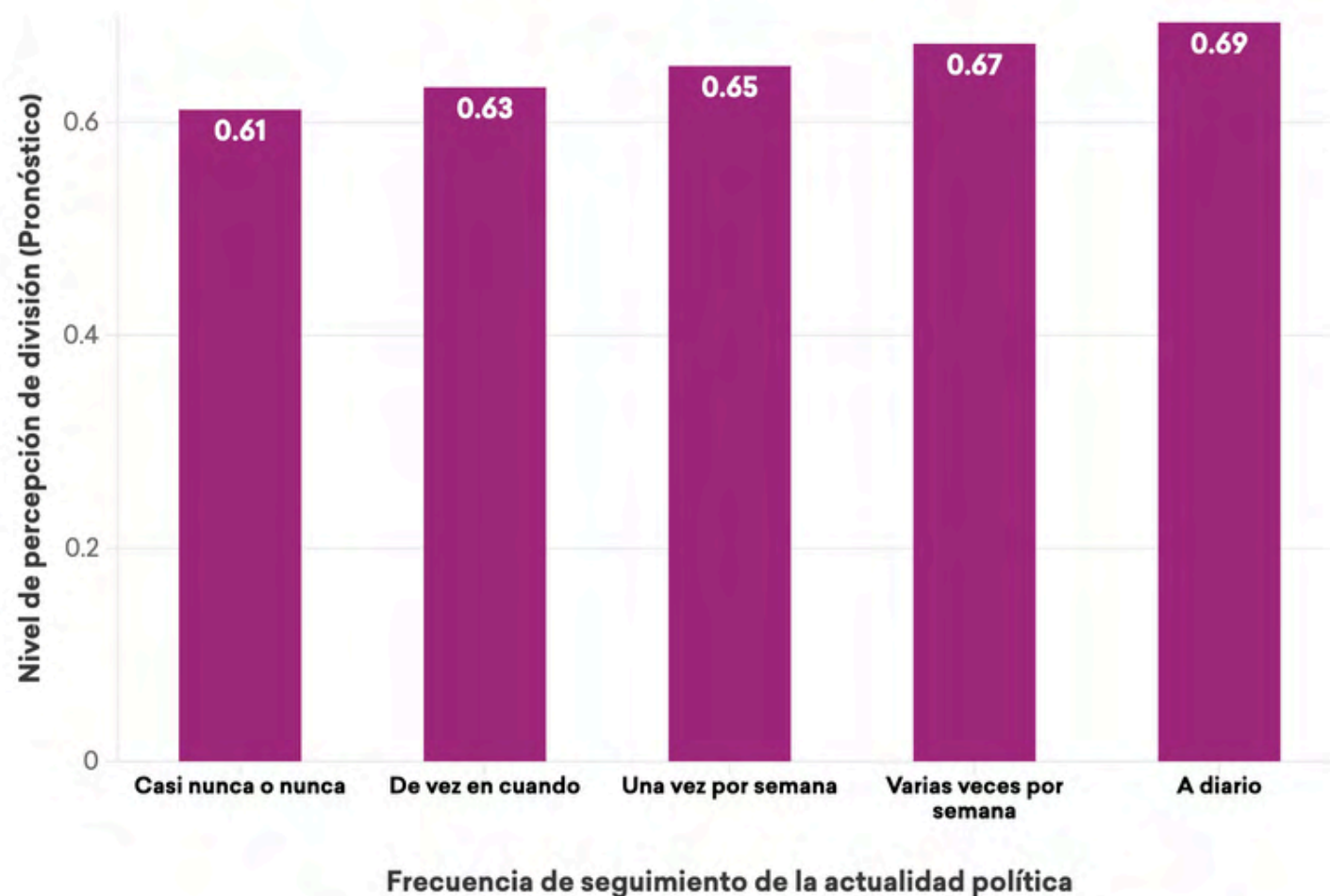
En cambio, instituciones como la Iglesia, las ONG, la judicatura o la Casa Real son percibidas como agentes que generan mucha menos división. En conjunto, el patrón es claro: la población atribuye la polarización principalmente al sistema político y al ecosistema informativo, más que a instituciones sociales o cívicas.

Ahora bien, las percepciones varían significativamente según quién responda. Los votantes de izquierdas consideran que los partidos de derechas contribuyen más a la polarización, y viceversa. Aun así, un porcentaje considerable de votantes de todas las formaciones reconoce que su propio partido tiene parte de responsabilidad en este fenómeno.



# Quienes más siguen la actualidad política perciben a España como un país más dividido

La relación entre el seguimiento de la actualidad política y la percepción de polarización

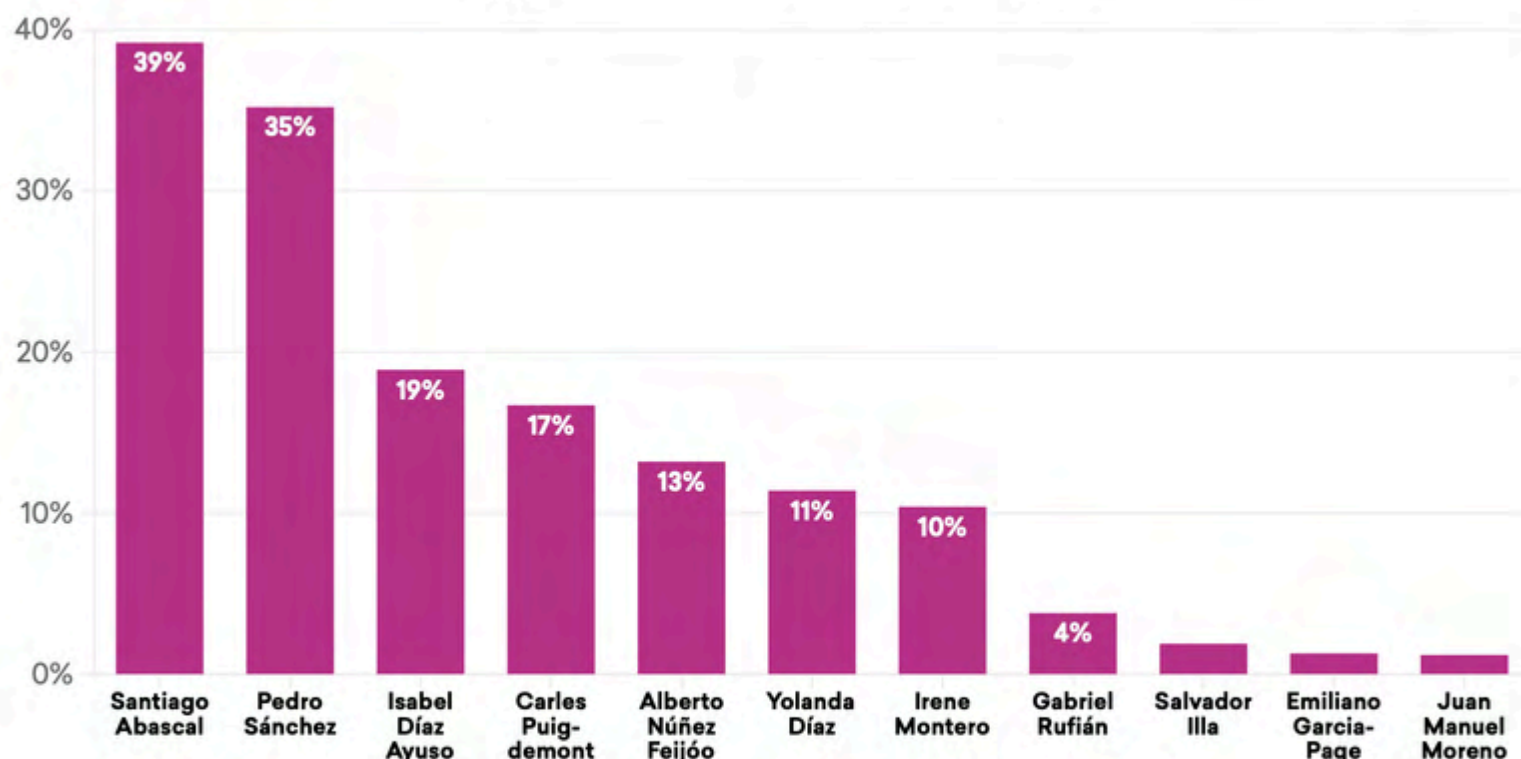


Como veíamos en la diapositiva anterior, los ciudadanos señalan a los medios de comunicación como uno de los principales responsables de la polarización en España. Los datos muestran que, precisamente, hay una relación entre seguir la actualidad política y percibir una mayor sensación de división social.

Estimaciones procedentes de una regresión lineal donde la variable dependiente es la percepción de la polarización y la principal variable explicativa es la frecuencia de seguir las noticias políticas. El modelo controla por ideología, edad, género, nivel educativo, ingresos del hogar, polarización afectiva, interés político, religión y región, utilizando los pesos muestrales.

# Santiago Abascal y Pedro Sánchez, los líderes que más polarizan, seguidos de Isabel Díaz Ayuso y Carles Puigdemont

¿Qué líder o líderes políticos cree que contribuyen en mayor medida a la polarización actualmente?

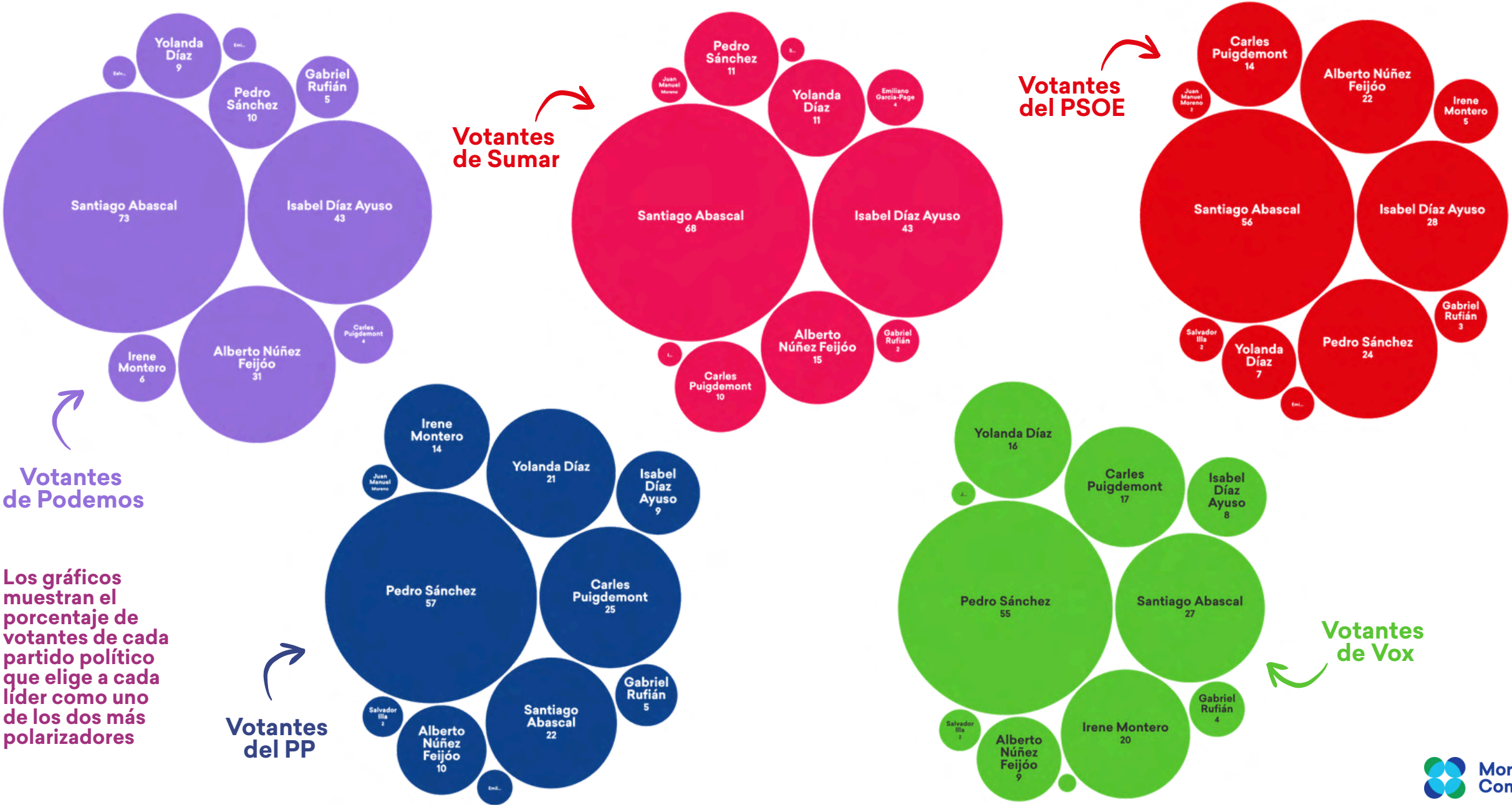


La ciudadanía identifica con claridad a Santiago Abascal y Pedro Sánchez como los dos líderes políticos que más contribuyen a la polarización en España, muy por encima del resto. Les siguen, a cierta distancia, Isabel Díaz Ayuso, Carles Puigdemont y Alberto Núñez Feijóo.

De nuevo, las percepciones están fuertemente atravesada por la ideología. Tal y como puede comprobarse en la siguiente diapositiva, los votantes de izquierdas señalan sobre todo a los líderes políticos de la derecha como responsables de la polarización, mientras que los de derechas apuntan principalmente a los líderes de la izquierda.

En esta pregunta se ofrecía a los encuestados una preselección de 12 líderes políticos, de los cuales podían escoger hasta dos nombres. La lista incluía a Carlos Mazón, cuyo nombre ha sido retirado, y que fue seleccionado por un 2.7% de los encuestados. Para elegir los líderes mostrados en el listado se emplearon herramientas como Google Trends para medir su popularidad (por ejemplo, se optó por incluir a Irene Montero en lugar de a Ione Belarra porque las búsquedas para la primera son superiores). No se incluyen los datos para las opciones "Ninguno" ni "No lo sé".

# Votantes de izquierdas y de derechas tienen opiniones diferentes sobre quién polariza en mayor medida

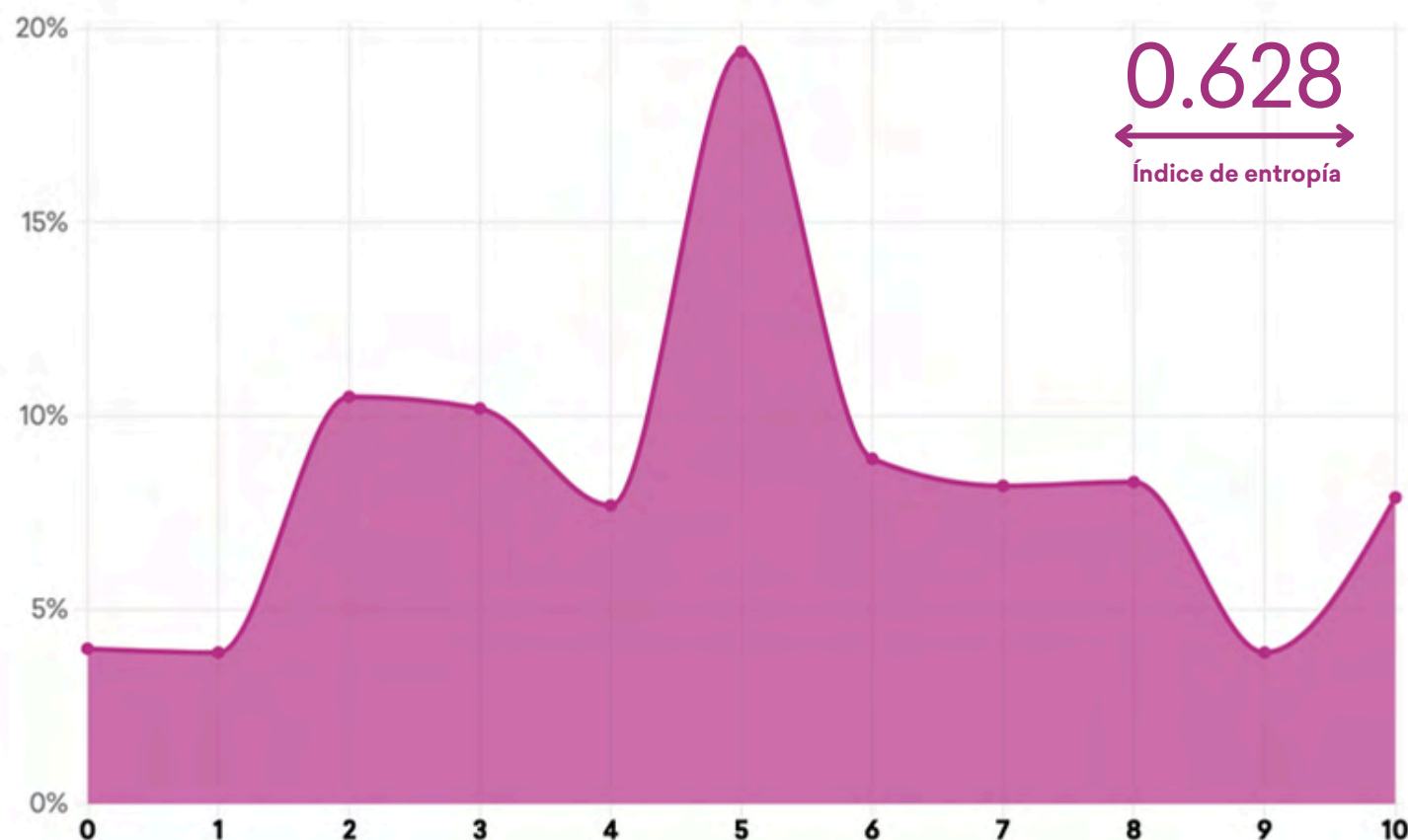


## 2. Polarización ideológica

La polarización ideológica es el grado de distancia o separación entre las posiciones políticas o ideológicas de los ciudadanos, partidos o grupos sociales

# España, más polarizada ideológicamente que otras grandes democracias europeas

Distribución ideológica de la población en España de extrema izquierda (0) a extrema derecha (10)



En esta pregunta se pide a los entrevistados que se ubiquen numéricamente a sí mismos a lo largo de la escala 0-10

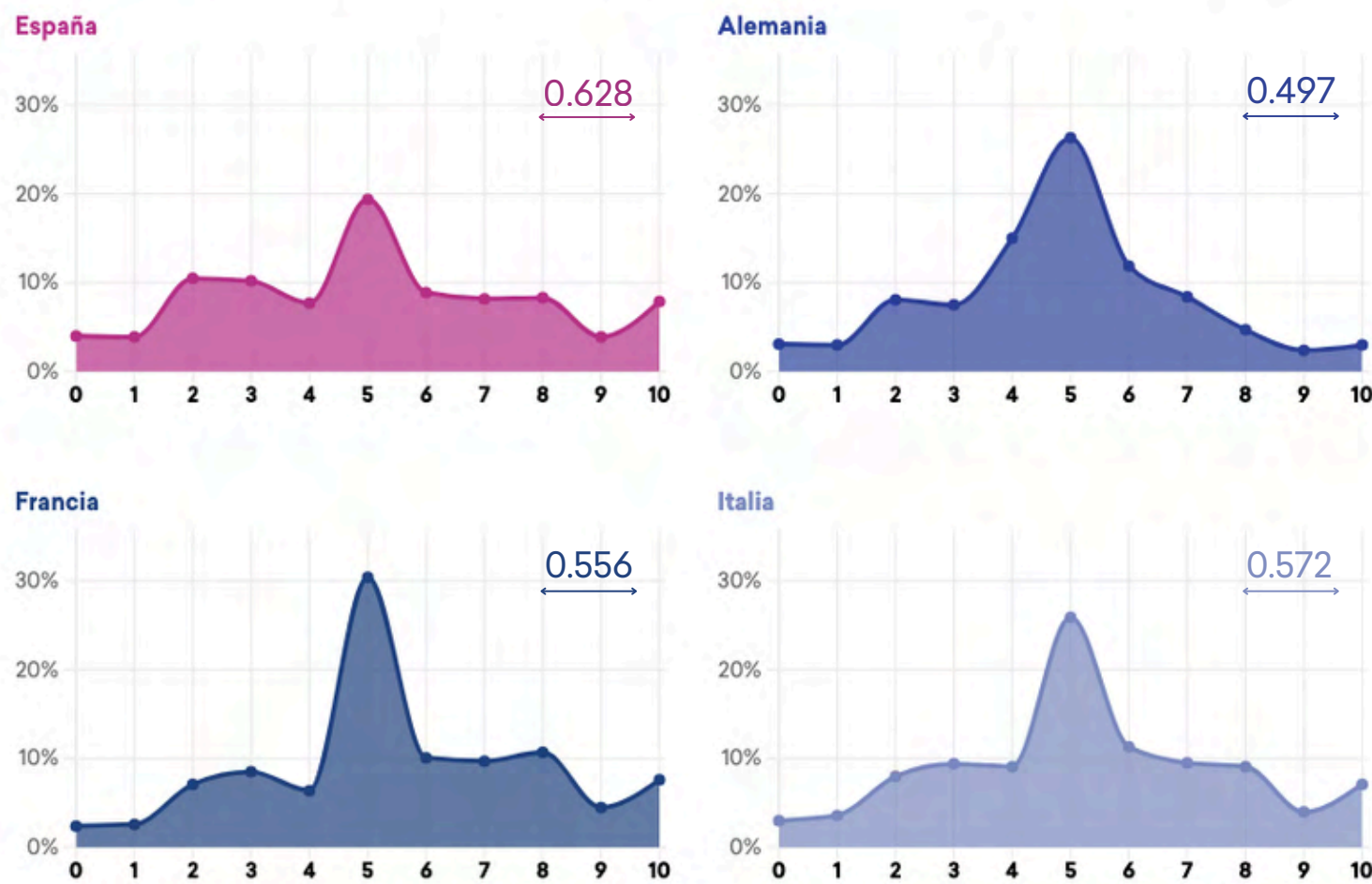
Para medir el grado de división de la sociedad española en relación con la autoubicación ideológica, hemos empleado el conocido como índice de entropía, que va del 0 al 1. Este índice funciona como una especie de termómetro de la división: cuando la mayoría de las personas piensan de forma parecida (por ejemplo, se concentran en el centro de una escala ideológica), el índice muestra baja entropía, lo que significa que hay acuerdo o estabilidad. En cambio, cuando las opiniones se dispersan mucho y aparecen grupos con posturas opuestas —por ejemplo, unos en los extremos a la izquierda y otros a la derecha—, la entropía aumenta y hay, por lo tanto, más polarización.

En el caso de la sociedad española, el índice es de 0.628, más elevado que en otros países de nuestro entorno, como puede comprobarse en la diapositiva siguiente.



# El índice de entropía en la escala de autoubicación ideológica es más alto en España que en Alemania, Francia o Italia

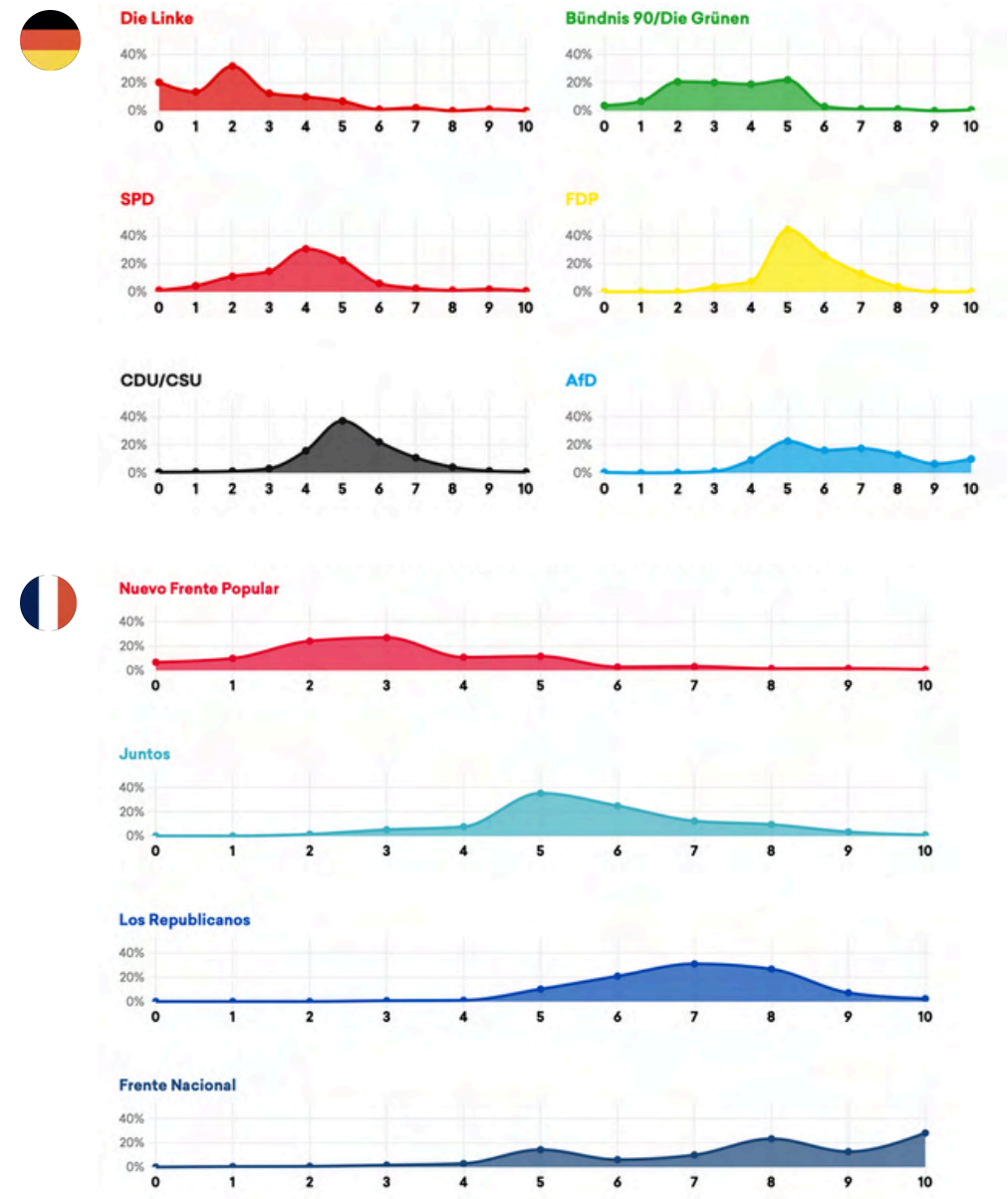
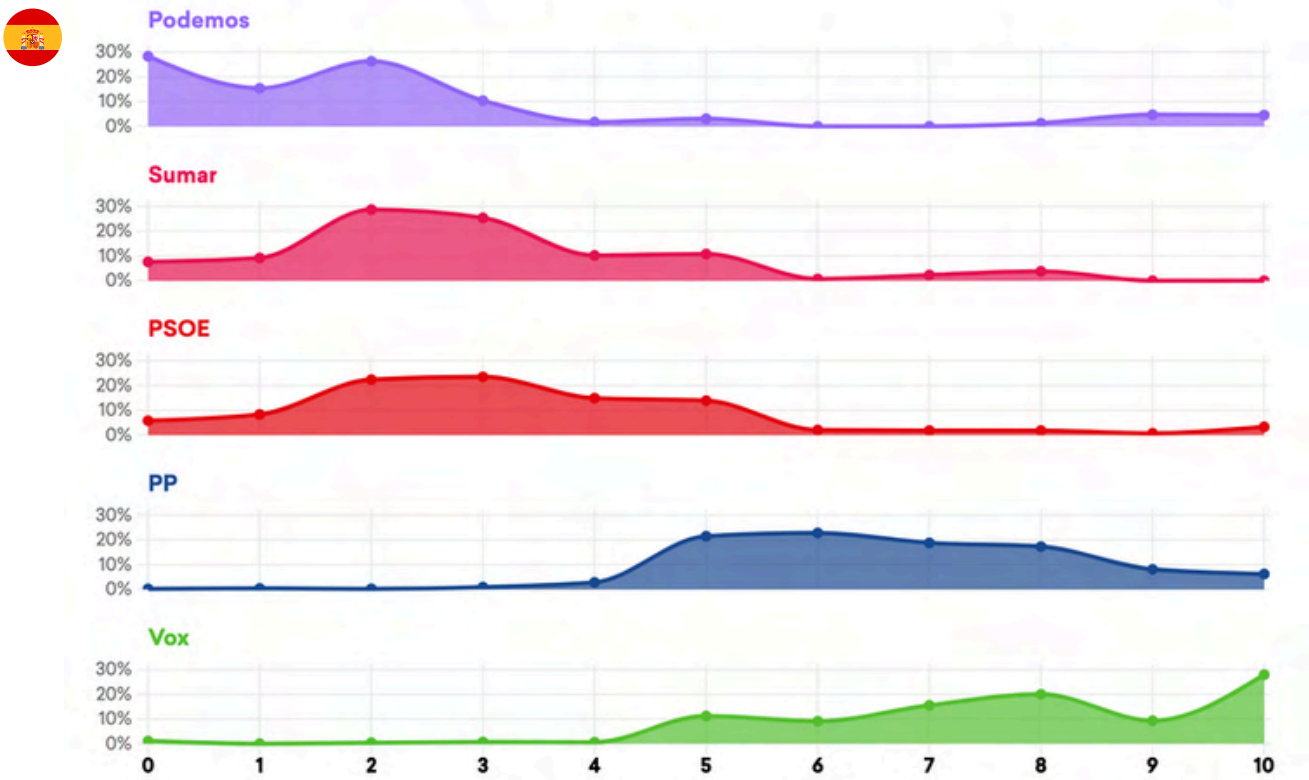
Distribución ideológica de la población en España y otros países europeos, de extrema izquierda (0) a extrema derecha (10)



Los gráficos para Alemania, Francia e Italia se han realizado a partir de los datos obtenidos en encuestas realizadas en dichos países en marzo y abril de 2025

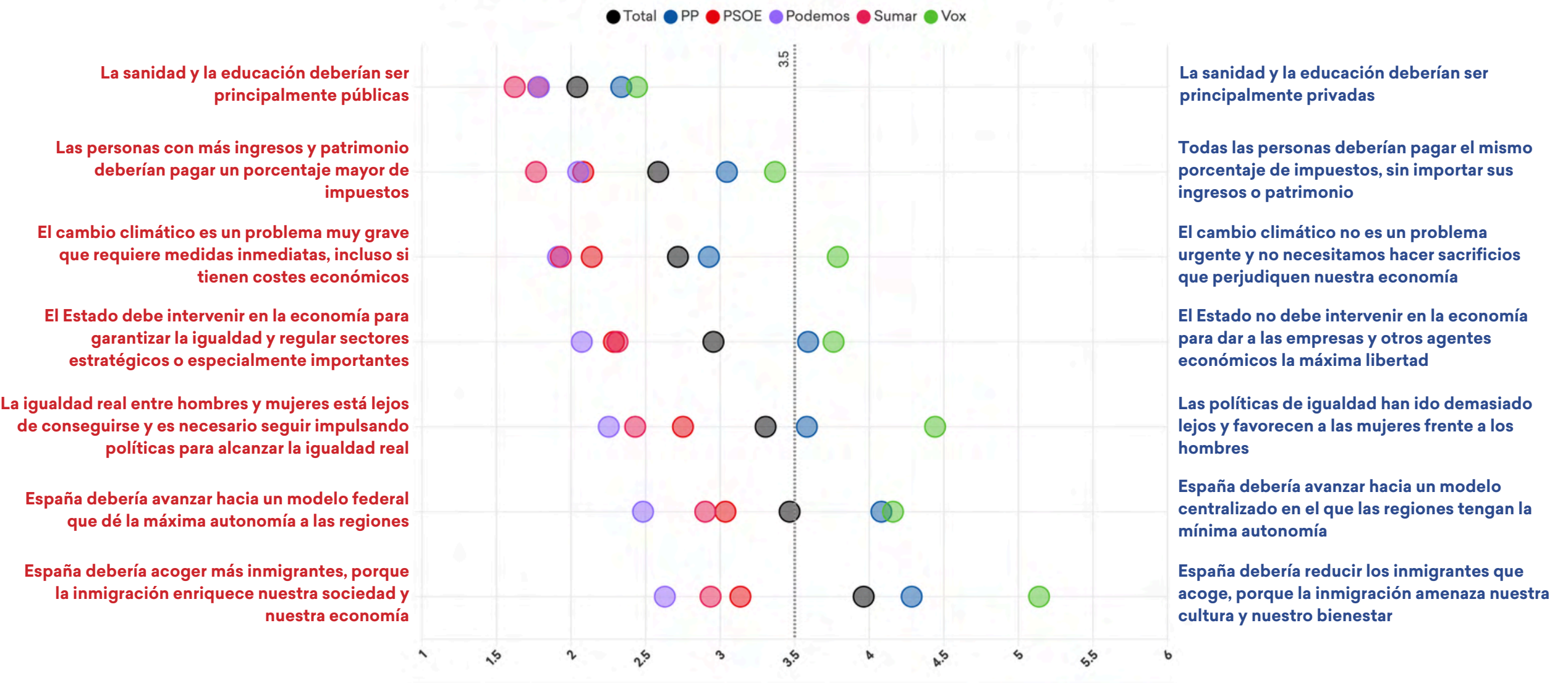
Además, en España el eje izquierda-derecha sigue estructurando al electorado en dos grandes bloques ideológicos, algo que no ocurre con tanta intensidad en otros países

Distribución del electorado de cada partido en la escala de autoubicación ideológica (0-10) en España, Alemania y Francia



# Temas como la inmigración o el modelo territorial son los más divisivos para los votantes

División ideológica por temas entre votantes de distintos partidos



En esta pregunta se le pedía a los entrevistados que se situaran entre dos enunciados, representando el 1 y el 6 el acuerdo total con cada uno de ellos y 2, 3, 4 y 5 posiciones intermedias

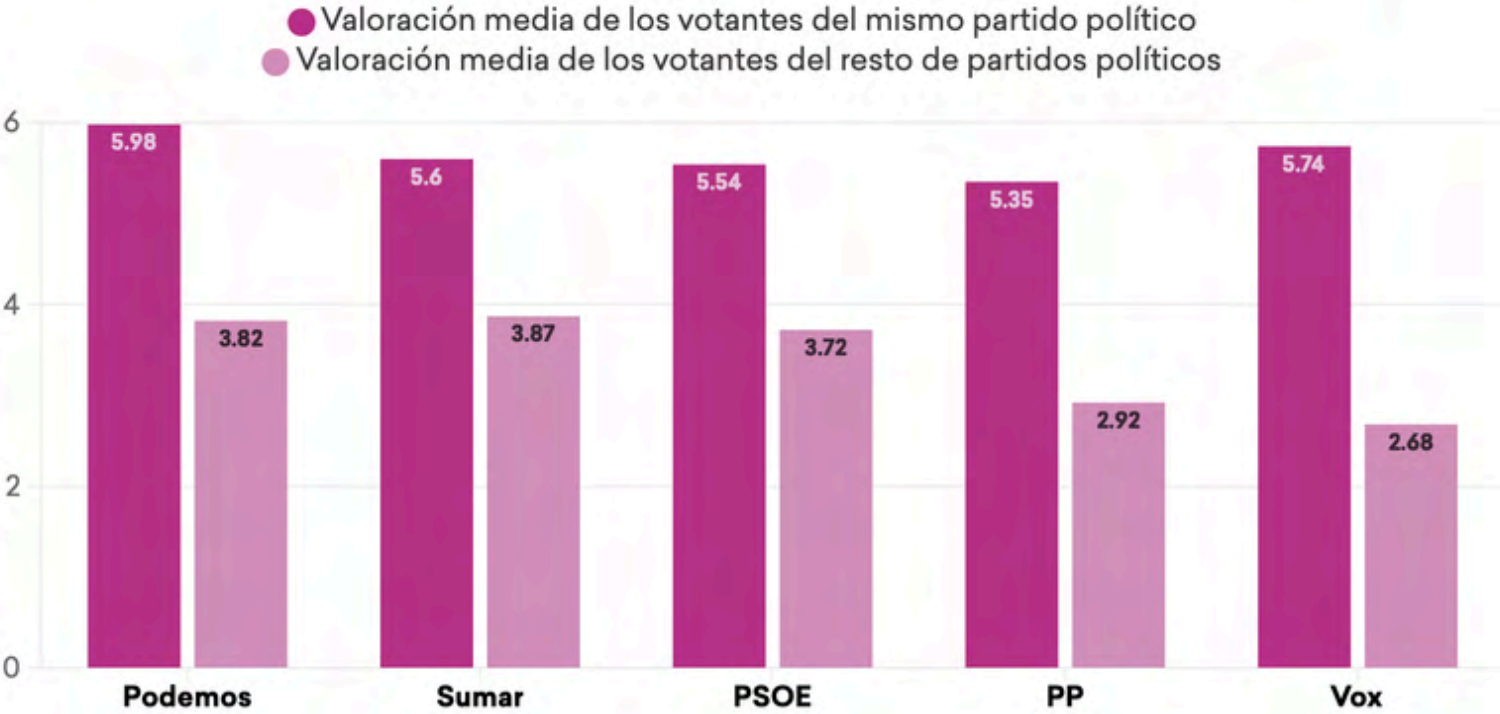
# 3. Polarización afectivo-social

Consiste en el aumento de las emociones negativas y la hostilidad hacia los votantes o simpatizantes de partidos políticos opuestos, junto con el aumento de las emociones positivas hacia los del propio partido



# En general, los votantes tienen sentimientos más positivos hacia los votantes de su mismo partido que hacia los de otros partidos

**Afectividad de los votantes hacia los votantes del propio partido y hacia los de otros partidos, del 1 (sentimientos muy negativos) al 7 (sentimientos muy positivos)**



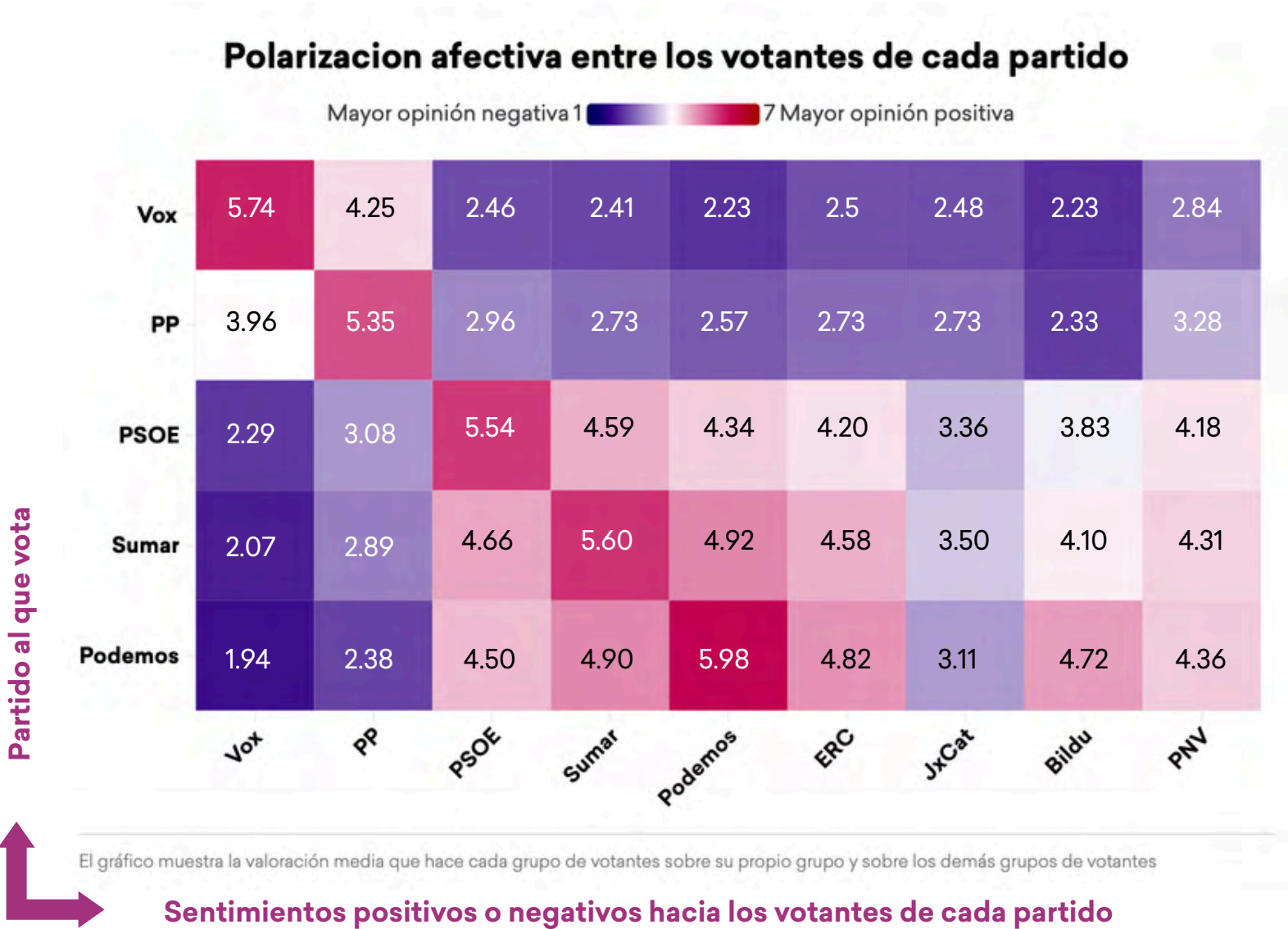
Este primer gráfico permite observar que la afectividad negativa está más concentrada actualmente entre los votantes de derechas que entre los votantes de izquierdas: tanto entre los votantes del PP como entre los votantes de Vox, la valoración media que hacen de los votantes del resto de partidos es inferior a 3, mientras que entre los votantes de izquierdas es bastante más elevada.

Esta tendencia es especialmente cierta entre los votantes de Vox, que otorgan a los suyos la segunda mejor valoración media (por detrás de la que los votantes de Podemos hacen de otros votantes de Podemos) pero al resto de votantes la peor valoración media.

Resultados mostrados por intención de voto. Cada encuestado valoró si los votantes de cada partido político, incluido el suyo, le generaban sentimientos negativos o positivos con la siguiente escala: Muy positivos, Bastante positivos, Algo positivos, Ni positivos ni negativos, Algo negativos, Bastante negativos, Muy negativos.

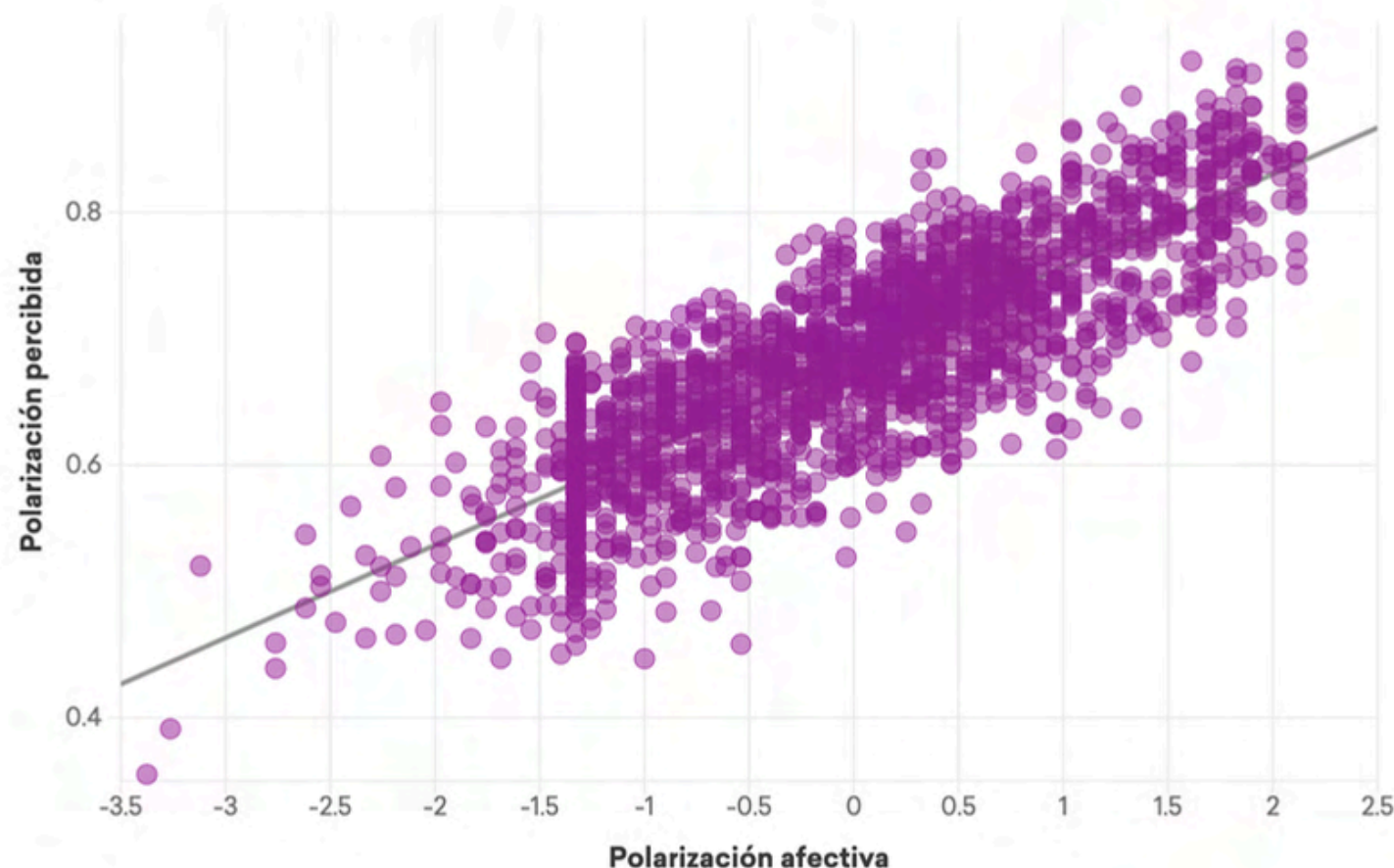


# Los votantes de Vox y del PP tienen sentimientos más negativos hacia los votantes de partidos nacionalistas



# Cuanto más polarizada está una persona afectivamente, mayor es también su percepción de que la sociedad está dividida

**Relación entre polarización afectiva y polarización percibida**



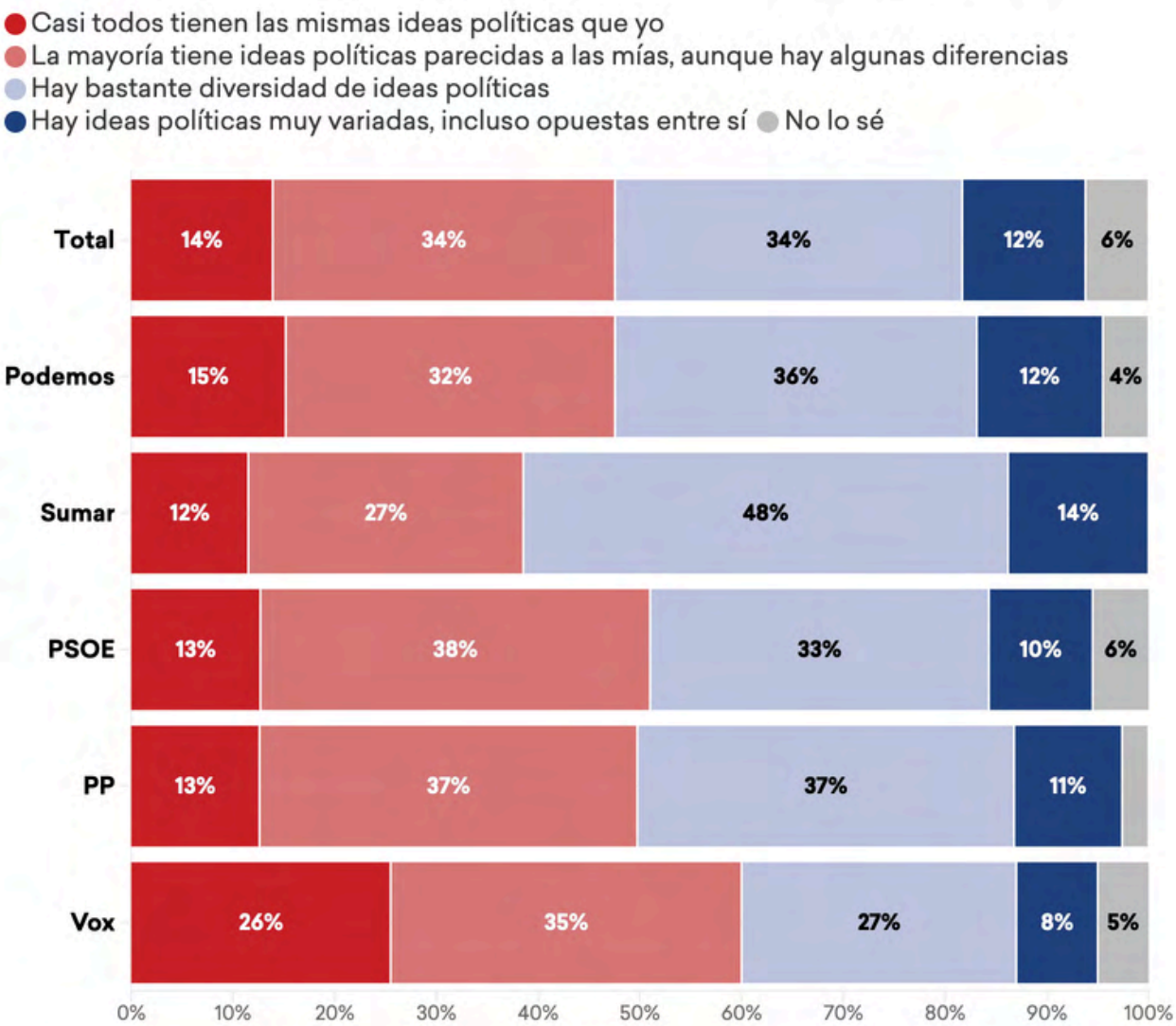
Los resultados de la encuesta muestran una fuerte asociación positiva entre la polarización afectiva de las personas (es decir, su grado de animadversión o sentimientos negativos hacia votantes de otros partidos) y su percepción de cuán dividida está España: a medida que aumenta la polarización afectiva individual, también lo hace la percepción de polarización.

Es importante destacar que estos resultados provienen de una regresión lineal, por lo que no implican causalidad: no podemos afirmar si sentir más polarización lleva a percibir un país más dividido o si es la percepción del contexto lo que alimenta la polarización afectiva. Lo que sí muestra el gráfico es que ambas dimensiones están estrechamente relacionadas en la opinión pública.

Resultados obtenidos mediante un modelo de regresión lineal que controla por edad, género, educación, ingresos, interés político, seguimiento de noticias, ideología y región.

# Los votantes de Vox tendrían las redes de amistades más homogéneas y los de Sumar las más heterogéneas

Pensando en su círculo de amigos cercanos, ¿cuál de las siguientes afirmaciones describe mejor su realidad?

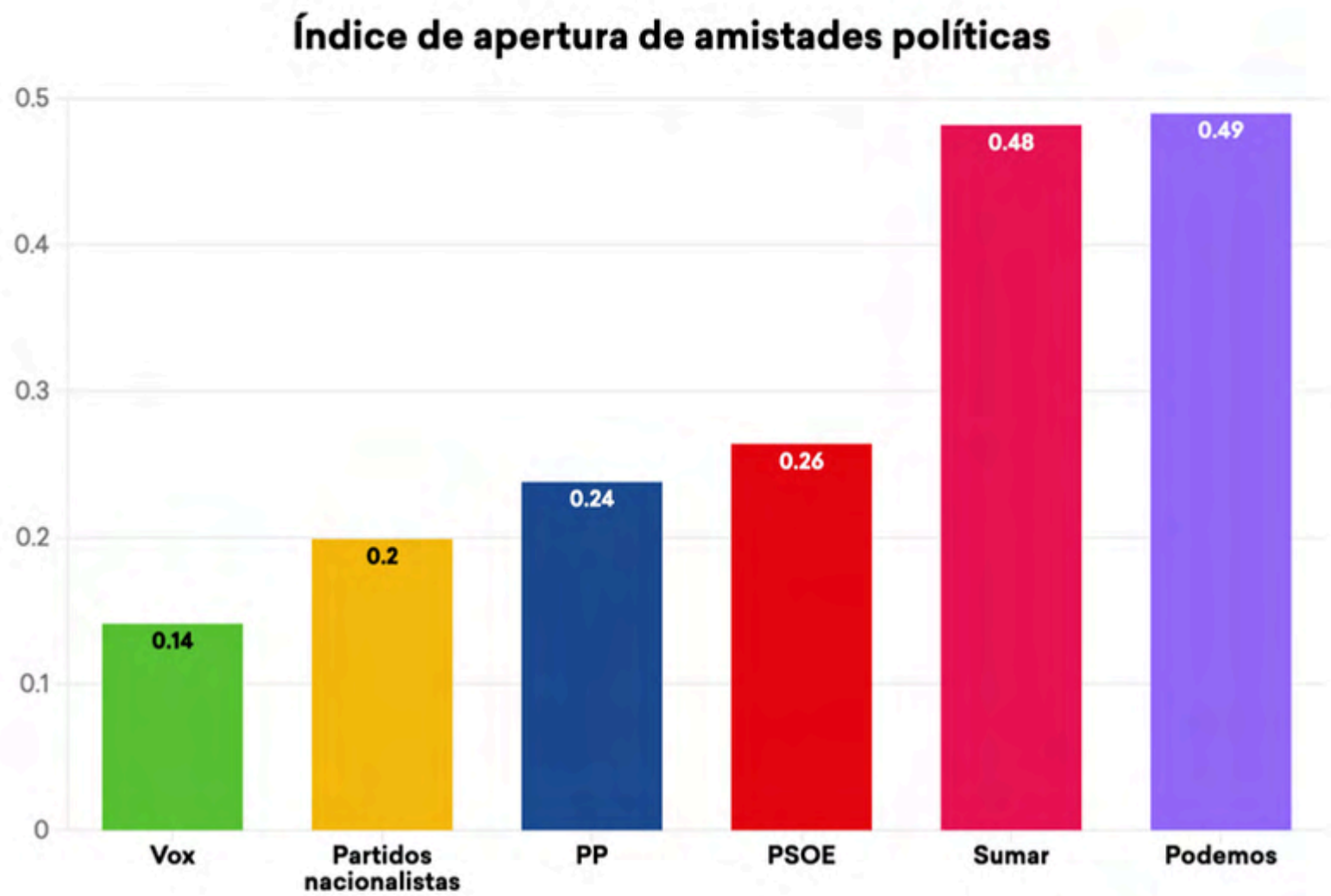


La mayoría de la población describe su entorno de amistades como políticamente similar, aunque no idéntico: un 34% afirma que sus amigos comparten ideas parecidas; otro 34% señala que existe bastante diversidad; y solo una minoría reconoce un círculo completamente homogéneo.

No obstante, las diferencias entre electorados son notables. Los votantes de Vox son quienes cuentan con redes más cerradas: un 26% afirma que casi todos sus amigos piensan como ellos, una proporción muy superior a la del resto. En el extremo opuesto, los votantes de Sumar reportan los entornos más diversos, con casi la mitad asegurando que en su círculo conviven posturas políticas variadas.

También hay grupos sociales que destacan por tener relaciones más ideológicamente homogéneas. Las mujeres, las personas católicas practicantes y quienes muestran mayor interés por la política o siguen la actualidad con frecuencia son los que declaran con más frecuencia que sus amistades piensan de manera muy similar a ellos.

# Los votantes de Sumar y Podemos tienen las redes de amistad política más abiertas; los de Vox, las más cerradas



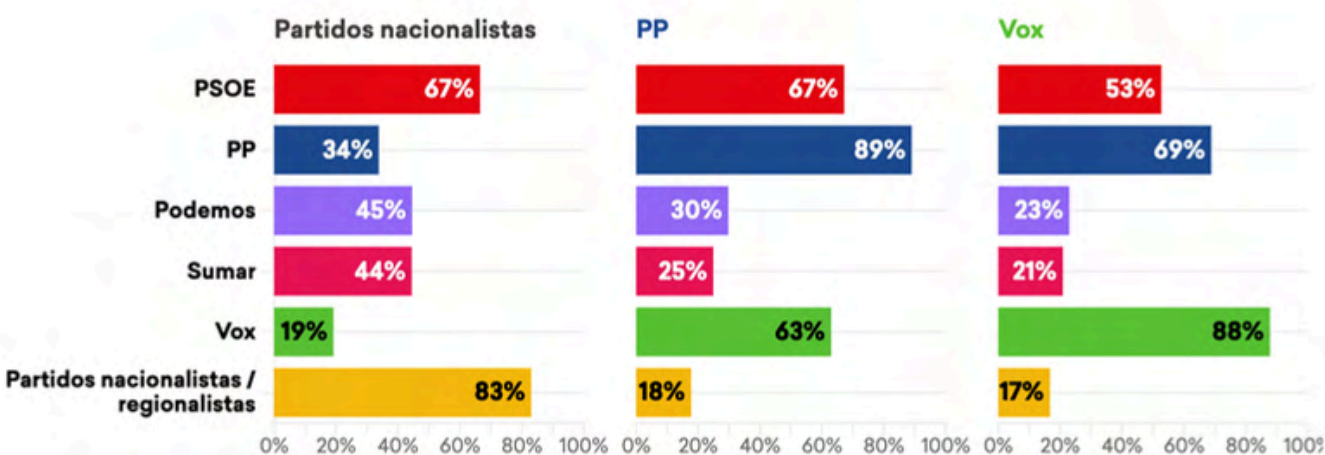
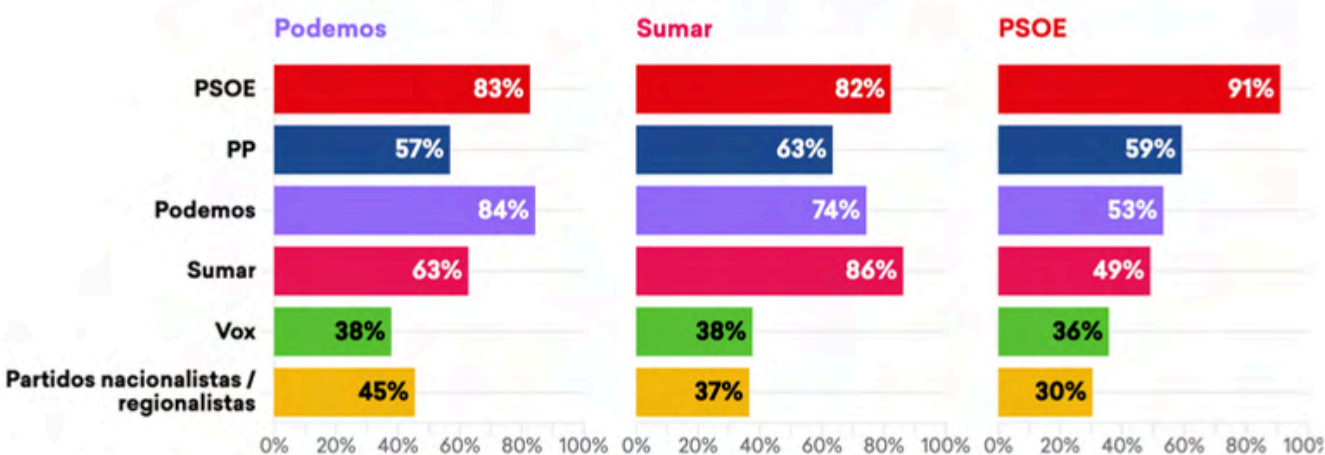
A partir de los datos de nuestra encuesta hemos calculado un índice de apertura de amistades políticas: cuanto más cercano es este índice a  $-1$ , más homogénea y cerrada es la red de amistades; valores cercanos a  $0$  indican redes mixtas; y valores próximos a  $+1$  reflejan redes de amistades compuestas solo por simpatizantes de otros partidos.

Para saber cómo hemos calculado este índice, se puede consultar el apartado de apuntes metodológicos al final de esta presentación.



# Afinidad dominante, pero no exclusiva: todos los votantes mantienen amistades dentro y fuera de su propio partido

% de votantes que de cada partido que afirma tener amigos cercanos de cada uno del resto de partidos



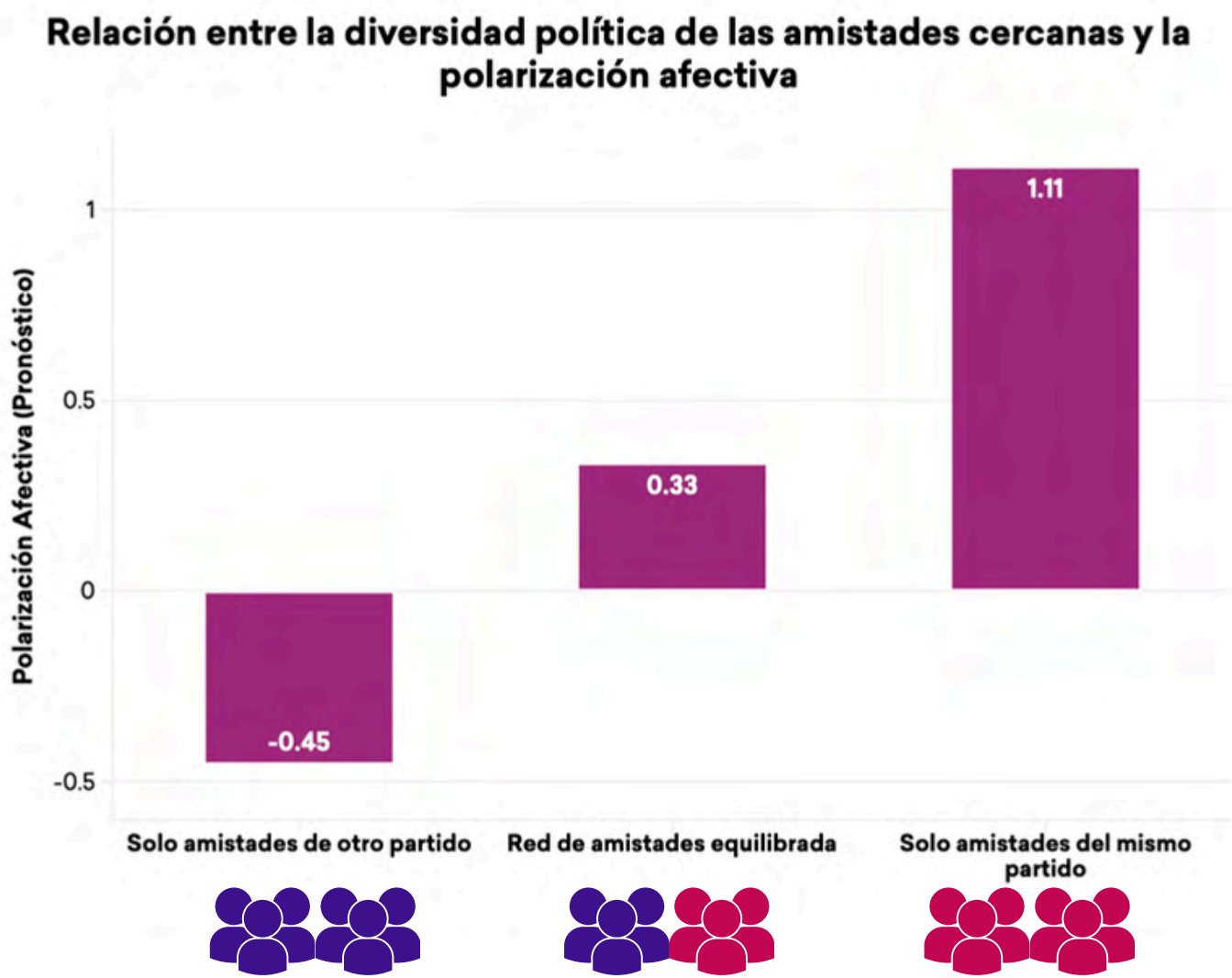
En términos generales, las personas tienden a relacionarse con amistades políticamente afines: en todos los electorados, más del 80% afirma tener amigos que votan al mismo partido que ellos. Aun así, se observan algunos matices ideológicos. Vox es claramente minoritario entre quienes apoyan a partidos de izquierda, pero no entre los votantes del PP; mientras que Podemos y Sumar son minoritarios entre quienes votan a PP o Vox, aunque no entre el resto de partidos.

Además, PP y PSOE aparecen con mayor frecuencia en las redes sociales de casi todos los grupos simplemente porque cuentan con electorados más amplios. En consecuencia, es más probable que cualquier persona conozca a alguien que vote a uno de estos partidos. Por el contrario, las amistades con votantes de partidos nacionalistas o regionalistas son menos habituales, ya que estas formaciones solo compiten en determinadas regiones, lo que limita mucho la posibilidad de tener contactos que las apoyen fuera de esos territorios.

En esta pregunta, los encuestados debían responder si tienen amigos o no de cada partido. Los partidos nacionalistas engloba a partidos como ERC, JxCat, PNV, Bildu, BNG y UPN.



# Cuanto mayor es el número de amistades de otros partidos políticos, menor es la polarización afectiva



El gráfico muestra que una persona cuya red social está formada únicamente por amistades que apoyan a su mismo partido presenta niveles más altos de polarización afectiva. En cambio, quienes tienen una red más diversa —con amistades que votan a su partido, pero también a otros— muestran niveles significativamente menores de polarización afectiva.

Estimaciones procedentes de una regresión lineal donde la variable dependiente es la polarización afectiva y la principal variable explicativa es el índice E-I (índice de apertura de amistades). El modelo controla por ideología, edad, género, nivel educativo, ingresos del hogar, frecuencia de consumo de noticias, interés político, religión y región, utilizando los pesos muestrales

# Un 14% de los españoles ha roto amistades o relaciones familiares por motivos políticos en el último año



Resultados mostrados en % para el total de la población



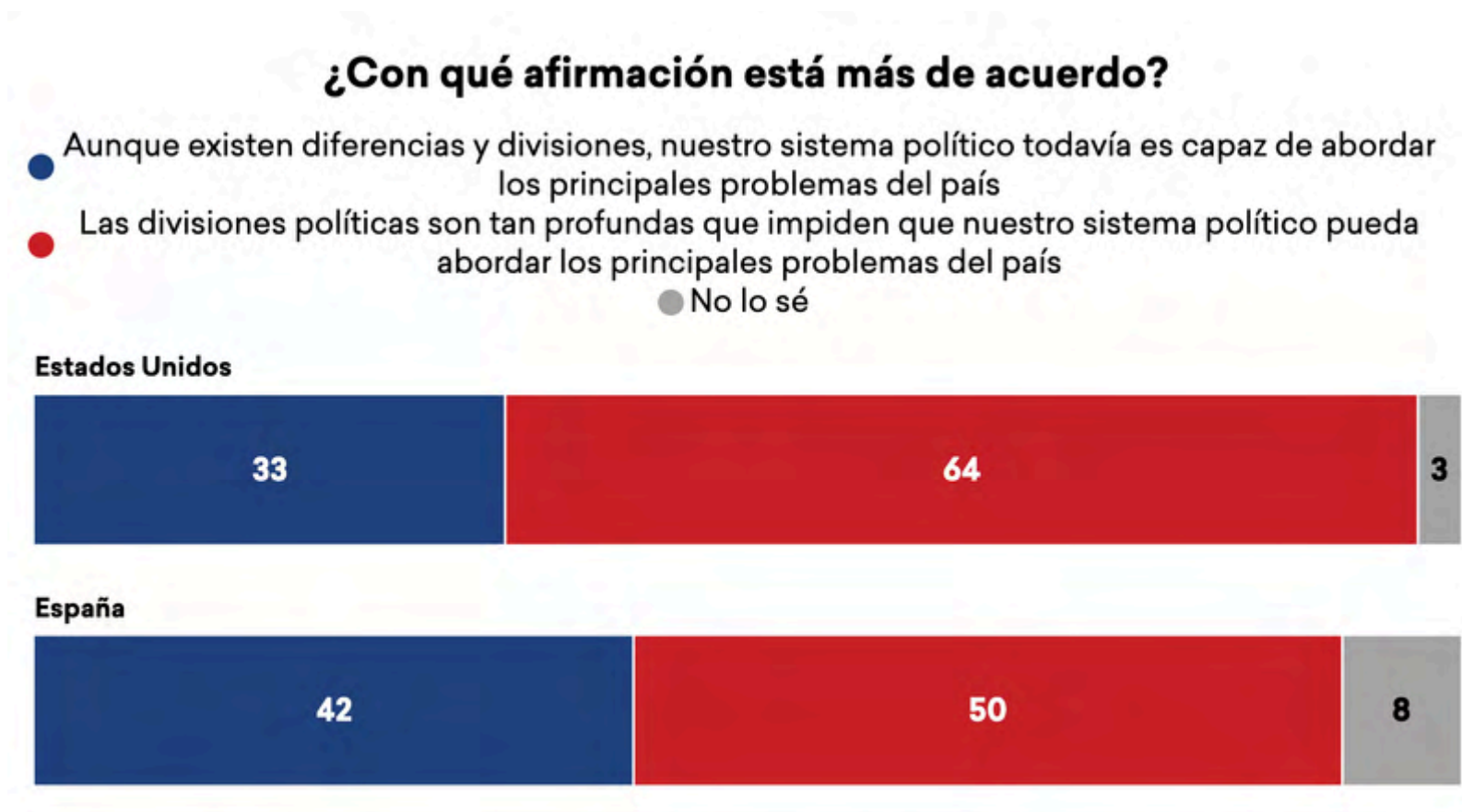
Los votantes de Podemos son, con bastante diferencia, los que más han roto amistades o relaciones familiares, los que más han abandonado grupos de Whatsapp y los que más han tenido discusiones fuertes por motivos políticos.

## 4. Polarización sistémica

Hemos acuñado este término para referirnos al conjunto de efectos o consecuencias que la polarización ejerce sobre el funcionamiento del sistema político y democrático

# Una mayoría de españoles piensa que las divisiones políticas impide que se puedan abordar los problemas del país

De acuerdo con [una encuesta de New York Times/Siena realizada en Estados Unidos en octubre de 2025](#), una amplia mayoría de estadounidense (64%) cree que las divisiones políticas son tan profundas que impiden que el sistema político pueda abordar sus problemas. En España, donde hemos realizado una pregunta similar en nuestra encuesta, la cifra es algo menor, pero aún así elevada: un 50% piensa que el sistema político es incapaz de abordar los problemas del país debido a la división, reflejando como la polarización puede influir en la satisfacción con las instituciones y el funcionamiento de la democracia.

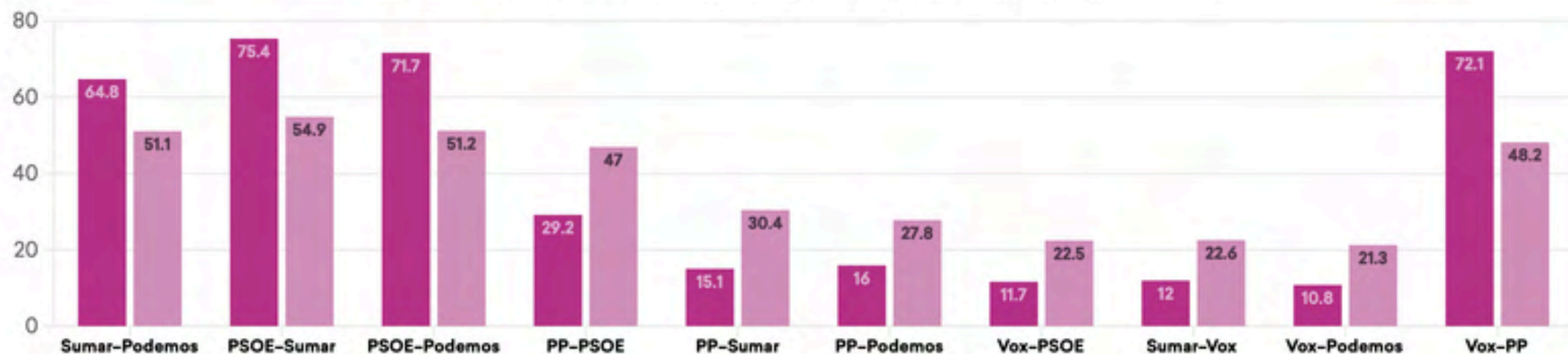


Entre los votantes de partidos de izquierdas predomina la visión optimista, especialmente entre los votantes del PSOE, mientras que en la derecha predomina la percepción pesimista

# Los españoles ven colaboración dentro de cada bloque ideológico, pero querrían más puentes entre ellos

## Percepción y preferencia de colaboración entre partidos

- % que considera que estos partidos cooperan a menudo o de vez en cuando
- % que le parecería bien o muy bien que estos partidos llegasen a acuerdos



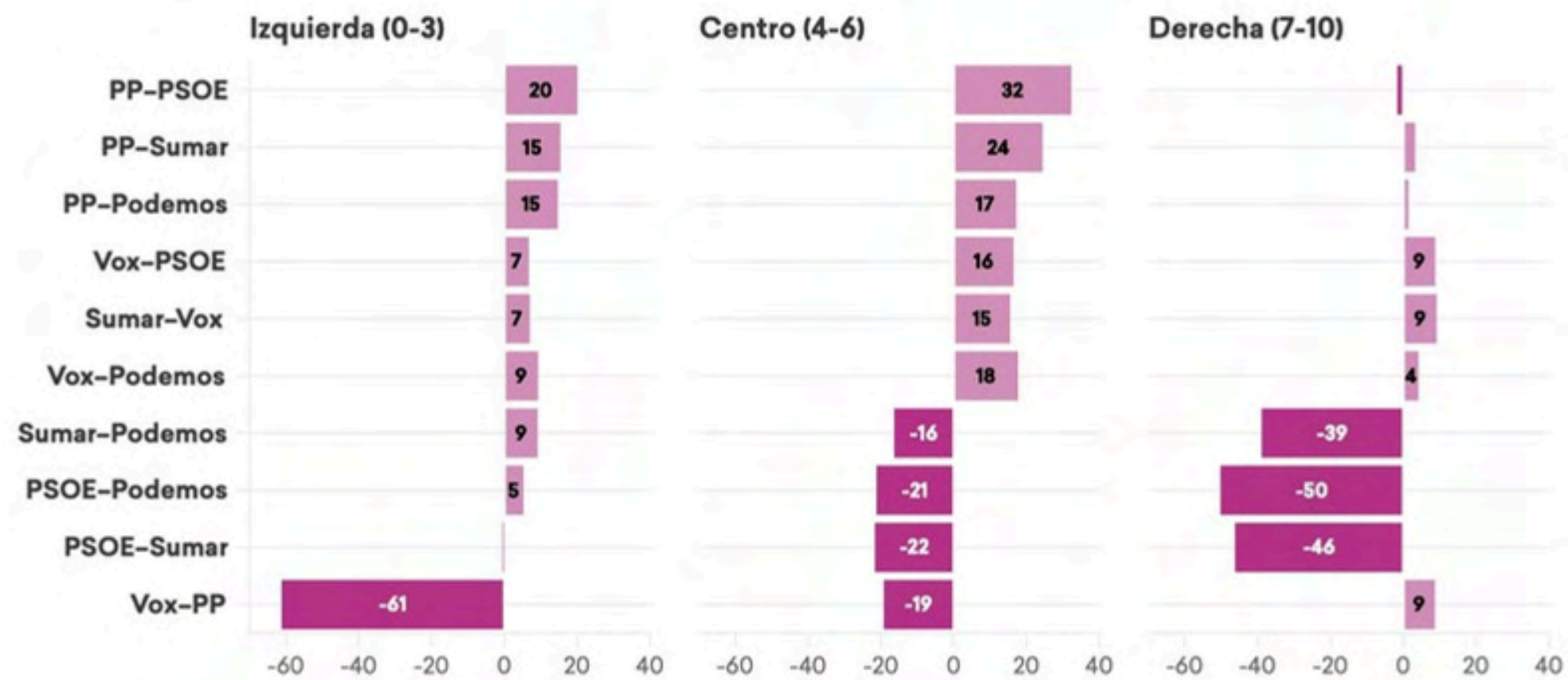
En general, los españoles quieren mayor colaboración entre bloques de la que perciben

Los porcentajes muestran, por un lado, a quienes consideran que cada par de partidos coopera "a menudo" o "de vez en cuando", y por otro, a quienes verían "bien" o "muy bien" que dichos partidos alcanzaran acuerdos. Resultados ponderados según la muestra.



# La izquierda y el centro, más abiertos a acuerdos entre bloques

Diferencia entre la percepción y la preferencia por la colaboración entre partidos por ideología

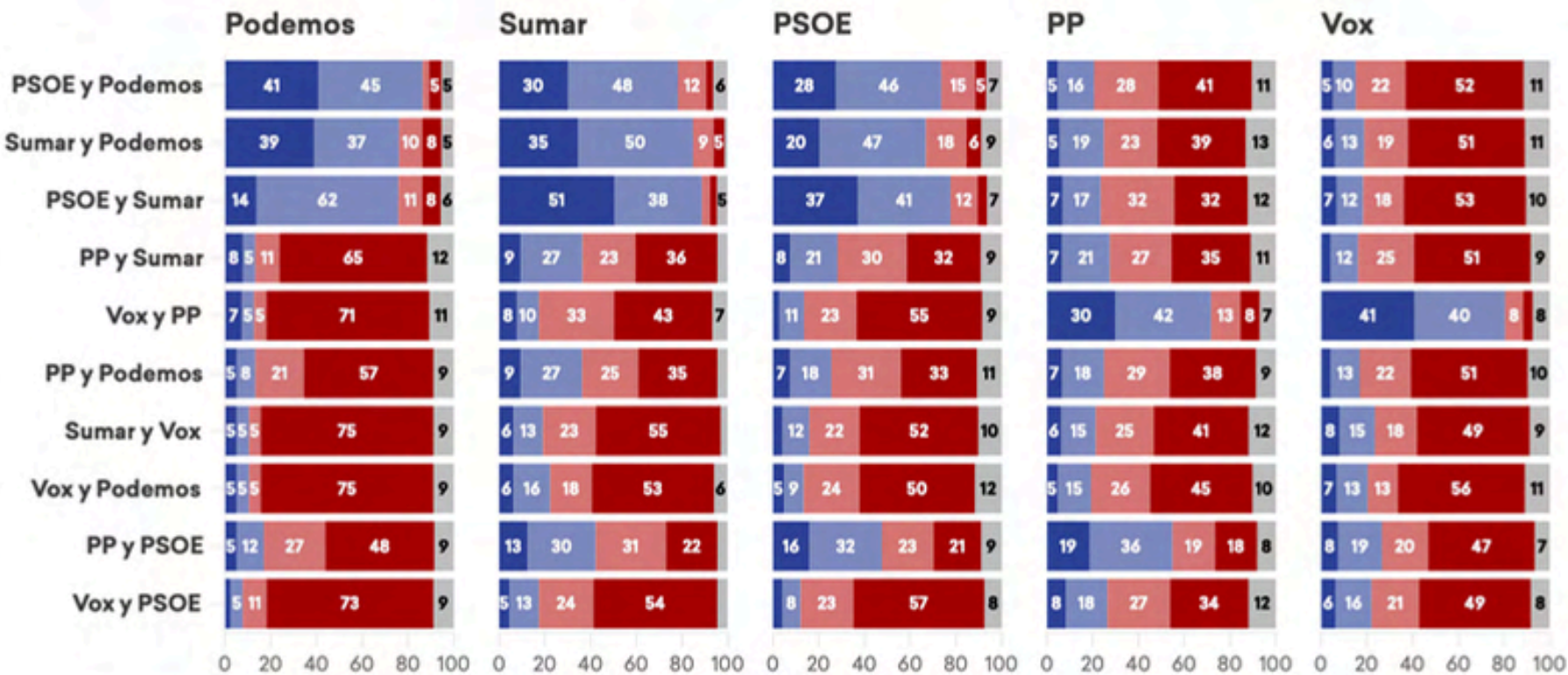


Resultados mostrados en % para el total de la población. La mitad de los encuestados respondió cuál era su percepción sobre la cooperación entre los diferentes partidos y la otra mitad respondió cuál era su preferencia sobre la colaboración entre cada par de partidos. El gráfico muestra la diferencia entre el porcentaje de encuestados que percibe que dos partidos cooperan a menudo o a veces y el porcentaje de encuestados que vería muy bien o bien si esos dos partidos colaborasen.

# Todos los votantes de los partidos nacionales prefieren acuerdos dentro de cada bloque, en la línea de las dinámicas políticas actuales

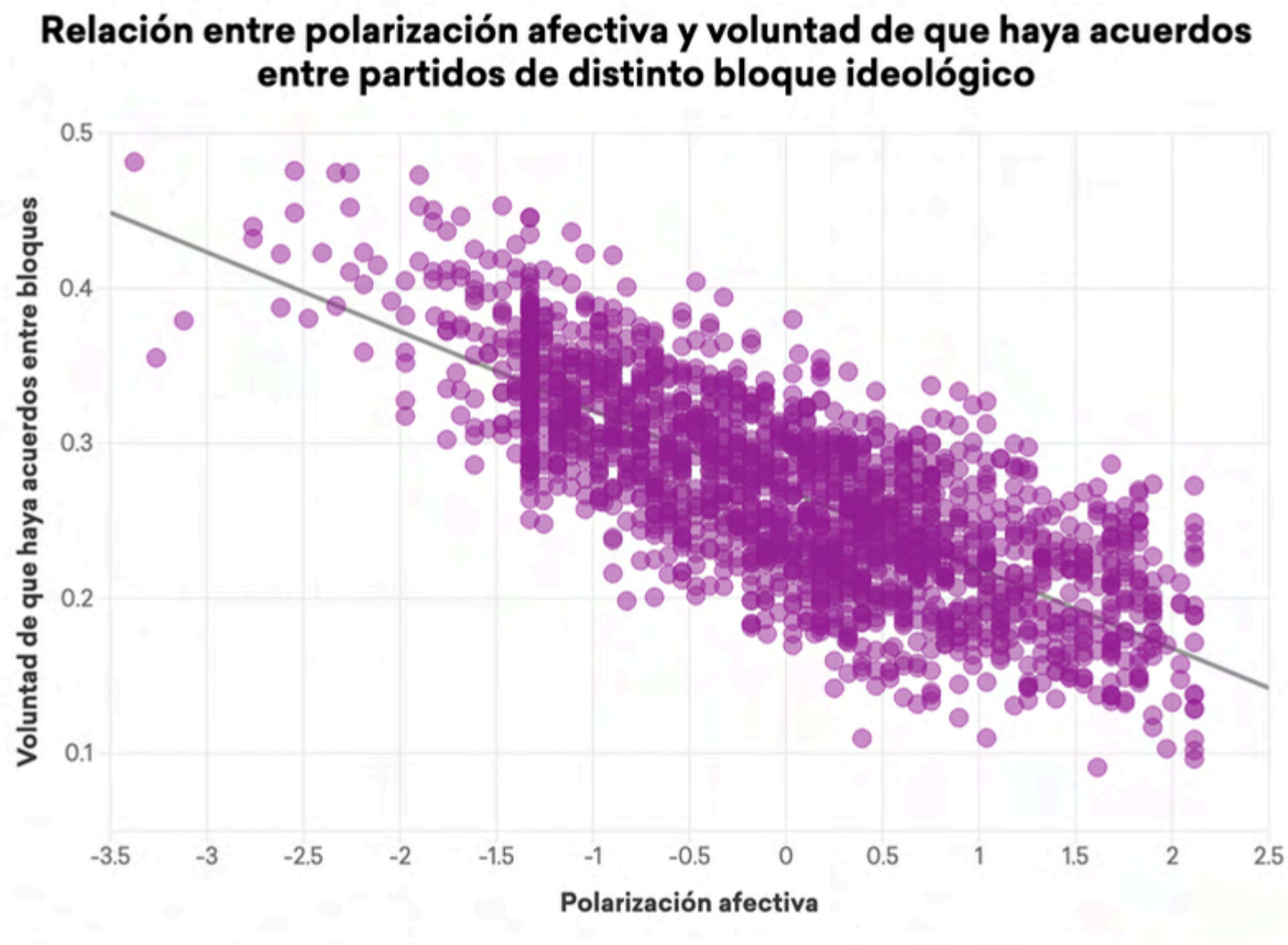
¿Cómo vería usted que las siguientes parejas de partidos cooperasen o llegasen a acuerdos a nivel nacional (por ejemplo, en el Congreso)?

Lo vería muy bien   Lo vería bien   Lo vería mal   Lo vería muy mal   No lo sé



Resultados mostrados en % por intención de voto

# Las personas más polarizadas afectivamente son las menos favorables a pactos entre partidos



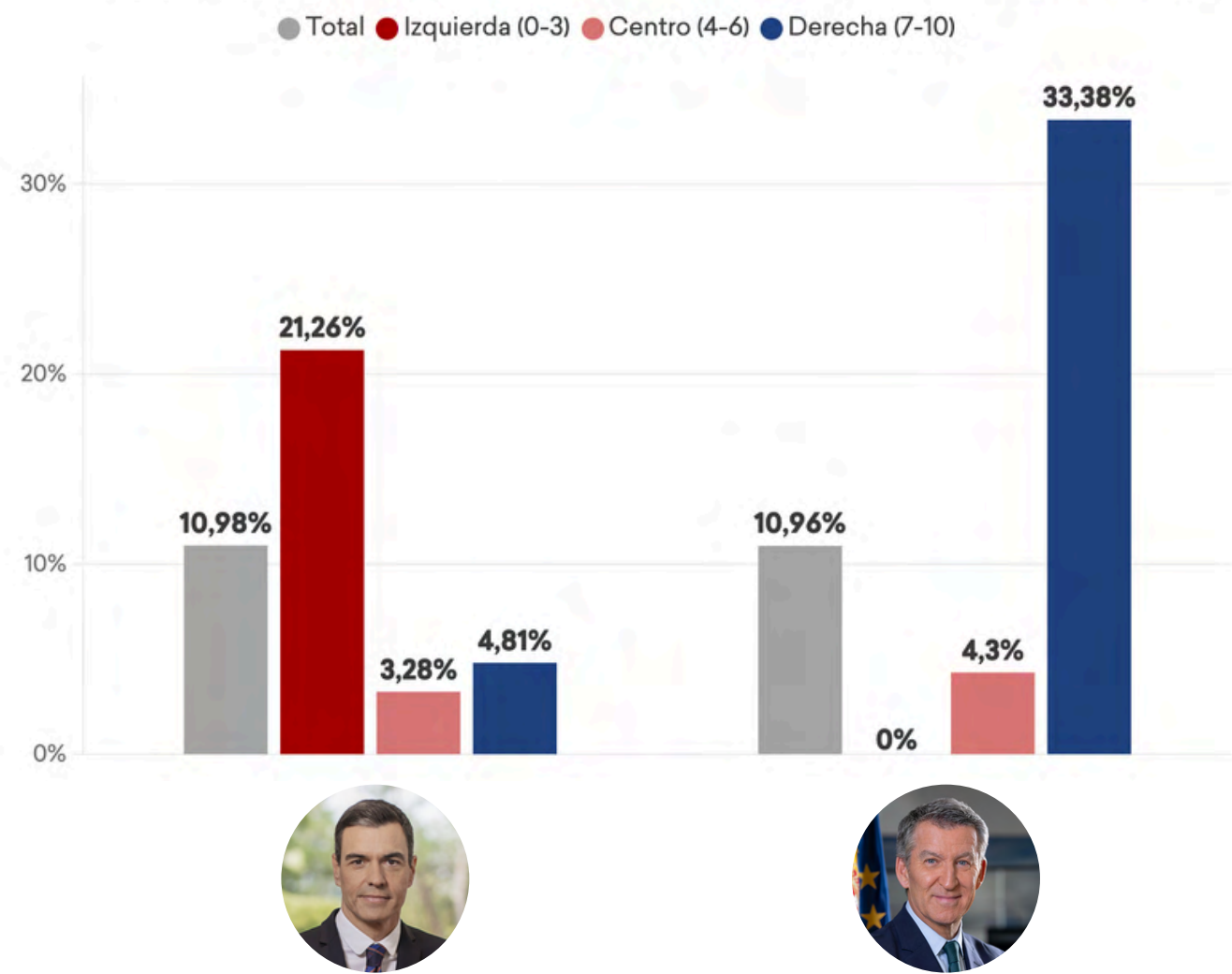
El gráfico muestra una relación negativa muy clara entre la polarización afectiva y la voluntad de que los partidos lleguen a acuerdos entre bloques: a medida que aumenta el rechazo hacia los votantes de otros partidos, disminuye de forma consistente la disposición a que haya colaboración política entre partidos.

Resultados obtenidos mediante un modelo de regresión lineal que controla por edad, género, educación, ingresos, interés político, seguimiento de noticias, ideología y región



# Los votantes de derechas, más dispuestos a abrazar comportamientos autoritarios

% que apoyaría que un Gobierno de Pedro Sánchez o de Alberto Núñez Feijóo no tuviera que pasar por el Parlamento para aprobar una ley



A través de un experimento de lista, metodología empleada normalmente para medir actitudes o comportamientos sensibles, hemos comprobado que en torno al 11% de la población apoyaría que un Gobierno (ya sea presidido por Pedro Sánchez o Alberto Núñez Feijóo) se saltara el Parlamento a la hora de aprobar una ley.

Sin embargo, al analizar los datos por ideología, empleando la escala de autoubicación ideológica del 0 al 10, se observan dos cosas. Primero, que el apoyo a este hipotético sube con una lógica partidista, de tal forma que, por ejemplo, un 22% de los votantes de izquierdas y solo un 5% de votantes de derechas lo apoyaría en el caso de Pedro Sánchez. Segundo, que los votantes de derechas apoyan de forma mucho más decidida esta posibilidad de tintes autoritarios, con un 33% afirmando que estaría de acuerdo con que un gobierno de Núñez Feijóo se saltara al Parlamento.

El diseño del experimento está explicado en la sección de apuntes metodológicos al final de esta presentación.



# Apuntes metodológicos:

## Índice de apertura de amistades políticas (diapositivas 22 y 23)

El índice E-I mide hasta qué punto las redes personales de un votante están formadas principalmente por gente de su propio partido o por personas que apoyan a otros partidos. En nuestra encuesta no preguntamos cuántos amigos de cada partido tiene cada persona, sino simplemente si tiene al menos un amigo que apoye a cada partido. Con esas respuestas identificamos si el entrevistado tiene amistades de su propio grupo político y cuántos otros partidos están representados entre sus amistades. A partir de estas respuestas calculamos, para cada persona un valor entre -1 y +1: cuanto más cercano a -1, más homogénea y cerrada es su red (solo contactos de su propio partido); valores cerca de 0 indican redes mixtas; y valores próximos a +1 reflejan redes compuestas solo por simpatizantes de otros partidos. Luego, obtenemos el promedio del índice dentro de cada grupo de votantes, lo que permite identificar qué electorados viven en redes más cerradas y cuáles tienen entornos más diversos.

## Modelos de regresión lineales (diapositivas 9, 20, 24 y 31)

Hemos utilizado modelos de regresión lineal, que son una herramienta estadística muy habitual para estudiar cómo se relacionan varias variables entre sí. En nuestro caso, vamos cambiando la variable dependiente (por ejemplo, la polarización afectiva, la percepción de que el país está dividido o la disposición a que los bloques colaboren) y la explicamos a partir de una serie de factores clave (como la polarización afectiva, la estructura de la red de amistades o la frecuencia con la que se sigue la actualidad). En todos los modelos incluimos además un conjunto amplio de variables de control —edad, género, nivel educativo, ingresos del hogar, ideología, interés por la política, consumo de noticias, uso de redes sociales y región— para asegurarnos de que las asociaciones que observamos no se deben simplemente a diferencias sociodemográficas o de contexto entre los grupos.

## Experimento de lista (diapositiva 32)

En nuestro experimento de lista, a cada persona se le muestra un listado de afirmaciones y solo se le pide que diga con cuántas de esas afirmaciones está de acuerdo, sin especificar con cuáles. A otros dos grupos se les muestra el mismo listado pero añadiendo una afirmación sensible, en este caso la posibilidad de que un Gobierno de Pedro Sánchez o de Alberto Núñez Feijóo se salte el Parlamento para aprobar una ley. Si los grupos a los que se les muestra estas afirmaciones adicionales están de acuerdo con un mayor número de afirmaciones, la diferencia permite estimar cuánta gente respalda realmente esa idea, incluso si muchos no lo admitirían en una pregunta más directa y típica de encuestas. Para estimar ese porcentaje, hemos ajustado un modelo de regresión lineal que compara el número medio de afirmaciones aceptadas entre el grupo de control y los grupos tratados. El modelo incluye controles sociodemográficos, políticos y mediáticos, como: edad, género, educación, situación laboral, ingresos del hogar, religión, ideología, interés político, seguimiento de las noticias, uso político de las redes sociales y comunidad autónoma de residencia. La diferencia estimada entre el grupo tratado y el de control se interpreta directamente como la proporción de personas que respalda la afirmación sensible cuando se les pregunta de forma indirecta.



More in Common es una organización internacional fundada en 2017 para luchar contra la polarización y la fractura social. Actualmente, estamos presentes en Estados Unidos, Brasil, Reino Unido, Francia, Polonia, Alemania y España, donde desarrollamos nuestra labor investigadora para facilitar una mejor comprensión de la sociedad. Nuestro trabajo aparece recurrentemente en medios de comunicación de todo el mundo y ha sido referenciado en cabeceras como The New York Times, The Economist, The Guardian, The Times, BBC, Le Monde o El País. Para más información, puedes visitar [www.moreincommon.com](http://www.moreincommon.com) o [nuestro Substack en España](#)

¿Quieres encargarnos un estudio o investigación? Escríbenos a [hola@moreincommon.com](mailto:hola@moreincommon.com)

