



# ENLACE

## Las emociones del populismo: Una mirada comparativa en tres elecciones

Los abismos más profundos tienen límites.  
Arnoldo Kraus

**AÑO 10/ No. 156/ 30-11-2023**

En los últimos años los discursos políticos han sufrido cambios notorios, tanto por su contenido como por los sentimientos que despiertan entre el electorado; esa forma de acercamiento con los electores se ha sintetizado bajo la premisa de que estamos frente a una era del populismo, sin embargo, definir qué es populismo, quiénes caben en esa definición y cuáles son sus características esenciales se mantiene en un constante debate. Para algunos académicos e intelectuales esta transformación del escenario político es un peligro para la democracia (Todorov, 2012; Levitsky y Ziblatt 2019; Riemen, 2017), porque supone el ascenso de excesos que convierten al populismo en el “enemigo íntimo de la democracia”, o porque son una manifestación simulada del regreso del fascismo, o simplemente porque esta forma de acceder al poder y de constituirse como régimen supone el debilitamiento del Estado. Del otro extremo tenemos a quienes hacen una defensa abierta del populismo (Laclau, 2005; Mouffe, 2016; Ranciere, 2013) como una forma de llenar los significantes vacíos que ha dejado el modelo neoliberal y, al mismo tiempo, lo presentan como una forma de revitalizar a la democracia, permitiendo que sea el pueblo quien tome las decisiones a través de mecanismos de democracia directa como el plebiscito o los referéndums.

También hay académicos que no toman partido a favor de una u otra opción, sino que se han centrado en pensar a través de la ausencia de una teoría del populismo que nos permita adentrarnos y entenderlo mejor (Rosanvallon, 2019; Müller, 2017).



Y es que ante la fuerza negativa que ha permeado sobre el término, una de las descalificaciones más sonadas en campañas políticas es señalar al adversario como populista. Con este antecedente se hace cada día más necesario pensar en una teoría de lo que es el populismo y cuáles son sus implicaciones.

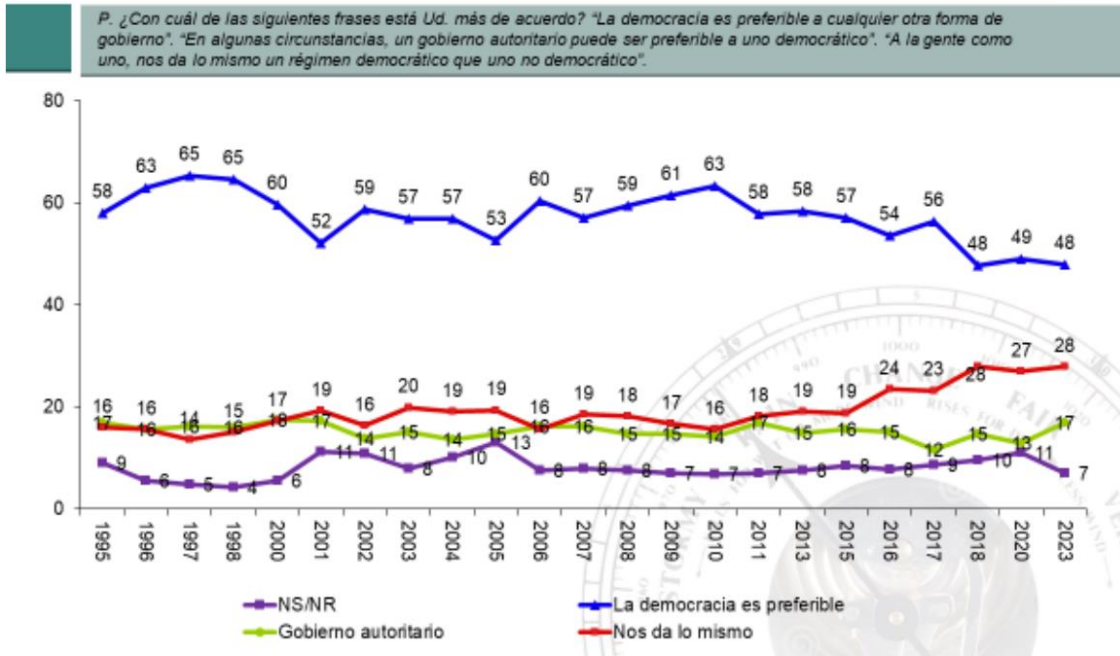
Por otro lado, la comunicación política encontró que es más rentable electoralmente diseñar campañas desde emociones, sentimientos, valores y comunidades (en el sentido de relaciones identitarias), que, en lugar de programas de gobierno, en ese sentido, el populismo ha aprovechado esa forma de comunicar y ganar adeptos, sin embargo, es necesario preguntar ¿todas las emociones son iguales en la democracia?, ¿tienen las mismas consecuencias entre el electorado? El presente ensayo busca, en primera instancia, hacer un acercamiento al populismo, después hablará sobre las campañas políticas y las emociones y al final se busca presentar tres tipos de campañas y cómo se diseñaron a partir de tres ejes emocionales.

### **Un acercamiento al populismo**

Cómo se señaló en la introducción, se puede hacer un acercamiento al populismo básicamente desde dos grupos que se caracterizan por sus posturas políticas, algunos a favor y otros en contra, sin embargo, es necesario señalar que antes de tomar un posicionamiento sobre si el populismo representa o no un peligro para la democracia, si la revitaliza o no, si deteriora el bien público al cambiar el diseño institucional o no, es necesario entender cuáles son sus características y qué posibilita su desarrollo, porque como señalan Rosanvallon (2019) y Müller (2017), en este momento no se ha desarrollado una teoría sobre el tema, aunque se ha caminado en el sentido de su desarrollo.

Para empezar, es importante hablar sobre las condiciones que facilitan la existencia de un populismo, en ese sentido, “antes de ser examinado como un problema, el populismo debe ser entendido como una forma de respuesta a los conflictos contemporáneos” (Rosanvallon, 2019; p. 22). Para el caso de México y América Latina, es posible considerar que uno de los problemas contemporáneos a los que nos enfrentamos es la disminución del apoyo a la democracia y el crecimiento del

apoyo a formas autoritarias de ejercer el poder. La siguiente gráfica muestra los resultados de apoyo a la democracia en el último informe de Latinobarómetro del 2023:



Como se puede apreciar, el apoyo a la democracia se encuentra en sus niveles más bajos al reportar que sólo el 48% de los encuestados señalan que esta forma de gobierno es preferible que cualquier otra. El Informe de Latinobarómetro apunta como posible explicación para esta caída las constantes crisis económicas que se han vivido en la región en los últimos años, lo que ha dejado una mayor desigualdad; y ante la ausencia de políticas públicas para disminuir la inequidad aumenta esa desafección por la democracia. Pero no es lo único que destaca, algo que es más preocupante es el crecimiento en el apoyo a gobiernos autoritarios, lo que se ha traducido en el declive de la segunda ola de gobiernos progresistas en la región y se puede ver a partir del ascenso de Dina Boluarte en Perú y la derrota de Alberto Fernández en Argentina, además de tener candidatos competitivos vinculados con la ideología de derecha como Antonio Cast en Chile. Todo esto, sumado a la violencia que se vive en la región, posibilita el crecimiento de discursos populistas, algunos incluso anti-derechos, como sucede con Nayib Bukele en El Salvador.



Ahora bien, estas condiciones de desigualdad, violencia, crisis económicas, entre otras variables, contribuyen a que la cultura política, entendida de forma simplificada como una serie de valores y comportamientos políticos que caracterizan a segmentos de las sociedades, se vaya modificando y pase de un apoyo sostenido e irrevocable a la democracia hacia una con tintes populistas. Aquí vale la pena señalar qué es lo que dicen quienes intentan acercarse al diseño de una teoría sobre el populismo, y en ese sentido se puede precisar que existen cinco elementos constitutivos de la cultura política populista: “una concepción del pueblo, una teoría de la democracia, una modalidad de la representación, una política y una filosofía de la economía y un régimen de pasiones y emociones. (Rosanvallon, 2019; 14).

Este es el primer aporte que se hace desde un acercamiento al diseño de una teoría de la democracia, en el sentido de apuntar hacia una cultura política y no sólo a un momento histórico caracterizado por el hartazgo o el coraje contra las élites o la economía, ya que en general se entiende que el populismo sólo es una concepción del pueblo en la que funciona una dicotomía esencial que es “ellos contra nosotros”, es decir, las élites políticas y económicas en contra de nosotros, el pueblo, y esa lucha se encarna en la figura de un líder que está dispuesto a transformar esa correlación de fuerzas, permitiendo que sea el pueblo el que participe más activamente en la toma de decisiones. No es el objetivo de este texto exponer cada una de esas características, pero sí es importante decir que a partir de esos cinco ejes se puede empezar a desentrañar una cultura política populista y la tendencia de una sociedad a votar o no por quienes son parte de esta transformación democrática.

Ahora bien, no es lo mismo pensar a un líder populista que decide participar en los procesos electorales que un gobierno populista, aunque ambos sean parte de la misma cultura política, sus formas son diferentes y por supuesto que sus discursos y propósitos deben distinguirse.

Como se mencionó, una de las acusaciones que más se hacen en política en los últimos años es resaltar a los adversarios como populistas, según el contexto, esta



acusación puede generar una disminución en el apoyo popular, o al menos eso buscan quienes esgrimen el argumento como descalificación, sin embargo, ese tipo de señalamientos han promovido una visión negativa sobre el término y, al mismo tiempo, han complicado su abordaje desde la teoría. Por ello, el politólogo Jan-Werner Müller ha propuesto tres características para identificar a los candidatos populistas, esta es otra de las aproximaciones teóricas que se pueden identificar en la literatura sobre el tema y permite empezar a analizar discursos con mayor profundidad y, al mismo tiempo, evita el equívoco de señalar a cualquier candidato como un populista.

La primera característica que señala Müller es una crítica a las élites. Esa condición se repite una y otra vez y es muy fácil identificarla, lo hizo Donald Trump con los cercanos a Hilary Clinton, acusando que gracias a esas élites los Estados Unidos habían dejado de ser una nación grande, también lo hizo Andrés Manuel López Obrador, al señalar que la corrupción era la forma que había tomado el modelo económico en México, al cual denominó neoporfirismo y también lo acaba de hacer Javier Milei en las elecciones de Argentina, al señalar que es una “casta” la responsable de deteriorar la economía de aquel país. Cabe aclarar que cada uno de estos ejemplos servirán en la última parte para comparar los sentimientos a los que se acercó cada uno para ganar en sus respectivas elecciones, pero eso no los hace parte de una misma categoría de análisis. Se puede advertir que en general las campañas políticas tienen un eje que se entiende bajo dos premisas generales, continuidad de proyecto contra un cambio de proyecto, en ese sentido, prácticamente todos los candidatos no oficialistas estarían en la categoría de populistas sólo por el hecho de que se oponen a lo que el gobierno en turno ha llevado a la práctica a través de políticas públicas. En ese tenor, ser anti elitista es una condición del populismo, pero no resulta suficiente para llamar a un candidato de esa forma.

La segunda característica que señala Müller para definir a un populista es su condición de antipluralista. El líder populista no concibe la idea de que haya una pluralidad de ideas dentro de su mismo movimiento, para el populista él encarna la



visión de todo un pueblo, él conoce cuáles son las necesidades que tiene la gente y, además, él es el único representante de todo ese pueblo. Ya con esta segunda condición muchos de aquellos que se quejaron de las élites de sus respectivos países salen de la condición de populistas, por ejemplo, Emanuel Macron, que llegó con un partido de reciente creación, señalando que los partidos del antiguo régimen no representan las necesidades ni la visión de los franceses y, en consecuencia, lo que hace es de nuevo protestar por esas élites gobernantes, sin embargo, Macron no representó un proyecto en donde él fuera el depositario de la voluntad popular.

Por último, los populistas apelan a una condición identitaria para hacerse de una base de electores sólida o cuando menos leal, aquí de nuevo se puede señalar lo que hizo Milei en Argentina, que fue llamando a un segmento de la población ciertamente joven, que ha vivido las crisis económicas de los últimos años y hoy padecen una hiperinflación que no parece tener solución en el corto plazo y también, hay que decirlo, a la que no le interesa la historia y por lo tanto, lo que muchos critican en la campaña de Milei, que es la negación de la dictadura argentina y sus más de 30 mil desaparecidos, para este segmento de jóvenes no resulta relevante, ya que están más interesados por esas propuestas que plantean una solución rápida para los problemas inmediatos. En el caso de Trump, por ejemplo, su base identitaria fueron los trabajadores desempleados que consideraban que los empleos se habían perdido no por la tecnología sino por la llegada masiva de inmigrantes.

Cuando los candidatos populistas ganan un proceso electoral inician con una transformación de las instituciones del Estado, buscan un cambio de régimen, que no es otra cosa que el estilo personal de gobernar, es la forma que tomará el gobierno a partir de la llegada de estos candidatos. Para Müller:

El gobierno populista manifiesta tres aspectos: procura apropiarse del aparato del Estado, recurre a la corrupción y al “clientelismo de masas” -intercambio de beneficios materiales o favores burocráticos a cambio del apoyo político de ciudadanos que se convierten en “clientes” de los populistas- y se esfuerza sistemáticamente por suprimir a la sociedad civil. (2017; p. 14-15)



Esta diferenciación resulta importante, porque no todos los candidatos populistas constituyen un gobierno del mismo corte, un claro ejemplo es el Gobierno de Donald Trump, que una vez que llegó al poder mantuvo cada uno de los privilegios de las élites que criticó durante su campaña. Nancy Fraser analiza en su libro *¡Contrahegemonía ya! Por un populismo progresista que enfrente al neoliberalismo* (2019), cómo es que Trump se apropió de una agenda progresista durante su campaña y una vez que ganó se olvidó de la base de votantes que creyó en él y en la posibilidad de recuperar poder adquisitivo y tener acceso a mejores servicios de salud, entre otras condiciones. Lo mismo parece estar sucediendo con Milei en Argentina, que en los primeros días ha hecho pronunciamientos y ha invitado a su gabinete a parte de esa élite que enfrentó en campaña.

En resumen, un candidato populista no necesariamente se convierte en un jefe de estado del mismo corte y es necesario que esta categorización se tenga en consideración para evitar que el concepto de populismo se vuelva más difuso de lo que es ahora.

### **Emociones y procesos electorales**

Durante el siglo pasado sociólogos, politólogos y hasta economistas analizaron las razones que tienen los electores para acudir a las urnas, de esta forma, se diseñaron varias teorías que durante mucho tiempo sirvieron para entender el comportamiento electoral, algunas apuntaban a que el elector era un individuo racional que tiene la capacidad para tomar la mejor decisión para él y para su comunidad (Anthony Downs), esta teoría, conocida como la *Elección Racional* tiene sus cimientos en la economía y permitió durante mucho tiempo explicar ese comportamiento electoral, sin embargo, también fue muy criticada al evaluar cuáles eran las motivaciones que tendría un elector para permanecer informado y poder emitir un voto “racional” y cuáles son los costos-beneficios que tiene el individuo para ello.

Otra de las teorías que cobró gran relevancia y que hasta la fecha es muy utilizada, incluso desde los estudios demoscópicos es la Teoría de los Clivajes (Lipset y





Rokkan). Esta perspectiva señala de manera general que la sociedad está separada por condiciones materiales, culturales o incluso geográficas. Desde ese punto de vista aparecen conflictos para organizar el espacio público que tienen que ver con la redistribución de la riqueza, la identidad religiosa, las identidades de género entendidas como hegemonías anti-derechos contra un progresismo que busca aumentar derechos, la dicotomía ciudad-campo o centro periferia, entre otros.

En los últimos tiempos ha cobrado fuerza el análisis que explica que los votantes acuden a las urnas a partir de emociones. Son dos las emociones primarias que guían el diseño de las campañas políticas, la primera es la esperanza; se da cuando el candidato propone un cambio que permita disminuir desigualdades, acceder a la justicia, mejorar la calidad de vida o transformar la relación gobierno-ciudadanía. El otro sentimiento es el odio, y quizás es más fuerte que la esperanza, porque como señala Martha Nussbaum en su libro *La monarquía del miedo. Una mirada filosófica a la crisis política actual* (2019), el miedo se convierte en una de las emociones primigenias en el ser humano, nos sirve para advertir de los peligros del exterior y, al mismo tiempo para buscar una protección, sin embargo, cuando se lleva a la política, el miedo genera otro sentimiento, que es el odio, ya sea por los extranjeros, por las élites, por los pobres, por la diversidad, etc.

Si bien es cierto que la política electoral y la política en democracia tiene como principio comunicar con los gobernados o con quienes pretende gobernar, también es verdad que las elecciones son un ejercicio que se puede entender como un debate público, que se da durante un periodo determinado de tiempo y tiene como objetivo que los ciudadanos elijamos cuál es la forma que más nos convence para diseñar el espacio público, bajo esa lógica, “la democracia se debilita mucho cuando los votantes sucumben ante las emociones y dejan de lado las razones” (Oliveira, 2018; p. 56).

Antoni Gutiérrez-Rubí señala que las razones no siempre dominan la razón y que la mejor forma de llegar a los electores es a través del corazón (2020) y tiene un punto a su favor, sobre todo si se aprecia desde ejemplos concretos, como la elección de





los Estados Unidos en 2017, cuando Hilary Clinton se presentó a las elecciones lo hizo desde una postura meramente racional, sus propuestas y sus discursos la colocaban como la opción que mejor entendía el funcionamiento del gobierno de aquel país, también la posicionaba como la opción más competente para guiar el destino de los Estados Unidos y mantener la gobernabilidad democrática, sin embargo, sus razones no lograron conectarse con el electorado, es decir, sus razones no alcanzaron (sobre todo en los estados conocidos como el cinturón de óxido) para convencer y ganar el proceso electoral, a pesar de que ganó el voto popular no ganó el colegio.

### **A manera de conclusión: Una mirada comparativa en tres elecciones**

Hay una premisa de J. M. Oliveira que es adecuada para empezar a contrarrestar la prevalencia de emociones sobre propuestas en las campañas políticas, si bien es cierto no se pueden obviar las emociones, también es verdad que debemos empezar a analizar sus consecuencias en el terreno de la cultura política y en la forma en la que discutimos la organización de lo público, dice Olivera que “los políticos deben comenzar a hablarle a los ciudadanos como un médico a un enfermo: con franqueza y gravedad” (2018; p. 66). Y para lograr esto es necesario que se haga en el campo de las ideas, hacerlo a través del miedo o del odio nos coloca en una condición vulnerable para enfrentarnos a un gobierno que tiene características clientelares, o frente a candidatos que logran emocionar a las masas, pero cuyo programa de gobierno se desconoce o simplemente es inviable.

Sin embargo, como en este momento las emociones han permeado en el ámbito político de tal suerte que es imposible obviar su análisis, es necesario que se haga también desde un principio teórico, en el que se señalen las diferencias y entre cada una de ellas, esto permitirá también hacer una distinción entre los populistas de izquierda y de derecha y, al mismo tiempo, dejará claro cuáles y bajo qué condiciones pueden considerarse un peligro para la democracia. Pierre Rosanvallon ha señalado que en campo político se puede hacer una distinción entre tres tipos



de emociones, a continuación, se presentan y se expone un caso en particular para ejemplificar ese grupo de emociones.

La primera distinción que hace Rosanvallon tiene que ver con lo que él llama emociones de posición, que son aquellas que expresan descontento de parte de la ciudadanía por no ser reconocidos, son un reclamo a las élites, pero, al mismo tiempo, se convierten en una esperanza para conseguir mejores condiciones de vida. En este tipo de emociones se puede ubicar la campaña de Andrés Manuel López Obrador, que habló a un segmento del electorado que no encontraba interlocución con las élites gobernantes y que además utilizaban expresiones despectivas con algunos sectores, por ejemplo, los jóvenes, a los que se les llamaba “nininis”, sin trabajo y sin acceso a educación, como si fuera una responsabilidad de ellos y no una obligación del Estado que se encuentra estipulado en la propia constitución. Ante esto, Obrador cambió esa narrativa y les llamó “jóvenes construyendo futuro”. Entre estas emociones se puede ubicar la esperanza como eje narrativo.

El segundo grupo son las llamadas emociones de intelección y son aquellas que se nutren principalmente de teorías de la conspiración y de la difusión de noticias falsas. Aquí se puede ubicar la campaña de Donald Trump, que se caracterizó por difundir una gran cantidad de “fake news” a través de canales de difusión de sus principales ideólogos como Steve Bannon. En este grupo se puede ubicar al miedo como eje de campaña y tiene por objetivo confirmar los sesgos cognitivos de cierta parte del electorado, por ejemplo, responsabilizar a los migrantes por la pérdida de empleos funcionó porque Estados Unidos alberga una gran cantidad de ellos, sin embargo, no son los responsables de esa pérdida de empleos que experimentó un sector de la población, lo fue la tecnificación de algunos sectores, sobre todo aquellos vinculados con la manufactura.

En el último grupo están las emociones de intervención, que son aquellas que tienen como resorte emocional la desconfianza, la ira o la violencia. Un ejemplo de este caso es lo que sucedió con Javier Milei en Argentina. Una búsqueda rápida en redes



sociales deja ver la forma en la que Milei insultaba a todas aquellas personas que tenían como ideología el progresismo o la izquierda, en varias entrevistas señaló que no haría tratos con comunistas, advirtiendo que el gobierno de Argentina, sobre todo las derivaciones peronistas o kirchneristas devenían de dicha ideología. Una advertencia sobre este tipo de emociones es que debido a la virulencia con la que se esgrimen argumentos en contra de un sector de la población y del gobierno y debido a sus resortes emocionales, se rechaza cualquier posibilidad de negociación con un régimen anterior. Aunque esto no se ha llevado a cabo hasta el momento, se corre el riesgo de que un gobierno que tenga suficiente legitimidad en las urnas tome decisiones que devengan en un autoritarismo, ya que se tiende también a negar la pluralidad política y sobre todo la organización social, como se mencionó anteriormente.

Como se puede apreciar, estamos lejos de tener una teoría del populismo, sin embargo, cada vez hay más elementos para hacer un análisis serio respecto a sus características y sus implicaciones, también sobre las diferencias entre un populismo de izquierda y uno de derecha y sobre las emociones que utilizan en cada campaña. Tener en cuenta estos elementos permitirá fortalecer una cultura política y, al mismo tiempo, encontrar mecanismos que socialmente adviertan sobre posibles discursos de odio o discriminación, discursos anti-derechos y antidemocráticos.

### **Bibliografía.**

Fraser Nancy. (2019). ¡Contrahegemonía ya! Por un populismo progresista que enfrente al neoliberalismo. Siglo XXI.

Gutiérrez-Rubí, Antoni. (2020). Gestionar las emociones políticas. Una guía para entender la irrupción de las emociones en la política y en la opinión pública. Gedisa.

Moreno, Alejandro. (2003). El votante mexicano. Democracia, actitudes políticas y conducta electoral. FCE.

Müller, Jan-Werner. (2017). ¿Qué es el populismo? Grano de Sal.

Riemen, Rob. (2017). Para combatir esta era. Consideraciones urgentes sobre el fascismo y el humanismo. Taurus.

Rosanvallon, Pierre. (2019). El siglo del populismo. Galaxia Gutenberg.

Todorov, Tzvetan. (2012). Los enemigos íntimos de la democracia. Galaxia Gutenberg.

Oliveira, Luis Manuel, et al. (2018). “La democracia en la oscuridad”, en Oliveira, Luis Manuel, et al. Desconfianza. El naufragio de la democracia en México. Lince Ediciones.

#### NOTA METODOLÓGICA:

El presente escrito es el producto de una investigación documental, que se realizó en medios digitales y libros que son mencionados en las referencias bibliográficas en que se basó dicha indagación que da como resultado el título descrito.

**Elaboró**

**Revisó**

**Autorizó**

---

**C. Antonio López López**  
Asesor de la Dirección de  
Desarrollo Político

---

**Lic. Andrea Arellano**  
Tavera  
Jefa del Departamento  
de Estudios y Difusión  
del Desarrollo y Cultura  
Política

---

**Mtro. Emanuel Montiel Soto**  
Director de Desarrollo Político