ESCUELA DE DOCTORADO
INTERNACIONAL DE LA USC

Andrea
Correa Chica

Tesis doctoral

El Apoyo al Populismo en Tiempos de Crisis: Un Análisis Psicosocial

Santiago de Compostela, 2022

Programa de doctorado en Procesos Psicológicos y Comportamiento Social

USC
UNIVERSIDADE
DE SANTIAGO
DE COMPOSTELA

USC
UNIVERSIDADE
DE SANTIAGO
DE COMPOSTELA

TESIS DE DOCTORADO

EL APOYO AL POPULISMO EN TIEMPOS DE CRISIS: UN ANÁLISIS PSICOSOCIAL

Andrea Correa Chica

ESCUELA DE DOCTORADO INTERNACIONAL DE LA UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

PROGRAMA DE DOCTORADO EN PROCESOS PSICOLÓGICOS Y COMPORTAMIENTO SOCIAL

SANTIAGO DE COMPOSTELA

2022

USC
UNIVERSIDADE
DE SANTIAGO
DE COMPOSTELA

DECLARACIÓN DE LA AUTORA DE LA TESIS

EL APOYO AL POPULISMO EN TIEMPOS DE CRISIS: UN ANÁLISIS PSICOSOCIAL

D.ª Jully Andrea Correa Chica

Presento mi tesis, siguiendo el procedimiento adecuado al Reglamento y declaro que:

1) La tesis abarca los resultados de la elaboración de mi trabajo.
2) De ser el caso, en la tesis se hace referencia a las colaboraciones que tuvo este trabajo.
3) Confirmo que la tesis no incurre en ningún tipo de plagio de otros autores ni de trabajos presentados por mí para la obtención de otros títulos.
4) La tesis es la versión definitiva presentada para su defensa y coincide la versión impresa con la presentada en formato electrónico.

En Santiago de Compostela, a 10 de mayo de 2022

Fdo. Jully Andrea Correa Chica

USC
UNIVERSIDADE
DE SANTIAGO
DE COMPOSTELA

AUTORIZACIÓN DE LOS DIRECTORES DE LA TESIS

EL APOYO AL POPULISMO EN TIEMPOS DE CRISIS: UN ANÁLISIS PSICOSOCIAL

D. José Manuel Sabucedo Cameselle
D.ª Mónica Alzate García

INFORMAN:

De que la presente tesis se corresponde con el trabajo realizado por D.ª Jully Andrea Correa Chica bajo nuestra dirección, y autorizamos su presentación, considerando que reúne los requisitos exigidos en el Reglamento de Estudios de Doctorado de la USC, y que como directores y tutor de esta no incurrimos en las causas de abstención establecidas en la Ley 40/2015.

En Santiago de Compostela, a 10 de mayo de 2022

Fdo. José Manuel Sabucedo Cameselle
Director y tutor de la tesis

Fdo. Mónica Alzate García
Directora de la tesis

USC
UNIVERSIDADE
DE SANTIAGO
DE COMPOSTELA

A mi abuela Estela quien, sin haber tenido las posibilidades de aprender a leer y escribir, con su amor incondicional me enseñó que en la simpleza es que se encuentra la verdadera grandeza y que vale la pena trabajar por hacer de este mundo un lugar más justo e igualitario.

A mi abuelo José quien me enseñó desde niña el poder de las historias y me transmitió el amor por aprender. La vida no me dio la posibilidad de despedirte mientras cumplía este sueño, pero tu vida sigue vibrando en mi memoria, porque solo el olvido es la verdadera muerte.

A mi nena, Myriam, quien siempre me ha enseñado desde el ejemplo y ha creído más en este sueño que yo misma impulsándome siempre a ir tras él.

A mi familia que de manera decidida han apoyado cada uno de mis pasos.

Y a esas amistades que son familia, saben que sin su apoyo constante este sueño hoy no habría llegado a ser una realidad.

USC
UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

USC
UNIVERSIDADE
DE SANTIAGO
DE COMPOSTELA

AGRADECIMIENTOS

De todas las rancias ciudades españolas, la que parece inmovilizada en un sueño de granito, inmutable y eterno, es Santiago de Compostela… Rosa mística de piedra, flor romántica y tosca, como en el tiempo de las peregrinaciones, conserva una gracia ingenua de viejo latín rimado… En esta ciudad petrificada huye la idea del Tiempo. No parece antigua, sino eterna… Allí las horas son una misma hora, eternamente repetida bajo el cielo lluvioso.

RAMÓN MARÍA DEL VALLE-INCLÁN[1] (1866-1936)

Hoy llega el tan esperado día de escribir estas líneas. Sin lugar a duda este proceso de formación doctoral más que una experiencia académica ha sido una experiencia transformadora de vida. Los mayores aprendizajes han sido: que vale la pena apostar por lo que se quiere, que la vida es efímera y que, por lo mismo, aunque muchas veces nos pasen cosas que no elegimos, podemos al menos elegir cómo vivirlas y de quiénes rodearnos para continuar el viaje.

En el momento que elegí dedicarme, a nivel académico, a la psicología social —el estudio de la influencia recíproca de la persona y su contexto social (Manstead & Hewstone, 1995)— lo hice por los escasos conocimientos y, ante todo, la intuición que tenía desde mi experiencia vital, de crecer en un país tan bello y a la vez tan afectado por la desigualdad y la violencia como Colombia, sobre cuán relevante

[1] Cita textual extraída de Valle-Inclán (2017, p.65-66).

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

es nuestro entorno en cada acción, percepción y experiencia emocional que tenemos.

Hoy, con todas las vivencias que he tenido durante estos años y los conocimientos adquiridos no me cabe duda de que la culminación de esta etapa no sería posible sin la influencia de todas las personas, que eligiéndolo o no, han hecho parte de este proceso. Por eso estás paginas están dirigidas a agradecerles por acompañarme y apoyarme, de múltiples formas, para que este sueño hoy sea una realidad.

Gracias a mis directores de tesis, Mónica y José Manuel, por su guía, tiempo y esfuerzo para apoyar cada etapa de este proceso. Gracias por haber abierto las puertas sin conocerme y haberme acogido en COSOYPA, en donde aprendí importantes dinámicas del trabajo en equipo. Sin duda me llevo grandes lecciones que trascienden la formación académica. Gracias por haber tenido confianza en mí y posibilitado que viniera a realizar el doctorado, por el tiempo dedicado, las revisiones minuciosas y por apoyarme en todas las solicitudes para obtener financiación y poder culminar esta etapa. Sin duda, admiro la búsqueda constante que tienen por hacer que nuestra labor científica este siempre guiada por un pensamiento crítico y democrático.

Gracias Cris y Sergio, más que compañeros de grupo de investigación, se convirtieron en un apoyo fundamental para sentirme acogida en tierras desconocidas. Cris gracias por los cafés, las buenas charlas, el apoyo constante y por abrirme las puertas de tu casa y acogerme en tu familia. Sergio gracias por haber traído sensatez; siendo o no consciente de ello, fuiste en muchos momentos esa mano amiga que necesité para levantarme en los días grises. Con nuestras largas e interminables discusiones, descubrí cosas de mí misma y de mi propósito de vida que me permitieron reafirmar porque es a través de la ciencia que quiero aportar mi pequeño granito de arena a este mundo.

Gracias a las personas que fui conociendo en estos años y me brindaron amistad y compañía a lo largo del proceso. Adhara, Adriana, Alejandra L., Alexandra G., Andreas, Antonio, Arnulfo, Bea, Camila,

USC
UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Dan, David, Jess, Gemma, Laura, Lidia, Lorraine, Marcos, Mariana, Miguel[2], Pérez, Sandra, Sara, Sebas Tamara y Walter las experiencias compartidas sirvieron para aminorar la tensión.

Gracias también a mis compañeros de teatro, este sin duda terminó siendo un espacio reconfortante para explorar otras facetas de la vida.

Gracias Adri y Margarita por haber hecho de la experiencia Chile, y los tiempos de confinamiento, un periodo ameno a pesar de las circunstancias. Me sentí en calor de hogar y llena de cariño y cuidados.

Gracias a los que terminaron siendo familia en Galicia por el soporte, las risas y los cuidados. Aimé, Alexandra A., Angie, Carlos, Diana, Emilce, José, Juan Ca, Mar, María, Mauro, Orlando, Pao, Patri, Robert y Sandra con ustedes aprendí que hogar es aquel lugar en donde sabes que serás escuchada y apoyada.

Gracias Francisco, por tu soporte durante tantos años y por motivarme de múltiples formas a ir tras mis sueños. Tu impulso fue esencial para motivarme a emprender muchos proyectos en lo que la vida nos dio la majestuosa oportunidad de caminar juntos.

Gracias Paola y Martha por su guía para hacer el camino de reencuentro.

Gracias a esas amistades que me han acompañado en diferentes etapas de la vida y que estuvieron acompañando desde la distancia. Cami, Daniela, Dianita, Fernanda, Linis[2], Mónica[2], Nancy y Doña Yolanda las buenas charlas siempre me reconfortaron y me hicieron sentir cerca de casa.

Gracias a esas amistades, que saben que son familia, con las que la distancia nunca significó un impedimento para seguir compartiendo. Coqui, Dani, Nata, Yoli, Mauro, Myriam, Wendy y Wilson me siento muy afortunada de tenerles en mi vida. Gracias por celebrar mis alegrías, atreverse muchas veces a decir lo que no quería oír pero que

USC
UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

era necesario escuchar y, sobre todo, enseñarme que el valor más fundamental de la amistad es el de cuidarnos.

Gracias a mi familia. A mis abuelos, Estela y José, a mis padres, Myriam y Jaime; a mis hermanas, Patricia y Gina; a mi sobrino, Juanes; y a mi gran amigo, y compañero de vida de mi madre, Héctor. No es fácil resumir todo lo que tengo por agradecerles. Son muchos años sin verlos; en los que hemos aprendido a compartir alegrías y pérdidas desde la distancia. Solo les digo gracias por soplar desde el minuto uno que quise volar hacia este sueño, y sobre todo por haberlo hecho de manera constante. Gracias por enseñarme la importancia de no dejar de soñar; y, más aún, por demostrarme que los sueños se trabajan en el día a día.

Además de agradecer a las personas que de diferentes maneras acompañaron mi proceso de formación doctoral quiero mencionar a las organizaciones e iniciativas que también fueron relevantes durante este periodo.

Primero, gracias a la Universidade de Santiago de Compostela y en especial a las personas que integran: (a) el Departamento de Psicoloxía Social, Básica e Metodoloxía; (b) la Comisión Académica do Programa de Doutoramento en Procesos Psicolóxicos e Comportamento Social, y (c) el Cross-disciplinary Research Center in Environmental Technologies (CRETUS) por la formación y guía recibida a lo largo del proceso. Gracias también a aquellos colaboradores en las áreas de servicios que siempre a través de su trato apoyaron en las largas jornadas para hacer más llevadero el día a día.

Segundo, gracias a los programas Pasaporte a la Ciencia de Colombia Científica y Santander Universidades por la financiación recibida.

Tercero, gracias a la Pontificia Universidad Católica de Chile y en especial al Laboratorio de Psicología Social liderado por el Profesor Roberto Gonzáles por haberme acogido durante mi estancia doctoral.

USC
UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Cuarto, gracias a la International Society of Political Psychology y la Sociedad Científica Española de Psicología Social por la formación obtenida a través de las escuelas de verano y los congresos en los que tuve la oportunidad de participar a lo largo de estos años.

Finalmente, gracias a las iniciativas Sci-Hub y Library Genesis por facilitar el libre acceso al conocimiento científico, que debería estar disponible desde un inicio.

Hoy al cierre de esta etapa, frente a un camino aún por descubrir —en el que espero que muchas de las personas aquí nombradas me sigan acompañando— a donde sea que me lleve la vida espero honrar el compromiso social que conlleva ser Doctora en Psicología Social. Compromiso que implica que la práctica científica siempre esté orientada a aportar a la resolución de problemáticas sociales desde el respeto por los derechos humanos y el pensamiento crítico; que tenga como fin último servir al bienestar y al progreso colectivo.

La vida no es la que uno vivió, sino la que uno recuerda y cómo la recuerda para contarla.

GABRIEL GARCÍA MÁRQUEZ[2] (1927-2014)

[2] Cita textual extraída de García Márquez (2002, p. 7).

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

USC
UNIVERSIDADE
DE SANTIAGO
DE COMPOSTELA

ÍNDICE

ABSTRACT **25**

RESUMO **27**

RESUMEN **29**

INTRODUCCIÓN **31**

CAPÍTULO 1. CRISIS Y ACCIÓN POLÍTICA **37**

1.1. Crisis Socioeconómicas y sus Efectos 37
1.2. Oportunidad Política 40
1.3. Ciclos de Protesta y Marcos Maestros 44
1.4. Cambios Políticos en los Países Miembros de la Unión Europea 47
1.5. España tras la Crisis de la Gran Recesión 51
1.6. Países Bajos tras la Crisis de la Gran Recesión 56
1.7. Conclusión 61

CAPÍTULO 2. EL CONJUNTO DE IDEAS POPULISTAS **65**

2.1. Enfoques Teóricos del Populismo 69
2.2. El Enfoque Ideacional del Populismo 76
2.3. Atributos del Populismo desde el Enfoque Ideacional 77
2.3.1. Ideología Delgada *78*
2.3.2. Conceptos Centrales del Populismo *79*
2.4. Tendencias opuestas al populismo desde el enfoque ideacional 84
2.5. Alcance Teórico del Enfoque Ideacional 85
2.6. Riesgos y Desafíos del Populismo para el Sostenimiento de la Democracia 87
2.7. Conclusión 91

CAPÍTULO 3. DINÁMICA ACTIVADORA DEL POPULISMO **93**

3.1. Oferta Populista 94
3.1.1. Contenido Populista: Un Análisis desde los Marcos de Acción Colectiva *96*
3.1.2. Estilo Populista: Un Análisis Emocional y Atencional *98*
3.1.2.1. El Estilo Emocional 98

USC
UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

3.1.2.2. El Estilo Atencional 99
3.2. Demanda Populista 100
3.2.1. Percepción de Injusticia 100
3.2.2. Percepción del Sistema Político y Emociones de Ira 101
3.2.3. Monopolio de la Verdad 103
3.2.4. Afinidad con Ofertas Populistas: Identificación y Emociones de Entusiasmo 105
3.3. Conclusión 106

CAPÍTULO 4. OBJETIVOS Y MÉTODO 109

4.1. Motivación 109
4.2. Objetivos 110
4.2.1. Objetivo General 110
4.2.2. Objetivos Específicos 110
4.2.3. Estándares Éticos 113
4.2.4. Transparencia 113
4.2.5. Metodología 114
4.2.5.1. Diseño 114
4.2.5.2. Datos Textuales 116
4.2.5.3. Participantes 116
4.2.5.4. Instrumentos 118
4.2.5.5. Análisis de Datos 118

CAPÍTULO 5. ESTUDIOS EMPÍRICOS 121

5.1. Estudio 1. Confrontación y Polarización en la Narrativa Populista: Un Análisis a Podemos y VOX 121
5.1.1. Introducción 121
5.1.2. Objetivo e Hipótesis 122
5.1.3. Método 123
5.1.3.1. Datos 123
5.1.3.2. Análisis de Datos 123
5.1.3.2.1. Análisis de Contenido 123
5.1.1.3.2. Análisis de Estilo 124
5.1.4. Resultados 128
5.1.4.1. Contenido de los MAC 128
5.1.42. Estilo Emocional y Atencional 134
5.1.5. Discusión 141

USC
UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

5.1.6. Limitaciones y Direcciones Futuras *144*
5.1.7. Conclusión *146*
5.1.8. Declaración de Transparencia *146*
5.2. ESTUDIO 2. FACTORES PSICOSOCIALES ACTIVADORES DE ACTITUDES POPULISTAS EN CONTEXTOS DE CRISIS Y PROTESTA POLÍTICA 147
5.2.1. Introducción *147*
5.2.2. Objetivos e Hipótesis *147*
5.2.3. Método *149*
5.2.3.1. Procedimiento y Participantes 149
5.2.3.2. Medidas 150
5.2.4. Resultados *151*
5.2.4.1. Comparaciones entre Muestras 151
5.2.4.2. Análisis del Modelo 154
5.2.5. Discusión *158*
5.2.6. Limitaciones y Direcciones Futuras *162*
5.2.7. Conclusión *163*
5.2.8. Declaración de Transparencia *164*
5.3. ESTUDIO 3. LA ACTIVACIÓN DE ACTITUDES POPULISTAS: COMPARACIÓN EN FUNCIÓN DEL CONTEXTO SOCIAL Y GEOPOLÍTICO 165
5.3.1. Introducción *165*
5.3.2. Objetivos e Hipótesis *166*
5.3.3. Método *167*
5.3.3.1. Procedimiento y Participantes 167
5.3.3.2. Medidas 168
5.3.4. Resultados *170*
5.3.4.1. Comparaciones entre Muestras 170
5.3.4.2. Modelos de Regresión 174
5.3.4.3. Análisis Complementario 178
5.3.5. Discusión *182*
5.3.6. Limitaciones y Direcciones Futuras *186*
5.3.7. Conclusión *188*
5.3.8. Declaración de Transparencia *189*

CAPÍTULO 6. DISCUSIÓN GENERAL 191

6.1. CONTRIBUCIÓN CIENTÍFICA Y HALLAZGOS PRINCIPALES 191
6.1.1. Oferta *192*
6.1.2. Demanda *193*

USC
UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

6.2. LIMITACIONES 196
6.3. LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN FUTURA 197
6.4. IMPLICACIONES PRÁCTICAS 200
6.5. CONSIDERACIONES FINALES 202

CAPÍTULO 7. GENERAL CONCLUSIONS 205

REFERENCIAS 209

ANEXOS 243

ANEXO A. DIVULGACIÓN DE FINANCIAMIENTO 243
ANEXO B. INFORME DEL COMITÉ DE BIOÉTICA DE LA UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA 244

USC
UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Indicadores económicos y políticos en España y Países Bajos entre 2007 y 2021 50

Tabla 2. Clasificación ideológica de los partidos populistas en España y Países Bajos 63

Tabla 3. Principales enfoques teóricos en el estudio del populismo 69

Tabla 4. Principales usos del concepto central de gente en el populismo identificados por el enfoque ideacional 80

Tabla 5. Hipótesis, resultados obtenidos y kit de herramientas utilizadas 126

Tabla 6. Resultados de las comparaciones entre muestras del estudio dos 153

Tabla 7. Resultados ajuste del modelo 156

Tabla 8. Resultados de las comparaciones entre muestras del estudio tres 173

Tabla 9. Modelos de regresión lineal 177

Tabla 10. Efectos totales, directos e indirectos de predictores psicosociales en las actitudes populistas mediado por las emociones de ira hacia las élites políticas y económicas 180

USC
UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

USC
UNIVERSIDADE
DE SANTIAGO
DE COMPOSTELA

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Percepción política en España y Países Bajos entre 2002 y 2018.....51

Figura 2. Publicaciones científicas sobre populismo 68

Figura 3. Sistemas políticos a nivel global evolución 1821 a 2021.....89

Figura 4. Frecuencias totales de los dominios semánticos en el análisis de contenido desde una perspectiva comparativa… 129

Figura 5. Esquema comparativo del marco de identidad politizada….....132

Figura 6. Modelos de regresión: estilo documentos de moción de censura.. ...138

Figura 7.1. Modelos de regresión: estilo sesiones plenarias procesos de moción de censura 2017 y 2018.....139

Figura 7.2. Modelos de regresión: estilo sesiones plenarias procesos de moción de censura 2020 140

Figura 8. Modelo de activación de actitudes populistas propuesto.....148

Figura 9. Resultados coeficientes estimados del modelo para cada muestra…157

Figura 10. Rol mediador de las emociones de ira en la activación de actitudes populistas 179

USC
UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

USC
UNIVERSIDADE
DE SANTIAGO
DE COMPOSTELA

ÍNDICE DE ABREVIATURAS

AFC	Análisis Factorial Confirmatorio
AIC	Akaike Information Criterion – Criterio de información de Akaike
BIC	Bayesian Information Criterion – Criterio de información bayesiano
CHES	Chapel Hill Expert Survey
CFI	Comparative Fit Index – Índice de ajuste comparativo
CIS	Centro de Investigaciones Sociológicas
ES	España (Código ISO Alpha-2)
ESS	European Social Survey
FIV	Factor de Inflación de la Varianza
Gl	Grados de libertad
GPS	The Global Party Survey
LIWC	Linguistic Inquiry and Word Count
MAC	Marcos de Acción Colectiva
NL	Países Bajos (Código ISO Alpha-2)
NRC	National Research Council of Canada
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development
OSF	Open Science Framework
PIB	Producto Interno Bruto
POPPA	Populism and Political Parties Expert Survey
PP	Partido Popular
PSOE	Partido Socialista Obrero Español
PVV	Partij voor de Vrijheid – Partido por la Libertad
RMSEA	Root Mean Square Error of Approximation – Error cuadrático medio de aproximación
SP	Socialistische Partij – Partido Socialista

USC
UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

SRMR	Standardized Root Mean Squared Residual – Residuo cuadrático medio estandarizado
TLI	Tucker-Lewis Index – Índice de Tucker-Lewis
UE	Unión Europea
α	Alpha de Cronbach
ω	Omega de McDonald

USC
UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

ABSTRACT

Crises, social transformations, and the threat to well-being make people question sociopolitical structures and want to generate change through collective action. These times of uncertainty and search for change can lead to the activation of attitudes and the support for political proposals that represent potential challenges to the sustainability of democratic societies.

An altered social context, such as the one described above, generates some of the opportunity structures for populist attitudes to be activated and actors with a populist interpretation of politics to be supported. The people-centered, anti-elitist, and Manichean ideas present in populist narratives and attitudes can have a negative impact on the legitimacy of a state's democratic values. Hence, the interest of this thesis is to understand the psychosocial factors that contribute to the population or its representatives' support for populism.

To advance in this regard, we conducted three studies, the first focused on the analysis of the narrative of political actors who promote a populist vision (supply), and the other two that focused on identifying predictors of the activation of populist attitudes in citizens (demand).

In relation to supply, in the first study we analyzed original texts of two populist parties (one left-wing and one right-wing) and one non-populist party during the censure motion processes that occurred between 2017 and 2020 against the corresponding governments in Spain. We conducted a mixed analysis (qualitative and quantitative) of the content and style of the narrative of these three parties. In the results, we identified that the populist parties used a more confrontational and polarizing narrative compared to the non-populist party.

The supply-side findings reveal that the populist narrative can be harmful to the sustainability of democratic societies, as it tends to attack

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

political and social institutions, negatively stereotype minorities, and impose a negative vision on society.

With regard to demand, in both studies we used comparative designs between supporters of populist and non-populist parties. In the second study, we collected data in a context of political protest in Spain. And in the third study, we collected data from followers of populist and non-populist parties in Spain and the Netherlands. Our results showed a good statistical fit of predictive models of populist attitudes, through the integration of variables that are usually analyzed independently, such as perception of the socio-political context, identification with the populist supply, emotions of anger towards the exogroup and enthusiasm towards the endogroup, and beliefs about the possession of the monopoly of truth.

The findings related to demand show that, in contexts of crisis, populist attitudes of citizens are driven by the negative perception of the political system and their emotional experience of anger, as well as by the identification and enthusiasm generated by actors with populist ideas. In addition, we identified that the belief in the monopoly of truth and that this truth must be imposed for the common good has an impact on the activation of populist attitudes, this occurs in followers of parties of both ideological extremes.

In summary, the studies carried out in this thesis provide relevant information on cognitive and emotional mechanisms involved in citizen support for populism.

Keywords: political action, populist attitudes, crisis, emotions, political psychology, populism.

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

RESUMO

As crises, as transformacións sociais e a ameaza ao benestar fan que as persoas cuestionen as estruturas sociopolíticas e queiran xerar cambio a través da acción colectiva. Estes tempos de incerteza e de busca do cambio poden levar, en ocasións, á activación de actitudes e ao apoio de propostas políticas que supoñen potenciais retos para o mantemento das sociedades democráticas.

Un contexto social alterado, como o descrito anteriormente, xera algunhas das estruturas de oportunidade para que se activen actitudes populistas e se apoien actores cunha interpretación populista da política. As ideas pueblocéntricas, antielitistas e maniqueas presentes nas narrativas e actitudes populistas poden impactar negativamente na lexitimidade dos valores democráticos dun estado. De aí o interese amosado nesta tese por comprender os factores psicosociais que contribúen a que a poboación ou os seus representantes apoien o populismo.

Para avanzar neste sentido, realizamos tres estudos, o primeiro centrado na análise da narrativa dos actores políticos que promoven unha visión populista (oferta); e os outros dous que se centraron en identificar factores preditivos da activación de actitudes populistas nos cidadáns (demanda).

En canto á oferta, no primeiro estudo analizamos textos orixinais de dous partidos populistas (un da esquerda e outro da dereita) e un partido non populista durante os procesos de moción de censura acontecidos entre 2017 e 2020, contra os Gobernos correspondentes de España. Facemos unha análise mixta (cualitativa e cuantitativa) do contido e estilo da narración destes tres partidos. Nos resultados identificamos que os partidos populistas utilizaron unha narrativa máis enfrontada e polarizadora en comparación co partido non populista.

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Os resultados relacionados coa oferta revelan que a narrativa populista pode ser prexudicial para a sustentabilidade das sociedades democráticas, xa que tende a atacar ás institucións políticas e sociais, estereotipar negativamente ás minorías e impoñer unha visión negativa á sociedade.

En canto á demanda, utilizamos deseños comparativos entre seguidores de partidos populistas e non populistas. Nun destes estudos recollemos datos nun contexto de protesta política en España. E no outro, recollemos datos de partidarios de partidos populistas e non populistas en España e Países Baixos. Os nosos resultados amosaron un bo axuste estatístico dos modelos preditivos de actitudes populistas, mediante a integración de variables que adoitan ser analizadas de forma independente, como a percepción do contexto sociopolítico, a identificación coa oferta populista, as emocións de ira cara ao exogrupo e entusiasmo cara ao endogrupo, e crenzas sobre a posesión do monopolio da verdade.

Os achados relacionados coa demanda amosan que, en contextos de crise, as actitudes populistas da cidadanía están impulsadas pola percepción negativa do sistema político e a súa experiencia emocional de ira, así como pola identificación e entusiasmo que xeran os actores con ideas populistas. Ademais, identificamos que a crenza no monopolio da verdade e de que esta verdade debe impoñerse para o ben común incide na activación de actitudes populistas, isto ocorre nos seguidores de partidos de ambos os dous extremos ideolóxicos.

En síntese, os estudos realizados nesta tese achegan información relevante sobre os mecanismos cognitivos e emocionais implicados no apoio cidadán ao populismo.

Palabras chave: acción política, actitudes populistas, crise, emocións, psicoloxía política, populismo.

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

RESUMEN

Las crisis, las transformaciones sociales y la amenaza al bienestar hacen que las personas se cuestionen sobre las estructuras sociopolíticas y quieran generar un cambio a través de la acción colectiva. Estos tiempos de incertidumbre y de búsqueda de cambio pueden conducir, en ocasiones, a que se activen actitudes y se apoyen propuestas políticas que representan potenciales desafíos para el sostenimiento de las sociedades democráticas.

Un contexto social alterado, como el descrito previamente, genera algunas de las estructuras de oportunidad para que se activen actitudes populistas y se apoye a actores con una interpretación populista de la política. Las ideas pueblocentristas, anti-elitistas y maniqueas presentes en las narrativas y actitudes populistas pueden impactar negativamente sobre la legitimidad de los valores democráticos de un Estado. De ahí el interés que se manifiesta en esta tesis por comprender los factores psicosociales que contribuyen a que la población o sus representantes apoyen al populismo.

Para avanzar al respecto, realizamos tres estudios, el primero que se enfocó en el análisis a la narrativa de actores políticos que promueven una visión populista (oferta); y los otros dos que se centraron en identificar factores predictores de la activación de actitudes populistas en la ciudadanía (demanda).

Con relación a la oferta, en el primer estudio analizamos textos originales de dos partidos populistas (uno de izquierda y otro de derecha) y un partido no populista durante los procesos de moción de censura ocurridos entre 2017 y 2020, contra los correspondientes Gobiernos de España. Realizamos un análisis mixto (cualitativo y cuantitativo) al contenido y estilo de la narrativa de estos tres partidos. En los resultados identificamos que los partidos populistas utilizaron una narrativa de mayor confrontación y polarización en comparación con el partido no populista.

USC
UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Los resultados relativos a la oferta revelan que la narrativa populista puede ser perjudicial para el sostenimiento de las sociedades democráticas, pues tiende a atacar a las instituciones políticas y sociales, estereotipar negativamente a minorías e imponer una visión negativa en la sociedad.

Con relación a la demanda, en los dos estudios empleamos diseños comparativos entre seguidores de partidos populistas y no populistas. En el segundo estudio recolectamos datos en un contexto de protesta política en España. Y en el tercero, recolectamos datos de seguidores de partidos populistas y no populistas en España y Países Bajos. Nuestros resultados mostraron un buen ajuste estadístico de modelos predictores de actitudes populistas, a través de la integración de variables que suelen analizarse de forma independiente. En concreto, consideramos la percepción del contexto sociopolítico, la identificación con la oferta populista, las emociones de ira hacia el exogrupo y entusiasmo hacia el endogrupo, y las creencias sobre la posesión del monopolio de la verdad.

Los hallazgos relativos a la demanda muestran que, en contextos de crisis, las actitudes populistas de la ciudadanía están impulsadas por la percepción negativa del sistema político y su experiencia emocional de ira, así como por la identificación y el entusiasmo que generan los actores con ideas populistas. Además, identificamos que la creencia en el monopolio de la verdad y en que esta verdad debe imponerse para el bien común incide en la activación de las actitudes populistas, esto ocurre en seguidores de partidos de ambos extremos ideológicos.

En síntesis, los estudios realizados en esta tesis aportan información relevante sobre mecanismos cognitivos y emocionales implicados en el apoyo ciudadano al populismo.

Palabras clave: acción política, actitudes populistas, crisis, emociones, psicología política, populismo.

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

INTRODUCCIÓN

> El poder corresponde a la capacidad humana no sólo de actuar sino de actuar en conjunto. El poder nunca es propiedad de un individuo, sino que pertenece a un grupo y sólo existe mientras el grupo se mantenga unido…En el momento en que el grupo, del que procede el poder… desaparece, también desaparece "su poder".
>
> HANNAH ARENDT[3] (1906-1975)

Las personas como seres sociales requerimos de la política para abordar asuntos que nos afectan por ser miembros de un colectivo. Esto se debe a la gran interdependencia que tenemos como especie (Gintis et al., 2015). A través de la política los grupos sociales tomamos decisiones relacionadas con: la distribución de recursos, las relaciones con otros grupos y los objetivos a perseguir. En ese sentido, la política es ineludible a nuestra condición de seres sociales.

Si bien la interdependencia también se observa en otras especies, el estilo de vida humano demanda muchas más decisiones colectivas. Y, por tanto, es necesaria la existencia de una compleja estructura sociopolítica para distribuir el poder, tomar decisiones y establecer un orden normativo (Gintis et al., 2015).

Algunas de estas estructuras sociopolíticas se basan en una jerarquía de dominación social, mientras que otras, lo hacen en torno al

[3] Cita textual extraída de Arendt (1969, p. 44).

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

consenso. Entre las segundas encontramos aquellas de carácter democrático, que son el tipo de estructura que goza de más legitimidad social en nuestros tiempos (Cunningham, 2015). La democracia se ha convertido en el ideal normativo universalmente reconocido del mundo contemporáneo (Le Cheminant & Parrish, 2011). Aunque, existen distintos tipos de democracia (p. ej., liberal, representativa o directa) todos buscan ofrecer un sistema que promueva deliberación y toma de decisiones colectivas de forma pacífica en un entorno de igualdad (Hague & Harrop, 2004).

Ahora bien, ¿Cuáles son los motivos para que una estructura sociopolítica se mantenga vigente o cambie?

Entre los varios niveles de análisis posible para responder a esta pregunta, en esta tesis vamos a defender el de la psicología social, que se centra en la interacción persona-situación.

Cualquier cambio en el contexto que se perciba como amenazante del bienestar social, como son los tiempos de crisis, puede poner en riesgo la vigencia de estructuras sociopolíticas como la democracia. La percepción de amenaza juega un rol central en la vida política de un colectivo que puede traducirse en un cuestionamiento ciudadano de la estructura política vigente. En general, la amenaza puede unificar identidades endogrupales mientras que conduce a estigmatizar y/o responsabilizar a un exogrupo y, por lo tanto, es particularmente potente en la escena política (Huddy et al., 2013).

Dentro de los fenómenos que ponen en riesgo la vigencia de la estructura democrática se encuentra el populismo. El populismo, caracterizado por la confrontación entre el "pueblo" y la "élite", se basa en un proceso psicosocial básico, la categorización: proceso en el que se maximizan tanto las semejanzas endogrupales como las diferencias intergrupales. Este proceso de diferenciación entre grupos puede

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

generar conflictividad social y la aparición de ideologías basadas en el odio, la exclusión y la legitimación de acciones orientadas al despotismo. Ideologías difíciles de erradicar y que resultan atractivas en tiempos de crisis.

Por estos motivos, con esta tesis buscamos avanzar en la comprensión del apoyo al populismo desde una perspectiva psicosocial. Para ello, analizamos tanto elementos característicos de la narrativa populista como factores cognitivos y emocionales relacionados con la oferta y la demanda, que predicen la activación de las actitudes populistas entre personas que se identifican con actores[4] que difunden este conjunto de ideas y aquellas que no se identifican.

Para lograr este propósito, la presente tesis se organiza en siete capítulos. En el primer capítulo analizamos las implicaciones de las crisis en la acción política. Para ello, iniciamos con una breve ejemplificación de las respuestas sociales ante algunas crisis socioeconómicas, de alcance global, ocurridas en el siglo XX y XXI. En este recuento mostramos cómo estos tiempos de crisis motivan a la acción política y, en ocasiones, generan estructuras de oportunidad política[5] y ciclos de protesta. Lo que a su vez facilita el surgimiento y/o aumento de apoyo a actores políticos que desafían el buen funcionamiento del sistema democrático, dentro de los que se encuentran aquellos que difunden ideas populistas. Igualmente, en este capítulo profundizamos en el análisis de la participación política y el apoyo a actores populistas durante la crisis socioeconómica de la Gran

[4] Empleamos los términos de: actor(es) y "actor(es) político(s)" para hacer referencia a grupos sociales o personas que: (1) en su actividad rigen o aspiran a regir en asuntos públicos, o (2) que intentan influir en las autoridades políticas y la opinión pública. Algunos ejemplos serían: políticos individuales, partidos políticos, sindicatos y movimientos sociales.

[5] Empleamos los términos oportunidad(es), oportunidad(es) política(s) y estructura de oportunidad(es) política(s) de forma indiferenciada.

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Recesión en dos países con estructuras de oportunidad política distintas, España y Países Bajos.

En el segundo capítulo presentamos los principales enfoques teóricos desde los que se ha estudiado el populismo, y profundizamos en el enfoque ideacional, que es bajo el que estudiamos el populismo en esta tesis doctoral. Al cierre de este capítulo discutimos sobre los principales riesgos y desafíos a los que se enfrenta la democracia por el auge del populismo.

En el tercer capítulo presentamos los fundamentos teóricos que guiaron cada uno de los estudios que componen la evidencia empírica de esta tesis. Para ello, discutimos sobre aspectos de contenido y estilo de la narrativa populista. Además, abordamos los factores psicosociales, cognitivos y emocionales, relacionados con la oferta y la demanda que proponemos, con base en la literatura científica, están implicados en la activación de las actitudes populistas.

En el cuarto capítulo presentamos los objetivos y la metodología utilizada en los estudios empíricos. Para ello, explicamos las motivaciones para formular los estudios con relación a la oferta y la demanda, los principios éticos, las prácticas implementadas en coherencia con el paradigma de la Open Science, al igual que el diseño metodológico utilizado para la recolección y el análisis de datos realizado.

En el quinto capítulo presentamos las especificidades metodológicas, resultados y discusiones correspondientes a los tres estudios empíricos de la tesis. En el primer estudio, analizamos textos originales de dos partidos populistas (uno de izquierda y otro de derecha) y un partido no populista, durante los procesos de moción de censura ocurridos entre 2017 y 2020 contra los correspondientes Gobiernos de España. Realizamos un análisis mixto (cualitativo y cuantitativo) al contenido y estilo de la narrativa de estos tres partidos.

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

En el segundo estudio, proponemos y ponemos a prueba un modelo explicativo de la activación de actitudes populistas, en un contexto de protesta política, que integra dos mecanismos. El primer mecanismo es el que más se ha utilizado en la predicción de actitudes populistas, la percepción negativa del sistema político y las emociones de ira asociadas. El segundo mecanismo, si bien ha sido menos explorado, también contribuye a la predicción de actitudes populistas. Nos referimos a la identificación con actores que promueven una visión populista y las emociones de entusiasmo que generan con su propuesta de cambio social. En el tercer estudio, analizamos el rol de predictores psicosociales de actitudes populistas en dos contextos sociopolíticos distintos. Concretamente, analizamos la capacidad predictiva de la percepción de injusticia, la confianza política, la satisfacción con la democracia, el estilo cognitivo del monopolio de la verdad, y las emociones de ira hacia las élites. Para ello, analizamos y comparamos datos en muestras de seguidores de partidos populistas y no populistas en España y Países Bajos.

Finalmente, en los capítulos seis y siete presentamos la discusión general y conclusiones de esta tesis. Para ello, analizamos e integramos los principales hallazgos empíricos obtenidos con relación a la oferta y la demanda. Además, discutimos sobre las limitaciones, las implicaciones teóricas y prácticas y la dirección para la investigación futura.

USC
UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

USC
UNIVERSIDADE
DE SANTIAGO
DE COMPOSTELA

CAPÍTULO 1. CRISIS Y ACCIÓN POLÍTICA

> No es tanto el tipo de persona que es un hombre como el tipo de situación en la que se encuentra lo que determina cómo actuará.
>
> STANLEY MILGRAM[6] (1933-1984)

1.1. CRISIS SOCIOECONÓMICAS Y SUS EFECTOS

Una crisis es concebida como la ruptura de la estabilidad, causada por un evento desencadenante, que se percibe como amenaza para los objetivos vitales. Frente a ello, los viejos hábitos no parecen ser eficientes, y las personas perciben la necesidad de evocar nuevas respuestas (Rapoport, 1962). A partir de esta definición enumeramos tres eventos históricos que han desencadenado rupturas a la estabilidad social, percepción de amenaza y respuestas colectivas poco esperadas.

El primero, es la crisis tras la Primera Guerra Mundial que dejó a muchos países con altos niveles de endeudamiento e inestabilidad financiera que socavaron la confianza en la capacidad de los partidos tradicionales para administrar la economía (de Bromhead et al., 2012). En Italia, Benito Mussolini explotó el profundo sentimiento de insatisfacción causado por la Primera Guerra Mundial. En 1921 su partido obtuvo solo un escaño, pero en 1924 obtuvo el 60.09% de votos. El apoyo fue dado principalmente por las élites políticas y económicas,

[6] Cita textual extraída de Milgram (1974, p. 205).

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

la clase media y las personas retornadas de la guerra. Estos sectores sociales sentían representada su insatisfacción en la retórica fascista. Temían que Italia se convirtiera en un estado socialista y veían en Mussolini al único líder capaz de restaurar el orden público (Morgan, 2004; Russo, 2020).

El segundo, es la crisis de 1929, también conocida como la "Gran Depresión". Esta crisis se originó debido a la caída de la bolsa de valores de Nueva York que provocó una depresión económica mundial. Alemania fue uno de los países más afectados por la Gran Depresión. El país tenía una fuerte dependencia de los préstamos estadounidenses para recuperarse de la devaluación de su moneda y del gasto en reparaciones impuesto tras su derrota en la Primera Guerra Mundial. Tras el inicio de la crisis, la industria alemana colapsó, los precios cayeron y el desempleó aumentó. Este escenario llevó a muchas personas a la búsqueda de soluciones a través de la participación política. Para las elecciones de 1928, previas a la crisis, el Partido Nacionalsocialista, recibió el 2.63% de los votos. Mientras que, en las elecciones de 1933 obtuvo el 43.91% de los votos.

El Partido Nacionalsocialista consiguió apoyo de múltiples sectores en zonas urbanas y rurales (Petzschmann, 2014). Algunos de estos sectores fueron: las élites económicas, asustadas por el aumento de apoyo a los comunistas; la clase media, alarmada por el fracaso de la democracia; las personas nacionalistas, inconformes con las medidas impuestas a Alemania para reparar a Europa tras su derrota en la Primera Guerra Mundial; y las poblaciones rurales, quienes en su angustia agraria sintieron atracción por un partido que prometió anteponer los intereses de la Alemania rural (de Bromhead et al., 2012; Funke et al., 2016).

El tercero es la crisis de 2008, también conocida como "La Gran Recesión" su origen se sitúa a partir de la quiebra del banco de inversión Lehman Brothers y el resultante desplome histórico de la bolsa de

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

valores de Nueva York. Las principales consecuencias económicas fueron la inflación de las economías, el aumento del desempleo a máximos históricos y el incremento de la pobreza y la desigualdad.

Desde el inicio de la crisis de la Gran Recesión se visibilizó una brecha entre las expectativas de vida de la ciudadanía y la capacidad de los actores políticos y del sistema para satisfacerlas. Es decir, un sentido subjetivo de privación colectiva (Bos et al., 2020; Hameleers & de Vreese, 2020; van Stekelenburg & Klandermans, 2013). La discrepancia entre las demandas ciudadanas y la oferta de las administraciones públicas influyó en la percepción de amenaza al bienestar y al orden social entre amplios sectores (Anduiza et al., 2018; Rico & Anduiza, 2019; Sabucedo et al., 2017). El apoyo a la democracia disminuyó drásticamente (Armingeon & Guthmann, 2014). Aumentó la desconfianza hacia las instituciones, los partidos tradicionales y determinados grupos que se consideraba que podían afectar el bienestar social, tales como migrantes o colectivos minoritarios (A. Akkerman et al., 2017; Brubaker, 2021; Rico & Anduiza, 2019).

A nivel político durante los primeros años de la Gran Recesión se observó un incremento en acciones de protesta, al igual que un aumento de apoyo a partidos de extrema derecha e izquierda que promovían un discurso antisistema, populista, polarizador, intransigente y, en ocasiones, extremista (Funke et al., 2016; Pirro et al., 2018; van Gent et al., 2013).

Con relación a las acciones de protesta emergió un ciclo de acción colectiva transnacional en el que surgieron movimientos multitudinarios que resignificaron el conflicto político y social del momento. Algunos de los movimientos más multitudinarios fueron los Indignados (en España), los Aganaktismenoi (en Grecia) y el Occupy Wall Street (en Estados Unidos). Estos movimientos culparon a un

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

poder minoritario compuesto por élites políticas y económicas corruptas de expropiar la soberanía de "el pueblo" (Aslanidis, 2018b).

Los tres contextos de crisis socioeconómicas presentados previamente, muestran que estos tiempos abren una ventana a la búsqueda del cambio a través de la acción política (Tarrow, 1993b). Sin embargo, la búsqueda de ese cambio en algunas ocasiones puede traer consigo potenciales desafíos para el sostenimiento de sociedades democráticas.

Esto se debe en gran medida a la percepción de amenaza que estos tiempos traen consigo y que ya se señalaba en la delimitación del concepto de crisis. La percepción de amenaza puede generar distintos tipos de respuestas, tales como avivar y unificar identidades endogrupales, y/o conducir a la desacreditación y atribución de responsabilidades hacia exogrupo(s). Estos procesos, a su vez, facilitan la escalada de conflictos, la adopción de ideas extremistas y el apoyo a alternativas que en ocasiones desafían el ideal democrático, con políticas de confrontación e intolerancia en lugar de cooperación (Brader & Marcus, 2013; Huddy et al., 2013; Rempel & Fisher, 1997).

Igualmente, los tiempos de crisis generan insatisfacción y desconfianza, hacia las instituciones y actores políticos establecidos, que se perciben como incompetentes y/o deshonestos. Esto otorga posibilidades de éxito a opciones políticas alternativas a las que hasta ese momento detentaban el poder. Es decir, es la articulación entre amenazas y oportunidades lo que motiva a realizar acciones políticas en búsqueda del cambio social (Tarrow, 2011).

1.2. OPORTUNIDAD POLÍTICA

Las oportunidades políticas se definen como la probabilidad percibida (no objetiva) de que la acción política logre el resultado deseado. Específicamente, las oportunidades son señales consistentes –pero no necesariamente formales, permanentes o nacionales– del

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

entorno político o del cambio en ese entorno que brindan incentivos para la acción política al afectar las expectativas de éxito o fracaso (Tarrow, 2011).

Por tanto, las oportunidades terminan siendo señales dirigidas a los actores políticos y a la ciudanía que les anima o desanima a utilizar sus recursos internos para actuar (Giugni & Grasso, 2016; Hanspeter et al., 1997). Por lo mismo, cualquier cambio que debilite la capacidad por parte de los Estados para recompensar a su ciudadanía, como lo son los contextos de crisis, aumenta las oportunidades para que surja la acción política (Tarrow, 2011).

Al ser señales, las oportunidades políticas son independientes de los actores políticos. Y si bien éstas no explican completamente el éxito o fracaso de un actor político, sí contribuyen en gran medida a comprender su origen y/o apoyo (Giugni & Grasso, 2016; Grasso & Giugni, 2016; Jackman & Volpert, 1996; Rydgren, 2005). A continuación, exponemos algunas de las principales oportunidades políticas que pueden favorecer el surgimiento y apoyo a actores políticos alternativos en contextos democráticos, tomando como fuente principal la propuesta de Rydgren (2004, 2005).

Una primera oportunidad política es la *emergencia de nichos* en el espacio electoral. Es decir, la existencia de brechas entre la posición de las personas en el espacio político y la posición percibida de los partidos predominantes sobre temas cruciales. La emergencia de estos nichos es altamente probable en tiempos de crisis que generan mayor frustración y desilusión entre aquellos cuya situación se ha deteriorado (en términos objetivos y/o relativos) y pueden percibir que los partidos predominantes no representan sus intereses. Estas brechas pueden precisamente ser aprovechadas por actores políticos alternativos que decidan posicionarse al respecto.

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Una segunda oportunidad política, y conectada con la anterior, son los *procesos de desalineación y realineación*. La disminución de la confianza en los actores políticos tradicionales y el aumento de conflictividad y división constituyen una oportunidad para el surgimiento de actores políticos alternativos con los cuales algunos sectores sociales se pueden sentir más conectados.

Una tercera oportunidad política es el *establecimiento de agenda (agenda setting) y politización de nuevos temas*. La politización de nuevos temas es de gran importancia, puesto que puede otorgar a actores políticos alternativos una mayor cobertura mediática. Temas que muchas veces han estado descuidados por los actores políticos establecidos pueden llegar en cambio a ser relevantes en la retórica de actores políticos alternativos. Lo que a su vez les permite tener mayor cobertura mediática.

Una cuarta oportunidad política, y conectada con la anterior, es *el acceso a los medios de comunicación masiva* al igual que la participación en las *redes sociales digitales*. Esta oportunidad política tiene que ver con la apertura a dar visibilidad a actores políticos alternativos por parte de los principales medios de comunicación. Al igual que con la participación en tiempos recientes de los actores políticos en las redes sociales digitales. Plataformas que crearon nuevas formas de obtención de información, generación y consumo de contenidos, deliberación pública e interacción social, haciendo posible la conexión directa entre actores políticos y ciudadanos (Bar-Tal & Magal, 2021; Zhuravskaya et al., 2020). Esta oportunidad puede incidir en facilitar la evocación de los actores alternativos y, con ello, incrementar sus probabilidades para obtener apoyo social y éxito electoral.

Una quinta oportunidad es *la convergencia política*. La percepción de una convergencia, ideológica o de toma de decisión, puede dar lugar a la sensación de que los actores políticos predominantes “son todos

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

iguales". Esto, a su vez, puede alimentar la desconfianza y el descontento popular con las figuras políticas y partidos predominantes; así como crear una audiencia receptiva a los discursos de actores dispuestos a movilizar votos de protesta. Esta oportunidad política además puede aportar a otras dos discutidas previamente. Por una parte, la convergencia política facilita la emergencia de nichos mediante la percepción de que todos los partidos predominantes son similares. Asimismo, la convergencia en alguna posición política (p. ej., el modelo económico), puede motivar la despolitización de esa temática y la politización de otra temática hasta entonces periférica (p. ej., la inmigración).

Una sexta oportunidad política es *la presencia o ausencia de aliados entre las élites*. Cuando los actores políticos alternativos cuentan con aliados entre las élites es más probable que tengan mayor legitimidad y/o visibilidad. Estas alianzas pueden darse a partir de la colaboración, por ejemplo, en gobiernos de coalición; al igual que a partir del acercamiento de los actores políticos establecidos hacia las posiciones políticas adoptadas por los actores alternativos.

Una séptima oportunidad es la *relativa apertura o cierre de los sistemas políticos institucionalizados*. Esto se relaciona con aspectos más formales como el sistema de votación, el establecimiento de umbrales electorales y las regulaciones para el financiamiento de partidos. Aquellos sistemas proporcionales, sin umbrales electorales y con menor regulación en el financiamiento favorecen en mayor medida el multipartidismo y, por tanto, la entrada de nuevos actores políticos.

Una octava oportunidad política es la *capacidad y propensión del Estado a la represión*. La represión puede tener un efecto tanto disuasorio como motivador para la acción política. Un nivel bajo de represión percibida puede reforzar la identidad colectiva y conducir a un mayor apoyo a actores políticos alternativos. Es decir, estos actores pueden actuar como los canalizadores de la idea de que existe un

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

sistema político represivo que necesita cambiarse. De esta forma, los actores políticos alternativos, que se presentan como ajenos a las élites, ejercerían el liderazgo de ese cambio. Ahora bien, los niveles elevados de represión también pueden llevar a la deslegitimación, estigmatización y/o radicalización y, por lo tanto, a la marginación del contexto electoral de los actores alternativos. En definitiva, la represión puede ser un disuasor o motivador de la acción política en la medida en que afecta a la comprensión subjetiva del statu quo como algo que puede cuestionarse, que es la base racional para participar políticamente.

1.3. CICLOS DE PROTESTA Y MARCOS MAESTROS

Como hemos discutido previamente las oportunidades políticas y la percepción de amenaza a los intereses y la identidad social que traen los tiempos de crisis suele promover la acción política. De hecho, es común que con las crisis se desencadenen ciclos de protesta política. Estos ciclos se caracterizan por una fase de mayor conflicto en todo el sistema social; una amplia extensión sectorial y geográfica; la aparición de nuevas organizaciones de movimientos sociales y/o el empoderamiento de las antiguas; la generación de nuevos repertorios de participación política organizada y no organizada; y la creación de nuevos o transformados "marcos maestros" de significado (Sabucedo et al., 2017; Snow & Benford, 1992; Tarrow, 1993a). La función del marco maestro es dar sentido a todo el ciclo de protesta (Diani, 1996; Snow & Benford, 1992; Tarrow, 1993a).

Los marcos, en general, son estructuras discursivas que guían la percepción e interpretación de la realidad. La función de los marcos es ayudar a simplificar la interpretación sobre los sucesos que percibimos del mundo exterior. Esto se debe a que seleccionan y destacan objetos, situaciones, eventos, experiencias y secuencias de acción específicas dentro del entorno presente o pasado (Snow & Benford, 1992).

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Durante los ciclos de protesta los marcos predominantes se vuelven ineficaces para explicar el entorno, esto hace que las personas sean más susceptibles a adoptar nuevos marcos de interpretación.

Específicamente, la función de los marcos maestros es dar forma a cómo compiten, decaen y se transforman los Marcos de Acción Colectiva (MAC) que son específicos de los movimientos sociales (Noonan, 1995). En otras palabras, los marcos maestros son genéricos, inclusivos y amplios en alcance e influencia mientras que los MAC son específicos y derivados de los primeros (Snow & Benford, 1992).

Los marcos maestros tienen al menos cuatro características centrales. La primera característica es que diagnostican la realidad. Esto es identifican un problema y atribuyen la culpa o causalidad del mismo a individuos, grupos o estructuras sociales (Snow & Benford, 1992).

La segunda característica es que proporcionan un pronóstico. Es decir, sugieren una línea de acción para solucionar el problema o mitigar la situación (Snow & Benford, 1992).

La tercera característica es su gran resonancia o potencia movilizadora, que depende de: la credibilidad empírica (base aprobatoria de las afirmaciones diagnósticas), la conmensurabilidad experiencial (experiencia directa de las personas con la problemática), y la centralidad ideacional o fidelidad narrativa (encaje con otros elementos contextuales) (Snow & Benford, 1992).

La cuarta característica es que son sintácticamente flexibles y léxicamente universalistas; lo que facilita que numerosos grupos agraviados lo aprovechen y elaboren sus MAC en términos de su esquema básico de resolución de problemas (Snow & Benford, 1992). Es decir, los actores políticos pueden personalizar y adaptar los marcos maestros a sus necesidades y objetivos particulares para aumentar sus posibilidades de éxito (Tarrow, 1993a). Esto es lo que se conoce como

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

alineación del marco maestro (Aslanidis, 2018b; Diani, 1996; Rydgren, 2005).

En el proceso de alineación es común que los actores políticos alternativos transformen retóricamente el marco maestro para que tenga mayor coherencia con el momento histórico, el contexto cultural y político, y la identidad única que estos quieren promover (Aslanidis, 2018b; Diani, 1996; Rydgren, 2005). Es decir, cuando el actor político adapta el marco maestro busca justificar y legitimar sus acciones y, así, persuadir a las personas para que le apoyen (Aslanidis, 2018b; Sabucedo et al., 2017). Es tal la relevancia de los marcos maestros en la sincronización y creación de familias de movimientos/partidos políticos que trascienden fronteras nacionales y regionales (Rydgren, 2004, 2005). Entre los ejemplos de marcos maestros que han dado lugar a familias de partidos políticos destacamos: el antisistema, el antiélite, el antiinmigración, y el etnonacionalista xenófobo (o de racismo cultural) (Aslanidis, 2018b; Diani, 1996; Rydgren, 2004, 2005).

Tanto la existencia de un marco maestro potente como un contexto de oportunidades políticas facilitan que actores políticos alternativos surjan y/u obtengan apoyo (T. Akkerman et al., 2016; Rydgren, 2004, 2005). En ausencia de estos elementos es poco probable que la percepción de amenaza por sí sola conduzca a la acción política (Giugni & Grasso, 2016).

Es común que, a partir del surgimiento y apoyo a los actores políticos alternativos, se produzcan transformaciones en las relaciones entre gobiernos, actores políticos establecidos, rivales, y actores externos (p. ej., otros gobiernos o entidades supranacionales). La llegada de actores alternativos ocasiona estas trasformaciones en la medida en que reduce el poder de los actores establecidos o impone nuevas interacciones entre estos (Tarrow, 2011).

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Además, en determinadas ocasiones, la llegada de estos actores al sistema político puede dificultar, contrario a lo requerido, la resolución de las crisis. Dado que puede aumentar el fraccionamiento y polarización en un momento en que la toma de decisiones y ejecución de estrategias políticas consensuadas puede ser más necesaria (Funke et al., 2016).

Ahora bien, es importante aclarar que no es la crisis en sí la que posibilita que actores políticos alternativos con ofertas polarizadoras obtengan apoyo. Más bien, es la forma en la que las personas perciben y responden ante los contextos de crisis lo que explica este apoyo. Para ello, vamos a profundizar en el análisis de los cambios políticos asociados a la crisis socioeconómica de la Gran Recesión en Europa. Además, haremos un análisis de las afectaciones de esta crisis en dos países con estructuras de oportunidad política distintas, España y Países Bajos.

1.4. CAMBIOS POLÍTICOS EN LOS PAÍSES MIEMBROS DE LA UNIÓN EUROPEA

Específicamente en Europa la crisis socioeconómica iniciada en 2008 ha sido la peor recesión económica desde la Gran Depresión (Armingeon & Guthmann, 2014). Desde el inicio de la crisis muchos gobiernos tuvieron que realizar costosos rescates bancarios, recortes de impuestos y otras medidas de estímulo que agotaron el presupuesto público (van Kersbergen et al., 2014). Esto resultó en un aumento de los gastos y una disminución de ingresos de los gobiernos.

Sumado a esto, en la primavera de 2010, la crisis de la deuda soberana en Grecia enfrentó a la economía europea con una nueva réplica de la crisis. La Unión Europea acudió al rescate de Grecia y otras economías débiles con un paquete de rescate general. Los gobiernos en Grecia, España y Portugal llevaron a cabo programas de consolidación fiscal, incluida la reducción del bienestar social y la reforma del

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

mercado laboral. Poco después, los gobiernos de Alemania, Francia, Italia, Reino Unido y Países Bajos lanzaron también medidas de austeridad (van Kersbergen et al., 2014). En general, la crisis de la Gran Recesión supuso que distintos gobiernos de países pertenecientes a la Unión Europea implementaran medidas de austeridad que tuvieron repercusión en el bienestar social.

Unida a la crisis de la Gran Recesión, la migración pasó a ser un tema destacado en la agenda política de varios países de la Eurozona. Los excepcionales flujos migratorios hacia Europa tras la crisis humanitaria —principalmente de Siria, Afganistán e Irak—alcanzó su pico más visible hacia 2015. La afluencia de inmigrantes y solicitantes de asilo a Europa puso en duda la capacidad de la Unión Europea para responder de forma conjunta a cuestiones políticas comunes. La politización de la migración se enmarcó, en algunos países, como una amenaza y también alimentó sentimientos euroescépticos (Pirro et al., 2018; Pirro & van Kessel, 2018).

En términos electorales el apoyo a partidos extremistas de derecha e izquierda incrementó un 39% desde el inicio de la Gran Recesión. Al igual que aumentó el apoyo a políticas antiinmigración (77%), proteccionistas (25%), regionalistas (25%) y de rechazo al euro (58%) (van Gent et al., 2013). Muchos de estos partidos políticos en países como Francia, Reino Unido, Suecia, Finlandia, los Países Bajos y España se presentaron como una alternativa a las élites catalogadas como "corruptas" y como los únicos capaces de atender las necesidades y demandas del "Pueblo" (Aslanidis, 2018b; Funke et al., 2016; Hawkins, Carlin, et al., 2019).

Ahora bien, llegados a este punto es importante aclarar que la crisis de la Gran Recesión no afectó por igual a todos los países de la eurozona, y su respuesta tampoco fue uniforme (Lee, 2021). Dos ejemplos que destacar son España y Países Bajos. La comparación resulta de especial interés por sus diferencias tanto en las repercusiones

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

socioeconómicas de la crisis como en los cambios en términos de acción política (ver Tabla 1 y Figura 1). Por ello, a continuación, presentamos una contextualización de cada uno de estos países desde el inicio de la crisis de la Gran Recesión.

USC
UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Tabla 1. Indicadores económicos y políticos en España y Países Bajos entre 2007 y 2021

Indicador	País	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) per cápita (% anual)[1]	ES	1.7	-0.71	-4.61	-0.29	-1.16	-3.02	-1.11	1.68	3.91	2.94	2.73	1.84	1.35	-11.2	-
	NL	3.54	1.77	-4.16	0.82	1.07	-1.39	0.42	1.05	1.5	1.64	2.3	1.76	1.29	-4.33	-
	UE	2.8	0.31	-4.57	2.1	2.03	-0.85	-0.27	1.32	2.08	1.79	2.65	1.89	1.75	6.08	-
Pobreza ($1.90 por día) (% de la población)[2]	ES	0.4	0.5	0.8	0.7	1.1	0.9	1.2	0.8	0.9	1.2	0.7	0.9	-	-	-
	NL	0	0.1	0.1	0	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0	0.2	0.1	-	-	-
Pobreza multidimensional (% de la población)[3]	ES	-	-	-	26.1	26.7	27.2	27.3	29.2	28.6	27.9	26.6	26.1	25.3	-	-
	NL	-	-	-	15.1	15.7	15	15.9	16.5	16.4	16.7	17	16.7	16.5	16.3	-
Coeficiente GINI[4]	ES	34.1	34.2	34.9	35.2	35.7	35.4	36.2	36.1	36.2	35.8	34.7	34.7	-	-	-
	NL	29.6	29.3	27.9	27.8	27.8	27.6	28.1	28.6	28.2	28.2	28.5	28.1	-	-	-
Tasa de desempleo[5]	ES	8.22	11.27	17.87	19.88	21.41	24.79	26.12	24.45	22.07	19.65	17.23	15.27	14.11	15.53	14.8
	NL	5.31	4.76	5.42	6.07	6.05	6.82	8.19	8.35	7.89	7	5.88	4.87	4.43	4.85	4.22
	UE	7.56	7.33	9.36	10.13	10.13	11.11	11.63	11.07	10.24	9.28	8.28	7.42	6.85	7.24	7.03
Déficit del gobierno general[6]	ES	1.9	-4.6	-11.3	-9.5	-9.7	-10.7	-7	-5.9	-5.2	-4.3	-3	-2.5	-2.9	-11	-
	NL	-0.2	0.1	-5.2	-5.3	-4.5	-4	-3	-2.3	-2.1	0	1.3	1.4	1.7	-4.2	-
	UE	-0.5	-2	-6	-6	-4.1	-3.6	-2.9	-2.4	-1.9	-1.4	-0.8	-0.4	-0.5	-6.9	-
Funcionamiento de la democracia[7]	ES	-	8.45	-	8.16	8.02	8.02	8.02	8.05	8.3	8.3	8.08	8.08	8.29	8.12	7.94
	NL	-	9.53	-	8.99	8.99	8.99	8.84	8.92	8.92	8.8	8.89	8.89	9.01	8.96	8.88

Nota. Esta tabla se construyó consultando diferentes fuentes de indicadores económicos y políticos. ES = España (Código ISO Alpha-2). NL = Países Bajos (Código ISO Alpha-2). UE = Unión Europea. [1,2,3,4]World Bank (2021), [5,6]Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (2021),[7]Informes desde 2007 hasta 2021 de Economist Intelligence Unit (2021).

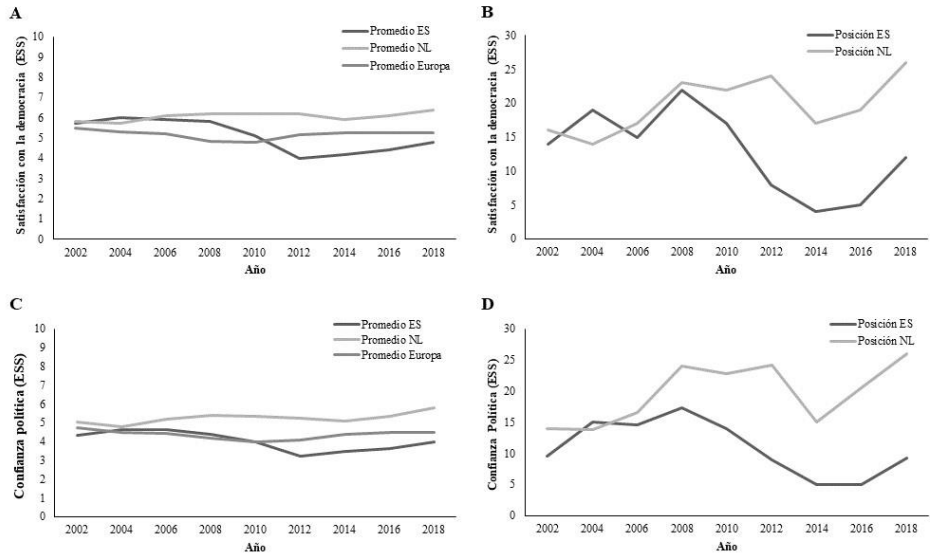


Figura 1. Percepción política en España y Países Bajos entre 2002 y 2018. Fuente: elaboración propia con base en los datos de la European Social Survey (ESS) Ronda 1 (2002) a 9 (2018). ES = España (Código ISO Alpha-2). NL = Países Bajos (Código ISO Alpha-2). Panel A: Promedio en el ítem de la ESS "¿Qué tan satisfecho está con la forma en que funciona la democracia en [país]?". Panel B: Posición de España y Países Bajos con respecto a otros países en el ítem de la ESS "¿Qué tan satisfecho está con la forma en que funciona la democracia en [país]?". Panel C: Promedio calculado a partir de los ítems de la ESS para la confianza en: (1) Sistema Legal, (2) Parlamento, (3) Políticos y (4) Parlamento Europeo. Panel D: Posición promedio de España y Países Bajos con respecto a otros países en ítems de la ESS para la confianza en: (1) Sistema Legal, (2) Parlamento, (3) Políticos, y (4) Parlamento Europeo.

1.5. ESPAÑA TRAS LA CRISIS DE LA GRAN RECESIÓN

En España la crisis de la Gran Recesión tuvo repercusiones económicas, sociales y políticas. En 2010 el gobierno de turno anunció un severo paquete de medidas de austeridad. Sumado a esto, las tasas de desempleo en el país fueron de las más altas de la Unión Europea. Hechos que causaron un deterioro en la capacidad de consumo y calidad de vida de la ciudadanía (Anduiza et al., 2014; Gómez-Reino & Llamazares, 2019).

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

De forma paralela a la crisis económica el país se vio enfrentado a una crisis política. Salieron a la luz escándalos de corrupción que comprometían a los dos partidos políticos con mayor representación parlamentaria —Partido Socialista Obrero Español (PSOE) de centroizquierda y el Partido Popular (PP) de centroderecha/derecha. Estos partidos sostenían un sistema de representación parlamentaria de marcado carácter bipartidista desde la transición del país a la democracia en 1975 (Gómez-Reino & Llamazares, 2019; Marcos-Marne, 2021).

Las crisis, económica y política, provocaron un incremento en las percepciones negativas sobre la situación del país (Centro de Investigaciones Sociologicas [CIS], 2017; ESS, 2018). La satisfacción con la democracia y la confianza en el sistema descendió de manera significativa (ver Figura 1). El país pasó a ocupar, a nivel europeo, los últimos puestos en percepción positiva del sistema político (ESS, 2018). Las tres principales preocupaciones de la ciudadanía española pasaron a ser: los problemas económicos, el desempleo y la gestión por parte de la clase gobernante (CIS, 2011). Esto produjo que amplios sectores sociales evaluaran la situación como injusta al considerar que existía una distribución desigual de los recursos disponibles. Es decir, una percepción de privación relativa (Aslanidis, 2020; van Stekelenburg & Klandermans, 2013).

Frente al contexto de crisis y percepción de amenaza se produjeron distintas respuestas sociales en la línea de los ciclos de protesta planteados por Tarrow (1993a). Durante esos años: (1) aumentó la conflictividad social, dado que se cuestionó la gestión de los principales actores representativos del sistema político; (2) (re)surgieron actitudes y valores políticos que motivaron modos de organización social y políticos diferentes; y (3) aparecieron nuevas organizaciones de movimientos sociales, como el 15M (también conocido como Indignados) y también aumentó la base de apoyo al movimiento

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

independentista catalán (Anduiza et al., 2014; Dono et al., 2021; Marcos-Marne, 2021; Sabucedo et al., 2017).

Por una parte, el 15M cuestionó no solo las medidas de austeridad implantadas tras la crisis, sino a todos los actores del sistema (gobierno, partidos políticos y sindicatos) (Anduiza et al., 2014). En sus inicios, y posiblemente por su transversalidad, este movimiento logró un apoyo del 70% de la ciudadanía española (CIS, 2011).

Por otra parte, el movimiento independentista argumentó que Cataluña recibía un trato injusto por parte de España y que la independencia les ofrecería unas mejores condiciones de vida (Sabucedo et al., 2017). Hasta el comienzo de la crisis de la Gran Recesión en 2008, el movimiento independentista había tenido poca influencia en Cataluña. Sin embargo, a partir de ese momento, el movimiento aumentó su apoyo social y se fortaleció en 2017 con la celebración, el 1 de octubre, del Referéndum de autodeterminación organizado unilateralmente y declarado previamente ilegal por el Tribunal Constitucional español. Según los organizadores el referéndum contó con la participación del 43% del electorado, con un 92% de votos a favor de la independencia. Aunque Cataluña declaró su independencia, esta declaración se suspendió inmediatamente y nunca llegó a tener pleno efecto (Simón, 2020). Ahora bien, estos acontecimientos tuvieron un tremendo impacto social que sigue generando conflicto y polarización a nivel autonómico y nacional (Dono et al., 2021).

El ciclo de protesta generó una estructura de oportunidad para la emergencia de nuevos partidos (Sabucedo et al., 2017). Uno de ellos fue Podemos, clasificado como partido populista de izquierda (ver Tabla 2), cuyo origen se encuentra asociado con el 15M (Anduiza et al., 2018; Gómez-Reino & Llamazares, 2019; Marcos-Marne, 2021). Podemos tuvo éxito desde sus primeras participaciones electorales al parlamento europeo (7.98% de apoyo) y nacional (12.67% de apoyo)

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

convirtiéndose en la tercera fuerza electoral del país (Simón, 2016). En sus inicios, y favorecido por el contexto de crisis económica y política, el discurso de Podemos se estructuró en una narrativa disruptiva y anti-elitista que buscó capitalizar el malestar social que se manifestaba en las calles durante las protestas del 15M. Los principales líderes del partido transmitieron un discurso con un marcado carácter de confrontación entre "La Gente" y "La Casta" (Gómez-Reino & Llamazares, 2019; Marcos-Marne, 2021; Sola & Rendueles, 2018). La categoría de "La Gente" representaba la población trabajadora, la dignidad, la solidaridad y el verdadero patriotismo. La categoría de "La Casta" representaba a las élites políticas y económicas en condición de privilegio (Gómez-Reino & Llamazares, 2019; Sola & Rendueles, 2018). Es decir, que Podemos canalizó sus esfuerzos para obtener apoyo social centrándose en el descontento debido a la crisis económica y política (Turnbull-Dugarte et al., 2020).

Otro de los partidos políticos que surgió con la crisis fue VOX, clasificado como populista radical de derecha (ver Tabla 2). El partido se creó en 2013 como escisión del PP (Cervi, 2020; Ferreira, 2019). Sin embargo, es en 2017 tras el atentado terrorista en Barcelona, y coincidiendo con la lucha independentista en Cataluña que VOX triplicó el número de sus afiliados en España (Cervi, 2020). A nivel electoral obtuvo apoyo relevante en las elecciones regionales en Andalucía de 2018 (10.97% de apoyo) y, posteriormente, en las elecciones al parlamento nacional de 2019 (15.21% de apoyo), en las que se convirtió en tercera fuerza electoral por encima de Podemos. La oferta ideológica de VOX se ha catalogado como radical tanto en la dimensión sociocultural como en la económica, considerándosele más extremo que sus pares en Europa (p. ej. Partido Frente Nacional en Francia, Partido de la Libertad en Austria o Alternativa para Alemania) (Turnbull-Dugarte et al., 2020). Los discursos de VOX plantean una confrontación entre la defensa del nacionalismo español y la oposición

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

a identidades regionales, movimientos feministas, minorías étnicas y grupos con orientación sexual e identidad de género diversa (Cervi, 2020; Ferreira, 2019; Norris, 2020; Turnbull-Dugarte, 2019; Turnbull-Dugarte et al., 2020). En este sentido, VOX ha buscado apoyo social a través del descontento ocasionado por la crisis territorial y política y se presenta como el único partido capaz de "defender España" (Turnbull-Dugarte et al., 2020).

La llegada de los partidos Podemos y VOX al parlamento español ha transformado las relaciones y dinámicas parlamentarias. Desde 2018 el PSOE lidera el gobierno a partir de una moción de censura al gobierno del PP. El 24 de mayo de 2018, en un juicio conocido como caso Gürtel, la Audiencia Nacional confirmó que existía una estructura de financiación ilegal dentro del PP desde 1989. La Audiencia Nacional también dictaminó que la declaración de Mariano Rajoy, testigo durante el juicio y presidente de gobierno para esa fecha, no había sido veraz. Este contexto fue el detonante para la moción de censura que llevó al PSOE a convertirse en el partido de gobierno de la nación.

Sin embargo, en el gobierno, el PSOE no logró la mayoría parlamentaria para la aprobación de un proyecto de ley de presupuestos generales del estado en febrero de 2019. Este suceso provocó la programación de elecciones anticipadas para abril de ese mismo año. En estas nuevas elecciones, ingresó VOX al parlamento y el PSOE no pudo asegurar la mayoría necesaria para un nuevo gobierno. En la repetición electoral en noviembre de ese año, el PSOE alcanzó la mayoría después de llegar a un acuerdo de coalición con Podemos y asegurar la abstención de los legisladores nacionalistas vascos y catalanes. Así, Pedro Sánchez (líder del PSOE) fue elegido presidente del gobierno en enero de 2020 (Freedom House, 2021b).

En 2022, España aún se enfrenta en términos sociales, económicos, y políticos a un escenario de tensión. Primero, el conflicto territorial en Cataluña sigue representando un desafío para el sistema constitucional

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

y la integridad territorial del país. Segundo, el nivel de desigualdad de ingresos en España se encuentra entre los peores de la Unión Europea. Sumado a esto, la pandemia de COVID-19, la invasión de Rusia a Ucrania y la posterior crisis energética y perturbación en la cadena de suministros han exacerbado brechas y problemáticas económicas. Puesto que la inflación ha aumentado a máximos que no se veían desde 1985. Lo que ha repercutido en la capacidad adquisitiva de la ciudadanía. Y tercero, la ausencia de un apoyo mayoritario para una gobernabilidad estable desde 2015 ha dado lugar a: (a) elecciones frecuentes e inconclusas, (b) una fuerte disminución en la aprobación de leyes y (c) un mayor uso de decretos ejecutivos para hacer avanzar la agenda del gobierno sin la aprobación del poder legislativo. En definitiva, la inestabilidad ha mermado la capacidad del Gobierno para hacer frente a retos como las crisis sanitaria y energética (BBVA Research, 2022; Freedom House, 2021b).

1.6. PAÍSES BAJOS TRAS LA CRISIS DE LA GRAN RECESIÓN

En Países Bajos la crisis de la Gran Recesión también tuvo repercusiones económicas, sociales y políticas; pero en general, fueron leves. En 2008, la economía en Países Bajos estaba relativamente bien preparada para afrontar la recesión. Sus niveles de desempleo y deuda pública eran bajos (ver Tabla 1). Sin embargo, al inicio de la Gran Recesión la tasa de desempleo en el país aumentó, aunque muy por debajo del promedio europeo. También cayeron las exportaciones, el consumo interno y las inversiones. Sumado a esto, se redujeron los ingresos en recaudación fiscal al tiempo que aumentó el gasto público destinado principalmente a apoyar al sector bancario y a dar mayor asistencia social (Lee, 2021).

Los flujos financieros son parte central de la estabilidad del país. Por ello, desde el inicio de la crisis el gobierno tomó la decisión de realizar rescates económicos para estabilizar el mercado financiero. La

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

rápida y exitosa respuesta a las consecuencias de la crisis en el sector bancario evitó la cascada de efectos negativos producto de la Gran Recesión.

Igualmente, en cuanto a la asistencia social, el gobierno neerlandés estableció, desde un inicio, una serie de políticas de estímulo dirigidas a fomentar la estabilidad empresarial y laboral. Estas medidas ayudaron a que la economía no decreciese.

Sin embargo, el aumento del gasto público destinado al sector bancario y de la asistencia social incrementaron el endeudamiento público. Por ello, el gobierno implementó un paquete de medidas de austeridad que se contrarrestaron con medidas de estímulo al gasto de los consumidores.

En comparación con Países Bajos, la crisis de la Gran Recesión en España fue mucho más aguda. Asimismo, la recuperación económica en Países Bajos ha sido eficaz llegando incluso en algunos indicadores económicos, como el PIB, a niveles iguales o superiores al periodo previo a la crisis.

En otros indicadores como la tasa de desempleo, la riqueza individual o familiar, Países Bajos también tuvo una recuperación relativamente buena en comparación con España y la mayoría de los países de la eurozona. Por lo que el país destacó como uno de los más exitosos al hacer frente a la Gran Recesión (Lee, 2021). Su rápida gestión de la crisis y la provisión de una red de seguridad social protegieron a los ciudadanos contra muchas de las consecuencias de la Gran Recesión. Estas acciones a su vez facilitaron que la percepción del sistema político se mantuviera estable (ESS, 2018; Lee, 2021). La satisfacción con la democracia y la confianza en el sistema no disminuyeron durante el inicio de la crisis. De hecho, aumentaron a partir del año 2014 (ver Figura 1).

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

En términos de protesta política, en Países Bajos a diferencia de España, la Gran Recesión no generó mayores movilizaciones. Si bien las medidas de austeridad llevaron a sectores como el estudiantil a manifestarse (Myklebust, 2010), las movilizaciones nunca llegaron a ser tan multitudinarias como en el caso español.

Ahora bien, la Gran Recesión sí motivó algunos cambios en términos electorales en Países Bajos. Estos cambios se generaron no tanto por las consecuencias a nivel nacional de la crisis sino por las inconformidades a causa de los rescates que realizó la Unión Europea a países del sur de Europa. En Países Bajos, al igual que en otros países del norte de la Unión Europea, se difundió un discurso maniqueo que caracterizaba a los países del norte como garantes de estabilidad y a los países del sur como derrochadores (Ferrer, 2012).

Aunque el malestar por el rescate estaba extendido entre los partidos políticos, era más pronunciado entre los partidos euroescépticos populistas de extrema derecha (Partido por la Libertad - Partij voor de Vrijheid [PVV]) y de extrema izquierda (Partido Socialista - Socialistische Partij [SP]) (ver Tabla 2). Un ejemplo fue el pronunciamiento de líder del PVV Geert Wilders “Somos los lacayos de Bruselas”. Al igual que el pronunciamiento del líder del SP, en ese momento, Emile Roemer “El Norte estimula y el Sur gasta” (Ferrer, 2012).

Ese malestar generó la desintegración en 2012 del gobierno de coalición de centroderecha integrado por tres partidos. El primero era el Partido Popular por la Libertad y la Democracia (Volkspartij voor Vrijheid en Democratie), de centroderecha. Este es el partido de gobierno en coalición desde 2010 y que continua en 2022. El segundo era el partido Llamada Demócrata Cristiana (Christen-Democratisch Appèl), de centroderecha y que desde 2010 es aliado de gobierno. Y el tercero era, precisamente, el PVV que solo se alió con el gobierno entre 2010 y 2012. La coalición colapsó cuando el PVV retiró su apoyo para

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

un nuevo rescate destinado principalmente a países del sur de Europa (van Kersbergen et al., 2014).

En términos de apoyo a actores políticos alternativos, aunque el sistema político neerlandés es conocido por su apertura (Otjes, 2012), la Gran Recesión no motivó inmediatamente el surgimiento de nuevos actores políticos como sí ocurrió en España. Lo que sí fue evidente durante los primeros años de la crisis fue un cambio en el apoyo electoral a los partidos populistas existentes en el país. En concreto, desde el inicio de la crisis disminuyó el apoyo al SP y aumentó el apoyo al PVV.

A pesar de que la sociedad neerlandesa experimentó pocas repercusiones económicas en comparación con países como España, hubo un incremento del apoyo ciudadano a partidos propensos al populismo de derecha. Esto sugiere que fue más la preocupación por el deterioro económico, que la experimentación real del mismo, lo que llevó a muchos ciudadanos a buscar cambios en estos actores políticos (Gidron & Mijs, 2019).

En cuanto al SP su apoyo ha tenido un descenso considerable desde las primeras elecciones al inicio de la Gran Recesión. Aunque el SP fue fundado en 1971 no obtuvo representación parlamentaria hasta 23 años después (Otjes, 2012; Pirro & van Kessel, 2018). Para ese momento el partido se había apartado de las doctrinas comunistas acérrimas y adoptó un discurso populista de izquierda. El partido culpaba a la clase política por suscribirse al neoliberalismo y a la ideología del libre mercado y se presentó como un partido de protesta política (Otjes, 2012; Pirro & van Kessel, 2018). Desde su ingreso al parlamento en 1994, con el 1.32% de votos el SP se convirtió en una importante voz de oposición. En las tres elecciones posteriores continúo aumentando su porcentaje de voto situándose en 2006 como tercera fuerza electoral con un 16.58%. Sin embargo, a partir del inicio de la crisis en 2010 su apoyo ciudadano se redujo al 9.82%, porcentaje de voto que se mantuvo

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

durante las elecciones de 2012 (9.7% de votos) y 2017 (9.1% de votos), y que disminuyó aún más en 2021 (6% de votos).

En contraposición, el PVV aumentó su apoyo electoral desde que inició la crisis. Este partido fue fundado en 2006 por el parlamentario Geert Wilders que había pertenecido al Partido Popular por la Libertad y la Democracia, pero decidió separarse de este por estar en desacuerdo con respaldar la adhesión de Turquía a la Unión Europea y considerar que el partido tenía un discurso nacionalista moderado. Desde sus inicios el PVV adoptó el perfil clásico de un partido populista de derecha radical, centrándose en temas de nicho como la inmigración, el Islam, la ley y el orden y la integración europea (T. Akkerman, 2016).

El PVV participó por primera vez en elecciones al parlamento nacional en 2006 obteniendo el 5.89% de apoyo. Desde entonces se ha establecido como la fuerza de derecha radical populista dominante en Países Bajos (Otjes, 2012; Pirro & van Kessel, 2018). El mayor apoyo lo obtuvo en las elecciones de 2010 con el 15.45% de votos. Es decir, su apoyo casi se triplicó y pasó a ser tercera fuerza electoral y partido de coalición de gobierno (T. Akkerman et al., 2016). Sin embargo, después de la desintegración de la legislatura en 2012, el PVV redujo sus apoyos en las tres elecciones posteriores (2012: 10.10% de votos, 2017: 13.1% de votos, y 2021 10.8% de votos) y pasó a ser fuerza de oposición. En 2022, continúa asumiendo el rol de oposición.

Ahora bien, el ingreso del PVV al parlamento neerlandés ha generado mayor conflictividad entre partidos de oposición y partidos de gobierno. En su discurso marcadamente anti-elitista el PVV se ha dedicado a criticar con vehemencia a las élites culturales y políticas (T. Akkerman, 2016), al igual que la integración europea (Otjes, 2012). Sumado a esto, su discurso antinmigración y de defensa de la población nativa también ha contribuido a aumentar la polarización en torno a cuestiones de identidad cultural (T. Akkerman, 2016).

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Esto último no es un hecho menor, si se tiene en cuenta que Países Bajos se caracteriza por unas duras políticas de asilo, además de que en los últimos años han aumentado las actitudes antiinmigración y la polarización en torno a cuestiones de identidad cultural. Al respecto existe evidencia de que en Países Bajos los inmigrantes, especialmente de origen árabe, experimentan acoso, discriminación, intimidación y explotación laboral (Freedom House, 2021a).

Igualmente, en las últimas dos elecciones ha aparecido otro partido político euroescéptico, conservador y populista de derecha. El Partido Foro para la Democracia (Forum voor Democratie). Este partido se fundó en 2016 y ha participado en las elecciones nacionales de 2017, en las que obtuvo 1.8% de votos, y de 2021, en las que consiguió 5.02% de votos. El líder del partido, Thierry Baudet, ha sido criticado por intentar justificar declaraciones sexistas y supremacistas blancas como comentarios culturales legítimos (Freedom House, 2021a).

En 2022, Países Bajos goza de una economía relativamente estable, aunque con algo de perturbaciones debido a la invasión de Rusia a Ucrania (European Commission, 2022). Igualmente, cuenta con un gobierno sólido con capacidad para la toma de decisiones. Sin embargo, la presencia de partidos populistas de derecha ha incrementado la conflictividad con relación a la inmigración. Este fenómeno también se observa en la sociedad con un incremento de la hostilidad hacia la población inmigrante y la polarización social con relación a la identidad cultural (Freedom House, 2021a).

1.7. CONCLUSIÓN

A lo largo de este capítulo hemos evidenciado cómo los tiempos de crisis sirven de catalizador para la transformación política, y en muchas ocasiones para el surgimiento y/o aumento de apoyo a actores políticos que desafían el buen funcionamiento del sistema democrático. Muchos de estos actores políticos se presentan como una alternativa a las élites

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

catalogadas como “corruptas” y como los únicos capaces de atender las necesidades y demandas del “Pueblo” (Aslanidis, 2018; Hawkins et al., 2019). Este tipo de discursos evidencian la promoción de una oferta populista de la política. Por ello, en el siguiente capítulo nos centramos en analizar el populismo como un conjunto de ideas que puede estar presente tanto en la retórica de los actores políticos como en la población general. Esas ideas configuran lo que denominamos actitud populista.

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Tabla 2. Clasificación ideológica de los partidos populistas en España y Países Bajos

Fuente	Variable	Podemos	VOX	SP	PVV
CHES[1]	Pueblo versus élite[6]	8.07	1.79	6.18	9.27
	Saliencia antiélite[7]	7.29	6.43	6.45	9.66
	Familia ideológica	Izquierda radical	Derecha radical	Izquierda radical	Derecha radical
GPS[2]	Pueblo versus élite[8]	1.8	3.27	2.85	0.69
	Saliencia antiélite[9]	1.3	5.38	2.5	1.42
	Retórica populista[10]	7.3	9.2	7	9.5
	Saliencia populista[11]	7.8	9.4	5.2	9.5
	Tipo de populismo	Moderadamente populista	Fuertemente populista	Moderadamente populista	Fuertemente populista
	Valores populistas	Populista-Liberal	Populista-Conservador	Populista-Liberal	Populista-Liberal
POPPA[3]	Maniqueísmo	7.1	-	7.15	9.38
	Pueblo indivisible	5.09	-	5.76	9.07
	Voluntad general	7.27	-	6	8.83
	Pueblocentrismo	8.45	-	7.46	9.15
	Anti-elitismo	9.09	-	7.46	9.76
	Complejidad	4.54	-	3.27	0.75
	Emocional	8.18	-	6.91	9.16
	Familia ideológica	1.54	-	1.33	8.25
	Populismo[12]	7.82	-	6.55	10
PopuList[4]	Populista (dicotomía)	Sí	Sí	Sí	Sí
	Tipo de populismo	Extrema izquierda/euroescéptico	Extrema derecha/Euroescéptico	Extrema izquierda/euroescéptico	Extrema derecha/Euroescéptico
Zulianello (2020)[5]	Populista (dicotomía)	Sí	Sí	Sí	Sí
	Tipo de populismo	Izquierda/social	Derecha/derecha radical	Izquierda/social	Derecha/derecha radical

Nota. Esta tabla se construyó consultando diferentes fuentes para la clasificación de partidos. [1]CHES (Chapel Hill Expert Survey, 2019) estima el posicionamiento de los partidos sobre la integración europea, la ideología y las cuestiones políticas de los partidos nacionales en diversos países europeos. Los datos que figuran en la tabla 1 corresponden a la ola 2019 de la CHES. [2]GPS (The Global Party Survey) es una encuesta internacional de expertos dirigida por Pippa Norris con académicos independientes de Harvard University (Norris, 2020). GPS estima los valores ideológicos clave, las posiciones temáticas y la retórica populista de 1.043 partidos en 163 países. [3]POPPA (Populism and Political Parties Expert

Survey) es un conjunto de datos basado en encuestas de expertos que miden 250 partidos políticos en 28 países europeos. Este enfoque para medir el populismo reconoce que está constituido por múltiples dimensiones (Meijers & Zaslove, 2020). Los expertos evalúan a los partidos en ítems continuos en una escala 0 (nada) - 10 (mucho o extremadamente); y la ideología de 0 (izquierda) a 10 (derecha). El conjunto de datos no incluye al partido político VOX. [4]PopuList ofrece a académicos y periodistas una visión general de los partidos populistas, de extrema derecha, de extrema izquierda y euroescépticos en Europa desde 1989 (Rooduijn et al., 2019). [5]Zulianello (2020) en su artículo de revisión ofrece una aplicación empírica del enfoque ideacional del populismo a la clasificación de 66 partidos contemporáneos. [6]0 = Los cargos electos deben tomar las decisiones más importantes 10 = "El pueblo", no los políticos, debe tomar las decisiones más importantes. [7]0 = Nada importante 10 = Extremadamente importante. [8]0 = Enfatiza fuertemente que los políticos deben seguir la voluntad del pueblo 10 = Enfatiza fuertemente que los políticos deben liderar la opinión pública. [9]0 = Enfatiza fuertemente que la gente común debe decidir los asuntos importantes 10 = Enfatiza fuertemente que los líderes deben decidir los asuntos importantes. [10]0 = Muy a favor de la retórica pluralista 10 = Muy a favor de la retórica populista. [11]0 = Sin importancia 10 = Gran importancia. [12]Variable latente medida de forma multidimensional y continua. Se basa en las puntuaciones de regresión factorial de los ítems: Maniqueísmo, pueblo indivisible, voluntad general, pueblo-centrismo y anti-elitismo.

CAPÍTULO 2. EL CONJUNTO DE IDEAS POPULISTAS

> El populismo aparece como una política de esperanza, algunos dirían indudablemente una política desesperada de esperanza.
>
> (Elchardus & Spruyt, 2014, p. 16)

Los tiempos de crisis descritos en el capítulo anterior muestran que ni el predominio de las ideas democráticas ni la certeza del progreso global hacia la gobernabilidad democrática pueden darse por sentados (Repucci & Slipowitz, 2022). Algunos sistemas democráticos están cayendo bajo la influencia de líderes que si bien han obtenido apoyo popular terminan adoptando un liderazgo político que no se ajusta a los principios democráticos. Este es el caso de los liderazgos que promueven ideas populistas.

Acontecimientos como la elección de Trump, el Brexit y el triunfo de partidos radicales de derecha e izquierda en Europa y América Latina, ha provocado que en los últimos años la atención sobre el populismo se haya disparado (Hunger & Paxton, 2021).

De hecho, la palabra populismo ha sido una de las más empleadas en el siglo XXI. En 2017 fue declarada la palabra del año por el Diccionario de Cambridge (Cambridge Dictionary) (Mudde & Rovira Kaltwasser, 2017, 2018; Rooduijn, 2019). Incluso algunos analistas políticos proponen

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

que la sociedad se encuentra actualmente en la "era del populismo" (Grossman & Helpman, 2018; Moffitt, 2016; J.-W. Müller, 2016).

Pese a la extensión en su uso, el término populismo es objeto de controversia en el debate mediático, político y académico. Con frecuencia se emplea para calificar fenómenos muy heterogéneos, e incluso, aparentemente opuestos. Esto genera dificultades para delimitar conceptualmente el populismo, y por tanto, para clasificar a los actores políticos como populistas (De Cleen & Stavrakakis, 2017; García Fernández, 2019; Kögl, 2011; Moffitt & Tormey, 2014; Rooduijn, 2014; Urbinati, 2019).

A nivel mediático el término populismo se suele emplear como: (1) adjetivo para hacer referencia a programas económicos irresponsables, (2) sinónimo de xenofobia, en el contexto europeo, o de clientelismo, en el contexto americano; y (3) etiqueta para cualquier actor político que emite discursos demagógicos, emocionales o que representa un desafío al consenso político (García Fernández, 2019; Hawkins et al., 2019; Mudde & Rovira Kaltwasser, 2017; Urbinati, 2019).

A nivel político el populismo se ha empleado como término de batalla para referirse a contrincantes con una connotación negativa, especialmente por parte de políticos que se encuentran en el poder (Mudde & Rovira Kaltwasser, 2017; J.-W. Müller, 2016; Sola & Rendueles, 2018; Urbinati, 2019).

A nivel académico, además de que no existe consenso sobre qué es el populismo se llega incluso a discutir si el uso del término tiene en realidad alguna utilidad analítica (Hunger & Paxton, 2021; Mudde & Rovira Kaltwasser, 2017; Urbinati, 2019). Con frecuencia, en los trabajos académicos se evidencia: (1) ausencia de claridad en la conceptualización, (2) proliferación de definiciones *ad hoc*, (3) caracterización del fenómeno en torno a atributos de naturaleza distinta (p. ej., políticos, geográficos, económicos, sociales o discursivos), y (4) una delimitación del término

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

vaga y, por tanto, aplicable a toda figura política (Gidron & Bonikowski, 2013; Hawkins, 2009; Hawkins & Rovira Kaltwasser, 2017; Moffitt & Tormey, 2014; Mudde & Rovira Kaltwasser, 2017, 2018; Team Populism, 2018; Weyland, 2001).

Un ejemplo de esta falta de consenso académico sucedió en 1967 en Londres, cuando un grupo de científicos de distintas disciplinas se reunió con el objetivo de generar un volumen sobre el estudio del populismo (Ionescu & Gellner, 1969). La principal conclusión de la reunión fue la ausencia de acuerdo sobre cómo definir al populismo (Gidron & Bonikowski, 2013; Mudde & Rovira Kaltwasser, 2013; J.-W. Müller, 2016; Rooduijn, 2019). Esto puede resultar contraproducente para el desarrollo de conocimiento acumulativo (Hawkins & Rovira Kaltwasser, 2017).

Ahora bien, el interés académico con relación al populismo, contrario a verse desalentado por la falta de consenso, ha aumentado de manera considerable durante los últimos años. En las primeras dos décadas del siglo XXI hemos visto un incremento exponencial de publicaciones científicas sobre el tema (ver Figura 2).

Con el fin de comprender la polisemia del populismo, dentro del contexto académico, a continuación, mencionamos los enfoques teóricos más comunes desde los que se ha definido y estudiado el concepto.

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

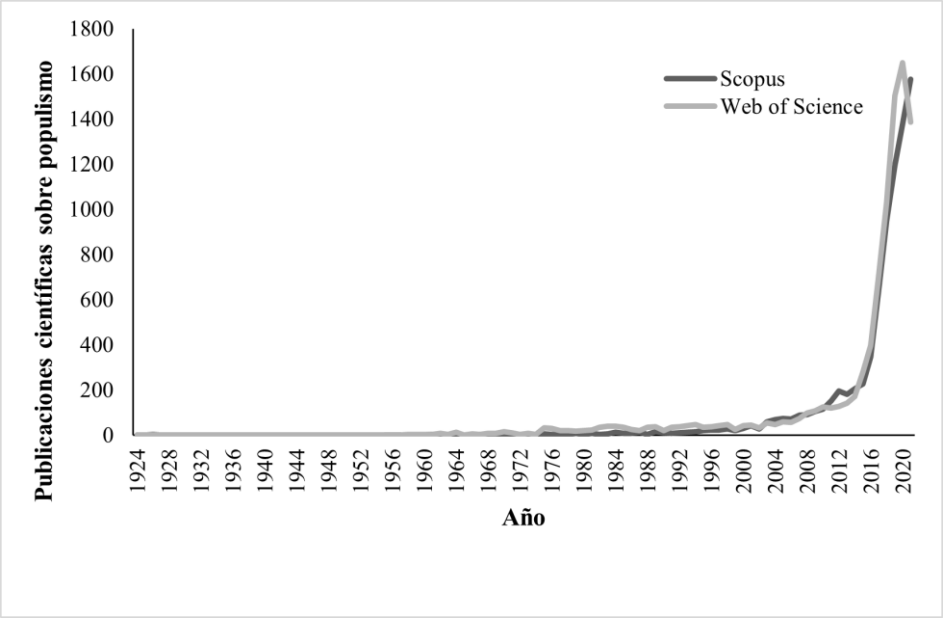


Figura 2. Publicaciones científicas sobre populismo. Fuente: elaboración propia a partir de una búsqueda realizada en las bases de datos Scopus y Web of Science usando como término de búsqueda "Populism".

2.1. ENFOQUES TEÓRICOS DEL POPULISMO

Tal como puede observarse en la Tabla 3, existen siete enfoques teóricos principales sobre el populismo.

Tabla 3. Principales enfoques teóricos en el estudio del populismo

Enfoque	Periodo de origen	Definición de populismo	Disciplinas	Énfasis en el análisis
Agencia	1970's	Fuerza positiva para la movilización de las comunidades.	Historia	Movimientos de protesta masiva
Estructura	1960's - 1970's	Movimiento político controlado por líderes fuertes y carismáticos que genera alianzas multi-clase y busca favorecer a sus seguidores a través de políticas económicas.	Sociología Ciencia política	Condiciones socioeconómicas y bases sociales
Socioeconómico	1980's - 1990's	Forma de movilización que propone un conjunto de políticas económicas proteccionistas y redistributivas que recogen los intereses del pueblo en contra de los intereses de los poderes económicos.	Economía	Estrategias de movilización
Estrategia	2000's	Táctica liderada por una figura fuerte y carismática que concentra el poder y busca mantenerse en él con apoyo directo e inmediato de una masa heterogénea de seguidores.	Ciencia política	Liderazgo
Estilo	2000's	Repertorio de actuación "aficionado" que a través de un lenguaje simple y directo tiene como objetivo crear relaciones de proximidad con "las personas", como elemento central de la retórica, y resaltando situaciones de crisis social.	Ciencias de la comunicación Ciencia política	Comportamiento del actor político Mensaje
Lógica	1990's - 2000's	Lógica de la política que funciona como fuerza emancipadora para transformar el statu quo.	Filosofía Ciencia política	Significantes vacíos Reivindicaciones sociales
Ideacional	2000's	Conjunto de ideas que plantea una distinción moral entre "el pueblo puro" y "la élite corrupta" argumentando que la política debe ser la expresión de la voluntad general del pueblo.	Ciencia política Psicología Ciencias de la comunicación Sociología	Oferta Demanda Contexto

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Nota. Elaborada a partir de Arditi (2010); Cardoso & Faletto (1979); Di Tella (1997); Dornbusch & Edwards (1989); García Fernández (2019); Goodwyn (1976); Hawkins (2009); Hawkins, Carlin, et al. (2019); Hawkins et al. (2012); Laclau (2005, 2009); Moffitt & Tormey (2014); Mudde (2004); Mudde & Rovira Kaltwasser (2017); Retamozo (2017); Weyland (2001).

En primer lugar, nos referiremos al enfoque de *agencia*, común entre historiadores. Este enfoque surgió a partir del análisis al movimiento agrario que dio origen al Partido Popular (People's Party) del siglo XIX en Estados Unidos (Goodwyn, 1976). El enfoque de agencia define al populismo como una fuerza positiva para movilizar a las comunidades (Mudde & Rovira Kaltwasser, 2017; Rooduijn, 2014). Por lo mismo, el énfasis en el análisis son los movimientos de protesta masiva que se caracterizan por su capacidad para generar un modelo de democracia comunitaria (Goodwyn, 1976).

Un segundo enfoque, el de *estructura*, usual entre sociólogos y politólogos, surgió en Latinoamérica entre 1960 y 1970 y buscó analizar manifestaciones populistas en países como Argentina (Peronismo), Brasil (Varguismo), y Bolivia (Movimiento Nacionalista Revolucionario) (Cardoso & Faletto, 1979; Di Tella, 1997). El enfoque de estructura define al populismo como un movimiento político liderado por figuras fuertes y carismáticas que construyen alianzas multiclase para favorecer a sectores excluidos socialmente a partir de un modelo económico (Di Tella, 1997; Hawkins et al., 2019; Hawkins, 2009).

En este enfoque el centro del análisis son las bases sociales y condiciones de desarrollo económico de las sociedades en las que emergen los movimientos populistas. En este sentido, este enfoque considera que son las condiciones de desarrollo, especialmente en sociedades en tránsito a la "modernidad", las responsables de la producción de coaliciones populistas (Cardoso & Faletto, 1979; Di Tella, 1997). La limitación principal del enfoque de estructura es su capacidad para generalizar su definición de populismo. En concreto, no permite abordar el surgimiento de actores populistas en contextos "desarrollados" y distintos al latinoamericano, ni dar cuenta de aquellos actores que surgieron

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

posteriormente en la región. Además, solo incluye a los actores populistas que están en el gobierno (Hawkins et al., 2019).

En tercer lugar, abordaremos el enfoque *socioeconómico,* empleado por economistas y medios de comunicación. Este enfoque surgió en el contexto latinoamericano entre 1980 y 1990 (Mudde & Rovira Kaltwasser, 2017). Considera al populismo como una forma de movilización con propuestas económicas proteccionistas y redistributivas que recogen los intereses del pueblo en contra de los intereses de los poderes económicos (Dornbusch & Edwards, 1989; García Fernández, 2019).

En este enfoque el análisis del fenómeno populista está centrado en la oferta populista y las estrategias que emplea para movilizar al electorado. En concreto, considera al populismo como una política económica irresponsable, caracterizada por periodos iniciales de redistribución de la riqueza y gasto masivo financiado por deuda externa, que produciría a mediano y/o largo plazo hiperinflación, déficit financiero, restricciones internacionales y reacción de agentes económicos (Dornbusch & Edwards, 1989, 1991; Hawkins et al., 2019).

Sin embargo, el enfoque socioeconómico tiene limitaciones de tipo conceptual, contextual e ideológico en la explicación del fenómeno populista. En términos conceptuales, se enfatizan las consecuencias económicas del populismo sin profundizar en una delimitación clara del fenómeno. Igualmente, en términos contextuales e ideológicos, se centra solo en versiones izquierdistas del populismo. Por lo mismo, no pudo dar explicación a las variantes derechistas del populismo que promovieron reformas neoliberales en Europa y en América Latina a finales del siglo XX (García Fernández, 2019; Hawkins et al., 2019).

En cuarto lugar, hablaremos del enfoque de *estrategia*, que surgió a inicios del siglo XXI y es común en el contexto latinoamericano. Desde este enfoque se define al populismo como una estrategia política que, mediante un líder personalista, busca o ejerce el poder con el apoyo

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

directo, inmediato y no institucionalizado de una masa heterogénea de seguidores habitualmente no organizada (Weyland, 2001).

Desde este enfoque el fin último de los actores populistas es la obtención de poder. Por tanto, el análisis se centra en el liderazgo ejercido por figuras políticas, dejando de lado el tipo de políticas que se implementen o las consecuencias de estas (Weyland, 2001). En ese sentido, a diferencia de los anteriores enfoques, sería posible analizar a líderes de izquierda o de derecha (Hawkins, Carlin, et al., 2019).

No obstante, el excesivo énfasis de este enfoque en el liderazgo no permite analizar partidos políticos institucionalizados o movimientos de base; ni tampoco permite comprender el conjunto de razones y circunstancias que llevan al electorado a apoyar al líder populista (Hawkins, Carlin, et al., 2019; Mudde & Rovira Kaltwasser, 2018).

El quinto enfoque, el de *estilo,* es reciente y referente en las ciencias de la comunicación y medios de comunicación. En este enfoque el populismo se define como un repertorio de actuación "aficionado" (desmarcado del comportamiento político tradicional). En el que el actor político a través de un lenguaje simple y directo busca, resaltando situaciones de crisis social, crear relaciones de proximidad con "las personas" (elemento central de la retórica) (Jagers & Walgrave, 2007; Moffitt & Tormey, 2014). El énfasis del análisis de este enfoque es el comportamiento y mensaje del actor populista. Con ello, este enfoque permite estudiar: (1) distintos tipos de organización política (p. ej., políticos individuales, partidos, líderes de movimientos o periodistas) (Jagers & Walgrave, 2007); (2) actores a lo largo del espectro político izquierda – derecha, y (3) realizar comparaciones con otros estilos políticos (Moffitt & Tormey, 2014).

No obstante, este enfoque no termina de explicar el éxito (o fracaso) de actores populistas. Por un lado, centrarse en el mensaje y el comportamiento del actor no ayuda a explicar por qué los ciudadanos

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

deciden apoyar, o no, este tipo de oferta. Por otro lado, no permite explicar la presencia de líderes populistas que se comportan de manera similar a un político "tradicional" en términos culturales (Mudde & Rovira Kaltwasser, 2018).

Los cinco enfoques presentados se centran en aspectos formales del populismo (Houle & Kenny, 2018; Rooduijn, 2014; Sola & Rendueles, 2018). Y si bien cada enfoque, en términos de avance científico, tiene méritos importantes; la variación geográfica en las manifestaciones empíricas del populismo hace que el énfasis en aspectos formales resulte limitante para comprender el fenómeno populista. Al respecto existen dos enfoques que han buscado avanzar en superar estas limitaciones, el enfoque de *lógica* política y el *ideacional*.

Por una parte, el enfoque de *lógica* política (también conocido como enfoque de discurso "Essex School") es referente en filosofía y ciencia política. Este surgió a partir de la obra de Laclau (2005, 2009) y Mouffe (2009). Desde este enfoque se concibe al populismo como la *lógica de la política* que actúa como fuerza emancipadora de sectores excluidos socialmente y con demandas insatisfechas. Busca la movilización de estos sectores para cambiar el statu quo en torno a una identidad colectiva, "el pueblo" con un enemigo común, "el establishment" (Arditi, 2010; Ferrada Stoehrel, 2017; García Fernández, 2019; Mudde & Rovira Kaltwasser, 2017; Retamozo, 2017; Rovira Kaltwasser, 2012; Spruyt et al., 2016; Stavrakakis & Katsambekis, 2014; Urbinati, 2019). Desde este enfoque el populismo sería equivalente a una versión radical de la democracia en oposición al modelo de democracia liberal (Urbinati, 2019).

En este sentido, el populismo es en sí mismo un sinónimo de "política" en palabras de Laclau (2009). Este autor argumenta que para avanzar en la comprensión del fenómeno populista es necesario capturar el estado ontológico (referente al ser) del concepto, en vez de seguir cometiendo el error de definir el populismo enfocándose en el contenido óntico (referente al ente). Este es un primer gran aporte de este enfoque al estudio de la

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

política populista, dado que busca centrar la atención en el antagonismo de élite versus pueblo (Stanley, 2008).

Siguiendo esta línea de argumentación, este enfoque centra el análisis del populismo en los significantes vacíos. Al respecto se plantea que es en la pobreza de los símbolos populistas donde se encuentra su eficacia política. Es decir, la función del significante vacío es brindar homogeneidad —a una realidad altamente heterogénea— que permite dividir la sociedad en dos grupos "el pueblo" que está en contra de "el establishment". En esta narrativa, el escenario político se divide entre estos dos grupos con una relación antagónica (Arditi, 2010; Ferrada Stoehrel, 2017; Sola & Rendueles, 2018; Spruyt et al., 2016; Stavrakakis & Katsambekis, 2014). Por lo mismo, se entiende que no existe populismo sin la construcción discursiva de un enemigo (Laclau, 2009).

El énfasis en los significantes vacíos es el segundo gran aporte del enfoque de lógica, a todo el campo de estudio del populismo. Dicho énfasis permite comprender la naturaleza camaleónica del populismo e identificar que esta lógica se puede presentar en cualquier lugar de la estructura socioinstitucional (p. ej., partidos políticos, sindicatos, movimientos sociales, entre otros) siendo una forma de articular temas y no un tipo de organización (Laclau, 2005, 2009).

Sin embargo, este enfoque presenta limitaciones en términos conceptuales, empíricos y metodológicos (Moffitt & Tormey, 2014). Primero, a nivel conceptual el populismo termina fusionándose dentro de la misma obra de Laclau y Mouffe con hegemonía, lo que puede generar solapamiento de términos y dar lugar a confusiones. Segundo, a nivel empírico, no logra dar cuenta de movimientos políticos que buscan generar cambios pero que de manera explícita se distancian de las formas "populistas". Tercero, a nivel metodológico, dada la ambigüedad conceptual se pueden cometer imprecisiones al clasificar los fenómenos como populistas, produciendo una pérdida de utilidad analítica del concepto (Moffitt & Tormey, 2014).

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Por último, tenemos el enfoque *ideacional* predominante en la literatura científica en los últimos 15 años. Este enfoque ha sido empleado por disciplinas como la ciencia política, psicología, ciencias de la comunicación y sociología (Hawkins et al., 2019). El enfoque ideacional define al populismo como un conjunto latente de ideas que plantea una visión maniquea de lucha entre el bien, entendido como la voluntad de la "gente", y el mal, asociado a la "élite" catalogada como corrupta (García Fernández, 2019; Hawkins, 2009; Mudde & Rovira Kaltwasser, 2013, 2017; Rooduijn & Akkerman, 2017; Rovira Kaltwasser & Van Hauwaert, 2020).

El enfoque ideacional sitúa las ideas como el elemento central en la definición de populismo lo que supone importantes avances conceptuales, teóricos y metodológicos en su comprensión (Mudde & Rovira Kaltwasser, 2013, 2018; Rooduijn, 2019; Stanley, 2011; Team Populism, 2018). Por un lado, ha permitido generar estudios empíricos comparados de la oferta populista con variaciones temporales, geográficas e ideológicas (Bonikowski & Gidron, 2016; García Fernández, 2019; Hawkins, 2009; Hawkins, Aguilar, et al., 2019; Hawkins, Carlin, et al., 2019; Mudde & Rovira Kaltwasser, 2013, 2017; Rooduijn, 2014). Por otro lado, ha favorecido el análisis a la demanda de la política populista (Hawkins & Rovira Kaltwasser, 2017; Mudde & Rovira Kaltwasser, 2013; Rooduijn, 2019; Stanley, 2011; Van Hauwaert & Van Kessel, 2018). Este es quizá uno de los aportes más relevantes del enfoque ideacional a esta área de estudio (Mudde & Rovira Kaltwasser, 2018; Rovira Kaltwasser & Van Hauwaert, 2020).

El análisis del surgimiento y éxito (o fracaso) a partir de factores de la oferta y la demanda, ha permitido que en los últimos años se haya avanzado en identificar las causas, apoyos, costos y beneficios del populismo (García Fernández, 2019; Mudde & Rovira Kaltwasser, 2013, 2017). A continuación, presentamos un análisis detallado de este enfoque

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

que es la aproximación bajo la que estudiaremos, en esta tesis doctoral, el fenómeno populista.

2.2. EL ENFOQUE IDEACIONAL DEL POPULISMO

Dentro del grupo de investigadores que se acogen al enfoque ideacional existen variaciones en la delimitación conceptual del populismo. Se le llega a definir como: (1) una ideología delgada "thin-centered ideology" (Canovan, 2002; Mudde, 2004; Mudde & Rovira Kaltwasser, 2017), (2) un discurso (Hawkins, 2009; Stavrakakis & Katsambekis, 2014), (3) un dispositivo de enmarcamiento (Bonikowski & Gidron, 2016), (4) un marco discursivo (Aslanidis, 2016, 2018b), (5) una imagen moralista (J.-W. Müller, 2016), o (6) un estilo político (Moffitt, 2016).

Sin embargo, aun cuando existen estas variaciones en la definición de populismo, en todas estas propuestas existe consenso en comprender al populismo como un conjunto de ideas. En este conjunto de ideas, primero, se considera que la sociedad está separada en dos grupos homogéneos y antagónicos, "el pueblo puro" que se enfrenta a "la élite corrupta". Segundo, se defiende que la política debe ser una expresión de la voluntad general del pueblo (García Fernández, 2019; Hawkins, 2009; Mudde & Rovira Kaltwasser, 2013, 2017; Rooduijn & Akkerman, 2017; Rovira Kaltwasser & Van Hauwaert, 2020).

Los aportes que dieron paso a este enfoque surgieron a partir de los planteamientos de académicos como Canovan (2002) Mudde (2004, 2007), Rovira Kaltwasser (2012), Stanley (2008), entre otros. Ahora bien, la contribución que se ha destacado como particularmente relevante para unificar el campo fue la realizada por Mudde (2004). De hecho, a partir de ese momento la investigación sobre populismo ha crecido a un ritmo más acelerado (Hunger & Paxton, 2021), como se puede observar en la Figura 2.

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

La definición de Mudde (2004) surgió con el propósito de superar sesgos históricos, normativos y regionales alrededor de las definiciones existentes hasta el momento de populismo; al igual que para avanzar en la generación de investigación empírica comparada al respecto (García Fernández, 2019; Moffitt & Tormey, 2014; Mudde & Rovira Kaltwasser, 2013; Rooduijn, 2014). Con este propósito, la formulación de la definición buscó seguir la estrategia propuesta por Sartori (1970) para realizar definiciones conceptuales. Desde esta estrategia las definiciones deben incluir atributos básicos (necesarios y suficientes) y desechar atributos de carácter contextual o circunstancial.

Para ello, plantea Sartori (1970) es necesario identificar el denominador común en todos los usos del concepto. Esto implica que para que la definición tenga un nivel de conceptualización universal debe en sus propiedades lógicas y empíricas estar compuesta por un número muy reducido de atributos (baja cantidad) pero con muchos referentes empíricos (alta extensión). Además, Sartori (1970) sugiere que para comprender la singularidad de cualquier fenómeno es importante distinguir sus opuestos. Con esta estrategia plantea Sartori (1970) una definición conceptual tendría una capacidad analítica potente en la medida en que permite estudiar diferentes realidades y con ello avanzar en la investigación comparada.

Al aplicar la estrategia propuesta por Sartori (1970) Mudde (2004), y académicos posteriores que continuaron esta línea de trabajo identificaron como atributos del populismo: la ideología delgada y los conceptos centrales de gente, élite, soberanía popular y visión maniquea. Y como sus opuestos: el elitismo, el pluralismo y el clientelismo. A continuación, explicaremos cada atributo al igual que cada opuesto.

2.3. ATRIBUTOS DEL POPULISMO DESDE EL ENFOQUE IDEACIONAL

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

2.3.1. Ideología Delgada

Mudde (2004) parte por definir al populismo como una ideología siguiendo el planteamiento de Freeden (1996, 1998, 2003). Este autor propuso que las ideologías son sistemas de pensamiento político a través de los cuales individuos y grupos construyen una comprensión del mundo político que guía la conducta práctica. En este sentido, la ideología se puede ver como análoga a un mapa que simplifica y guía la interpretación de la realidad política (Freeden, 1996).

De acuerdo con Freeden (1996, 1998, 2003) en las ideologías se identifican configuraciones de conceptos políticos con significados arbitrarios, pero de gran importancia cultural. En este sentido, una ideología es en sí misma un concepto con una forma reconocible en la que se organizan otros grupos de conceptos políticos. Estos conceptos pueden clasificarse como: (1) *centrales,* que son aquellos definitorios de dicha ideología; (2) *adyacentes,* que son conceptos que resultan próximos y apoyan a los conceptos centrales; y (3) *periféricos,* que son conceptos relacionados con prácticas a través de las cuales las ideologías interactúan y dan forma al mundo concreto. Los tres tipos de conceptos actúan conjuntamente y generan sistemas de relaciones internas (Freeden, 1996, 1998).

Freeden (1996, 1998, 2003) plantea que existen dos tipos de ideologías. Las primeras son las ideologías gruesas ("thick-centred ideologies", "full ideologies", "established ideologies", "major ideologies" o "mainstream ideologies"), donde se ubican las familias ideológicas principales como: el liberalismo, el conservadurismo y el socialismo. Las segundas, plantea Freeden (1996, 1998, 2003), son las ideologías delgadas (thin-centred ideologies) donde se ubicarían el: feminismo, ecologismo y nacionalismo.

La diferencia entre las ideologías gruesas y delgadas radica en el nivel de determinación alcanzado. Las ideologías delgadas, en comparación con

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

las gruesas, tienen un núcleo restringido de conceptos políticos que suelen carecer de precisión. De igual forma, las ideologías delgadas pueden, y de hecho suelen, aparecer en combinación con las ideologías gruesas.

Por tanto, cuando definimos el populismo como una ideología delgada asumimos que tiene una morfología restringida y que necesariamente aparece unido a otras ideologías (Hawkins et al., 2012, 2020; Hawkins, Carlin, et al., 2019; Mudde & Rovira Kaltwasser, 2013, 2017). Esto resulta ser particularmente útil en la medida que permite comprender el carácter maleable, o también conocido como camaleónico, del populismo (Mudde & Rovira Kaltwasser, 2013, 2017; Taggart, 2002).

Es en la combinación del populismo con otras ideologías, también denominadas como ideologías de acogida o anfitrionas (host ideologies), donde se crea la interpretación específica de los conceptos centrales del populismo: "gente", "élite" y “soberanía popular” (Mudde & Rovira Kaltwasser, 2017).

A partir de la combinación del populismo con otras ideologías podemos hablar de distintos tipos de populismo (Hawkins, Carlin, et al., 2019; Ivaldi et al., 2017; Stanley, 2011), tales como: (1) populismo de izquierda, derecha, o incluso de centro (también denominados posideológicos) (García Fernández, 2019; Mudde, 2007; Ramiro & Gomez, 2017; Stavrakakis & Katsambekis, 2014; Ziller & Schübel, 2015); (2) populismo incluyente, relacionado con el socialismo, versus excluyente, combinado principalmente con versiones nativistas del nacionalismo (Filc, 2015; García Fernández, 2019; Mudde & Rovira Kaltwasser, 2013); o (3) populismo segmentado versus mayoritario (Bornschier, 2019).

2.3.2. Conceptos Centrales del Populismo

Desde el enfoque ideacional los conceptos de gente, élite y soberanía popular se conciben como significantes vacíos; tomando con ello el aporte

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

del enfoque lógico del populismo propuesto por Laclau y Mouffe (Castanho Silva et al., 2019; Mudde & Rovira Kaltwasser, 2013, 2017; Spruyt et al., 2016). Por lo mismo, dependiendo de las combinaciones del populismo con las ideologías de acogida, contextos particulares y momentos históricos específicos existen variaciones para delimitar quién pertenece al grupo de la "gente", quién al grupo de la "élite" y qué implica el restablecimiento de la "soberanía" (Castanho Silva et al., 2019; Ivaldi et al., 2017; Mudde & Rovira Kaltwasser, 2013; Rooduijn, 2014).

En primer lugar, el concepto central de la "gente" o el "pueblo"[7], se emplea para hacer referencia al endogrupo concebido como una entidad homogénea, que tiene un solo conjunto de valores, preferencias e intereses, sin margen para diferencias legítimas (Rooduijn, 2014); además de ser una entidad virtuosa con valores y comportamientos moralmente superiores a los de otros grupos de la sociedad (Castanho Silva et al., 2019; J.-W. Müller, 2016). Ahora bien, la delimitación de quién pertenece al endogrupo de la gente varía dependiendo de la manifestación populista. Los usos más comunes al respecto, como se muestra en la Tabla 4, son gente como: soberana, del común, o nacional (Kriesi, 2014; Mudde & Rovira Kaltwasser, 2017; Rooduijn & Akkerman, 2017).

Tabla 4. Principales usos del concepto central de gente en el populismo identificados por el enfoque ideacional

Tipo	Delimitación	Distinción con la élite
Soberana	Fuente última del poder político.	Por poder político
Del común o ciudadana ordinaria	Grupo social perteneciente a clase popular con tradiciones culturales y valores específicos.	Por estatus socioeconómico
Nacional	Comunidad nacional, definida en términos cívicos o étnicos.	Por nacionalidad

Nota. Elaborada a partir de Mudde & Rovira Kaltwasser (2017).

La delimitación de "gente" como "soberana" se basa en el ideal moderno de la democracia. Por tanto, la gente sería la fuente última del poder político (Mudde & Rovira Kaltwasser, 2017). A partir de esta

[7] Empleamos los términos gente y pueblo de forma indiferenciada.

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

delimitación la distinción entre "élite" y "gente" estaría dada por una lucha por el poder político. Esta primera delimitación se encuentra en la mayoría, por no decir que prácticamente en todas, las manifestaciones populistas. Por ello, algunos autores proponen que "soberanía popular" y "gente" no se deberían contemplar como conceptos centrales separados sino que en realidad son uno solo (Castanho Silva et al., 2019).

La delimitación de "gente" como "ciudadanía ordinaria o del común" se basa principalmente en distinciones relacionadas con cuestiones socioeconómicas, tradiciones culturales específicas y valores populares. La distinción entre "élite" y "gente" se realiza a partir del estatus socioeconómico. En concreto, la noción de "la gente común" reivindica la dignidad y el conocimiento de grupos que objetiva o subjetivamente son excluidos del poder debido a su estatus sociocultural y/o socioeconómico (Mudde & Rovira Kaltwasser, 2017).

Finalmente, la delimitación de "gente" como "nacional" se basa en distinciones de carácter cívico o étnico. Ahora bien, la delimitación de "gente" como nacional no es sinónimo de *nativismo* (nativism). Si bien el populismo y el nativismo tienen similitudes, son dos conjuntos de ideas independientes (De Cleen & Stavrakakis, 2017; Hunger & Paxton, 2021; Mudde & Rovira Kaltwasser, 2018; Stanley, 2011). El nativismo es una ideología de acogida del populismo. Ésta sostiene que los estados deben estar habitados exclusivamente por miembros del grupo nativo. Por su parte, los individuos no nativos son fundamentalmente amenazantes para el estado-nación homogéneo (Mudde, 2007).

Otra diferencia importante entre populismo y nativismo es la forma en que dividen el espacio social. En el populismo la división del espacio social es de corte vertical. El endogrupo de la gente situado abajo y el exogrupo de la élite ubicado arriba. Mientras que en el nativismo la división del espacio social es de corte horizontal. La confrontación se produce entre el endogrupo de nativos y el exogrupo de los no nativos (también categorizados como "otros peligrosos" o "aliens") (De Cleen &

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Stavrakakis, 2017; Rooduijn, 2019). La combinación de populismo y nativismo, promovida por algunos partidos populistas de extrema derecha, crea un endogrupo "la gente" que representa a los nativos y un exogrupo "la élite nativa" acusada de corrupción debido a su supuesta alianza, o favoritismo con el exogrupo de los "no nativos" (De Cleen & Stavrakakis, 2017; Mudde & Rovira Kaltwasser, 2018; Rooduijn & Akkerman, 2017).

En segundo lugar, el concepto central de "la élite" se utiliza para referirse a un exogrupo minoritario homogéneo al que se acusa de trabajar en contra de la "voluntad general" con el propósito de obtener beneficios particulares (Mudde & Rovira Kaltwasser, 2017). En algunas manifestaciones populistas la delimitación de la élite es ambigua; mientras que en otras es especifica (p. ej., élite: política, económica, mediática, intelectual, supranacional, legal o religiosa) (Bakker et al., 2016; Engesser et al., 2017; Rooduijn, 2014, 2019; Rooduijn et al., 2014; Rooduijn & Akkerman, 2017). Algunos de los adjetivos calificativos con los que más se suele describir a la élite son: incompetente, egoísta, insensible y corrupta (Rooduijn et al., 2014; Rooduijn & Akkerman, 2017). De cualquier modo, se considera, desde una narrativa populista, que la élite es el exogrupo responsable de separar la toma de decisiones políticas de los intereses del endogrupo (Rooduijn & Akkerman, 2017).

En tercer lugar, el concepto central de "soberanía popular" hace referencia a la capacidad de las personas para unirse en una comunidad y legislar con el propósito de cumplir su interés común (Mudde & Rovira Kaltwasser, 2017). Por lo mismo, la soberanía popular es el principio democrático más importante desde una visión populista de la política (Rooduijn & Akkerman, 2017).

Esta definición de "soberanía popular" está relacionada con la obra de Jean-Jacques Rousseau. En ella se plantea que "la gente" tiene la capacidad de desarrollar leyes y ejecutarlas mientras que "la élite" o "el establishment" ignora y/o está desinteresado en tener en cuenta la voluntad general (Mudde & Rovira Kaltwasser, 2013, 2017). Al apelar a la

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

"soberanía popular" el populismo realiza una articulación conceptual en la que se crea un sujeto popular, con una fuerte identidad (la gente) que busca desafiar el statu quo (la élite) para restaurar su soberanía (Ivaldi et al., 2017).

Ahora bien, los actores populistas hablan de la "gente" en términos homogéneos provocando que la soberanía popular quede sujeta de forma absoluta a dicha delimitación. Esto puede conducir a la legitimación de acciones autoritarias y/o ataques contra cualquiera que se perciba como amenazante para la homogeneidad de "la gente" y su "soberanía popular" (Mudde & Rovira Kaltwasser, 2017).

Además de los tres conceptos centrales —gente, élite y soberanía popular— conforme el enfoque ideacional ha ido evolucionando se ha planteado que el populismo además de (a) proclamar al pueblo como comunidad homogénea y virtuosa; y (b) interpretar a la élite como una entidad corrupta y egoísta; contiene (c) una visión maniquea (Castanho Silva et al., 2019; Hawkins, Carlin, et al., 2019; Stanley, 2011). Por tanto, teóricos como Castanho Silva et al. (2019) y Hawkins, Carlin, et al. (2019) defienden que la visión maniquea debe considerarse también un concepto central.

La visión maniquea se define como una cosmovisión dualista de lucha entre el bien y el mal. Tal y como ya se ha mencionado el bien representaría la soberanía de la gente y el mal representaría a la élite corrupta que ha usurpado la voluntad popular (Castanho Silva et al., 2019; Hawkins, 2009). Es decir, el populismo esboza una estructura social muy definida: el endogrupo bueno (la gente) versus el exogrupo malo (la élite) (Schulz et al., 2020).

Finalmente, el enfoque ideacional ha planteado como concepto central la proclamación de una grave crisis por parte de los actores políticos populistas (Rooduijn, 2014). La crisis puede ser de índole política, económica o cultural. Desde el planteamiento de Rooduijn (2014) se

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

considera que los actores populistas sostienen que la influencia política, la identidad cultural o la situación económica del endogrupo está amenazada por la élites y debe ser protegida con urgencia. No importa si la crisis planteada es real o no; lo relevante es que los actores populistas argumenten que existe tal crisis y motiven a sus seguidores a buscar el cambio apoyándoles.

2.4. TENDENCIAS OPUESTAS AL POPULISMO DESDE EL ENFOQUE IDEACIONAL

A partir de las recomendaciones de Sartori (1970) se plantearon, desde el enfoque ideacional, dos opuestos directos al populismo: el elitismo y el pluralismo (A. Akkerman et al., 2014; Bergman, 2019; Hawkins et al., 2012; Hawkins, Carlin, et al., 2019; Mudde & Rovira Kaltwasser, 2013, 2017; Team Populism, 2018).

El elitismo comparte la distinción monista y maniquea del populismo sobre la sociedad. Interpreta el mundo social como una división entre un "bien" homogéneo y un "mal" homogéneo. Sin embargo, su asignación de bien y mal está invertida con respecto al populismo. En el elitismo “la élite” es el grupo virtuoso y superior, mientras que “la gente” es el grupo deshonesto y peligroso. Desde el elitismo, por tanto, el poder debe estar en manos de “la élite” que es el grupo superior en términos morales, culturales e intelectuales (Hawkins, Carlin, et al., 2019; Mudde & Rovira Kaltwasser, 2013, 2017; J.-W. Müller, 2016).

El pluralismo se opone completamente a la visión dualista élite – gente, que es la base tanto del populismo como del elitismo (Mudde & Rovira Kaltwasser, 2017; J.-W. Müller, 2016). Desde el pluralismo se sostiene que la sociedad está compuesta por una amplia variedad de grupos que tienen diferentes valores, intereses, ideas y necesidades. Por tanto, considera que el poder no debe estar concentrado en uno o pocos grupos. Por el contrario, propone generar consenso y compromiso con los diferentes valores, intereses, ideas y necesidades de tantos grupos sociales

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

como sea posible (Mudde & Rovira Kaltwasser, 2013; Team Populism, 2018).

Además del elitismo y el pluralismo, el enfoque ideacional considera necesario distinguir al populismo del clientelismo (Mudde & Rovira Kaltwasser, 2013). En ocasiones se equipara al populismo con el clientelismo tanto en la escena política como mediática. Sin embargo, el clientelismo es una práctica política que ofrece favores, servicios, cargos y/o bienes a posibles votantes con el fin de asegurar su fidelidad y así obtener o mantener el poder. Aunque es factible que actores políticos populistas realicen prácticas de carácter clientelar, este tipo de prácticas también pueden ser realizadas por actores con otras ideologías. Por tanto, el clientelismo no es una característica del populismo (Mudde & Rovira Kaltwasser, 2017).

2.5. ALCANCE TEÓRICO DEL ENFOQUE IDEACIONAL

Una crítica frecuente al estudio del populismo radicaba en que tras más de 50 años de investigación se mantuviera en un nivel pre-teórico (Kögl, 2011). Esto cambia a partir del surgimiento de la definición mínima de populismo (Mudde, 2004), la delimitación de sus atributos y opuestos y la amplia producción científica generada desde el enfoque ideacional.

El enfoque ideacional incorpora las ideas pueblocentristas, anti-elitistas y maniqueas en la definición de populismo, lo que permite comprender que los actores populistas pueden estar presentes en cualquier parte de la estructura socioinstitucional. Es decir, no es el tipo de organización o el tipo de liderazgo el factor determinante para catalogar un fenómeno como populista. La difusión del conjunto de ideas populistas puede realizarse, por ejemplo, a través de líderes fuertes y carismáticos, partidos políticos, sindicatos o movimientos sociales (García Fernández, 2019; Mudde & Rovira Kaltwasser, 2017; Rooduijn, 2019). De hecho, este conjunto de ideas también puede estar presente como una actitud hacia la

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

política activa entre la ciudadanía[8] (A. Akkerman et al., 2014; Van Hauwaert et al., 2020).

Por estos motivos, el enfoque ideacional ha propuesto un postulado central para explicar el populismo. La propuesta señala la necesidad de un contexto de crisis de legitimidad como consecuencia del fracaso de representatividad de los actores políticos tradicionales. Aunque necesario, este contexto no sería suficiente para que se activen actitudes populistas en la ciudadanía. Se requiere además, entre otras cuestiones, enmarcar el problema como algo más que una falla política limitada; es decir, atribuirlo a un comportamiento intencional de la élite (Hawkins et al., 2020; Hawkins, Aguilar, et al., 2019; Hawkins, Carlin, et al., 2019; Kriesi, 2014; Rovira Kaltwasser & Van Hauwaert, 2020; Team Populism, 2018).

A partir de sus postulados teóricos, el enfoque ideacional ha promovido el estudio de las estructuras de oportunidad política (contexto), las características y acciones de los actores políticos (oferta) y los mecanismos que activan actitudes populistas y/o promueven el apoyo a actores populistas entre la ciudadanía (demanda).

En cuanto al contexto, las investigaciones en populismo se han caracterizado por analizar factores de carácter macrosocial, que generan estructuras de oportunidad política para el surgimiento de actores populistas (p. ej., Fernández-García & Luengo, 2018; Filc, 2015; Huber & Schimpf, 2016a, 2016b; Polk et al., 2017; Rensmann, 2017; Team Populism, 2018).

En lo relativo a la oferta, un cuerpo amplio de estudios se ha centrado en investigar a los actores con ideas populistas (principalmente en lo que respecta al contenido de su narrativa y estrategias persuasivas), la visión

[8] Al aplicar el concepto de actitud esta línea de investigación busca de forma explícita distinguir el constructo "actitudes populistas" de una simple opinión (Van Hauwaert et al., 2020). Las actitudes populistas se definen, por tanto, como el conjunto de reacciones evaluativas a los elementos que componen al populismo: el anti-elitismo, el pueblocentrismo y la visión maniquea de la sociedad (A. Akkerman et al., 2014; Van Hauwaert et al., 2020).

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

que tienen acerca de la democracia y la representatividad, su estructura organizacional, y la ideología de acogida que da forma a las ideas populistas (p. ej., Bonikowski & Gidron, 2016; Bowler et al., 2017; Ivaldi et al., 2017; Mudde & Rovira Kaltwasser, 2013; Oliver & Rahn, 2016; Rooduijn, 2013; Rooduijn & Akkerman, 2017).

Finalmente, en lo referente a la demanda, los estudios se han interesado en comprender quiénes deciden apoyar a actores políticos populistas y bajo qué circunstancias. Para ello, buscan identificar diferencias individuales o factores psicosociales que predicen el apoyo a actores populistas y/o la activación de actitudes populistas (p. ej., Aguilar & Carlin, 2019; Akkerman et al., 2014, 2017; Anduiza et al., 2018, 2019; Bakker et al., 2016; Fatke, 2019; Hameleers & de Vreese, 2020; Meléndez & Rovira Kaltwasser, 2019; Rovira Kaltwasser & Van Hauwaert, 2020; Spruyt et al., 2016; Van Hauwaert et al., 2020).

2.6. RIESGOS Y DESAFÍOS DEL POPULISMO PARA EL SOSTENIMIENTO DE LA DEMOCRACIA

Con frecuencia se afirma que el populismo es un fenómeno reciente (Hawkins et al., 2019; Hawkins & Rovira Kaltwasser, 2017; Urbinati, 2019). Sin embargo, las primeras manifestaciones populistas de las que se tiene registro ocurrieron a finales del siglo XIX en Rusia, con el movimiento narodniˇcestvo, y Estados Unidos, con el Partido Popular (A. Akkerman et al., 2017; Aslanidis, 2016; Filc, 2015; Urbinati, 2019). En ese sentido, el hecho novedoso ha sido la transformación del populismo en un fenómeno heterogéneo y con presencia global con el paso de los años, incluso en países con un sistema democrático relativamente estable (Filc, 2015; Hawkins, Aguilar, et al., 2019; Moffitt, 2016; Mudde & Rovira Kaltwasser, 2017; Urbinati, 2019).

Las tres áreas geográficas en las que el populismo ha tenido mayor presencia son: Norte América, Latinoamérica y Europa. Igualmente, se encuentran algunas expresiones en Australasia, Sudeste de Asia, África y

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Medio Oriente (Moffitt, 2016; Mudde & Rovira Kaltwasser, 2017; Plagemann & Destradi, 2019).

La propagación del populismo está relacionada con la hegemonía global del ideal democrático y la expansión de los sistemas democráticos alrededor del mundo (ver Figura 3). El populismo en su defensa y exaltación del principio de soberanía popular busca empoderar al "pueblo". Cuando el pueblo no se siente representado por la clase política dirigente, los actores populistas pueden llegar a percibirse como una fuerza democratizadora (Huber & Schimpf, 2016b) y conducir a una mayor participación política.

De hecho, las ideas populistas tienen la capacidad de: (a) incentivar la participación política de sectores que han sido políticamente excluidos, (b) concienciar sobre las deficiencias sociales y políticas ignoradas por los partidos políticos hegemónicos y su gestión pública, y (c) poner en la agenda pública la discusión de temas relevantes (Hawkins, Aguilar, et al., 2019; Huber & Schimpf, 2016a, 2016b; Rovira Kaltwasser, 2012; Team Populism, 2018).

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

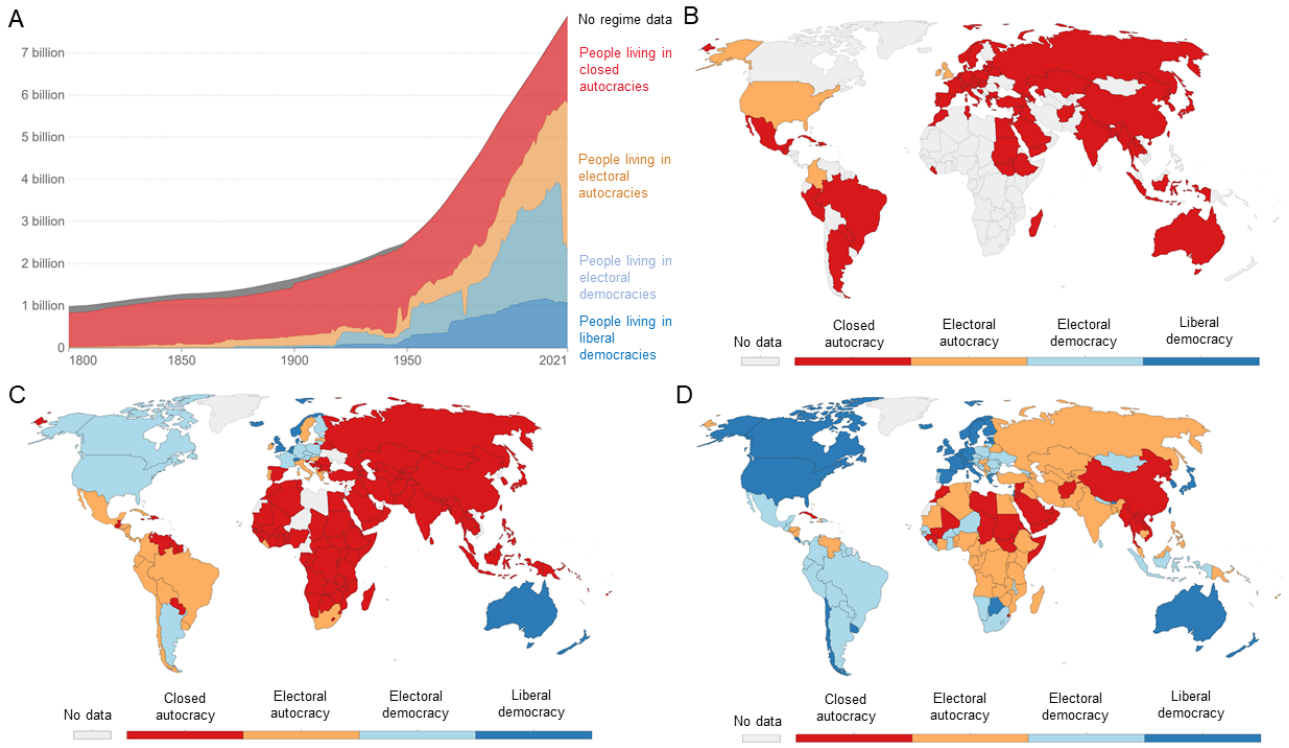


Figura 3. Sistemas políticos a nivel global evolución 1821 a 2021. Fuente: Our Wold in Data, https://ourworldindata.org/democratic-rights. Panel A: porcentaje de personas viviendo en diferentes sistemas políticos entre 1800 y 2021. Panel B: sistemas políticos en el mundo en 1821. Panel C: sistemas políticos en el mundo en 1921. Panel D: sistemas políticos en el mundo en 2021.

En este sentido, la propagación del populismo se beneficia de las posibilidades que ofrece la democracia electoral; y de la crisis de confianza hacia las instituciones democráticas (Boese et al., 2022; Canovan, 2002; Mudde & Rovira Kaltwasser, 2017; Repucci & Slipowitz, 2022). Por ello, el populismo puede catalogarse como una propuesta paradójica. Mediante el uso de un argumento democrático busca socavar las características clave de la democracia, o al menos las versiones liberales de la misma (Abts & Rummens, 2007; Canovan, 2002; Hawkins, Carlin, et al., 2019; Rensmann, 2017; Rooduijn et al., 2016; Urbinati, 2019).

La democracia liberal, a diferencia de la radical, resalta "la importancia intrínseca de la transparencia, la libertad civil, el estado de derecho, la responsabilidad horizontal (controles efectivos sobre los gobernantes) y los derechos de las minorías" (Coppedge et al., 2011, p. 256). Además de defender como principio clave que el poder nunca puede ser absoluto, estableciendo así límites para el gobierno de la mayoría; defendiendo con ello, la diversidad irreducible de la sociedad (Abts & Rummens, 2007; Huber & Schimpf, 2016a).

El auge de las ideas populistas puede comprometer la estabilidad democrática. Primero, porque dichas ideas pueden ser nocivas para lograr consenso y tolerancia democrática (Bos et al., 2021). La concepción exclusiva sobre quiénes son miembros del pueblo (y quiénes no) puede generar una importante distancia psicológica con los miembros de exogrupos y reducir el acercamiento a distintas posiciones ideológicas. Es decir, extremar las semejanzas endogrupales y las diferencias intergrupales (Alzate et al., 2009), puede incidir en el surgimiento de prejuicios o conductas punitivas (Feldman y Stenner, 1997). Debemos recordar que los sesgos grupales, y en especial el favoritismo endogrupal, es clave para la atribución de responsabilidades y el mantenimiento de valores y creencias (Tajfel, 1982).

Segundo, las ideas populistas pueden repercutir de forma negativa en la legitimidad tanto de las instituciones políticas como sociales. Las

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

"élites" forman parte de esas instituciones a las que se le atribuyen comportamientos inmorales y malintencionados contra el pueblo, lo que a su vez puede incidir en una interpretación del contexto como injusto (Erisen et al., 2021). La percepción de que se tiene un trato injusto, intencionado y reiterativo puede conducir a las personas a crear una imagen negativa y a experimentar emociones de ira hacia el adversario (Abadi et al., 2021; Hameleers et al., 2017; Rhodes-Purdy et al., 2021b; Rico et al., 2017). Esta visión y experiencia emocional puede favorecer que la ciudadanía elija ofertas populistas que desafíen a las instituciones democráticas convencionales.

Tercero, las ideas populistas pueden conducir a una baja aceptación a visiones pluralistas y a la búsqueda de soluciones simples a problemas complejos. Además, es factible que esa visión maniquea de la política se extienda y se relacione con una cosmovisión sin puntos intermedios entre el bien y el mal (Erisen et al., 2021).

Como hemos visto, las actitudes populistas y el apoyo a actores populistas se relaciona con la forma en que las personas perciben los tiempos de crisis. Y es precisamente por esto que resulta relevante analizar el apoyo al populismo desde una perspectiva psicosocial.

2.7. CONCLUSIÓN

Los desafíos asociados al populismo se observan en países con actores populistas en el poder o en la oposición (p. ej., Brasil, Estados Unidos, Francia, Grecia, Hungría, Italia, Turquía, Venezuela). En estos países ha aumentado la división social, la polarización política, la dificultad para avanzar en la toma de decisiones gubernamentales y la deslegitimación de las instituciones democráticas (Erisen et al., 2021; Huber & Schimpf, 2016a, 2016b; Mudde & Rovira Kaltwasser, 2018; Repucci & Slipowitz, 2022; Team Populism, 2018).

La democracia significa mucho más que el gobierno de la mayoría. Es un sistema de gobierno basado en la voluntad y el consentimiento de los

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

gobernados. Debe contar con instituciones que rindan cuentas a todos los ciudadanos y no a un sector específico, que se adhieran al estado de derecho y que respeten los derechos humanos (Repucci & Slipowitz, 2022). La democracia es un sistema con una red de estructuras que se autocorrigen para avanzar hacia la estabilidad y prosperidad a largo plazo.

Por ello, dado el creciente éxito de actores con ideas populistas en muchas democracias modernas es importante seguir investigando al respecto. En última instancia, este conocimiento debería ayudar a elaborar medidas que contrarresten este éxito y permitan identificar soluciones sostenibles.

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

CAPÍTULO 3. DINÁMICA ACTIVADORA DEL POPULISMO

> …se trata de poner el saber psicológico al servicio de la construcción de una sociedad donde el bienestar de los menos no se asiente sobre el malestar de los más, donde la realización de los unos no requiera la negación de los otros, donde el interés de los pocos no exija la deshumanización de todos.
>
> IGNACIO MARTÍN-BARÓ[9] (1942-1989)

En el capítulo anterior nos centramos en exponer los diferentes enfoques teóricos sobre populismo y profundizamos en el enfoque ideacional. A partir del análisis de sus componentes (pueblocentrismo, anti-elitistismo y maniqueísmo) identificamos que las ideas populistas ofrecen seguridad y simplicidad cognitiva, superioridad moral, una identidad positiva y la promesa de una redención colectiva. Con ello, el populismo responde a necesidades evolutivas y valores profundamente arraigados, tales como la búsqueda constante por reducir la incertidumbre y la identificación con grupos o colectivos significativos y positivamente valorados (Bar-Tal & Magal, 2021; Forgas & Crano, 2021; Tajfel, 1982).

Ese carácter colectivo, certeza epistémica y absolutismo moral que caracteriza a las ideas populistas demanda, por tanto, una aproximación psicosocial para comprender su apoyo en las sociedades actuales.

[9] Cita textual extraída de Martín-Baró (1998, p. 177).

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

No podemos olvidar como teorizó Lewin (1951) en su ecuación C = f(P, E) que el comportamiento (C) es una función (f) de la persona (P) —su historia, personalidad y motivación—, y de su entorno (E) —físico y social. En palabras textuales de Lewin (1951) "…el comportamiento está determinado por la persona y el entorno... y no sólo por la persona o el entorno" (p. 242).

Precisamente por ello, el comportamiento político colectivo requiere analizar las condiciones psicológicas en las que vive el colectivo y el estado psicológico colectivo de las sociedades. No debemos obviar que el comportamiento político se ve afectado en gran medida por la percepción colectiva de la situación y las características del grupo (Bar-Tal & Magal, 2021).

Por tanto, para comprender el apoyo al populismo lo que realmente importa no es lo que ocurre en términos objetivos, sino cómo perciben e interpretan las personas la situación. Por eso mismo, es necesario analizar los factores psicosociales asociados al apoyo de las ideas populistas tanto en la oferta como en la demanda.

3.1. OFERTA POPULISTA

En una democracia los actores populistas aparecen, normalmente, cuando una parte de la población siente que los agentes políticos que ostentan el poder ya no representan adecuadamente sus necesidades y valores (Forgas & Crano, 2021). Esto suele ocurrir ante estructuras de oportunidad política relacionadas con crisis económicas, políticas o culturales que transforman las condiciones sociales y socavan la sensación de estabilidad y certidumbre provocando un aumento de frustración, ira, miedo y resentimiento.

Ahora bien, los contextos de crisis y la desafección son condiciones necesarias, pero no suficientes para que los actores populistas se vuelvan una opción atractiva. Es fundamental también que exista una narrativa

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

persuasiva que logre convertir la insatisfacción en una fuerza política (Forgas & Crano, 2021).

Específicamente, la narrativa populista se estructura en torno a un conflicto intergrupal y, por tanto, responde a preguntas tales como: ¿cuál es el problema? ¿quiénes conforman el endogrupo? ¿quiénes están en contra del endogrupo? y ¿por qué se deben exigir cambios? (Aslanidis, 2018b).

En ese sentido, la narrativa populista es especialmente persuasiva por su carácter colectivista (Forgas & Crano, 2021). Dicha narrativa puede resultar coherente para una parte de la población que siente que la élite ya no responde adecuadamente a sus necesidades y valores; y además, pueden sentirse acogidos por una identidad altamente inclusiva, como es la del pueblo (Aslanidis, 2020; Forgas & Crano, 2021). Con ello, es probable que los actores populistas atraigan a un bloque extenso y variado de seguidores mediante un lenguaje que ofrece soluciones sencillas y convincentes (Mahendran et al., 2021).

Por tanto, la narrativa populista puede ofrecer en tiempos de crisis una estructura de soporte psicológico para la ciudadanía. Al generar confianza en los nuevos actores y en sus propuestas de cambio brinda la sensación de satisfacer las necesidades y demandas del pueblo (Bar-Tal & Magal, 2021). Es decir, los actores populistas ayudarían a resolver las necesidades existenciales, sociales y de acceso al conocimiento de algunos sectores sociales en tiempo de crisis (Forgas & Crano, 2021; Golec de Zavala & Keenan, 2021; Lantos & Forgas, 2021).

Con el fin de identificar los elementos específicos que hacen persuasiva a la narrativa populista es pertinente analizar tanto su contenido como su estilo. El contenido hace referencia al mensaje que los actores transmiten; y el estilo alude a la forma en que se transmite el mensaje. Entender el contenido y el estilo permite identificar estrategias narrativas que fomentan un mayor compromiso endogrupal y hostilidad intergrupal.

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

A continuación, discutimos sobre aspectos del contenido y estilo de la narrativa populista desde una aproximación psicosocial (Pennebaker, 2011; Tausczik & Pennebaker, 2010).

3.1.1. Contenido Populista: Un Análisis desde los Marcos de Acción Colectiva

Las narrativas populistas se caracterizan por enfatizar en el agravio y la asignación de culpas (Forgas & Crano, 2021). Esto se relaciona con lo que Gamson (1992) denominó Marcos de Acción Colectiva (MAC). Los MAC son esquemas discursivos que emiten los actores políticos para persuadir a sus seguidores. Es decir, los MAC guían la percepción e interpretación de la realidad con el propósito de justificar y legitimar acciones del actor político; y finalmente movilizan a las personas para que apoyen su causa (Aslanidis, 2018b; Benford, 1993; Sabucedo et al., 2017).

Es habitual que el punto de partida de los actores sea proporcionar un MAC de diagnóstico de la situación. Es decir, problematizar la situación como injusta (Sabucedo et al., 2017). Sumado a este, tienden a ofrecer un marco de identidad agraviada, con el fin de atribuir responsabilidad. Para ello, realizan un proceso de politización de la identidad estratégicamente orientado. Las sociedades son estructuras multigrupo constituidas por una red de identidades sociales en constante competencia por la relevancia (Tajfel, 1982). Para que una identidad destaque entre las demás y conduzca a la acción política es necesario que dicha identidad tenga un rol de referencia psicológica. En ese sentido, se requiere que esa identidad se asocie con una serie de implicaciones afectivas, evaluativas y normativas movilizadoras (Aslanidis, 2020). Por este motivo, la politización de la identidad debe cumplir al menos dos requisitos. El primer requisito es enmarcar al endogrupo en una condición de privación relativa. Esto es, plantear que la incapacidad para obtener recursos valiosos a nivel social no es consecuencia de fallos personales, sino que es el resultado de una distribución desigual provocada por agentes específicos (Aslanidis, 2020).

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

El segundo requisito es generar compromiso entre los seguidores para que actúen en pro de satisfacer las demandas sociales del endogrupo. En la búsqueda de este compromiso, los actores tienden a proveer un marco de pronóstico y otro de motivación al cambio (Benford, 1993; Fernandes-Jesus et al., 2020). En el marco de pronóstico se proponen soluciones a los problemas diagnosticados, identificando los objetivos, las estrategias y tácticas a seguir. En ese sentido, en el marco de pronóstico los actores políticos proponen una línea de acción para avanzar hacia la resolución del problema identificado (Snow & Benford, 1992).

En el marco de motivación al cambio los actores políticos dotan de razones a sus seguidores para que se identifiquen con sus valores y objetivos y, por consiguiente, actúen en su nombre (Benford, 1993). Para ello, suelen emitir mensajes que hacen referencia a la gravedad y urgencia del problema; la eficacia de la acción; y la necesidad y la responsabilidad de actuar, incluido el imperativo moral de hacerlo (Benford, 1993; Fernandes-Jesus et al., 2020). Con ello, los actores políticos dotan a sus seguidores de un vocabulario de motivos, en el que enfatizan en la relevancia de actuar con celeridad y compromiso para cambiar la situación problemática (Benford, 1993).

La evidencia sobre construcción de MAC populistas señala que los actores de ambos extremos del espectro político enmarcan el contexto de manera similar (Aslanidis, 2018b; Forgas & Crano, 2021). No obstante, difieren en el tipo de agravios en los que se centran y en el tipo de justificaciones morales que emplean para motivar a las personas a que les sigan (Forgas & Crano, 2021). Es decir, ambos populismos, de izquierda y de derecha, construyen una narrativa de identidades confrontadas: "nosotros" versus "ellos". Los primeros, el pueblo, representan lo positivo; mientras que los segundos, la élite, son responsables de los males del endogrupo (Bos et al., 2020; Hameleers et al., 2017; Rico et al., 2017). Sin embargo, en términos de agravios el populismo de izquierda suele preocuparse por la injusticia económica, étnica y racial, mientras que el de

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

derecha tiende a enfatizar en la importancia del orden, la estructura, la previsibilidad y los valores del nacionalismo, el autoritarismo y el conservadurismo (Forgas & Crano, 2021).

3.1.2. Estilo Populista: Un Análisis Emocional y Atencional

El contenido de la narrativa difundida por los actores políticos se encuentra acompañado de un estilo, la forma en que este se transmite. Las narrativas que buscan confrontar y polarizar, como son las populistas, se caracterizan por usar un lenguaje distal (pronombres plurales en tercera persona) hacia el exogrupo con una marcada emocionalidad negativa. Mientras que para las referencias al endogrupo estas mismas narrativas tienden a emplear un lenguaje proximal (pronombres plurales en primera persona) con una marcada emocionalidad positiva (Jost & Sterling, 2020; Pennebaker, 2011). En línea con esa evidencia empírica, consideramos relevante analizar el estilo *emocional* y *atencional* de la narrativa populista.

3.1.2.1. El Estilo Emocional

En el estilo emocional se analiza en qué medida las palabras empleadas de forma explícita o implícita apelan a emociones discretas (p. ej., ira, miedo, tristeza, asco, alegría y sorpresa) y/o a una valencia emocional positiva o negativa. Esto es relevante en la medida en que puede impactar en la forma en que la ciudadanía procesa la información, configura actitudes y se comporta a nivel político (van Zomeren, 2021; Widmann, 2021, 2022). Dependiendo del tipo de emoción y su valencia (positiva o negativa) se pueden promover distintas respuestas conductuales (Pierce, 2021; van Zomeren, 2021).

Widmann (2021, 2022) identificó que los actores políticos usan estratégicamente la retórica emocional. Específicamente, en relación con el populismo estos estudios evidencian que los partidos populistas adaptan el uso de retórica emocional en función a: el canal de comunicación, el

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

estatus y la situación sociopolítica. Durante situaciones rutinarias los actores populistas tienden a apelar en su retórica a emociones negativas como la ira o el miedo (Widmann, 2021). Mientras que, en situaciones de crisis, como la ocasionada a partir de la pandemia por COVID-19, los partidos populistas emplearon una retórica emocional de esperanza buscando reducir la gravedad de la crisis (Widmann, 2022). Esto cobra total relevancia en términos de acción política; sabemos que la exposición a mensajes políticos emocionales puede aumentar la división social y, por lo tanto, fortalecer la polarización.

3.1.2.2. El Estilo Atencional

El estilo atencional proporciona conocimiento sobre las prioridades e intenciones de la narrativa mediante su análisis *lingüístico* y *psicológico* (Tausczik & Pennebaker, 2010).

En términos *lingüísticos* es importante analizar el *uso de pronombres*, pero también la *longitud* y la *orientación temporal* en la narrativa populista. Primero, es asumible pensar que los actores populistas usarán pronombres plurales para remarcar las similitudes endogrupales y extremar las diferencias intergrupales (Tausczik & Pennebaker, 2010; Van Swol et al., 2021). Segundo, es probable que los actores populistas opten por un discurso simple (Decadri & Boussalis, 2020; Kalkhoven & De Landtsheer, 2017; Oliver & Rahn, 2016); que ofrezca mayor fluidez verbal y resulte más directo y cercano, al emplear palabras y oraciones cortas (Tausczik & Pennebaker, 2010). Por último, es factible que los actores populistas tengan interés en emplear una *orientación temporal* retrospectiva y prospectiva. Es común que el uso del tiempo presente y futuro se emplee para mencionar eventos positivos o relacionados con el endogrupo y el pasado para mencionar eventos negativos o relacionados con el oponente (Tausczik & Pennebaker, 2010).

En términos *psicológicos* resulta relevante analizar el uso de palabras que aluden a procesos de tipo *cognitivo*, *perceptual*, *social* y *de*

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

preocupación personal. Por una parte, el uso de palabras relacionadas con procesos cognitivos como la certeza, la discrepancia, la inhibición o la comprensión pueden denotar mayor reflexión o argumentación sobre los temas expuestos. Por otra parte, las palabras relacionadas con procesos perceptuales, sociales y de temas de preocupación personal suelen emplearse para destacar contenidos, y mostrar cercanía y comprensión hacia los seguidores (Tausczik & Pennebaker, 2010). Los actores populistas pueden no estar interesados en mostrarse más reflexivos, pero sí más cercanos.

3.2. DEMANDA POPULISTA

Distintos acontecimientos pueden socavar las condiciones de estabilidad de las democracias. Tal y como ya se ha señalado, esto sucede especialmente si la ciudadanía percibe los acontecimientos como potenciales amenazas para su bienestar material o psicológico. Bajo esas circunstancias, la percepción de justicia, la confianza en las instituciones políticas, la satisfacción con la democracia y las narrativas predominantes se ven alteradas. La decepción y la pérdida de confianza en el sistema político democrático instiga a las personas a la búsqueda de alternativas que declaren defender los valores y derechos perdidos; y por tanto, se perciban como los encargados de satisfacer las privaciones experimentadas (Bar-Tal & Magal, 2021). De ahí, la relevancia de analizar factores psicosociales cognitivos y emocionales relacionados con la adopción de una visión populista entre la ciudadanía.

A continuación, discutiremos factores psicosociales que, desde la demanda, contribuyen a explicar la activación de las actitudes populistas y el apoyo a actores populistas.

3.2.1. Percepción de Injusticia

El apoyo al populismo es usualmente considerado como la respuesta a un diagnóstico social de injusticia (Rico & Anduiza, 2019). Las personas

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

tenemos la necesidad de creer que el mundo se rige por reglas y normas justas (Bar-Tal & Magal, 2021). Cuando esa necesidad de justicia no se encuentra satisfecha es usual que las personas experimenten una fuerte frustración. Esto es especialmente relevante en tiempos de crisis en los que es común identificar brechas claras entre las expectativas personales y la realidad experimentada.

Es decir, en tiempos de crisis las personas pueden experimentar una tensión individual al compararse con algún grupo de referencia o con versiones personales pasadas o proyectadas a futuro (Giugni & Grasso, 2016; Grasso & Giugni, 2016). Esto es lo que se conoce como privación relativa.

Experimentar privación relativa motiva a las personas a actuar políticamente con el objetivo de transformar la situación que perciben como injusta (Giugni & Grasso, 2016; Grasso & Giugni, 2016). Por lo que es usual que se busquen alternativas que planteen satisfacer dicha necesidad (Bar-Tal & Magal, 2021).

Algunos estudios identifican que el apoyo a la política populista es más fuerte entre personas con un sentido bien articulado de privación relativa (Bos et al., 2020; Elchardus & Spruyt, 2016; Forgas & Crano, 2021; Manunta et al., 2022; Spruyt et al., 2016; Staerklé et al., 2022). Esto cobra relevancia en la medida que, el populismo puede estar ofreciendo una respuesta colectivista y una solución a las privaciones percibidas (Forgas & Crano, 2021). Es decir, el populismo estaría proporcionando recursos simbólicos para satisfacer la necesidad de justicia.

3.2.2. Percepción del Sistema Político y Emociones de Ira

La injusticia percibida en situaciones de crisis y la búsqueda de responsables puede producir cuestionamientos hacia el sistema político y sus representantes. En un sistema democrático este cuestionamiento puede traducirse en desconfianza, insatisfacción con el sistema y reacciones

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

emocionales de ira. Esto resulta contraproducente debido a que la legitimidad social de la democracia se basa, principalmente, en la confianza de las personas en este sistema político (Ziller & Schübel, 2015); y en la creencia de que ese sistema es sensible a las demandas sociales (André & Depauw, 2017).

En primer lugar, la confianza política se define como el grado en que las personas sienten que el sistema político cumple con sus expectativas (Ziller & Schübel, 2015). Está compuesta por al menos tres dimensiones: (a) confianza en las instituciones representativas del sistema, como los partidos políticos, los sindicatos o el gobierno; (b) confianza en las instituciones que desarrollan e implementan las leyes o controlan el sistema, como el parlamento o el poder judicial; y (c) confianza en las instituciones que monitorizan la administración del poder, como los medios de comunicación (Rothstein & Stolle, 2008; Ziller & Schübel, 2015). La legitimidad del sistema se encuentra comprometida cuando la ciudadanía tiene la creencia de que estas instituciones no actuarán en pro del interés público (Geurkink et al., 2020).

En segundo lugar, la satisfacción democrática se define como la evaluación que hacen las personas sobre la capacidad del sistema y del gobierno para hacer frente a temas importantes (André & Depauw, 2017). Una baja satisfacción con la democracia implica una valoración negativa sobre las acciones y respuestas del sistema democrático y sus representantes.

La baja confianza política y la baja satisfacción con la democracia predicen tanto la activación de actitudes populistas (A. Akkerman et al., 2017; Erisen et al., 2021; Rovira Kaltwasser & Van Hauwaert, 2020) como el apoyo a actores populistas (Turnbull-Dugarte et al., 2020; Van Assche et al., 2018; Van Hauwaert & Van Kessel, 2018).

En tercer lugar, las emociones de ira se activan cuando se presenta un estímulo amenazante, tal como sería una mala gestión de la vida política.

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

El percibir que el mal funcionamiento del sistema se debe a una violación normativa, tal como la corrupción o el abuso de poder, incrementa la probabilidad de experimentar ira hacia quienes ostentan el poder político.

Según la Teoría de la Inteligencia Afectiva, la ira es una fuerza movilizadora que motiva a las personas a tomar y apoyar acciones arriesgadas, confrontativas y punitivas (Brader & Marcus, 2013; Pierce, 2021) Además, predispone a las personas a ser menos receptivas a nuevas consideraciones o a puntos de vista opuestos (Brader & Marcus, 2013; Redlawks & Mattes, 2022).

De acuerdo con la evidencia empírica, las personas enojadas son más propensas a apoyar a actores populistas (Rico et al., 2017). De igual forma, la ira fomenta la activación de actitudes populistas (Abadi et al., 2021; Hameleers et al., 2017; Rhodes-Purdy et al., 2021b; Rico et al., 2017). No podemos olvidar que la ira es el componente emocional de la injusticia. En palabras de Marcus (2021) "quienes están motivados a apoyar a los partidos populistas están motivados por los agravios. Y los agravios… surgen… de un sentimiento de injusticia" (p. 98).

3.2.3. Monopolio de la Verdad

Los tiempos de crisis e incertidumbre también tienden a aumentar la creencia personal de que el mundo es un lugar peligroso y que los demás necesitan protección (Duckitt & Fisher, 2003). Esto a su vez puede llevar a las personas a reafirmarse en sus propias creencias y a considerar necesaria su imposición (Dono Martín, 2021).

Son pocos los estudios que han abordado la relación entre los sistemas de creencias y estilos cognitivos y el apoyo a actores populistas o la activación de actitudes populistas (Erisen et al., 2021; van Prooijen, Cohen Rodrigues, et al., 2022). Según van Prooijen et al. (2022) aunque los actores populistas frecuentemente articulan una visión crítica del gobierno y su gestión, es probable que requieran de mentes acríticas que apoyen sus

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

planteamientos y propuestas. En este sentido, una visión clara y maniquea del mundo podría asociarse con una mayor seguridad de que las creencias propias son las correctas y deben ser las que prevalezcan (van Prooijen, Cohen Rodrigues, et al., 2022).

Cabe suponer que la activación de actitudes populistas y el apoyo a actores populistas se asocien con el estilo cognitivo del monopolio de la verdad. El populismo se basa en un conflicto intergrupal con un componente maniqueo intrínseco que coincide con las ideas base del monopolio de la verdad. Este estilo cognitivo consiste en: creer que las ideas políticas propias son objetivamente mejores y más valiosas para toda la sociedad; subestimar las ideas alternativas y a quienes las sostienen, hasta el punto de considerarles enemigos; e intentar imponer las ideas propias en nombre de un bien mayor para la sociedad, donde el fin justifica los medios (Dono et al., 2018).

El monopolio de la verdad es una propuesta conceptual basada en el realismo ingenuo, la tendencia a creer que las propias ideas son una representación objetiva y veraz del mundo (Griffin & Ross, 1991). Los esquemas cognitivos y los sistemas de creencias y valores se construyen a partir de las experiencias personales e identidades asociadas a diferentes grupos. Estos a su vez guían nuestra percepción del mundo. Es decir, la realidad no es independiente de quién la observa. Las personas reconocen que la percepción y los juicios de los demás están distorsionados por las creencias y valores individuales. Pero difícilmente lo reconocen en sí mismas. El realismo ingenuo conduce a la incapacidad para comprender que otros podrían tener, a partir de la misma información, una visión válida y alternativa de la realidad. La explicación que pueden dar las personas si otros no comparten su verdad es que: poseen otra información, no tienen la capacidad de comprender lo objetivo y obvio, o su ideología sesga sus reflexiones (Ross & Ward, 1995).

Dono Martín (2021) identificó que cuando se enmarca una amenaza sociopolítica como causa de una violación normativa es más probable que

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

se active el estilo cognitivo del monopolio de la verdad. Este tipo de enmarcamiento es común en los tiempos de crisis y en la narrativa populista. Por ello, es viable considerar que el estilo cognitivo del monopolio de la verdad puede estar asociado con la activación de las actitudes populistas. Además, debemos señalar que el estilo cognitivo del monopolio de la verdad se caracteriza por tener una neutralidad ideológica; por lo que podría explicar la adopción de una visión populista de la política en personas con ideología de izquierda y de derecha (Dono et al., 2018).

3.2.4. Afinidad con Ofertas Populistas: Identificación y Emociones de Entusiasmo

Las crisis también suelen ir asociadas a sentimientos de pérdida de control sobre la situación y de dominio sobre el destino (Bar-Tal & Magal, 2021). Para reducir la incertidumbre y la ambigüedad las personas suelen acogerse a identidades que les permitan mirar un futuro con alternativas y posibilidades de cambiar la situación actual (Sabucedo et al., 2017).

En coherencia con ello, cabe esperar que la activación de actitudes populistas en tiempos de crisis esté relacionada con la identificación de las personas con actores políticos que: (a) se autodenominan como los representantes del pueblo y (b) despiertan emociones relacionadas con la transformación de las condiciones actuales del endogrupo. Lo que estaría en línea con el planteamiento del populismo como una política de la esperanza (A. Akkerman et al., 2017; Elchardus & Spruyt, 2016).

La construcción social de categorías identitarias muy inclusivas (p. ej., la gente, el pueblo, la ciudadanía de bien), hace más probable que un amplio y diverso número de personas se sientan conectadas (Bos et al., 2020; van Stekelenburg & Klandermans, 2013). De hecho, muchos de los actores políticos que aumentaron su base de apoyo tras situaciones de crisis como la Gran Recesión, apelaron a ser los representantes de un "Pueblo"

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

privado de su soberanía por la gestión de las élites corruptas (Hawkins, Carlin, et al., 2019).

En ese sentido, es factible considerar que las personas se identificarán más con aquellos actores que se atribuyan ser representantes del pueblo agraviado. Actores que, además, generan emociones de entusiasmo (p. ej., optimismo, esperanza y orgullo) vinculadas a expectativas de resultados positivos sobre modificaciones a la situación adversa.

La esperanza y el optimismo se asocian con una visión a futuro de cambio y trasformación, y, por tanto, tienen una orientación prospectiva (Brader & Marcus, 2013). El orgullo, en cambio tiene una orientación retrospectiva. Se asocia fundamentalmente a la confianza y autoevaluación positiva de los valores políticos del endogrupo. Un mayor orgullo suele provocar mayor adhesión, lealtad y consistencia entre los valores endogrupales y el comportamiento de sus miembros (Brader & Marcus, 2013).

En términos políticos, experimentar emociones de esperanza, optimismo y orgullo aumenta el interés en los procesos políticos, refuerza creencias previas y motiva a la acción (Brader & Marcus, 2013; Pierce, 2021). Es decir, las personas que experimentan estas emociones de entusiasmo tienen expectativas favorables sobre los cambios propuestos para solucionar una situación adversa (Vilas et al., 2016).

3.3. CONCLUSIÓN

Nuestro propósito con esta tesis es contribuir a la comprensión sobre el apoyo al populismo, analizando factores psicosociales relacionados tanto con la oferta como con la demanda. En este capítulo sobre dinámicas activadoras del populismo abordamos factores psicosociales relevantes en el análisis de la narrativa populista. También señalamos los factores cognitivos y emocionales que con base en la literatura científica facilitan la comprensión de la activación de las actitudes populistas. A partir de estos antecedentes teóricos diseñamos y ejecutamos tres estudios

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

empíricos. Por ello, en el siguiente capítulo presentamos los objetivos de los tres estudios y su diseño metodológico.

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

USC
UNIVERSIDADE
DE SANTIAGO
DE COMPOSTELA

CAPÍTULO 4. OBJETIVOS Y MÉTODO

> Nos gusta pensar que la ciencia es el campo de las verdades estables, pero nada más lejos de la realidad. La ciencia es un proyecto de investigación en desarrollo. Las suposiciones sobre cómo funcionan las cosas no dejan de ser desmontadas por lo que los científicos investigan en el presente.
>
> SIRI HUSTVEDT[10]

4.1. MOTIVACIÓN

Las consideraciones teóricas planteadas en capítulos previos con relación a la oferta y la demanda populista han dado paso a la pregunta central de esta tesis doctoral ¿qué factores psicosociales conducen a apoyar las ideas populistas?

En cuanto a la oferta populista, comentamos que los actores populistas difunden una narrativa de confrontación para movilizar a la ciudadanía (Forgas & Crano, 2021; P. Müller et al., 2017; Widmann, 2021, 2022). Ahora bien, al respecto surgen preguntas como: (a) ¿qué diferencias tienen los partidos populistas de izquierda y de derecha en la construcción del marco de diagnóstico, identidad politizada, pronóstico y motivación? y ¿qué diferencias tienen estos con los partidos no populistas?, o (b) ¿en qué difiere el estilo emocional y

[10] Cita textual extraída de Hustvedt (2020, 26:30).

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

atencional en la narrativa entre partidos populistas de izquierda y de derecha? y ¿entre partidos populistas y no populistas?

En relación con la demanda populista, vimos que las percepciones, emociones y creencias, entre otras variables psicosociales son buenas predictoras de las actitudes populistas y del apoyo a actores que difunden este conjunto de ideas (Team Populism, 2018). Sin embargo, es necesario precisar: ¿qué factores o mecanismos psicosociales contribuyen a la activación de actitudes populistas en personas que se identifican con partidos populistas? o ¿qué diferencias psicosociales tienen las personas que se identifican con partidos populistas frente a aquellas que no lo hacen?

4.2. OBJETIVOS

A partir de la pregunta central se formularon los objetivos de investigación que guiaron la ejecución de los estudios que componen la evidencia empírica de esta tesis.

4.2.1. Objetivo General

Avanzar en la comprensión del apoyo al populismo desde una perspectiva psicosocial. Para ello, analizaremos elementos característicos de la narrativa populista y factores cognitivos y emocionales relacionados con la demanda. En concreto, en la demanda, valoraremos qué variables predicen mejor las actitudes populistas entre personas que se identifican con actores que difunden este conjunto de ideas y aquellas que no se identifican con estos actores.

4.2.2. Objetivos Específicos

Con relación a la *oferta*, que tiene como actores a los partidos políticos, los objetivos fueron:

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

1. Analizar la construcción de los marcos de diagnóstico, identidad politizada, pronóstico y motivación en la narrativa de partidos políticos populistas.
2. Identificar convergencias y divergencias en la construcción de los marcos de diagnóstico, identidad politizada, pronóstico y motivación entre partidos populistas de izquierda y de derecha y de partidos no populistas.
3. Identificar y comparar el estilo, emocional y atencional, empleado en la narrativa de partidos populistas de izquierda y de derecha y de partidos no populistas.

Con relación a la *demanda,* que tiene como actores a la ciudadanía, los objetivos fueron:

1. Proponer un modelo explicativo de las actitudes populistas integrando factores relacionados con la percepción del sistema político, la oferta populista y la experiencia emocional asociada.
2. Analizar el rol predictor de la percepción de injusticia, la confianza política, la satisfacción con la democracia, el estilo cognitivo del monopolio de la verdad y las emociones de ira hacia las élites en la activación de actitudes populistas.
3. Analizar diferencias en función del contexto social y geopolítico en la activación de actitudes populistas en personas que apoyan a partidos políticos populistas y a partidos no populistas.

Para cumplir estos objetivos realizamos tres estudios. En el primer estudio analizamos la narrativa de dos partidos populistas que emergieron tras la crisis económica y política en España (Podemos –izquierda- y VOX –derecha). En concreto, analizamos el contenido de los MAC, el estilo emocional y atencional y sus diferencias intergrupales. De igual forma, realizamos una comparación de estos aspectos con un partido no populista. España reúne un conjunto de

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

características específicas poco comunes en otros contextos que facilita el estudio del populismo. Permite comparar actores populistas dentro de un mismo país, surgidos en un contexto de oportunidad política común, con éxito electoral comparable y posicionados en extremos ideológicos opuestos (Barbeito Iglesias & Iglesias Alonso, 2021). Además, de comparar a los dos partidos populistas entre sí, también es posible compararlos con un partido no populista, el PSOE. En concreto, nos interesa contrastar su rol como promotores y participantes de los procesos de moción de censura ocurridos entre 2017 y 2020.

En el segundo estudio, analizamos los factores psicosociales que subyacen a la activación de las actitudes populistas. Para ello, proponemos un modelo explicativo que integra dos mecanismos a través de los cuales se activan las actitudes populistas. El primer mecanismo: la percepción negativa del sistema político y la experiencia emocional de ira asociada. El segundo mecanismo que proponemos: la identificación con actores que promueven una visión populista y las emociones de entusiasmo que generan con su propuesta de cambio social. Creemos que los dos mecanismos propuestos aportan a la comprensión de la activación de actitudes populistas al integrar factores relacionados con la percepción del sistema político y la oferta. Probamos empíricamente los mecanismos propuestos en muestras seleccionadas aleatoriamente con baja y alta identificación con el partido Podemos.

Finalmente, en el tercer estudio analizamos los factores psicosociales que pueden predecir actitudes populistas en seguidores de partidos populistas en dos contextos sociopolíticos distintos. Concretamente analizamos el rol que tienen los siguientes factores en la activación de las actitudes populistas: percepción de injusticia, confianza política, satisfacción con la democracia, estilo cognitivo del monopolio de la verdad, y emociones de ira hacia las élites políticas y económicas. Para ello, recolectamos datos de seguidores de partidos

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

populistas y no populistas en dos países con estructuras de oportunidad política distintas: España y Países Bajos.

4.2.3. Estándares Éticos

Esta tesis se ha realizado siguiendo los principios éticos que rigen la profesión de la psicología, consignados tanto en el Código Deontológico del Consejo General de Colegios Oficiales de Psicólogía de España (2015), como en el Código de Conducta de la American Psychological Association (2017).

Igualmente, los datos incluidos se trataron de conformidad con la legislación vigente en España y la Unión Europea (Reglamento de la Unión Europea 2016/679, de 27 de abril, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, sobre Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales).

Los estudios se realizaron a partir del proyecto de investigación "Protesta política en épocas de crisis. Dinámica movilizadora y actitudes populistas" concedido por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades de España y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) (ayudas a proyectos de excelencia 2015: PSI2015-66608-P) que tuvo como investigador principal al profesor José Manuel Sabucedo. Este proyecto obtuvo la aprobación del Comité de Bioética de la Universidade de Santiago de Compostela (ver Anexo B).

4.2.4. Transparencia

En esta tesis proporcionamos la información necesaria para la reproducción de los análisis implementados y la replicabilidad de los estudios bajo el marco de buenas prácticas de la Open Science

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

(Epskamp, 2019). Por ello, en los tres estudios empleamos el lenguaje de programación de código abierto R versión 4.2.0 para los análisis de datos cuantitativos (R Core Team, 2022)[11] y proporcionamos la sintaxis empleada para generar los resultados. Este es uno de los lenguajes de programación más utilizados para desarrollar nuevos métodos estadísticos que son sometidos a proceso de revisión por pares. Además de ser uno de los lenguaje para análisis de datos cada día más empleado en la ciencia psicológica (Epskamp, 2019).

Igualmente, cada estudio tiene su propio material suplementario (datos en bruto, ítems de cada cuestionario, mención de paquetes de R empleados, análisis implementados y su sintaxis, tablas y figuras complementarias). Se puede acceder libremente a este material desde el enlace de acceso a la plataforma virtual Open Science Framework (OSF) que se proporciona al final de cada estudio en el quinto capítulo. Consideramos que la información suministrada es suficiente para que investigadores independientes reproduzcan todos los resultados reportados.

4.2.5. Metodología

Cada una de las investigaciones que componen el capítulo de estudios empíricos de esta tesis incluye descripciones detalladas de sus metodologías. Por ello, a continuación, destacaremos solo los aspectos metodológicos generales de estos estudios.

4.2.5.1. Diseño

El primer estudio se realizó a partir de un diseño mixto comparativo concurrente empleando datos textuales (documentos y discursos).

[11] Sitio web oficial de R https://www.r-project.org/

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Para ello, realizamos una triangulación entre análisis de datos cualitativos y cuantitativos con el fin de tener mayor validez interna y externa de nuestro estudio (Hernández et al., 2010).

Los diseños mixtos parten de una perspectiva pragmática que busca combinar métodos de investigación cualitativos y cuantitativos. Desde esta perspectiva pragmática no existe una contradicción fundamental entre la investigación cualitativa y cuantitativa, lo que sí existe es una diferencia entre los métodos y estrategias de validación empleados por cada una de estas metodologías (Yardley & Bishop, 2017). Por lo mismo, lo importante en diseños mixtos es realizar una combinación de métodos sin comprometer su integridad (Yardley & Bishop, 2017). Debemos recordar que la ciencia es una cuestión de objetivo, no de método (Willig & Stainton-Rogers, 2017). Es decir, los métodos se deben escoger en función del problema de investigación.

Con relación al segundo y tercer estudio empleamos un diseño transversal no experimental (Spector, 2019). Este diseño consiste en realizar la recolección de datos, a través de un instrumento de registro de respuestas, en un tiempo específico sin manipulación de variables. Los diseños transversales son de uso generalizado en las ciencias sociales. En comparación con otros diseños como el longitudinal y experimental se considera que el diseño transversal no experimental tiene algunas limitaciones, tales como: la incapacidad de sacar conclusiones causales o la influencia de factores ocasionales transitorios que sesgan las medidas. Ahora bien, el diseño transversal también tiene múltiples ventajas que hacen que sea uno de los más empleados en las ciencias sociales. Algunas de sus principales ventajas son: económicas, de eficiencia con relación al tiempo invertido (por investigadores y participantes), y de facilidad para abordar múltiples preguntas de investigación con validez ecológica (Spector, 2019).

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

4.2.5.2. Datos Textuales

En el primer estudio recolectamos datos textuales, en formato escrito y oral, relacionados con los procesos de moción de censura ocurridos en España entre 2017 y 2020. En el material suplementario en OSF de este estudio se realiza una descripción detallada sobre la selección de los textos y su preprocesamiento.

4.2.5.3. Participantes

En el segundo y tercer estudio contamos con la participación de personas que apoyaban o no a partidos políticos populistas. Con el fin de garantizar la representatividad de las muestras fijamos cuotas por perfil sociodemográfico e ideológico. Los tamaños de las muestras en estos dos estudios se fijaron antes de la recolección de datos. Una vez recolectados los datos se realizaron análisis de potencia con el paquete de R 'pwr' (versión 1.3-0) (Champely et al., 2020). En los dos estudios contamos con tamaños muestrales que nos permitieron obtener una potencia estadística superior al 80%.

En cuanto al reclutamiento de las muestras, en el segundo estudio se realizó de manera presencial y en el tercero de manera virtual.

Para el segundo estudio diseñamos una estrategia de muestreo en la que tanto participantes en apoyo o no a una acción de protesta convocada por el partido Podemos tuvieran la misma probabilidad de ser seleccionados. Para ello, los datos se recolectaron el mismo día de la protesta convocada por Podemos en Madrid (20 de mayo de 2017). La recolección de datos estuvo a cargo de un equipo conformado por 3-4 supervisores y 12-15 entrevistadores. Cada supervisor(a) tenía un equipo de 4-5 entrevistadores. Los supervisores, se encargaron de la selección de participantes —tanto en el lugar de la protesta como en los alrededores para contar con muestras de manifestantes y no manifestantes. Los entrevistadores, se encargaron de: (1) pedir el consentimiento verbal a los participantes y (2) recolectar los datos

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

registrando las respuestas de los participantes en el software droidSURVEY.

Este procedimiento estándar de muestreo fue propuesto por Walgrave y Verhulst (2011) y tiene como propósito reducir el sesgo de selección de la muestra en contextos de protesta. Es decir, busca garantizar la validez y la generalización de los resultados en contextos de protesta.

Para el tercer estudio la muestra se recolectó a través de un panel de muestras en línea en 2018. Los estudios con encuestas en línea que utilizan muestras de conveniencia son cada vez más comunes en las ciencias sociales (Boas et al., 2020). Aunque este método ha recibido críticas por su falta de representatividad y transparencia en el reclutamiento, tiene importantes ventajas como su eficacia, su alcance y su rapidez. En comparación con el formato presencial es generalmente menos costoso, reduce el tiempo de reclutamiento y facilita la recolección de datos en grupos de población específicos (Miller et al., 2020).

La selección de la muestra se realizó a través de la plataforma Qualtrics[12], empresa comercial de muestreo y administración de encuestas en línea. Existe evidencia de que Qualtrics logra ofrecer muestras diversas a nivel demográfico y político (Boas et al., 2020; Miller et al., 2020). Específicamente, para nuestro tercer estudio establecimos el muestro en función de cuotas por edad, sexo y apoyo a partidos políticos (populistas y no populistas) en España y Países Bajos. Para garantizar la calidad de los datos hicimos controles por: velocidad (tiempo en contestar) y respuesta (ítems sin contestar).

[12] Sitio web oficial de Qualtrics https://www.qualtrics.com/

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

4.2.5.4. Instrumentos

En el primer estudio se crearon dos instrumentos para el análisis cualitativo de contenido. El primero fue un sistema de codificación. El segundo fue un manual de codificación que sirvió como guía para que personas independientes al estudio replicaran el proceso de codificación.

Para realizar el segundo y tercer estudio se recolectaron datos a partir de cuestionarios tipo encuesta. Todas las preguntas que componían las medidas eran cerradas. Estas medidas ya han sido previamente validadas. Igualmente, se emplearon los paquetes de R psych (Revelle, 2022) y lavaan (Rosseel & Jorgensen, 2022) con el fin de obtener evidencia sobre la consistencia interna y validez de constructo de las medidas.

Es importante mencionar que en el tercer estudio con el fin de comparar datos de muestras recolectadas en España y en Países Bajos, se realizó la aplicación del mismo cuestionario en idioma español y neerlandés. Por lo mismo, buscamos emplear medidas que contaran con aplicación previa en ambos contextos. En los casos en los que era necesario hacer traducciones, aseguramos la equivalencia de significado en función al contexto.

En el material suplementario en OSF de cada estudio se presentan los instrumentos e ítems de las diferentes medidas empleadas.

4.2.5.5. Análisis de Datos

El análisis cualitativo del primer estudio fue de contenido. Este tipo de análisis tiene como propósitos: (1) resumir los datos, (2) identificar relación entre temas, y (3) identificar patrones (Braun & Clarke, 2006). Específicamente en nuestro primer estudio el análisis de contenido se empleó para responder a preguntas como ¿Qué categorías sociales se representan como parte del pueblo? ¿Qué categorías sociales se representan como enemigos del pueblo? ¿Qué agravios producen

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

tensiones entre el pueblo y las élites? y ¿Qué planes de acción fueron promovidos por cada partido? (Aslanidis, 2018a).

El análisis cualitativo de contenido se realizó empleando el software ATLAS.ti versión 9 (Friese, 2016, 2021).[13] Este software agiliza el proceso de codificación, análisis de acuerdo intercodificadores y evita errores de escritura y otros errores de codificación.

Con el fin de reducir el sesgo sobre los resultados extraídos del análisis de contenido y obtener resultados fiables realizamos un análisis de acuerdo intercodificadores. El acuerdo entre codificadores fue calculado empleando cuatro coeficientes integrados en el software ATLAS.ti versión 9 (Acuerdo de porcentaje simple, α Binario, cu-α y Cu-α) (Díaz et al., 2021; Krippendorff, 2008).

El análisis cuantitativo del primer estudio fue de estilo. Para ello, empleamos dos conjuntos de herramientas estandarizadas: el software Linguistic Inquiry and Word Count (LIWC) y el paquete de R Syuzhet (1.0.6) (Jockers, 2020) que permite acceder al diccionario *National Research Council of Canada (NRC) Word-Emotion Association Lexicon* (Mohammad, 2020a, 2020b; Mohammad & Turney, 2010, 2013; Pennebaker, Booth, et al., 2015; Tausczik & Pennebaker, 2010).[14,15] A partir de los resultados obtenidos con LIWC y Syuzhet se realizaron modelos de regresión lineal para identificar variables de estilo de la narrativa que eran significativas en función al tipo de partido político.

En el segundo y tercer estudio realizamos análisis de datos cuantitativos, empleando técnicas estadísticas descriptivas, de fiabilidad y validez, comparativas e inferenciales. Primero, realizamos

[13] Sitio web oficial de ATLAS.ti Software https://atlasti.com/
[14] Sitio web oficial de LIWC Software http://liwc.wpengine.com/
[15] Sitio web oficial de NRC Word-Emotion Association Lexicon http://saifmohammad.com/WebPages/NRC-Emotion-Lexicon.htm

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

análisis descriptivos sobre los datos recolectados para cada muestra en los dos estudios. Calculamos los estadísticos descriptivos de: tendencia central (media, mediana y moda), variabilidad (rango, desviación típica), asimetría y curtosis empleando el paquete de R psych (versión 2.2.5) (Revelle, 2022).

Segundo, realizamos análisis de consistencia interna y validez a las medidas empleadas para medir los diferentes constructos. Para ello, utilizamos los coeficientes: Alpha de Cronbach (α) y Omega de McDonald (ω), al igual que el Análisis Factorial Confirmatorio (AFC) (Revelle & Condon, 2019). Para estos análisis empleamos los paquetes de R lavaan (versión 0.6-11) (Rosseel & Jorgensen, 2022) y psych (versión 2.2.5).

Finalmente, realizamos análisis comparativos e inferenciales empleando pruebas paramétricas y no paramétricas que proporcionan mecanismos robustos para probar las hipótesis formuladas. Específicamente, realizamos análisis de: (1) correlación, (2) diferencias entre muestras con estadística paramétrica (prueba *t* de Welch / ANOVA unidireccional de Welch) no paramétrica (prueba $W_{Wilcoxon}$ / ANOVA unidireccional de Kruskal-Wallis) y robusta (prueba *t* de Yuen para medias recortadas / ANOVA heteroscedástico unidireccional para medias recortadas), (3) regresión lineal, (4) ecuaciones estructurales y (6) mediación. Para realizar los análisis de datos cuantitativos comparativos e inferenciales los principales paquetes de R que usamos fueron: *ggstatsplot* (versión 0.9.2) (Patil, 2022), *lavaan* (versión 0.6-11) (Rosseel & Jorgensen, 2022), *mediation* (versión 4.5.0) (Tingley et al., 2014), *process* (versión 4.0.1) (Hayes, 2022), y *psych* (versión 2.2.5) (Revelle, 2022).

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

CAPÍTULO 5. ESTUDIOS EMPÍRICOS

> Los antiguos griegos entendían que nadie, absolutamente nadie, nace con las capacidades para ejercer la democracia. A argumentar, a razonar, a consensuar, a discernir... A todo ello se llega a base de un ejercicio, de una práctica. No nacemos ya con esas capacidades.
>
> EDUARDO INFANTE[16]

5.1. ESTUDIO 1. CONFRONTACIÓN Y POLARIZACIÓN EN LA NARRATIVA POPULISTA: UN ANÁLISIS A PODEMOS Y VOX

5.1.1. Introducción

Las narrativas difundidas por los actores políticos afectan a la percepción y a la opinión pública. Específicamente, la narrativa populista gira en torno a una confrontación intergrupal. Con frecuencia, se argumenta que dicha narrativa es incendiaria por su cuestionamiento a el statu quo político. Esto puede deberse a dos factores. El primero relacionado con el contenido de la narrativa populista. Este suele estructurarse en torno a una visión antagónica del mundo que culpa a las élites de traicionar al pueblo y promete transformar el orden para poner el poder al servicio de los intereses "reales" del pueblo (Aslanidis, 2018b; Forgas & Crano, 2021; Golec de Zavala & Keenan, 2021). El segundo factor está vinculado con el estilo de la narrativa populista.

[16] Cita textual extraída de Infante (2020, 14:09).

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Este se caracteriza por ser altamente emocional, polarizador y transgresor, en su búsqueda por influir en la percepción social y en el comportamiento político de la ciudadanía. Aunque el estilo emocional y atencional de la narrativa populista es mencionado con frecuencia, los estudios al respecto son escasos (Cabot et al., 2021; Widmann, 2021, 2022).

En el estudio que presentamos a continuación analizamos desde una perspectiva psicosocial el contenido y el estilo de la narrativa de la oferta populista. Lo hacemos desde una doble contribución: (1) proporcionamos un análisis holístico de la narrativa populista, al integrar tanto el contenido como el estilo; y (2) identificamos factores comunes de la narrativa entre actores populistas de izquierda y de derecha en un escenario de difusión institucional, como es el procedimiento parlamentario de moción de censura. Este escenario ha sido poco explorado en las investigaciones sobre populismo.

5.1.2. Objetivo e Hipótesis

El objetivo de este estudio fue analizar y comparar el contenido y el estilo empleado en las narrativas difundidas por los partidos Podemos y VOX. Para cumplir con dicho objetivo elegimos, como contexto de análisis, los procesos de moción de censura ocurridos en España entre 2017 y 2020. Las mociones de censura, como acción de exigencia de responsabilidad política al gobierno de turno, brindan una oportunidad única para analizar el contenido de los MAC y el estilo emocional y atencional empleado por los dos partidos populistas en España. De igual forma, permite comparar a estos partidos con un partido no populista,

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

el PSOE (como grupo control) que también utilizó el procedimiento de moción de censura en 2018.[17]

En la Tabla 5 se indican las hipótesis, el conjunto de herramientas metodológicas empleadas y un resumen breve de los principales resultados obtenidos.

5.1.3. Método

5.1.3.1. Datos

Para estudiar empíricamente la narrativa de los tres partidos analizamos: (1) los documentos de presentación de las mociones de censura, y (2) los discursos emitidos por los diputados durante las sesiones plenarias sobre estos procesos en el congreso nacional.[18] Los documentos que los actores políticos producen colectivamente al igual que los discursos ofrecidos por sus representantes reflejan la posición central del partido, el estilo predominante y la intención de diagnóstico, pronóstico y motivación al cambio (Aslanidis, 2018b).

5.1.3.2. Análisis de Datos

5.1.3.2.1. Análisis de Contenido

Realizamos un análisis de contenido cualitativo a los documentos de presentación de las mociones de censura empleando el software ATLAS.ti versión 9. Este análisis se utilizó para identificar el contenido de los MAC para inspirar y legitimar las mociones de censura.

[17] Para una contextualización detallada en términos históricos, electorales e ideológicos de los tres partidos y de los tres procesos de moción de censura objeto de análisis en este estudio ver el Apéndice A del material suplementario en OSF de este estudio.

[18] Ver el Apéndice B en el material suplementario en OSF para una descripción detallada de los datos textuales empleados en este estudio y el preprocesamiento realizado a estos para ejecutar los análisis de contenido y de estilo. El preprocesamiento incluyó descomponer los textos en oraciones creando así documentos de longitud comparable.

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

El análisis de contenido se generó a partir de un sistema de codificación con una aproximación integral deductiva e inductiva. Primero, empleamos un enfoque deductivo para crear los dominios semánticos basados en una revisión de la literatura reciente sobre movimientos sociales y populismo. Segundo, empleamos un enfoque deductivo e inductivo para crear los códigos de cada dominio semántico. Este sistema de codificación se empleó como instrumento estándar de comparación para derivar inferencias, producir resultados fiables, válidos y replicables (Krippendorff, 2008).

Posteriormente, para el proceso de codificación, creamos un manual de instrucciones y contactamos a dos personas para que por separado codificaran los documentos. Realizamos un análisis de acuerdo intercodificadores, para aumentar la fiabilidad y reducir el sesgo sobre los resultados extraídos (Díaz et al., 2021; Krippendorff, 2008). Los resultados de este proceso señalan que obtuvimos evidencia de acuerdo para el análisis de contenido.

Para una descripción detallada sobre la construcción del sistema de codificación, el manual de codificación, el proceso de codificación y de acuerdo intercodificadores, y una presentación extensa de los resultados del análisis de contenido ver el Apéndice C del material suplementario en OSF.

5.1.3.2.2. Análisis de Estilo

Realizamos un análisis de estilo emocional y atencional de corte cuantitativo utilizando dos herramientas estandarizadas y con evidencia de validez: (1) el software LIWC (Pennebaker, Booth, et al., 2015; Pennebaker, Boyd, et al., 2015; Ramírez-Esparza et al., 2007) y (2) el paquete de R Syuzhet (1.0.6) (Jockers, 2020), que integra el robusto diccionario NRC Word-Emotion Association Lexicon (Mohammad & Turney, 2010, 2013).

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Realizamos este análisis con: (1) los documentos de presentación de las mociones de censura, y (2) las transcripciones de los discursos emitidos durante las sesiones plenarias sobre estos procesos en el congreso nacional. Empleamos estos dos tipos de texto (escrito y oral) con dos fines. El primero, como medio de validación. El segundo, como medio de contraste para identificar si el estilo entre textos orales y escritos difería (Pennebaker et al., 2003; Schöne et al., 2021; Widmann, 2021).

Las comparaciones entre partidos se realizaron a partir de distintos análisis de regresión lineal. En estos modelos se utilizaron las variables de estilo emocional y atencional como dependientes y la variable tipo de partido político como independiente (tratada como una variable *dummy*: (a) populista [Podemos – VOX] = 1, no populista [PSOE] = 0; (b) populista de izquierda [Podemos] = 0 y populista de derecha = 1 [VOX]).

Para una descripción detallada de LIWC y Syuzhet sobre: su desarrollo y validación, las variables y funciones que empleamos, y una presentación extensa de los resultados obtenidos ver el Apéndice D en el material suplementario en OSF.

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Tabla 5. Hipótesis, resultados obtenidos y kit de herramientas utilizadas

Hipótesis	Resultado		Tipo de análisis textual	Herramientas
	Documentos	Sesiones Plenarias		
H1. Los partidos populistas difieren entre sí y con el partido no populista en el contenido de los MAC para inspirar y legitimar las mociones de censura.	Confirmada	No aplica	Contenido	ATLAS.ti
H1.1. El marco diagnóstico para justificar la moción de censura de los partidos populistas es más heterogéneo en comparación con el partido no populista.	Confirmada	No aplica	Contenido	ATLAS.ti
H1.2: El marco de identidad politizada es más destacado y heterogéneo en los partidos populistas (endogrupos agraviados - exogrupos responsables) que en el partido no populista.	Confirmada	No aplica	Contenido	ATLAS.ti
H1.3. Los marcos de pronóstico y motivación de los partidos populistas enfatizan más en la gravedad del problema y la urgencia de la moción de censura, sin proponer soluciones específicas, en comparación con el partido no populista.	Parcialmente confirmada	No aplica	Contenido	ATLAS.ti
H1.4. Los partidos populistas difieren entre sí en el contenido de los MAC en función de su posicionamiento ideológico izquierda - derecha.	Confirmada	No aplica	Contenido	ATLAS.ti
H2. Los partidos populistas difieren entre sí y con el partido no populista en el estilo emocional y atencional utilizado para inspirar y legitimar las mociones de censura.	Parcialmente confirmada	Parcialmente confirmada	Estilo	LIWC Syuzhet
H2.1. Los partidos populistas hacen más uso de lenguaje emocional negativo que el partido no populista.	Parcialmente confirmada	Parcialmente confirmada	Estilo	LIWC Syuzhet
H2.2. Los partidos populistas hacen menos uso de lenguaje emocional positivo que el partido no populista.	Parcialmente confirmada	Parcialmente confirmada	Estilo	LIWC Syuzhet
H2.3. Los partidos políticos hacen un uso sistemático de llamamientos emocionales discretos para diferentes propósitos.	Parcialmente confirmada	Parcialmente confirmada	Estilo	LIWC Syuzhet
H2.4. Los partidos populistas difieren del partido no populista en la simplicidad del lenguaje.	Rechazada	Rechazada	Estilo	LIWC
H2.5. Los partidos populistas difieren del partido no populista en el uso de los pronombres personales. Los partidos populistas hacen un mayor uso de pronombres plurales.	Confirmada	Confirmada	Estilo	LIWC

H2.6. Los partidos populistas emplean una orientación temporal retrospectiva y prospectiva en comparación con el partido no populista.	Rechazada	Rechazada	Estilo	LIWC
H2.7. Los partidos populistas difieren del partido no populista en el uso de palabras relacionadas con procesos cognitivos.	Rechazada	Parcialmente Confirmada	Estilo	LIWC
H2.8. Los partidos populistas difieren del partido no populista en el uso de palabras relacionadas con procesos perceptuales.	Rechazada	Rechazada	Estilo	LIWC
H2.9. Los partidos populistas difieren del partido no populista en el uso de palabras relacionadas con procesos sociales.	Rechazada	Parcialmente confirmada	Estilo	LIWC
H2.10. Los partidos populistas difieren del partido no populista en el uso de palabras relacionadas con temas de preocupación personal.	Rechazada	Rechazada	Estilo	LIWC

5.1.4. Resultados

5.1.4.1. Contenido de los MAC

El análisis de contenido comparativo, de los documentos de las mociones de censura, se estructuró en torno a cinco dominios semánticos: (1) diagnóstico, (2) identidad politizada: endogrupo agraviado, (3) identidad politizada: exogrupo responsable, (4) pronóstico, y (5) motivación.

En la Figura 4 presentamos un resumen del análisis de contenido con las frecuencias absolutas de uso de los dominios semánticos. También incluye el número de códigos identificado en cada dominio semántico en la narrativa de cada partido político.[19]

[19] La longitud total de los documentos de la moción de censura varió entre los partidos, siendo de menor extensión el documento del PSOE (19 oraciones) y de mayor extensión el documento de VOX (270 oraciones).

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

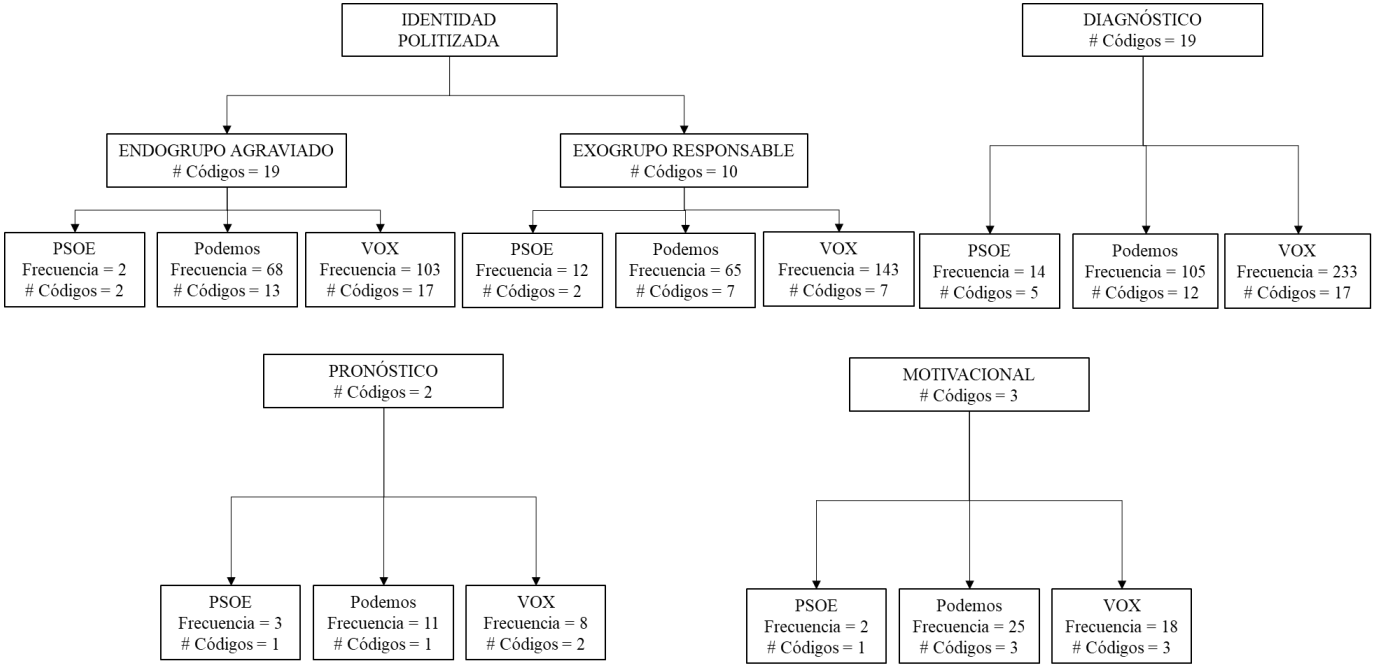


Figura 4. Frecuencias totales de los dominios semánticos en el análisis de contenido desde una perspectiva comparativa. Fuente: elaboración propia. *Nota.* Frecuencia = cantidad de apariciones del dominio semántico en la narrativa de cada partido político. # Códigos = número de códigos asignados en cada dominio semántico según la narrativa de cada partido político.

En primer lugar, respecto al diagnóstico, los tres partidos consideran agravios: el ataque al sistema democrático por medio de la corrupción, la impunidad, y el eludir la responsabilidad política. De igual forma, tanto el PSOE como Podemos hicieron referencia a la desconfianza política como una cuestión problemática.

Los dos partidos populistas plantearon además otros agravios que requerían una acción correctiva. Estos se relacionaron con problemas económicos, pérdida de derechos, falta de transparencia política y el conflicto territorial de Cataluña.

Los dos partidos populistas también presentan diferencias en la mención de agravios. Por una parte, VOX planteó como perjuicios hacia el endogrupo: la inmigración, el terrorismo, la negligencia en materia de salud y seguridad y la pérdida de soberanía estatal. También mencionó el ataque a la coexistencia social, la memoria histórica y la monarquía. Por otra parte, Podemos atribuyó como un perjuicio más la falta de participación democrática.

Respecto al marco de identidad politizada, los dos partidos populistas mencionaron un mayor número de grupos agraviados y un mayor número de agentes responsables en comparación con el partido no populista. La Figura 5 presenta la suma de grupos sociales y actores políticos citados por cada partido, ordenados según su posición en el antagonismo endogrupo agraviado – exogrupo responsable. El marco de identidad endogrupal fue inclusivo en los partidos populistas. Los tres partidos mencionaron a la ciudadanía y a las entidades públicas y sus funcionarios como endogrupos afectados. No obstante, los partidos populistas se refirieron específicamente a otros subgrupos que forman parte de la ciudadanía. Tanto Podemos como VOX mencionaron a grupos poblacionales genéricos como: la gente (haciendo especial énfasis VOX en destacar a la nacionalidad), los jóvenes, los adultos mayores, trabajadores y desempleados. Igualmente, los dos partidos populistas mencionaron como endogrupos agraviados a actores de tipo

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

institucional como: el Estado español, las pequeñas y medianas empresas, los medios de comunicación y los partidos de oposición.

Ahora bien, en coherencia con la ideología izquierda-derecha encontramos algunas variaciones entre los dos partidos populistas. Podemos mencionó a "la mayoría" y a las mujeres como identidades agraviadas. Por su parte, VOX planteó como endogrupos agraviados a la monarquía, las víctimas de ETA, la derecha, el personal de salud (afectado durante la pandemia por COVID-19), la sociedad (en genérico), y los votantes.

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

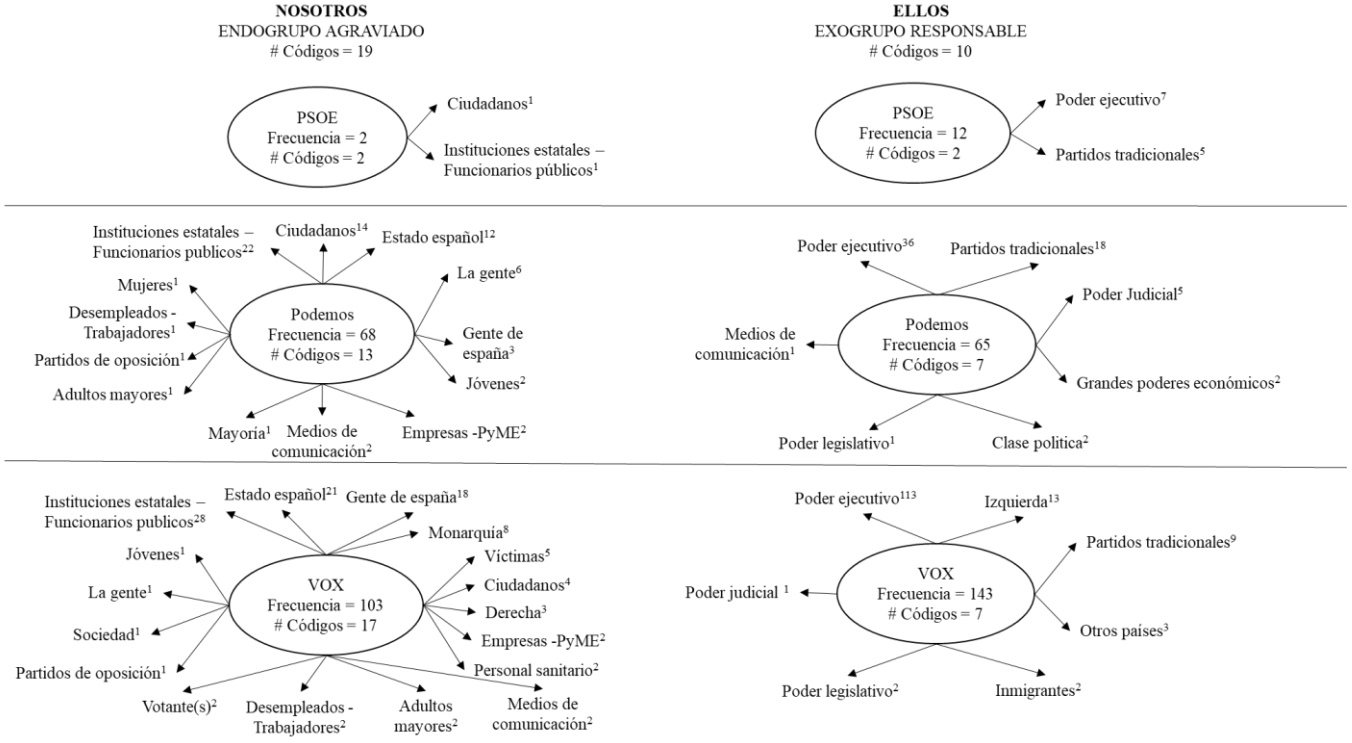


Figura 5. Esquema comparativo del marco de identidad politizada. Fuente: elaboración propia. *Nota*. Frecuencia = cantidad de apariciones de los dominios semánticos de endogrupo agraviado y exogrupo responsable en la narrativa de cada partido político. # Códigos = número de códigos asignados en cada dominio semántico según la narrativa de cada partido político. Los números en superíndice son la frecuencia con la que cada partido político hizo referencia a cada grupo social/actor político.

En el señalamiento de exogrupos responsables, los tres partidos señalaron como principales responsables a actores políticos representativos del sistema democrático; los dos partidos populistas citaron también a instituciones que implementan y controlan el sistema democrático como agentes responsables (p. ej., poder legislativo y judicial).

Ahora bien, los dos partidos populistas se distinguieron en la categorización de otros agentes responsables. Podemos también señaló a élites económicas, políticas y mediáticas como responsables. Por su parte, VOX mencionó como responsables a grupos opositores de izquierda, otros países señalados de limitar la soberanía de España e inmigrantes.

Por tanto, en términos del marco identitario encontramos que los dos partidos populistas hicieron una clara división del espacio político en una lucha entre dos categorías sociales bien definidas: la gente versus las élites.

Con relación al pronóstico observamos que los tres partidos exigieron responsabilidad política. Esto se corresponde con el objetivo mismo de un proceso de moción de censura. En este sentido, la única distinción observada fue que VOX añadió que su moción de censura tenía como objetivo ejercer presión para restablecer el orden.

Por último, respecto a la motivación al cambio los tres partidos políticos señalaron la severidad y urgencia de defender la democracia. Los dos partidos populistas, además, aludieron al imperativo moral de actuar dada la gravedad de la situación; y a la esperanza de cambio para el futuro del país.

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

5.1.4.2. Estilo Emocional y Atencional

En la Figura 6, 7.1. y 7.2. presentamos los principales resultados del análisis de estilo emocional y atencional.[20] Por una parte, en el estilo emocional empleamos diferentes indicadores integrados tanto en LIWC como en Syuzhet. Con estos indicadores analizamos el uso de palabras según su valencia (positiva o negativa) y apelación a emociones discretas (p. ej., ira, miedo, tristeza, asco, alegría y sorpresa).

Por otra parte, en el estilo atencional analizamos el uso del lenguaje en función de procesos lingüísticos y psicológicos integrados en LIWC. En términos lingüísticos se comparó la longitud (de oraciones y de palabras), el uso de pronombres y la orientación temporal. En términos psicológicos se comparó el uso del lenguaje con alusión a procesos cognitivos, perceptuales, sociales y de preocupación personal.

En general, encontramos que el tamaño de los coeficientes es pequeño en el análisis de estilo emocional y atencional. Una posible explicación para esto podría ser que en la muestra general solo una pequeña cantidad de palabras son de naturaleza emocional y atencional. Si bien los efectos son pequeños, como ocurre con estudios previos usando metodologías similares (Pennebaker et al., 2003; Widmann, 2021, 2022), evidenciamos correspondencia entre los resultados del análisis de estilo y los resultados del análisis de contenido.

Respecto a la valencia en el estilo emocional, identificamos que los dos partidos populistas, en especial VOX, tendieron a usar un lenguaje emocional más negativo y menos positivo en comparación con el PSOE. Sin embargo, esta diferencia no fue estadísticamente significativa ni consistente en todos los contrastes analizados. Una excepción a esta tendencia se presentó en la sesión plenaria de 2018. En

[20] Las comparaciones de los dos primeros procesos de moción de censura se realizaron únicamente entre PSOE y Podemos, dado que VOX no tenía representación parlamentaria en 2017 y 2018.

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

ella, el PSOE (promotor de la moción) usó más palabras vinculadas a emociones negativas que Podemos.

En cuanto al uso de lenguaje vinculado a emociones discretas identificamos que las diferencias al respecto se relacionaron con el rol y los propósitos de cada partido en el proceso de moción de censura, más que con ser o no populista. Por ejemplo, el PSOE en 2018 apeló a emociones relacionadas con la ira, el miedo, la tristeza y la anticipación. Este resultado evidencia que su rol como promotor de la moción fomentó un uso estratégico de lenguaje emocional apelando a diferentes emociones discretas. Esto no ocurrió en la sesión plenaria de 2017 en la que el proponente era Podemos, ni en la moción de 2020, donde el PSOE era a quién se le exigía responsabilidad política. En 2020 el PSOE apeló principalmente a un lenguaje emocional de alegría y sorpresa. Un patrón similar se presentó con VOX en 2020 como promotor de la moción de censura contra el PSOE. VOX empleó lenguaje emocional alusivo al asco y a la tristeza en comparación con el PSOE y a la sorpresa en comparación con Podemos. En el caso de Podemos, solo identificamos que en 2020 usó más lenguaje emocional de miedo en comparación con el PSOE y VOX.

Contrario a lo esperado, los partidos no difirieron en la simplicidad del lenguaje. Es decir, los partidos no se distinguieron en términos de fluidez verbal o uso de estructuras lingüísticas más o menos simples. No encontramos diferencias consistentes ni en los documentos de radicación de las mociones de censura, ni tampoco en las sesiones plenarias.

Con relación al uso de pronombres, identificamos una tendencia a hacer un mayor uso de pronombres personales singulares en el PSOE y de pronombres plurales en los partidos populistas.

En este estudio no encontramos que la orientación temporal tuviera relevancia en la narrativa populista. Aunque VOX hizo una mayor

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

referencia a elementos del pasado, este hallazgo no se reproduce en la sesión plenaria de 2020. La narrativa populista tampoco se caracterizó por una orientación al futuro. Podemos hizo un énfasis temporal más orientado al presente. Primero en comparación con VOX en los documentos de radicación de la moción; y segundo durante la sesión plenaria de 2020 en comparación tanto con VOX como con el PSOE. El PSOE presenta una orientación temporal relacionada con su rol en los dos primeros procesos. En 2017 con una orientación en el pasado; y en 2018 con una orientación a futuro, en coherencia con su rol de promotor de la moción de censura.

En cuanto al uso de palabras con alusión a procesos cognitivos (mayor reflexión o argumentación), no encontramos diferencias entre los partidos en los documentos de radicación de las mociones. Las diferencias se dieron durante las sesiones plenarias. El PSOE usó significativamente más palabras con alusión a procesos cognitivos en comparación con los dos partidos populistas. Ahora bien, el uso de palabras varió más en función del rol del PSOE en los procesos de moción de censura. En 2017, su rol de abstención le llevó a emplear palabras más relacionadas con la certeza. En 2018 como promotor de la moción empleó más palabras relacionadas con la inhibición y la comprensión. En 2020 como acusado usó más palabras relacionadas con la discrepancia.

En el uso del lenguaje relacionado con procesos perceptuales no encontramos mayores diferencias entre los partidos. Identificamos que el PSOE y VOX emplearon más palabras alusivas a la escucha que Podemos en los documentos de radicación de la moción de censura. Solo durante la sesión plenaria de 2020, Podemos empleó más palabras relacionadas con el sentir que VOX. Además, durante la sesión plenaria de 2017 el PSOE empleó más palabras alusivas al proceso de visión, en comparación con Podemos. Es decir, el uso de lenguaje sensitivo (p. ej. ver, oír, escuchar) que podría emplearse para destacar contenidos, hacer

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

referencia a evidencias o mostrar cercanía no fue característico en la narrativa de ninguno de los partidos.

Con relación al uso de lenguaje alusivo a procesos sociales tampoco identificamos una tendencia consistente. Primero, fue el PSOE en los documentos quien empleó un lenguaje más alusivo a cuestiones sociales. Segundo, Podemos empleó un lenguaje más alusivo a la familia en comparación con VOX en los documentos de radicación de la moción de censura, y en comparación con el PSOE durante la sesión plenaria de 2018. Tercero, durante 2017 Podemos empleó un lenguaje más alusivo a lo social y humano en comparación con el PSOE, pero está tendencia se revierte en 2018, al ser el PSOE el que más lo hace. De hecho, el uso de lenguaje alusivo a lo humano se sostuvo por parte del PSOE en comparación con los dos partidos populistas en la sesión plenaria de 2020. Finalmente, VOX empleó en la sesión plenaria de 2020 más lenguaje alusivo a la familia que el PSOE.

Por último, los resultados relativos al uso de lenguaje de preocupación personal evidencian que se relacionó más con la orientación ideológica del partido que con ser populista. Por una parte, en los documentos de moción de censura no se encontraron diferencias entre el PSOE y Podemos. Al comparar los dos partidos populistas identificamos que Podemos hizo más alusión a preocupaciones económicas. Por su parte, VOX puso el énfasis en preocupaciones relacionadas con la muerte, en coherencia con el momento de crisis sanitaria por COVID-19. Respecto a las sesiones plenarias, el PSOE empleó, en 2017 y 2020, más palabras alusivas a cuestiones laborales que Podemos. Por su parte, Podemos en 2018 se centró más que el PSOE en cuestiones relacionadas al hogar. En el caso de VOX, su discurso en 2020 se centró más en las preocupaciones económicas que el PSOE y Podemos; y también más en las preocupaciones religiosas que Podemos.

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

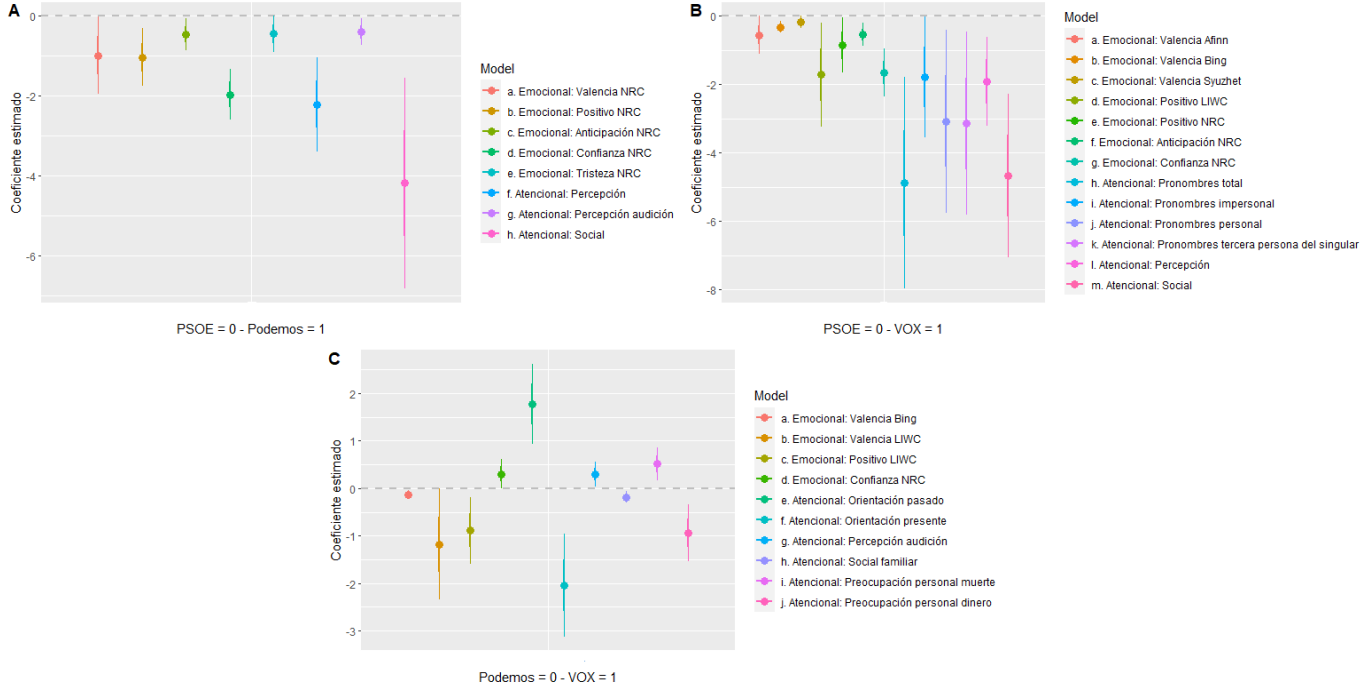


Figura 6. Modelos de regresión: estilo documentos de moción de censura. Fuente: elaboración propia. *Nota*. Panel A: Comparación Podemos - PSOE. Panel B: Comparación VOX - PSOE. Panel C: Comparación Podemos - VOX.

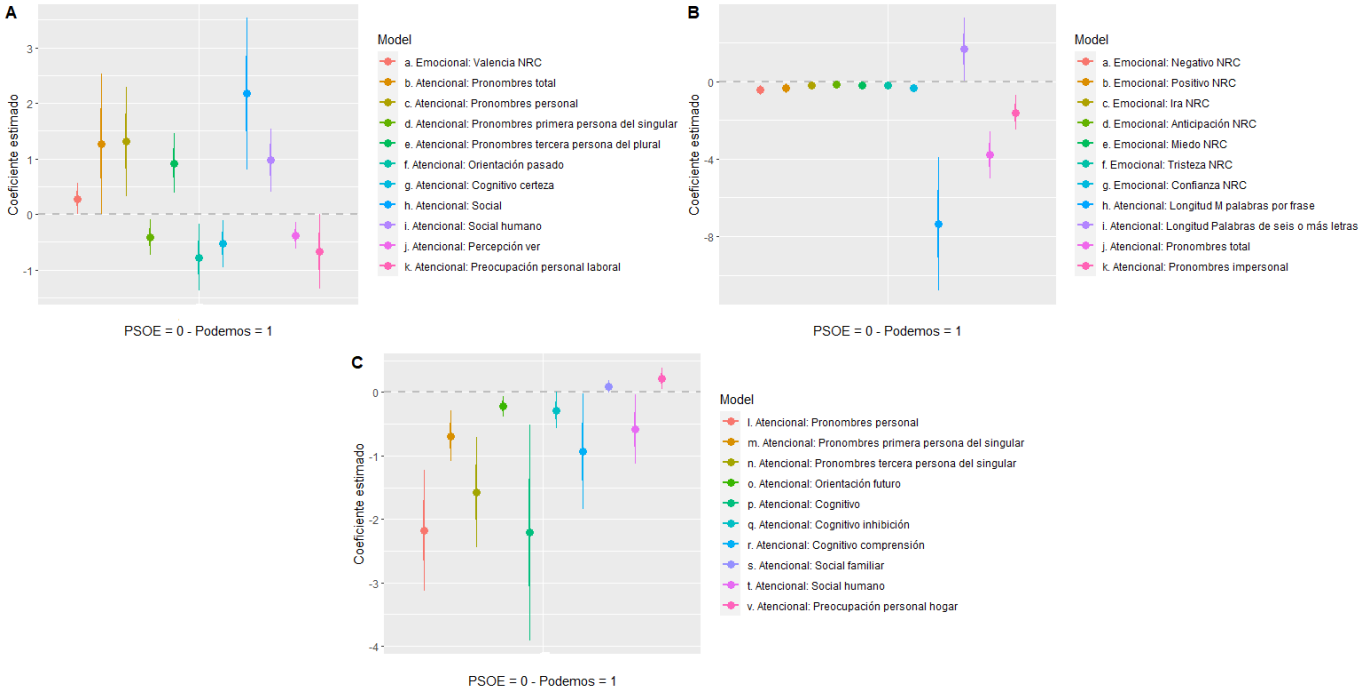


Figura 7.1. Modelos de regresión: estilo sesiones plenarias procesos de moción de censura 2017 y 2018. Fuente: elaboración propia. Nota. Panel A: Comparación PSOE - Podemos 2017. Panel B y C: Comparación PSOE – Podemos 2018.

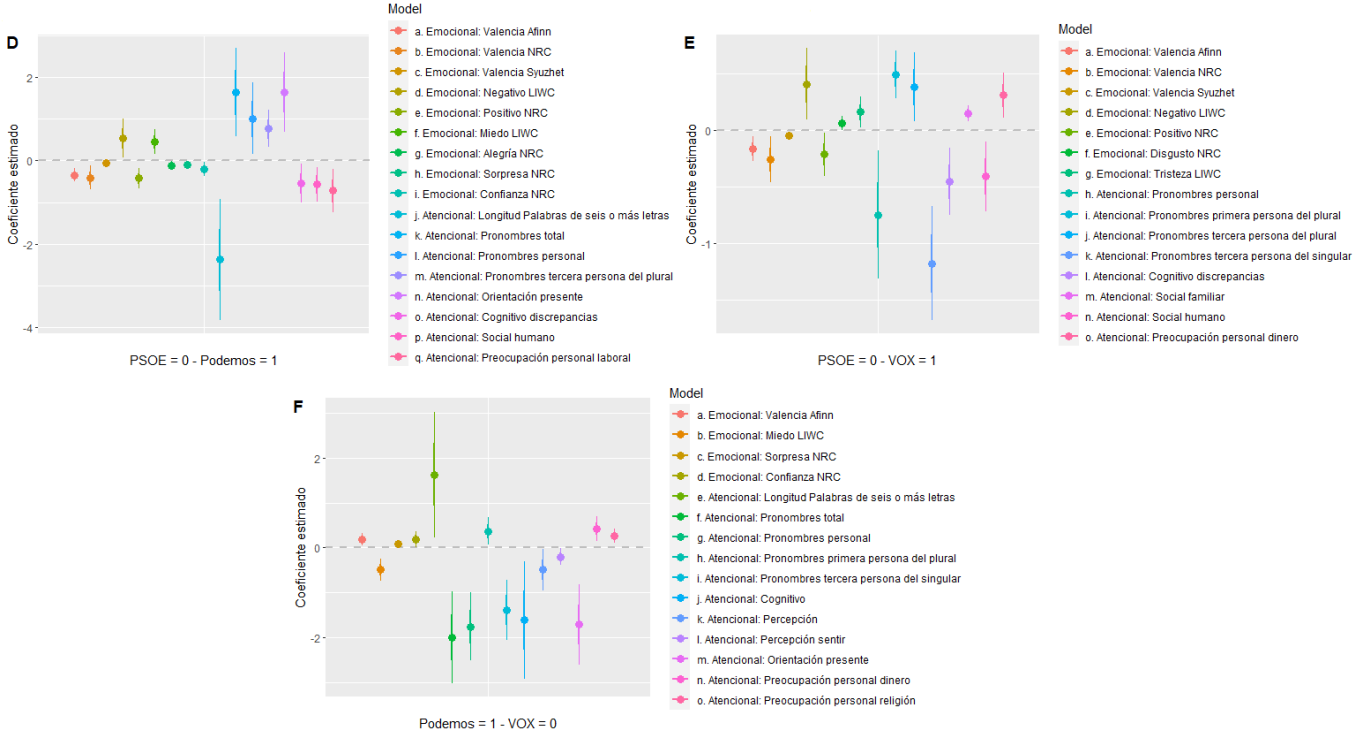


Figura 7.2. Modelos de regresión: estilo sesiones plenarias procesos de moción de censura 2020. Fuente: elaboración propia. *Nota.* Panel D: Comparación Podemos - PSOE 2020. Panel E: Comparación VOX - PSOE 2020. Panel F: Comparación Podemos - VOX 2020.

5.1.5. Discusión

El objetivo de este estudio fue analizar y comparar tanto el contenido como el estilo emocional y atencional empleado por tres partidos políticos españoles. Podemos y VOX, clasificados como populistas, y el PSOE, clasificado como no populista. El contexto de análisis fueron las mociones de censura iniciadas por cada partido, entre 2017 y 2020. El principal resultado de este estudio señala que los partidos populistas utilizaron una narrativa de mayor confrontación y polarización que el partido no populista.

En cuanto al contenido de la narrativa identificamos que los dos partidos populistas mostraron un carácter más inclusivo en la construcción politizada de la identidad y la motivación al cambio. Es decir, mencionaron un mayor número de agravios, endogrupos afectados y exogrupos responsables. Esto denota una clara distinción del espacio social "nosotros" versus "ellos". Resultado corroborado con relación al uso de pronombres personales plurales. La construcción antagónica de la identidad de los dos partidos populistas fue coherente con su posicionamiento ideológico izquierda-derecha. Además, los partidos populistas construyeron un marco de motivación con un importante énfasis en el compromiso moral y la promesa de transformación política y social.

Ahora bien, en general los partidos populistas y el partido no populista hicieron una construcción de marco pronóstico ambigua. Esta ambigüedad lejos de ser una desventaja puede estar favoreciendo los intereses de cada partido (Aslanidis, 2018b). En concreto, los partidos populistas orientaron los discursos hacia la confrontación intergrupal, el compromiso moral y la responsabilidad de actuar, más que en el planteamiento de soluciones específicas al problema.

Con relación al estilo emocional, nuestros resultados indican que los dos partidos populistas emplearon un lenguaje emocional más

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

negativo y menos positivo que el partido no populista. Igualmente, encontramos que los tres partidos políticos usaron un lenguaje alusivo a emociones discretas para diferentes propósitos y más en coherencia con su rol en cada proceso de moción de censura que con ser o no populista.

Los resultados del estilo emocional están parcialmente en línea con el estudio de Widmann (2021) quien identificó un mayor uso de emociones discretas como la ira, el miedo, el asco y la tristeza en el discurso de actores populistas en comparación con actores no populistas. En nuestro estudio el lenguaje emocional negativo fue más característico de la narrativa populista, aunque no el uso de lenguaje alusivo a emociones discretas como la ira o el miedo. Una posible explicación puede ser el contexto de análisis y el tipo de textos que empleamos. Widmann (2021) analizó datos provenientes de comunicados de prensa y redes sociales digitales. Textos que al estar dirigidos directamente a la ciudadanía y potenciales seguidores pueden tener un lenguaje más emocional (Schöne et al., 2021).

Sumado a esto, en nuestro estudio encontramos que los partidos, populistas y no populistas, adaptaron su estilo emocional en función a su rol durante los procesos de moción de censura. Este hallazgo es similar al encontrado por Widmann (2022), quien analizó cómo los partidos políticos populistas y no populistas cambiaban sus llamamientos de miedo y esperanza durante la primera ola de la pandemia por COVID-19. Identificó que los partidos populistas publicaban menos mensajes relacionados con la pandemia, mientras que aumentaron las apelaciones a la esperanza para minimizar la gravedad de la crisis. En contraposición, los partidos de gobierno redujeron los mensajes de esperanza y aumentaron los llamamientos al miedo.

En general, nuestros resultados sobre estilo emocional, en la narrativa populista, ponen de manifiesto la necesidad de continuar

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

avanzando en analizar tanto la valencia del lenguaje como el grado de apelación a emociones discretas.

En cuanto al estilo atencional en términos lingüísticos, por una parte, comprobamos que la narrativa populista se caracterizó por un mayor uso de pronombres plurales. Estrategia narrativa que puede resultar útil para remarcar las similitudes endogrupales y extremar las diferencias intergrupales (Tausczik & Pennebaker, 2010; Van Swol et al., 2021).

Por otra parte, no encontramos diferencias entre los partidos populistas y de estos con el partido no populista en cuanto a la orientación temporal y la longitud. La simplicidad en el lenguaje no resultó ser un factor distintivo del estilo narrativo populista, al menos en los partidos españoles. Estudios al respecto en Italia (Decadri & Boussalis, 2020), Países Bajos (Kalkhoven & De Landtsheer, 2017) y Estados Unidos (Oliver & Rahn, 2016) identificaron que el estilo de la narrativa populista se caracteriza por tener mayor simplicidad. La diferencia entre nuestros resultados y la evidencia previa puede deberse al escenario de difusión, al tipo de textos que analizamos o al tema de debate. Es factible suponer que los actores populistas adapten la complejidad de su lenguaje en función del contexto. Este es un supuesto que debe analizarse empíricamente en futuras investigaciones.

En cuanto al estilo atencional en términos psicológicos no encontramos una tendencia distintiva en la narrativa populista. Contrario a lo esperado, no identificamos que en el caso español los partidos populistas emplearan palabras alusivas a procesos perceptuales, sociales y de preocupación personal para mostrar cercanía y comprensión hacia los seguidores (Tausczik & Pennebaker, 2010). De nuevo, una posible explicación puede ser la audiencia hacia la que se dirigían los textos analizados. Esto demanda que se continúen realizando estudios comparados al respecto.

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

La única excepción con relación al estilo atencional psicológico fue el uso del lenguaje con alusión a procesos cognitivos. El uso de palabras relacionadas con procesos cognitivos fue menor por parte de los partidos populistas, lo que podría suponer un discurso menos reflexivo. Sin embargo, es necesario realizar más estudios al respecto.

Finalmente, entre las diferencias de los dos partidos populistas, identificamos que VOX, en comparación con Podemos, empleó un contenido y un estilo que busca diferenciar el escenario político no solo a nivel vertical sino también horizontal. Precisamente, investigaciones previas muestran como los actores populistas de derecha organizan el contenido de la identidad social en torno al resentimiento hacia exogrupos que hacen parte no solo de las élites. Además, ofrecen una visión de restauración a través del rechazo y la hostilidad hacia élites y hacia grupos a los que se responsabiliza del declive actual, como los inmigrantes (Golec de Zavala & Keenan, 2021; Stathi & Guerra, 2021). Incluso, Turnbull-Dugarte et al. (2020) plantean que la retórica de VOX es más radical que la de otros partidos populistas de derecha en Europa.

5.1.6. Limitaciones y Direcciones Futuras

Este es el primer estudio, hasta donde sabemos, que examina la narrativa de actores populistas de izquierda y derecha durante procesos de moción de censura. Procesos relevantes debido a sus implicaciones en el contexto parlamentario y su posible impacto en términos gubernamentales. Ahora bien, a pesar de la consistencia en los resultados y del empleo de distintas medidas para disipar sesgos y descartar hipótesis alternativas, nuestro estudio tiene limitaciones que deben abordarse en futuras investigaciones.

Primero, contar con datos solo de España y en un único contexto (la moción de censura) puede comprometer la generalización de nuestros resultados. Teniendo en cuenta además que VOX no tenía

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

representación parlamentaria cuando ocurrieron los dos primeros procesos de moción de censura (2017-2018). No obstante, tratamos de buscar la generalización mediante la recolección tanto de textos escritos como orales de partidos populistas y su comparación con los de un partido no populista.

Segundo, a pesar de que empleamos dos fuentes de datos, escritos y orales, como medio de validación y contraste, la audiencia primaria de los textos analizados no eran los ciudadanos y seguidores de los partidos populistas. Esto puede suponer que el contenido y estilo de comunicación de los partidos varíe en discursos dirigidos directamente a la ciudadanía.

Tercero, aunque buscamos emplear distintos indicadores en el análisis de estilo emocional —y revisamos la correlación entre estos siendo positiva y significativa en la mayoría de los casos— no todos los resultados de la comparación entre partidos fueron consistentes al emplear distintos índices. Una cuestión relevante al respecto es tener datos en idioma español. El desarrollo de herramientas para análisis de estilo emocional es común para idioma inglés, pero más limitado para el idioma español. Si bien las herramientas que empleamos se han validado al español su desarrollo es más limitado y requiere seguir avanzando para que exista mayor consistencia al respecto.

Por tanto, para probar la generalización de nuestros resultados es necesario replicar el estudio en otros contextos geográficos y lingüísticos. De igual forma, es necesario emplear más fuentes de datos (p. ej., textos provenientes de redes sociales digitales o medios de comunicación masiva). Además, sería pertinente emplear diseños longitudinales para evaluar tendencias, evolución y transformaciones en las narrativas de los partidos populistas. Un último aspecto relevante sería considerar el impacto de estas narrativas populistas en la comunicación de otros actores políticos.

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

5.1.7 Conclusión

En este estudio identificamos que los partidos populistas utilizan una narrativa de mayor confrontación intergrupal y un lenguaje emocional más negativo en un contexto de moción de censura. No tenemos constancia de otros estudios que comparen partidos populistas y no populistas en dicho contexto.

La narrativa populista puede ser nociva para el sostenimiento de sociedades democráticas al atacar a las instituciones políticas y sociales, estereotipar negativamente a minorías, desacreditar instituciones o simplemente imponer una narrativa negativa en la sociedad. La prevalencia de un lenguaje emocional negativo y de diferenciación intergrupal se ha asociado con consecuencias perjudiciales que van desde lo individual hasta lo macrosocial. Esto es, peor bienestar psicológico y físico, mayor percepción de amenaza endogrupal, desconfianza social, hostilidad intergrupal, sectarismo y polarización social.

Creemos que nuestros hallazgos revelan un aspecto importante del contenido y estilo de la narrativa populista, plantean preguntas y abren la puerta a futuras investigaciones y la posibilidad incluso de pensar intervenciones para mitigar la propagación del lenguaje que promueve confrontación y polarización social.

5.1.8. Declaración de Transparencia

La información adicional de apoyo a lo reportado en este estudio (textos originales, base de datos, paquetes de R empleados para el análisis de datos cuantitativo, sintaxis, material suplementario y resultados en extenso) está disponible públicamente en OSF:

https://osf.io/gewx6/?view_only=7033baee1aca4d5a823f402cd3a17a7f

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

5.2. ESTUDIO 2. FACTORES PSICOSOCIALES ACTIVADORES DE ACTITUDES POPULISTAS EN CONTEXTOS DE CRISIS Y PROTESTA POLÍTICA

5.2.1. Introducción

El estudio de la narrativa de la oferta populista nos ayuda a entender como los distintos actores buscan persuadir a la ciudadanía. Sin embargo, investigar la demanda es esencial para avanzar en la comprensión del apoyo a actores populistas en diferentes contextos democráticos.

El apoyo a actores que promueven ideas populistas puede entenderse como una expresión de protesta para cambiar un sistema político percibido negativamente (Giebler et al., 2021). Por tanto, no solo la percepción negativa del sistema y la ira hacia sus representantes puede motivar a las personas a apoyar actores y acciones populistas; también pueden estar implicadas la expectativa y esperanza de cambio.

En este estudio proponemos un modelo que integra dos mecanismos explicativos de la activación de actitudes populistas. El primer mecanismo relacionado con la percepción del sistema político; compuesto por la confianza política, la satisfacción democrática y la experiencia emocional de ira asociada. El segundo mecanismo relacionado con la afinidad con la oferta populista; compuesto por la identificación con actores populistas y por las emociones de entusiasmo asociadas a su propuesta de cambio social. Con ello, este estudio pretende contribuir al conocimiento de los factores psicosociales que aportan a la activación de actitudes populistas.

5.2.2. Objetivos e Hipótesis

El objetivo de nuestro estudio fue analizar el rol de los dos mecanismos de percepción del sistema político y de afinidad con la

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

oferta populista y la experiencia emocional asociada (ira y entusiasmo). Para ello, empleamos un diseño comparativo en el que recolectamos datos en España de personas con alta y baja identificación con Podemos.

Para analizar el rol de los dos mecanismos propuestos sobre las actitudes populistas, planteamos un modelo explicativo que integra estos mecanismos (ver Figura 8).

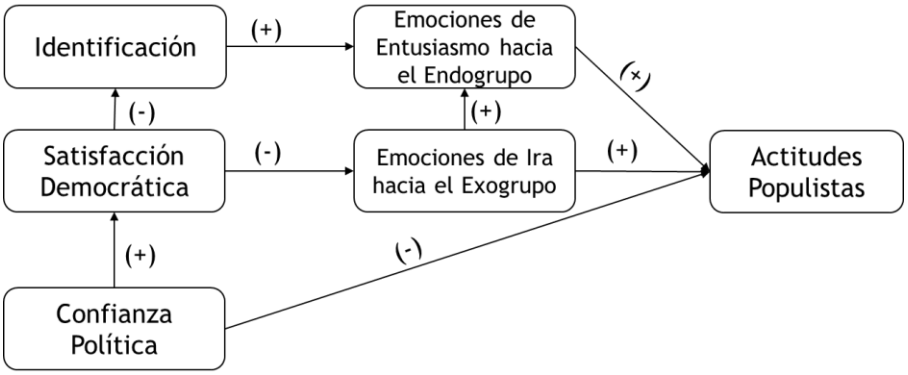


Figura 8. Modelo de activación de actitudes populistas propuesto. Fuente: elaboración propia. *Nota*. Las flechas con "+" indican una relación positiva esperada, las flechas con "-" indican una relación negativa esperada.

El primer mecanismo es la percepción del sistema político. Proponemos que la baja confianza política antecede a las actitudes populistas y podría derivar en una baja satisfacción con el sistema democrático. Cuando las personas tienen una baja satisfacción con la democracia buscan un responsable (p. ej., clase gobernante) y experimentan emociones de ira hacia éste. Dicha atribución de responsabilidad y experiencia emocional activa las actitudes populistas.

El segundo mecanismo es la afinidad con la oferta populista. Proponemos que la identificación con estos actores fomenta la manifestación de emociones de entusiasmo sobre las acciones de cambio propuestas. A su vez, experimentar emociones asociadas con

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

entusiasmo hacia el endogrupo por ofrecer soluciones propiciaría la activación de actitudes populistas.

Ambos mecanismos estarían interconectados. Proponemos que la percepción negativa del sistema político fomenta la identificación con actores populistas opositores a "La Élite". Por su parte, la ira impulsa a la búsqueda de alternativas y recursos para hacer frente a la situación. En este sentido, planteamos que las emociones de ira hacia el exogrupo fomentan también la activación de emociones de entusiasmo hacia el endogrupo. Con nuestro modelo buscamos probar que el mecanismo de afinidad con la oferta populista mejora la capacidad predictiva sobre las actitudes populistas.

5.2.3. Método

5.2.3.1. Procedimiento y Participantes

Tal y como se comentó en el capítulo anterior, el procedimiento de muestreo buscó asegurar una selección aleatoria de participantes (Walgrave & Verhulst, 2011). Los encuestadores informaron a los participantes sobre el objetivo general del estudio y solicitaron su consentimiento verbal. Los datos fueron recolectados el 20 de mayo de 2017 durante la manifestación promovida por Podemos. El motivo de la convocatoria era la moción de censura al gobierno del PP (propuesta por Podemos) que se celebraría el 14 de junio de 2017. Se recolectaron datos tanto de manifestantes como de no manifestantes.

La muestra se compuso de 478 participantes: 274 personas con alta identificación con Podemos ($M_{identificación}$ = 6.50; $DT_{identificación}$ = 0.53; M_{edad} = 42.49, DT_{edad} = 15.2; 53.28% mujeres) y 204 personas con baja identificación con Podemos ($M_{identificación}$ = 2.62; $DT_{identificación}$ = 1.22;

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

M_{edad} = 38.75, DT_{edad} = 15.9; 56.40% mujeres) (Ver Apéndice A en material suplementario en OSF).[21]

5.2.3.2. Medidas

La redacción exacta de todos los ítems, los análisis descriptivos y las correlaciones de todas las medidas empleadas para recopilar los datos se encuentran en el material suplementario en OSF (Ver Apéndices B, D y F).

Confianza Política se midió con seis ítems Likert de siete puntos (de 1 = *nada* a 7 = *mucho*). Estos ítems indagaron sobre la confianza en instituciones de representación (gobierno, partidos y sindicatos), instituciones de desarrollo de leyes y control del sistema (parlamento y poder judicial) e instituciones de monitoreo (medios de comunicación) (α = 0.74, ω = 0.84; AFC: CFI = 0.89, TLI = 0.76, RMSEA = 0.14, SRMR = 0.06).

Satisfacción Democrática se midió con un ítem en escala de 11 puntos, donde 0 representaba *nada satisfecho* y 10 *muy satisfecho*.

Emociones de Ira hacia el Exogrupo se midieron con cuatro ítems con una escala Likert de siete puntos (de 1 = *nada* a 7 = *mucho*). Registramos emociones de ira, rabia, odio y resentimiento hacia el gobierno en España (α = 0.85, ω = 0.90; AFC: CFI = 0.87, TLI = 0.61, RMSEA = 0.35, SRMR = 0.08).

Identificación con Podemos se midió con cuatro ítems con una escala Likert de siete puntos (de 1 = *totalmente en desacuerdo* a 7 = *totalmente de acuerdo*) que medían sentimientos de simpatía,

[21] Los análisis de potencia realizados con el paquete de R 'pwr' (Champely et al., 2020) indicaron que con nuestro tamaño de muestra, teníamos una potencia aproximada del 99% para detectar un tamaño del efecto medio (d = .5) con un nivel de significancia de 0.05 para pruebas de análisis de diferencias entre grupos. De igual forma, una potencia aproximada de 99% para detectar un tamaño del efecto medio (f^2= .15) con un nivel de significancia de 0.05 para realizar análisis de regresión múltiple por cada muestra.

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

vinculación y acuerdo con el partido político Podemos (α = 0.97, ω = 0.97; AFC: CFI = 0.99, TLI = 0.97, RMSEA = 0.14, SRMR = 0.01).

Emociones de Entusiasmo hacia el Endogrupo se midieron con tres ítems con una escala Likert de siete puntos (de 1 = *nada* a 7 = *mucho*). Registramos el optimismo, la esperanza y el orgullo asociado a la acción impulsada por Podemos (moción de censura) (α = 0.92, ω = 0.92; AFC: CFI = 1.00, TLI = 1.00, RMSEA = 0.00, SRMR = 0.00).

Actitudes Populistas se midieron utilizando cinco ítems de la medida desarrollada por Akkerman et al. (2014). La medida consistió en ítems Likert de siete puntos (de 1 = *totalmente en desacuerdo* a 7 = *totalmente de acuerdo*) enfocados en las características centrales del populismo: anti-elitismo, pueblocentrismo y visión maniquea (α = 0.70, ω = 0.75; AFC: CFI = 0.98, TLI = 0.97, RMSEA = 0.05, SRMR = 0.03).

Variables Control. Incluimos controles por edad y sexo de los participantes. El sexo se categorizó como una variable *dummy* que identificaba a las mujeres como 1 y a los hombres como 0. Teniendo en cuenta la marcada inclinación a la izquierda de Podemos, también se agregó la ideología como control. Para ello, utilizamos una medida de autoposicionamiento en una escala de 11 puntos (donde 0 representaba *extrema izquierda* y 10 *extrema derecha*).

5.2.4. Resultados

5.2.4.1. Comparaciones entre Muestras

El primer paso en el análisis de los datos fue realizar comparaciones de las puntuaciones entre las muestras (ver Tabla 6).[22]

[22] El análisis de varianza se realizó empleando las siguientes pruebas estadísticas: paramétrica (t_{Welch}), no paramétrica ($W_{Wilcoxon}$) y robusta (t_{Yuen}). Se realizaron los tres tipos de pruebas como medida de comprobación; dado que las muestras tenían varianzas y tamaños desiguales. Los resultados fueron consistentes en las tres aproximaciones. Ver el Apéndice E en el material suplementario en OSF en el que se presentan los análisis derivados de las pruebas no paramétrica y robusta.

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Encontramos diferencias significativas entre las muestras en cinco de las seis variables analizadas. La muestra de participantes con alta identificación con Podemos reportó puntuaciones más bajas en satisfacción con la democracia, con un tamaño del efecto medio; y puntuaciones más altas en: identificación, emociones tanto de ira hacia el exogrupo como de entusiasmo hacia Podemos, y actitudes populistas, con un tamaño del efecto grande. La única excepción fue la confianza política; las puntuaciones en las dos muestras fueron bajas ($M < 3$) y no se encontraron diferencias significativas. Además, analizamos las diferencias entre medias por cada emoción de ira hacia el exogrupo como de entusiasmo hacia Podemos. Los participantes con alta identificación con Podemos reportaron puntuaciones significativamente más altas en todas las emociones.

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Tabla 6. Resultados de las comparaciones entre muestras del estudio dos

Variable	Alta Identificación (n = 274)			Baja Identificación (n = 204)			*Welch's t (G.l.) estadístico*	*p*	*g*	*[IC 95%]*
	M	*DT*	*Rango*	*M*	*DT*	*Rango*				
Confianza política	2.57	0.99	1-6.5	2.75	1.17	1-6	(393.04) = -1.70	0.090	-0.16	*[-0.34, 0.02]*
Satisfacción democrática	2.77	2.47	0-10	4.3	2.71	0-10	(414.57) = -6.36	<0.001	-0.59	*[-0.77, -0.40]*
Emociones de Ira hacia el Exogrupo	5.91	1.33	1-7	4.25	1.77	1-7	(362.41) = 11.16	<0.001	1.05	*[0.84, 1.22]*
Ira	6.53	1.36	1-7	5.02	2.09	1-7	(327.23) = 8.92	<0.001	0.85	*[0.63, 1.01]*
Rabia	6.41	1.34	1-7	4.74	2.15	1-7	(317.81) = 9.79	<0.001	0.93	*[0.71, 1.09]*
Odio	5.13	2.20	1-7	3.37	2.16	1-7	(442.21) = 8.74	<0.001	0.81	*[0.62, 0.99]*
Resentimiento	5.56	1.97	1-7	3.88	2.22	1-7	(407.03) = 8.57	<0.001	0.80	*[0.60, 0.98]*
Identificación	6.50	0.53	5.50-7	2.62	1.22	1-4.50	(260.14) = 42.53	<0.001	4.12	*[3.62, 4.23]*
Emociones de Entusiasmo hacia el Endogrupo	5.80	1.28	1-7	2.97	1.71	1-7	(360.32) = 19.87	<0.001	1.87	*[1.62, 2.05]*
Optimismo	5.60	1.63	1-7	3.06	1.87	1-7	(401.22) = 15.49	<0.001	1.44	*[1.23, 1.63]*
Esperanza	5.63	1.57	1-7	2.88	1.83	1-7	(398.36) = 17.26	<0.001	1.61	*[1.39, 1.80]*
Orgullo	6.18	1.36	1-7	2.96	1.96	1-7	(341.83) = 20.12	<0.001	1.90	*[1.64, 2.07]*
Actitudes populistas	6.19	0.76	3.6-7	5.31	1.15	2-7	(330.20) = 9.43	<0.001	0.90	*[0.68, 1.06]*

5.2.4.2. Análisis del Modelo

El modelo teórico propuesto de actitudes populistas se probó mediante el modelado de ecuaciones estructurales. Esta técnica permite valorar la adecuación del modelo entre distintos grupos y estimar efectos directos e indirectos entre variables. Se utilizó el paquete de R *lavaan* (0.6-11) para realizar la estimación del modelo (Rosseel & Jorgensen, 2022). Dado que los datos contenían algunas variables con distribución no normal, se aplicó la corrección de escala MLR propuesta por Yuan & Bentler (1998).[23,24]

El modelo mostró un ajuste excelente en la muestra de participantes con alta identificación con Podemos (ver Tabla 7). En la muestra de participantes con baja identificación con Podemos no obtuvimos ajuste en los índices TLI y RMSEA; pero sí en los índices de CFI y SRMR.[25,26]

[23] Las correlaciones entre las variables se pueden consultar en el Apéndice F en el material suplementario en OSF. Las variables del modelo propuesto para predecir las actitudes populistas se asociaron significativamente y en la dirección esperada con la variable de actitudes populistas en ambas muestras. En función al modelo dos correlaciones esperadas entre los predictores propuestos no fueron significativas. En la muestra de alta identificación con Podemos las variables emociones de entusiasmo hacia el endogrupo y emociones de ira hacia el exogrupo no tuvieron una correlación significativa. En la muestra de baja identificación con Podemos las variables satisfacción con la democracia e identificación no tuvieron una correlación significativa.

[24] Realizamos modelos de regresión lineal previó a realizar los análisis de ecuaciones estructurales. Ver el Apéndice G en el material suplementario en OSF en el que se presentan nueve modelos de regresión lineal por cada muestra incluyendo variables sociodemográficas e ideología como controles. En los modelos, los controles no aumentaron la varianza explicada de las actitudes populistas. La ideología como variable control de interés, debido a la orientación ideológica del partido político Podemos, no resultó ser un predictor significativo en ninguna de las muestras.

[25] Los Factores de Inflación de la Varianza (FIV) son bajos (todos los FIV <1.50, ver el Apéndice I en el material suplementario en OSF) por lo que no asumimos un problema de multicolinealidad.

[26] Se realizaron modelos con efectos directos de la satisfacción con la democracia y la identificación sobre las actitudes populistas. No hay diferencias considerables en los parámetros entre los modelos con y sin efectos directos. Los índices AIC y BIC (índices comparativos en el que el modelo con la menor puntuación es el mejor de los dos) confirmaron que el modelo hipotetizado en la muestra de participantes con alta identificación con Podemos es la opción más adecuada. Lo interpretamos como una prueba de solidez de nuestro modelo (ver el Apéndice H en el material suplementario en OSF).

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Los coeficientes estimados para cada muestra se presentan en la Figura 9. Salvo dos excepciones, las relaciones propuestas son significativas. En primer lugar, para aquellos con baja identificación con Podemos, la satisfacción con la democracia no influyó significativamente en la identificación con Podemos. En segundo lugar, para aquellos con alta identificación con Podemos, las emociones de ira hacia el exogrupo no tuvieron un efecto significativo sobre las emociones de entusiasmo hacia el endogrupo. El modelo explica un 26% de la varianza en la muestra de participantes con baja identificación, superando el 21% en la muestra con alta identificación.

Para conocer si el mecanismo de afinidad suponía una mejora sustancial en la predicción de las actitudes populistas probamos un modelo que incluyese solo las variables de percepción negativa del sistema político. Posteriormente, en un segundo modelo incorporamos las variables del mecanismo de afinidad (identificación y emociones de entusiasmo). Ambos modelos, el parcial y el completo obtuvieron un ajuste similar. Ahora bien, el modelo completo, que incorpora el mecanismo de afinidad, incrementa la varianza explicada de las actitudes populistas en un 8% en la muestra de participantes con alta identificación con Podemos. De igual forma, el modelo completo aumenta la varianza explicada de las actitudes populistas un 6% en la muestra de participantes con baja identificación con Podemos.

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Tabla 7. Resultados ajuste del modelo

Modelo	Muestra	*gl*	χ^2	CFI	TLI	RMSEA *[IC 90%]*	SRMR	AIC	BIC	R^2
Modelo completo	Alta identificación	7	8.91	0.98	0.97	0.03 *[0.00, 0.08]*	0.03	4030.670	4077.641	0.21
Modelo completo	Baja identificación	7	23.92**	0.90	0.79	0.11 *[0.06, 0.16]*	0.07	3722.438	3765.574	0.26
Modelo de percepción negativa	Alta identificación	2	1.16	1.00	1.02	0.00 *[0.00, 0.09]*	0.01	2753.117	2778.408	0.13
Modelo de percepción negativa	Baja identificación	2	8.30*	0.93	0.81	0.14 *[0.05, 0.25]*	0.06	2312.028	2335.255	0.20
Modelo de invarianza de configuración	Multigrupo	14	35.70**	0.94	0.87	0.08 *[0.04, 0.11]*	0.04	7773.109	7923.215	-
Modelo de invarianza de regresión	Multigrupo	22	51.52***	0.91	0.89	0.07 *[0.04, 0.10]*	0.07	7772.935	7889.684	-

Nota. *gl* = Grados de libertad; χ^2 = Chi-cuadrado; CFI = Índice de ajuste comparativo (Comparative Fit Index); TLI = Índice de Tucker-Lewis (Tucker-Lewis Index); RMSEA [IC 90%] = Error cuadrático medio de aproximación (Root Mean Square Error of Approximation) [intervalo de confianza del 90%], SRMR = Residuo cuadrático medio estandarizado (Standardized Root Mean Squared Residual); AIC = Criterio de información de Akaike (Akaike Information Criterion); BIC = Criterio de información bayesiano (Bayesian Information Criterion). *p < .05; **p < .01.

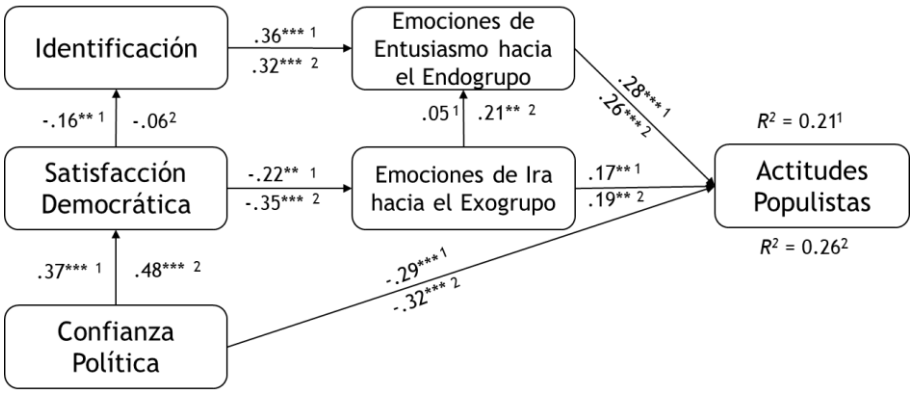


Figura 9. Resultados coeficientes estimados del modelo para cada muestra. Fuente: elaboración propia. *Nota.* Coeficientes reportados con número en superíndice *1* corresponden a la muestra de participantes con alta identificación con Podemos (n = 274). Coeficientes reportados con número en superíndice *2* corresponden a la muestra de participantes con baja identificación con Podemos (n = 204). Los coeficientes son estimaciones estandarizadas. **p < .01; ***p < .001.

Adicionalmente, probamos mediante análisis multigrupo la consistencia del modelo en estructura y peso de las relaciones. Primero, se calculó el modelo asumiendo invarianza entre grupos en la estructura. Segundo, se calculó el modelo asumiendo invarianza entre grupos en el peso de las relaciones. Los dos modelos obtuvieron un ajuste aceptable, con excepción del índice de TLI. Al comparar los dos modelos multigrupo las diferencias en la bondad de ajuste son significativas (Diferencias gl = 8; $\chi 2$ = 15.82, p = 0.04; CFI = -0.02; TLI = 0.01; RMSEA = -0.00; SRMR = 0.02). Por tanto, el modelo mostró un buen ajuste entre grupos en estructura más no en peso de las relaciones. En la muestra con alta identificación con un actor populista la percepción negativa conduce a identificarse con el actor populista; mientras que en la muestra con baja identificación son las emociones de ira hacia las clases gobernantes las que conducen a experimentar emociones de entusiasmo y estas a su vez conducen a la activación de actitudes populistas.

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

5.2.5. Discusión

Este estudio contribuye a la literatura científica sobre las actitudes populistas al proponer un modelo predictivo que contempla dos mecanismos principales. El primer mecanismo es el que hasta el momento ha resultado ser más consistente en la predicción de actitudes populistas: la percepción negativa del sistema político asociada a la experiencia emocional de ira. El segundo mecanismo es la afinidad con la oferta populista. El modelo mostró un ajuste excelente y buena capacidad predictiva sobre las actitudes populistas en personas con alta identificación con el partido populista de izquierda Podemos. Igualmente, mostró una buena capacidad predictiva, aunque con menor ajuste, en personas con baja identificación con Podemos.

Con relación al mecanismo de percepción negativa del sistema político, encontramos resultados similares a los de investigaciones previas. En concreto, la baja confianza política e insatisfacción con la democracia predicen la activación de actitudes populistas (A. Akkerman et al., 2017; Erisen et al., 2021; Rovira Kaltwasser & Van Hauwaert, 2020). Igualmente, nuestros resultados apoyan el argumento de que contextos de crisis sociopolítica son un catalizador para el apoyo a actores populistas. El mecanismo de afinidad con la oferta populista está influido en gran medida por las percepciones asociadas a la incapacidad del sistema para solucionar una crisis concreta. En ese sentido, los actores populistas canalizan el descontento ofreciendo una alternativa que muchas personas experimentan con entusiasmo para solucionar la situación adversa.

Por ello, consideramos que las instituciones públicas y sus representantes deben trabajar de manera efectiva para convertirse en una alternativa con la cual se identifique la población y que genere optimismo, esperanza y percepción de eficacia. Puesto que el descontento con las instituciones activa actitudes populistas y otros

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

factores psicosociales que aumentan la polarización social, el conflicto político y fortalecen el marco populista. Además, es necesario tener en cuenta que la confianza ciudadana en las instituciones políticas es particularmente importante para la viabilidad de la democracia y no se recupera fácilmente (A. Akkerman et al., 2017; Ziller & Schübel, 2015).

Asociado a esas percepciones sobre el sistema político y los actores populistas, el modelo propuesto contempla el rol de las emociones tanto de ira como de entusiasmo. Los estudios sobre actitudes populistas han explorado, principalmente, el rol predictor de las emociones de ira hacia las élites. En general, los estudios al respecto han comprobado que la ira fomenta la activación de actitudes populistas en relación con la percepción de la economía (Rico et al, 2017; Rhodes-Purdy et al., 2021) y el descontento cultural (Rhodes-Purdy et al., 2021). Nuestro estudio complementa los resultados de ambas investigaciones mostrando el papel mediador de las emociones de ira entre la percepción negativa del sistema político (i.e., insatisfacción con la democracia) y la activación de las actitudes populistas.

En nuestro estudio también observamos como las emociones de ira, que suelen motivar a la acción para hacer frente a una situación concreta (Brader & Marcus, 2013; Pierce, 2021), fomentan la activación de emociones de entusiasmo hacia el endogrupo. Estas a su vez conducen a la activación de actitudes populistas. Nuestro estudio muestra la relevancia de las emociones de entusiasmo sobre las acciones del actor populista en la activación de actitudes populistas, incluso en personas con baja identificación con el actor populista. No conocemos, hasta el momento, otro estudio sobre la demanda que haya contemplado el análisis de emociones de entusiasmo con relación a las actitudes populistas. No obstante, el estudio de Widmann (2022) sobre estilo emocional muestra que los actores populistas, al menos en el contexto de crisis a causa de la pandemia por COVID-19, difundieron una narrativa relacionada con un futuro esperanzador.

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

El escaso abordaje de las emociones de entusiasmo en el estudio de las actitudes populistas se puede deber a que las explicaciones psicológicas sobre el comportamiento político se centran, principalmente, en las emociones de ira y miedo, también catalogadas como emociones negativas (Sabucedo & Vilas, 2014; van Zomeren, 2021). Ahora bien, sabemos desde la literatura en psicología política de los últimos años que las emociones no son ni negativas ni positivas sino que son funcionales o disfuncionales para el comportamiento social y político (Marcus, 2021; Pierce, 2021; Redlawks & Mattes, 2022; van Zomeren, 2021). Su influencia no es de carácter irracional (Rhodes-Purdy et al., 2021b), sino que, como lo muestra nuestro estudio, está asociada con la percepción del sistema político y la oferta. Lo que incluso podría explicar el denominado voto de protesta o castigo (Cerruto & Raniolo, 2018).

Las emociones de entusiasmo hacia los actores populistas pueden estar relacionadas con el componente pueblocentrista de las actitudes populistas. Mientras que las emociones de ira podrían corresponderse con el componente anti-elitista y/o maniqueo del populismo. En nuestro estudio empleamos una medida de actitudes populistas con una estructura unifactorial (A. Akkerman et al., 2014) con evidencia de validez en países de América y Europa (Castanho Silva et al., 2020). Con el objetivo de analizar el rol de las emociones con los diferentes componentes de las actitudes populistas —pueblocentrismo, anti-elitismo y visión maniquea— sería aconsejable en futuras investigaciones emplear medidas multifactoriales (Castanho Silva et al., 2020; Van Hauwaert et al., 2020). Igualmente, es importante seguir revisando el rol de cada emoción, más allá de su valencia, en la configuración de actitudes populistas. El efecto de las emociones en el comportamiento político es un tema desafiante debido a la complejidad inherente de las emociones y de cómo medirlas (Rhodes-Purdy et al.,

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

2021a). Quizá en futuros estudios sería aconsejable emplear otras medidas que permitan explorar una mayor cantidad de emociones.

Avanzar en el estudio de las emociones con relación al populismo podría facilitar la comprensión de otros procesos políticos relacionados, como son: la atribución de responsabilidad, los prejuicios y hostilidad hacia exogrupos, la creencia en teorías de la conspiración, la intolerancia democrática y la visión del mundo simple y sin puntos intermedios (Abadi et al., 2021; Bos et al., 2021; Castanho Silva et al., 2017; Erisen et al., 2021; van Prooijen, Cohen Rodrigues, et al., 2022).

Finalmente, en términos más contextuales, queremos resaltar que en nuestro estudio las actitudes populistas también estaban presentes en las personas con baja identificación con Podemos. Es posible que, debido a las profundas consecuencias de las últimas crisis en España, las actitudes populistas estén muy extendidas entre amplios sectores de la población. Nuestros resultados respaldarían la afirmación de que existe entre la población española un grupo de seguidores potenciales al que pueden recurrir los movimientos populistas (Anduiza et al., 2018). Estudios comparativos en Europa señalan que España se encuentra entre uno de los países con actitudes populistas más activas (Anduiza et al., 2018; Rico & Anduiza, 2019).

En este sentido, es probable que en España parte de la ciudadanía desencantada con la política que puede no empatizar con actores populistas de izquierda podría hacerlo con actores populistas de derecha. De hecho, esto podría explicar en parte el éxito electoral de VOX en 2018; posterior al tiempo de recolección de datos de nuestro estudio. Este partido existía desde 2013, pero fue tras el atentado terrorista de Barcelona, y coincidiendo con la crisis por el referéndum independentista en Cataluña en 2017, que triplicó su número de afiliados. Es posible, que la llegada de VOX sea la opción que satisfaga las preferencias ideológicas tanto gruesas como delgadas de un sector de la población (Marcos-Marne, 2021).

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

5.2.6. Limitaciones y Direcciones Futuras

A pesar de la consistencia en nuestros resultados y acciones tomadas para tener mayor rigurosidad metodológica, no podemos obviar algunas limitaciones. Primero, si bien España es un caso prototípico a nivel Europa, realizar el estudio con datos de solo un país plantea interrogantes sobre el grado de generalización de los resultados. Segundo, aunque la ideología no resultó un predictor significativo de las actitudes populistas, el actor político en torno al que se realizó la recolección de datos tiene una orientación de izquierda. Tercero, nuestros datos son de corte transversal no experimental. Si bien consideramos que las trayectorias propuestas en nuestro modelo son las más plausibles, no podemos descartar que una trayectoria en sentido contrario explique este patrón de hallazgos. Cuarto, aunque empleamos medidas que cuentan con validez en el contexto español, en el caso de la confianza política, las emociones de ira hacia el exogrupo y la identificación no obtuvimos bondad de ajuste en algunos índices del AFC. Quinto, el modelo propuesto integró variables psicosociales, cognitivas y emocionales, con el fin de ampliar nuestra comprensión sobre la activación de las actitudes populistas. Si bien logramos explicar entre un 21 y 26% de varianza en la activación de las actitudes populistas nuestros resultados muestran la relevancia de avanzar en la inclusión de otros predictores.

Consideramos que para probar la generalización de nuestros resultados es importante: (a) replicar el modelo en otros países y regiones, (b) complementar con otras medidas algunos de los constructos, (c) recolectar datos de simpatizantes de partidos populistas con diferentes orientaciones ideológicas y (d) emplear diseños experimentales para probar las trayectorias propuestas.

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Igualmente, creemos que para tener una mayor comprensión sobre la activación de las actitudes populistas es necesario incluir otros predictores cognitivos y emocionales.

Finalmente, en nuestro estudio la dimensión anti-elitista de las actitudes populistas correspondía exclusivamente a la élite política. Si bien esta es la élite más analizada en el estudio del populismo (Jungkunz et al., 2021), sería importante en futuras investigaciones analizar si el modelo propuesto se adecúa a otros grupos de élite no políticos como: periodistas, académicos/expertos, burócratas o líderes empresariales.

5.2.7. Conclusión

Nuestro estudio contribuye a mostrar que en contextos de crisis las actitudes populistas están impulsadas por dos mecanismos. El primero, la percepción negativa del sistema político y la experiencia emocional de ira. El segundo compuesto por la identificación y entusiasmo que actores con ideas populistas generan. Con ello, este estudio aporta una nueva perspectiva a la investigación sobre la demanda populista. Señalamos que las actitudes populistas no están precedidas únicamente por el descontento con el sistema político y las emociones de ira, sino también por la identificación con actores que difunden este conjunto de ideas y las emociones de entusiasmo que estos generan con sus propuestas de cambio.

Adicionalmente, este estudio genera nuevas preguntas de investigación en relación con: ¿cómo interactúan las emociones de ira hacia el exogrupo o de entusiasmo hacia las acciones del actor populista con los diferentes componentes de las actitudes populistas? o ¿qué otros factores psicosociales relacionados con la percepción del sistema político y de la oferta pueden estar relacionados con la activación de actitudes populistas?

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Creemos que una mayor investigación sobre: el descontento con el sistema político, las emociones tanto de ira como de entusiasmo, las actitudes populistas y la polarización política proporcionará una agenda fructífera de trabajo.

5.2.8. Declaración de Transparencia

Información adicional de apoyo a lo reportado en este estudio (datos, ítems empleados en cuestionario, paquetes de R empleados, sintaxis y material suplementario) está disponible públicamente en OSF:

https://osf.io/pe3jw/?view_only=7307b0a6100242dd9b9c002feb6d0573

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

5.3. ESTUDIO 3. LA ACTIVACIÓN DE ACTITUDES POPULISTAS: COMPARACIÓN EN FUNCIÓN DEL CONTEXTO SOCIAL Y GEOPOLÍTICO

5.3.1. Introducción

El estudio sobre la demanda populista ha identificado que las actitudes populistas motivan el apoyo de actores populistas en democracias con diferentes estructuras de oportunidad política (A. Akkerman et al., 2014, 2017; Baro, 2022; Hameleers & de Vreese, 2020; Jungkunz et al., 2021; Marcos-Marne et al., 2019; Urbanska et al., 2021; Van Hauwaert & Van Kessel, 2018).

Sumado a esto, existe evidencia de que en función a la activación de las actitudes populistas existen diferencias en: el respaldo a la democracia liberal (Zanotti & Rama, 2021), el descontento social (Giebler et al., 2021), el posicionamiento en políticas de migración y refugio (Uysal, 2022), el apoyo a medidas de higiene durante la pandemia por COVID-19 (Abadi et al., 2021), la creencia en teorías de la conspiración (van Prooijen, Cohen Rodrigues, et al., 2022) o el consumo de medios y redes sociales digitales (González-González et al., 2022).

Ahora bien, los factores que contribuyen a la activación de las actitudes populistas podrían diferir según el contexto social y geopolítico. Por ello, el propósito de este estudio es analizar dichas diferencias en personas que apoyan a partidos políticos populistas y a partidos no populistas. Para ello, analizamos en dos contextos democráticos con estructuras de oportunidad política distintas, España y Países Bajos, predictores psicosociales que están relacionados con la activación de actitudes populistas.

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

5.3.2. Objetivos e Hipótesis

El objetivo de nuestro estudio fue analizar el rol predictor en las actitudes populistas de: la percepción de injusticia, la confianza política, la satisfacción con la democracia, el estilo cognitivo del monopolio de la verdad y las emociones de ira hacia las élites políticas y económicas. Para ello, empleamos un diseño comparativo en el que recolectamos datos de personas seguidoras de partidos populistas y no populistas en España y Países Bajos.

Pusimos a prueba las siguientes cuatro hipótesis. Primero, la percepción negativa del contexto social y político (i.e., percepción de injusticia, baja confianza política e insatisfacción con la democracia) favorecen la activación de las actitudes populistas.

Segundo, las actitudes populistas están precedidas por el estilo cognitivo del monopolio de la verdad. Es decir, por la creencia de que las ideas políticas propias son objetivamente mejores y más valiosas para toda la sociedad; y que, por tanto, deben imponerse en nombre de un bien mayor para la sociedad contribuye a la activación de las actitudes populistas.

Tercero, como consecuencia del conflicto intergrupal presente en las ideas populistas, proponemos que las emociones de ira hacia las élites políticas y económicas favorecen la activación de las actitudes populistas.

Por último, esperamos que las actitudes populistas estén más activas en las muestras españolas, como consecuencia de las distintas repercusiones sociales que las últimas crisis tuvieron en España y Países Bajos.

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

5.3.3. Método

5.3.3.1. Procedimiento y Participantes

Tal y como se comentó en el capítulo anterior, el muestreo y la recolección de datos para este estudio se realizaron a través de Qualtrics en España y Países Bajos en enero de 2018. El estudio contó con una muestra final de 580 participantes. Los participantes se distribuyeron en cinco muestras en función al país y partido de preferencia. La distribución de las muestras con relación al partido de preferencia se realizó a partir de la pregunta "*Seleccione el partido al que votaría si las elecciones se celebrasen mañana*". La clasificación de los partidos en populista o no populista se realizó tomando como referentes diferentes clasificaciones mencionadas en el primer capítulo de esta tesis.

Las muestras en España estuvieron conformadas por 159 personas, quienes informaron que votarían por el partido Podemos, clasificado como populista de izquierda ($M_{identificación\ partido}$ = 7.79, $DT_{identificación\ partido}$ = 1.56; M_{edad} = 49.70, DT_{edad} = 10.51; 59.11% mujeres); y 105 personas, quienes respondieron que votarían por partidos clasificados como no populistas ($M_{identificación\ partido}$ = 7.47, $DT_{identificación\ partido}$ = 1.45; M_{edad} = 38.72, DT_{edad} = 10.15; 37.14% mujeres).

Las muestras en Países Bajos estuvieron conformadas por 106 personas, quienes informaron que votarían por el SP, clasificado como populista de izquierda ($M_{identificación\ partido}$ = 6.63, $DT_{identificación\ partido}$ = 1.61; M_{edad} = 49.96, DT_{edad} = 12.78; 53.78% mujeres); 105 personas quienes respondieron que votarían por PVV, clasificado como populista de derecha ($M_{identificación\ partido}$ = 6.89, $DT_{identificación\ partido}$ = 1.76; M_{edad} = 46.39, DT_{edad} = 14.38; 45.71% mujeres); y 105 personas quienes contestaron que votarían por partidos clasificados como no populistas

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

($M_{identificación\ partido}$ = 6.61, $DT_{identificación\ partido}$ = 1.66; M_{edad} = 47.14, DT_{edad} = 16.88; 49.52% mujeres).[27]

5.3.3.2. Medidas

La redacción exacta de todos los ítems, los análisis descriptivos, y las correlaciones de todas las medidas empleadas para recopilar datos en ambos países se encuentran en el material suplementario en OSF (ver el Apéndice B, C, D y E). Con excepción de los ítems para medir las variables de control, injusticia y satisfacción con la democracia, en el resto de las variables se utilizaron ítems en escala Likert de siete puntos (1 = *nada* a 7 = *mucho*; o desde 1 = *totalmente en desacuerdo* a 7 = *totalmente de acuerdo*).

Percepción de Injusticia se midió pidiendo a los participantes que evaluaran la situación política y social del país en tres escalas dicotómicas, que van en dirección inversa: *injusta-justa, mala-buena* y *negativa-positiva*. Las tres escalas iban del 0 al 10 (España: $\alpha = 0.97$, $\omega = 0.97$, AFC: CFI = 1.00, TLI = 1.00, RMSEA = 0.00, SRMR = 0.00; Países Bajos: $\alpha = 0.96$, $\omega = 0.96$, AFC: CFI = 1.00, TLI = 1.00, RMSEA = 0.00, SRMR = 0.00).

Confianza Política se midió con los mismos ítems del segundo estudio. Los ítems indagaron sobre la confianza en instituciones de representación (gobierno, partidos y sindicatos), instituciones de desarrollo de leyes o control del sistema (parlamento y poder judicial) e instituciones de monitoreo (medios de comunicación) (España: $\alpha = 0.93$, $\omega = 0.96$, AFC: CFI = 0.97, TLI = 0.94, RMSEA = 0.12, SRMR

[27] Los análisis de potencia realizados con el paquete de R 'pwr' (Champely et al., 2020) indicaron que con el tamaño de las muestras teníamos una potencia aproximadamente entre 85 y 97% para detectar un tamaño del efecto pequeño a mediano (f = .15) para análisis de regresión lineal múltiple; y 99% para detectar un tamaño del efecto pequeño a mediano (f = .25) para pruebas de diferencias entre muestras (ver el Apéndice A en el Material Suplementario en OSF para obtener más información sobre las muestras).

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

= 0.03; Países Bajos: α = 0.91, ω = 0.95, AFC: CFI = 0.97, TLI = 0.94, RMSEA = 0.12, SRMR = 0.03).

Satisfacción Democrática se midió con el mismo ítem del segundo estudio en una escala de 11 puntos, donde 0 representaba *nada satisfecho* y 10 *muy satisfecho*.

Monopolio de la Verdad se midió utilizando una versión reducida de seis ítems de la medida original desarrollada por Dono et al. (2018) (España: α = 0.69, ω = 0.84, AFC: CFI = 0.98, TLI = 0.97, RMSEA = 0.06, SRMR = 0.06; Países Bajos: α = 0.70, ω = 0.88, AFC: CFI = 0.97, TLI = 0.95, RMSEA = 0.07, SRMR = 0.07).

Emociones de Ira hacia el Exogrupo se midió con los cuatro ítems del segundo estudio. Estos exploraron en qué medida sentían los participantes ira, rabia, odio y resentimiento cuando pensaban en las élites políticas y económicas (España: α = 0.89, ω = 0.93, AFC: CFI = 0.89, TLI = 0.69, RMSEA = 0.35, SRMR = 0.06; Países Bajos: α = 0.89, ω = 0.96, AFC: CFI = 0.81, TLI = 0.44, RMSEA = 0.52, SRMR = 0.09).

Actitudes Populistas se midieron utilizando cinco de los seis ítems desarrollados por Akkerman et al. (2014). La medida indagó sobre las características centrales del populismo (España: α = 0.87, ω = 0.92, AFC: CFI = 0.93, TLI = 0.89, RMSEA = 0.13, SRMR = 0.04; Países Bajos: α = 0.85, ω = 0.91, AFC: CFI = 0.89, TLI = 0.82, RMSEA = 0.16, SRMR = 0.06).

Variables Control. Incluimos controles por edad, sexo, clase socioeconómica e ideología de los participantes. El sexo fue una variable *dummy* que identificaba a las mujeres como 1 y a los hombres como 0. La ideología se midió a partir de un ítem de auto posicionamiento en una escala de 11 puntos (donde 0 representaba *extrema izquierda* y 10 *extrema derecha*).

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

5.3.4. Resultados

5.3.4.1. Comparaciones entre Muestras

El primer paso en el análisis de los datos fue realizar comparaciones entre las muestras (ver Tabla 8).[28] El análisis mostró diferencias significativas entre las muestras en las seis variables. Las pruebas post hoc revelan que estas diferencias se producen en función del contexto social y geopolítico y en algunos casos en función de ser seguidores o no de partidos populistas.

Primero, con relación a la percepción de injusticia identificamos que los seguidores de Podemos (populista de izquierda - España) fueron quienes consideraron la situación política y social del país como más injusta en comparación con el resto de las muestras. Por su parte, los seguidores de partidos no populistas en Países Bajos fueron quienes percibieron la situación política y social del país como más justa. No se presentaron diferencias significativas entre muestras de seguidores de partidos populistas en Países Bajos, ni de estos con la muestra de seguidores de partidos no populistas en España.

Segundo, con relación a la confianza política, los seguidores de Podemos fueron quienes reportaron menos confianza política, con diferencias significativas con tres de las otras cuatro muestras. La excepción fue con la muestra de seguidores del PVV (populista de derecha - Países Bajos). Igualmente, los seguidores de partidos no populistas en Países Bajos reportaron significativamente más confianza política en comparación con las otras cuatro muestras. De nuevo, al igual que con percepción de injusticia, no hubo diferencias

[28] El análisis de varianza se realizó empleando las siguientes pruebas estadísticas: paramétrica (f_{Welch}), no paramétrica (X^2*Kruskal-Wallis*) y robusta (*f medias recortadas*). Se realizaron los tres tipos de pruebas como medida de comprobación; dado que las muestras tenían varianzas y tamaños desiguales. En general, los resultados fueron consistentes en las tres aproximaciones. Ver el Apéndice F en el material suplementario en OSF en el que se presentan los análisis derivados de las pruebas no paramétrica y robusta.

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

significativas entre seguidores de partidos populistas en Países Bajos, ni de estos con los seguidores de partidos no populistas en España.

Tercero, en cuanto a la satisfacción con la democracia, los seguidores de Podemos reportaron significativamente menos satisfacción en comparación con tres de las otras cuatro muestras, siendo la excepción la muestra de seguidores del PVV. De hecho, la muestra de seguidores del PVV fue la segunda en reportar menos satisfacción con la democracia, con diferencias significativas con las muestras de seguidores de partidos no populistas en España y Países Bajos. Sumado a esto, la muestra de seguidores del SP (populista de izquierda – Países Bajos) en Países Bajos fue la tercera en reportar menos satisfacción, con diferencias significativas con los seguidores de Podemos y con los seguidores de partidos no populistas en Países Bajos. No se presentaron diferencias entre las muestras de seguidores de partidos no populistas.

Cuarto, en cuanto al monopolio de la verdad identificamos que los seguidores de Podemos reportaron puntuaciones significativamente más altas en comparación con las tres muestras de Países Bajos. No se presentaron diferencias significativas entre el resto de las muestras.

Quinto, respecto a las emociones de ira hacia las élites políticas y económicas identificamos nuevamente que la muestra de seguidores de Podemos fue la que experimentó significativamente más emociones de ira. Igualmente, la muestra de seguidores de partidos no populistas en España fue la segunda en reportar significativamente más emociones de ira que dos de las tres muestras de Países Bajos, seguidores del SP y seguidores de partidos no populistas. También identificamos de nuevo que la muestra de seguidores de partidos no populistas en Países Bajos fue la que experimentó significativamente menos emociones de ira con diferencias significativas con tres de las cuatro muestras. La única muestra con la que no tuvo diferencias significativas fue con la de seguidores del SP.

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Finalmente, con relación a las actitudes populistas identificamos que en la muestra de seguidores de Podemos estas actitudes estaban significativamente más activas que en el resto de los grupos. La segunda muestra en tener actitudes populistas significativamente más altas fueron los seguidores de partidos no populistas en España, quienes tenían, además, diferencias significativas con la muestra de seguidores de partidos no populistas en Países Bajos, pero no con las otras dos muestras de seguidores de partidos populistas en ese país. Por su parte, las actitudes populistas estaban significativamente menos activas en seguidores del SP y de partidos no populistas en Países Bajos.

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Tabla 8. Resultados de las comparaciones entre muestras del estudio tres

Variable	Populista						No populista				Welch's f estadístico	ω^2	*[IC 95%]*
	España Izquierda Podemos		Países Bajos Izquierda SP		Países Bajos Derecha PVV		España		Países Bajos				
	M	*DT*	*M*	*DT*	*M*	*DT*	*M*	*DT*	*M*	*DT*			
Injusticia[1]	1.88	2.5	3.92	2.27	3.02	2.5	3.4	2.54	5.46	2.16	(4,276.61) = 39.90***	0.36	*[0.28, 1.00]*
Confianza Política	2.69	1.53	3.75	1.24	3.26	1.31	3.34	1.29	4.43	1.08	(4,279.63) = 32.60***	0.31	*[0.23, 1.00]*
Satisfacción Democrática	3.65	3.34	5.5	2.26	4.45	2.51	5.81	2.34	6.55	1.59	(4,262.34) = 26.52***	0.28	*[0.20, 1.00]*
Monopolio de la Verdad	4.58	0.96	3.91	0.77	4.12	0.83	4.29	0.92	4	0.89	(4,277.99) = 11.57***	0.13	*[0.07, 1.00]*
Emociones de Ira hacia el Exogrupo	5.1	1.49	3.55	1.34	4.22	1.48	4.38	1.37	3.43	1.36	(4,277.06) = 29.29***	0.29	*[0.21, 1.00]*
Ira	5.69	1.52	4.28	1.45	4.75	1.64	4.84	1.63	3.96	1.43	(4,274.46) = 25.77***	0.26	*[0.19, 1.00]*
Rabia	5.41	1.69	3.79	1.6	4.47	1.7	4.73	1.54	3.43	1.52	(4,276.50) = 29.71***	0.29	*[0.21, 1.00]*
Odio	4.42	1.91	2.99	1.56	3.75	1.67	3.69	1.6	3.03	1.71	(4,278.72) = 14.36***	0.16	*[0.09, 1.00]*
Resentimiento	4.88	1.84	3.13	1.59	3.91	1.75	4.26	1.61	3.29	1.67	(4,277.72) = 22.17***	0.23	*[0.16, 1.00]*
Actitudes Populistas	5.94	0.87	4.81	1.07	5.11	1.02	5.15	1.13	4.44	1.11	(4,268.89) = 44.14***	0.39	*[0.31, 1.00]*

Nota. La injusticia se midió empleando ítems con tres escalas dicotómicas, que van en dirección inversa. Por lo que puntuaciones bajas en injusticia se deben interpretar como mayor percepción de injusticia. *** p = <0.001

5.3.4.2. Modelos de Regresión

Previo a realizar modelos de regresión, analizamos las correlaciones entre las variables psicosociales y las actitudes populistas.[29] En general las variables se asociaron de manera significativa y en la dirección esperada con las actitudes populistas en las muestras de seguidores de partidos populistas, e incluso en la muestra de seguidores de partidos no populistas en España. La única excepción fue la correlación esperada entre el estilo cognitivo del monopolio de la verdad y las actitudes populistas en la muestra de seguidores de Podemos. Esta interacción si bien fue positiva, como esperábamos, no fue estadísticamente significativa. Siendo además esta muestra la que reportó puntuaciones más altas en el estilo cognitivo del monopolio de la verdad.[30] En la muestra de seguidores de partidos no populistas en Países Bajos las variables estilo cognitivo del monopolio de la verdad y las emociones de ira correlacionaron de manera significativa y positiva con las actitudes populistas, las otras tres variables no tuvieron una correlación significativa.

A continuación, realizamos modelos de regresión lineal en cada muestra (ver Tabla 9). Igualmente, realizamos modelos de regresión lineal múltiple añadiendo los controles sociodemográficos y de ideología. También analizamos las variables en conjunto.[31] Los

[29] Las correlaciones entre las variables se pueden consultar en el Apéndice E en el material suplementario en OSF.

[30] Esto se puede deber a que las desviaciones típicas en las medidas de actitudes populistas y del estilo cognitivo del monopolio de la verdad en esta muestra no llegan a 1. Es posible que una mayor variabilidad en ambas medidas fortalezca la interacción identificada como ocurre en el resto de las muestras.

[31] Las estimaciones de los modelos completos se omiten por razones de brevedad; se pueden encontrar en el Apéndice G en el material suplementario en OSF. Se presentan los modelos de regresión lineal por cada muestra incluyendo variables sociodemográficas e ideología como controles. De igual forma, incluimos todos los predictores en modelos de regresión lineal múltiple por cada muestra. Al ingresar los predictores de manera conjunta muchos de los predictores que inicialmente eran significativos en los modelos lineales simples pasan a no serlo.

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

resultados se mantienen estables cuando se introducen los controles sociodemográficos y de posicionamiento ideológico. En los modelos, los controles no aumentaron la varianza explicada de las actitudes populistas.[32]

En general a partir de los modelos de regresión obtuvimos tres hallazgos principales. Primero, el predictor más consistente de las actitudes populistas en las cinco muestras fue la variable conformada por las emociones de ira.

Segundo, los predictores de injusticia, confianza política y satisfacción democrática se comportaron de manera similar. Fueron significativos en cuatro de las muestras, con excepción de la muestra de seguidores de partidos no populistas en Países Bajos. Además, la proporción de varianza explicada de los predictores de confianza política y satisfacción democrática fue similar. La contribución de la injusticia a explicar las actitudes populistas fue menor.

Por último, encontramos resultados llamativos en lo que respecta al estilo cognitivo del monopolio de la verdad. Si bien este es un predictor significativo de actitudes populistas en cuatro de las cinco muestras, no lo es en la muestra de seguidores de Podemos. Igualmente, la contribución del monopolio de la verdad para explicar la activación de las actitudes populistas fue menor entre seguidores de partidos populistas. Ahora bien, en las muestras de seguidores de partidos no

[32] La edad fue un predictor positivo significativo en tres de las cinco muestras (seguidores de: partido populista de izquierda en España, partido populista de derecha en Países Bajos y partidos no populistas en España) en la mayoría de los modelos. Por su parte en cuanto al sexo, solo resultó ser un predictor significativo en la muestra de seguidores de partidos populistas de derecha en Países Bajos, en tres de los cinco modelos (percepción de injusticia, confianza política y satisfacción democrática). Es decir, en esta muestra personas del sexo masculino (codificado como cero en variable *dummy*) indicaban mayor probabilidad de tener más actitudes populistas. La clase socioeconómica fue un predictor negativo significativo en tres muestras (seguidores de partidos populistas de izquierda en ambos países y seguidores de partidos no populistas en España) para el modelo relacionado con el predictor del estilo cognitivo del monopolio de la verdad.

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

populistas la proporción de varianza explicada del estilo cognitivo del monopolio de la verdad es alta. De hecho, es el predictor que más explica la varianza de las actitudes populistas en estas dos muestras.

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Tabla 9. Modelos de regresión lineal

	Populista			No populista	
	España Izquierda Podemos	Países Bajos Izquierda SP	Países Bajos Derecha PVV	España	Países Bajos
Intercepto	6.08 ***	5.42 ***	5.55 ***	5.65 ***	4.94 ***
	(5.91, 6.25)	(5.03, 5.81)	(5.26, 5.84)	(5.31, 6.00)	(4.36, 5.52)
Injusticia	-0.07 **	-0.16 ***	-0.15 ***	-0.15 ***	-0.09
	(-0.13, -0.02)	(-0.24, -0.07)	(-0.22, -0.07)	(-0.23, -0.07)	(-0.19, 0.01)
R-cuadrado ajustado	0.04	0.1	0.12	0.1	0.02
Intercepto	6.38 ***	6.27 ***	6.38 ***	6.10 ***	5.02 ***
	(6.12, 6.65)	(5.69, 6.86)	(5.92, 6.84)	(5.52, 6.67)	(4.11, 5.93)
Confianza política	-0.16 ***	-0.39 ***	-0.39 ***	-0.28 ***	-0.13
	(-0.25, -0.08)	(-0.54, -0.24)	(-0.52, -0.26)	(-0.44, -0.12)	(-0.33, 0.07)
R-cuadrado ajustado	0.08	0.2	0.24	0.1	0.01
Intercepto	6.24 ***	5.99 ***	5.90 ***	5.96 ***	4.89 ***
	(6.04, 6.43)	(5.47, 6.52)	(5.53, 6.27)	(5.41, 6.51)	(3.89, 5.89)
Satisfacción democrática	-0.08 ***	-0.22 ***	-0.17 ***	-0.13 **	-0.07
	(-0.12, -0.04)	(-0.30, -0.13)	(-0.24, -0.10)	(-0.22, -0.04)	(-0.21, 0.08)
R-cuadrado ajustado	0.1	0.19	0.17	0.07	0
Intercepto	5.40 ***	3.22 ***	3.94 ***	2.69 ***	2.19 ***
	(4.75, 6.06)	(2.19, 4.25)	(2.96, 4.91)	(1.76, 3.63)	(1.30, 3.09)
Monopolio de la verdad	0.12	0.41 **	0.28 *	0.57 ***	0.56 ***
	(-0.02, 0.26)	(0.15, 0.67)	(0.05, 0.52)	(0.36, 0.79)	(0.34, 0.78)
R-cuadrado ajustado	0.01	0.08	0.04	0.21	0.19
Intercepto	4.68 ***	3.68 ***	4.03 ***	3.69 ***	3.31 ***
	(4.24, 5.12)	(3.14, 4.22)	(3.48, 4.59)	(3.01, 4.36)	(2.78, 3.85)
Emociones de Ira hacia el Exogrupo	0.25 ***	0.32 ***	0.25 ***	0.33 ***	0.33 ***
	(0.16, 0.33)	(0.18, 0.46)	(0.13, 0.38)	(0.19, 0.48)	(0.18, 0.47)
R-cuadrado ajustado	0.18	0.15	0.13	0.16	0.16

Nota. *** $p < 0.001$; ** $p < 0.01$; * $p < 0.05$.

5.3.4.3. Análisis Complementario

Los resultados correlacionales y de regresión lineal con relación a las emociones de ira nos llevaron a explorar un posible rol mediador de las emociones de ira en la activación de actitudes populistas (ver Figura 10 y Tabla 10). Concretamente probamos si las emociones de ira hacia las élites políticas y económicas mediaban la relación entre el resto de predictores psicosociales analizados (percepción de injusticia, confianza política, satisfacción con la democracia y el estilo cognitivo del monopolio de la verdad) y las actitudes populistas.

Para realizar los modelos de mediación empleamos la macro PROCESS versión 4.0.1 (Hayes, 2021) para R (Modelo 4) utilizando un *bootstrapping* con corrección de sesgo para 10000 remuestreos y un intervalo de confianza del 95 % (Hayes, 2022). Para ver un resumen de los efectos totales, directos e indirectos ver la Tabla 10.

Los resultados en las tres muestras de seguidores de partidos populistas son bastante consistentes. La activación de actitudes populistas a través de las emociones de ira fue significativa y robusta en 10 de los 12 análisis de mediación. Además de que fue tendencial ($p < .10$) en los otros dos análisis en la muestra de seguidores del PVV (con relación a los predictores de percepción del sistema: confianza política y satisfacción con la democracia). Es decir, existe un efecto indirecto de los predictores psicosociales (i.e., monopolio de la verdad, percepción de injusticia, confianza política y satisfacción democrática) a través de las emociones de ira en las actitudes populistas en las muestras de seguidores de partidos populistas en ambos países.

Con relación a la muestra de seguidores de partidos no populistas en España el efecto indirecto fue significativo para tres de los cuatro predictores, no se dio con el estilo cognitivo del monopolio de la verdad. En la muestra de seguidores de partidos no populistas en Países Bajos el efecto indirecto fue significativo únicamente con relación al

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

estilo cognitivo del monopolio de la verdad y tendencial en el caso de la percepción de injusticia. El efecto indirecto fue no significativo con relación a la confianza política y la satisfacción con la democracia.

Estos resultados permiten la identificación de un mecanismo común en la activación de actitudes populistas entre personas que apoyan a partidos populistas en dos contextos con estructuras de oportunidad política distintas. Incluso fue un mecanismo que aportó a comprender la activación de las actitudes populistas con relación a predictores de percepción del contexto y del sistema político en seguidores de partidos no populistas en el contexto español.

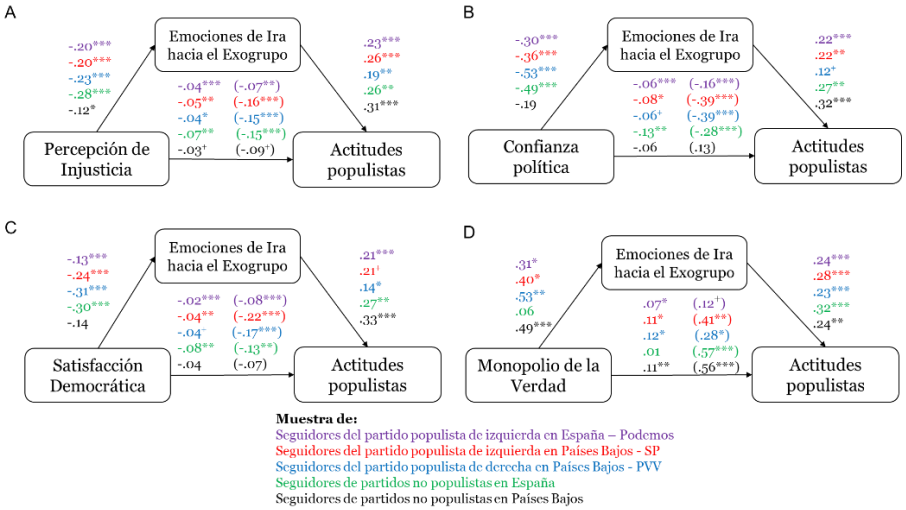


Figura 10. Rol mediador de las emociones de ira en la activación de actitudes populistas. Fuente: elaboración propia. *Nota*. Los coeficientes son estimaciones estandarizadas. Valor *p* para efecto indirecto calculado empleando la función *mediate* del paquete de R mediation (versión 4.5.0) (Tingley et al., 2014). $^{+}$p < .10; *p < .05; **p < .01; ***p < .001.

Tabla 10. Efectos totales, directos e indirectos de predictores psicosociales en las actitudes populistas mediado por las emociones de ira hacia las élites políticas y económicas

Percepción de Injusticia	Efecto	(EE)	*t*	*P*	*[IC 95%]*	Confianza Política	Efecto	(EE)	*t*	*p*	*[IC 95%]*
España izquierda - Podemos						España izquierda – Podemos					
Efecto total	-0.07	0.02	-2.69	<.01	*[-0.12, -0.01]*	Efecto total	-0.16	0.04	-3.82	<.001	*[-0.24, -0.07]*
Efecto directo	-0.02	0.02	-1.02	0.3	*[-0.07, 0.02]*	Efecto directo	-0.1	0.04	-2.37	0.01	*[-0.18, -0.01]*
Efecto indirecto	-0.04	0.01		<.001	*[-0.08, -0.01]*	Efecto indirecto	-0.06	0.02		<.001	*[-0.11, -0.02]*
Países Bajos Izquierda - SP						Países Bajos Izquierda – SP					
Efecto total	-0.16	0.04	-3.56	<.001	*[-0.24, -0.06]*	Efecto total	-0.39	0.07	-5.19	<.001	*[-0.53, -0.24]*
Efecto directo	-0.1	0.04	-2.36	0.02	*[-0.19, -0.01]*	Efecto directo	-0.31	0.07	-4.05	<.001	*[-0.46, -0.15]*
Efecto indirecto	-0.05	0.01		<.01	*[-0.08, -0.01]*	Efecto indirecto	-0.08	0.03		0.01	*[-0.13, -0.01]*
Países Bajos Derecha - PVV						Países Bajos Derecha – PVV					
Efecto total	-0.15	0.03	-3.93	<.001	*[-0.22, -0.07]*	Efecto total	-0.39	0.06	-5.87	<.001	*[-0.52, -0.25]*
Efecto directo	-0.1	0.03	-2.67	<.01	*[-0.18, 0.02]*	Efecto directo	-0.32	0.07	-4.4	<.001	*[-0.47, -0.18]*
Efecto indirecto	-0.04	0.01		0.01	*[-0.08, -0.00]*	Efecto indirecto	-0.06	0.03		0.09	*[-0.13, 0.00]*
España No Populistas						España No Populistas					
Efecto total	-0.15	0.04	-3.56	<.001	*[-0.22, -0.06]*	Efecto total	-0.28	0.08	-3.45	<.001	*[-0.44, -0.12]*
Efecto directo	-0.07	0.04	-1.58	0.11	*[-0.16, 0.01]*	Efecto directo	-0.15	0.08	-1.7	0.09	*[-0.32, 0.02]*
Efecto indirecto	-0.07	0.03		<.01	*[-0.14, -0.02]*	Efecto indirecto	-0.13	0.05		<.01	*[-0.24, -0.04]*
Países Bajos No Populistas						Países Bajos No Populistas					
Efecto total	-0.09	0.04	-1.82	0.07	*[-0.18, 0.00]*	Efecto total	-0.13	0.1	-1.3	0.19	*[-0.33, 0.06]*
Efecto directo	-0.05	0.04	-1.1	0.27	*[-0.14, 0.04]*	Efecto directo	-0.06	0.09	-0.74	0.46	*[-0.25, 0.11]*
Efecto indirecto	-0.03	0.02		0.07	*[-0.08, 0.00]*	Efecto indirecto	-0.06	0.05		0.23	*[-0.17, 0.04]*
Satisfacción con la Democracia	Efecto	(EE)	*t*	*P*	*[IC 95%]*	Estilo Cognitivo Monopolio de la Verdad	Efecto	(EE)	*t*	*p*	*[IC 95%]*
España izquierda - Podemos						España izquierda - Podemos					
Efecto total	-0.08	0.01	-4.19	<.001	*[-0.12, -0.04]*	Efecto total	0.12	0.07	1.65	0.09	*[-0.02, 0.25]*
Efecto directo	-0.05	0.01	-2.88	<.01	*[-0.09, -0.01]*	Efecto directo	0.04	0.06	0.64	0.52	*[-0.08, 0.17]*
Efecto indirecto	-0.02	0.01		<.001	*[-0.05, -0.00]*	Efecto indirecto	0.07	0.03		0.01	*[0.01, 0.14]*
Países Bajos Izquierda - SP						Países Bajos Izquierda - SP					
Efecto total	-0.22	0.04	-4.86	<.001	*[-0.30, -0.12]*	Efecto total	0.41	0.13	3.11	<.01	*[0.14, 0.66]*
Efecto directo	-0.16	0.04	-3.59	<.001	*[-0.25, -0.07]*	Efecto directo	0.29	0.12	2.33	0.02	*[0.04, 0.54]*

Efecto indirecto	-0.04	0.02		<.01	*[-0.08, -0.00]*	Efecto indirecto	0.11	0.05	0.02	*[0.01, 0.24]*
Países Bajos Derecha - PVV						Países Bajos Derecha - PVV				
Efecto total	-0.17	0.03	-4.65	<.001	*[-0.24, -0.09]*	Efecto total	0.28	0.11	2.42	0.01	*[0.05, 0.51]*
Efecto directo	-0.12	0.04	-2.97	<.01	*[-0.20, -0.04]*	Efecto directo	0.16	0.11	1.4	0.16	*[-0.06, 0.39]*
Efecto indirecto	-0.04	0.02		0.06	*[-0.08, 0.00]*	Efecto indirecto	0.12	0.05		0.01	*[0.02, 0.22]*
España No Populistas						España No Populistas				
Efecto total	-0.13	0.04	-3	<.01	*[-0.22, -0.04]*	Efecto total	0.57	0.1	5.34	<.001	*[0.36, 0.78]*
Efecto directo	-0.05	0.04	-1.03	0.3	*[-0.14, 0.04]*	Efecto directo	0.55	0.09	5.7	<.001	*[0.36, 0.74]*
Efecto indirecto	-0.08	0.03		<.01	*[-0.14, -0.02]*	Efecto indirecto	0.01	0.05		0.69	*[-0.08, 0.15]*
Países Bajos No Populistas						Países Bajos No Populistas				
Efecto total	-0.07	0.07	-0.89	0.37	*[-0.21, 0.08]*	Efecto total	0.56	0.11	5.1	<.001	*[0.34, 0.77]*
Efecto directo	-0.01	0.06	-0.27	0.78	*[-0.15, 0.11]*	Efecto directo	0.45	0.11	4.02	<.001	*[0.22, 0.66]*
Efecto indirecto	-0.04	0.04		0.2	*[-0.14, 0.02]*	Efecto indirecto	0.11	0.07		0.01	*[0.01, 0.29]*

Nota. Valor *p* para efecto indirecto calculado empleando la función *mediate* del paquete de R mediation versión 4.5.0.

5.3.5. Discusión

En este estudio nos propusimos analizar el rol predictor de variables psicosociales sobre la activación de actitudes populistas en dos contextos con estructuras de oportunidad política distintas. Específicamente, analizamos el efecto de las siguientes variables sobre las actitudes populistas: la percepción de injusticia, la baja confianza política, la insatisfacción con la democracia, el estilo cognitivo del monopolio de la verdad y las emociones de ira hacia las élites políticas y económicas. En este sentido, analizamos muestras de seguidores y no seguidores de partidos populistas en España y Países Bajos.

En general, con relación al contexto sociopolítico, comprobamos que las actitudes populistas estaban más activas en las muestras españolas, tanto en seguidores como en no seguidores de partidos populistas. Igualmente, fue en España donde las muestras reportaron más emociones de ira hacia las élites políticas y económicas. Estos resultados muestran la relevancia de analizar las actitudes populistas desde un enfoque contextual comparado y no solo en función del apoyo o no a actores populistas.

Igualmente, la muestra de seguidores de partidos no populistas en Países Bajos tenía puntuaciones medias en actitudes populistas significativamente menores que las otras cuatro muestras. Sin embargo, las puntuaciones estaban por encima de cuatro en una escala de siete puntos; lo que muestra un importante grado de activación de actitudes populistas.

Nuestros resultados señalan que las actitudes populistas están presentes incluso en aquellos que no apoyan la oferta populista del momento (Baro, 2022; Medeiros, 2021). Esto no significa que no lo hagan en otro momento o ante una nueva oferta. Un ejemplo de ello, es el apoyo a VOX en España en 2018 (Marcos-Marne, 2021; Turnbull-

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Dugarte, 2019), unos meses después de la recolección de datos de este estudio.

También encontramos que las actitudes populistas están más activas en las muestras de España. Dicha activación puede deberse a factores como la corrupción, las fallas en la representación y, en general, a la gestión de los contextos de crisis (Hawkins, Carlin, et al., 2019; Jungkunz et al., 2021). Esto es relevante, en la medida en que las actitudes populistas condicionan la visión que las personas tienen acerca de la sociedad y la representación política (Jungkunz et al., 2021). Las investigaciones más recientes al respecto, muestran cómo la activación de las actitudes populistas está relacionada con las interacciones intergrupales, la participación política y el consumo y procesamiento de información (Abadi et al., 2021; Giebler et al., 2020; González-González et al., 2022; Uysal, 2022; Van Prooijen et al., 2022; Zanotti y Rama, 2020).

En cuanto al rol específico de variables psicosociales sobre la activación de actitudes populistas, en este estudio señalamos la relevancia de integrar factores cognitivos y emocionales para avanzar en la comprensión del fenómeno populista.

Primero, la percepción de injusticia, la baja confianza política y la insatisfacción con la democracia contribuyen a la activación de las actitudes populistas. Esto sucede en los seguidores de partidos populistas de los dos países e incluso en seguidores de partidos no populistas en España. Estos resultados están en línea con investigaciones previas (A. Akkerman et al., 2017; Elchardus & Spruyt, 2016; Erisen et al., 2021; Rovira Kaltwasser & Van Hauwaert, 2020; Spruyt et al., 2016). En este sentido, el descontento social y político brindaría un escenario prolífico para que se activen actitudes populistas y se apoyen propuestas que puedan comprometer la estabilidad democrática (Giebler et al., 2021).

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Segundo, el estilo cognitivo del monopolio de la verdad resultó ser un predictor positivo en las muestras de seguidores de partidos populistas, de izquierda y de derecha, en Países Bajos, pero no en la muestra de seguidores del partido populista de izquierda en España. Además, y contrario a lo esperado, el estilo cognitivo del monopolio de la verdad fue el predictor principal de las actitudes populistas en seguidores de partidos no populistas en ambos países.

La investigación sobre la relación entre estilos cognitivos y populismo es escasa (Erisen et al., 2021; van Prooijen, Cohen Rodrigues, et al., 2022). Por ello, identificar que el estilo cognitivo del monopolio de la verdad —que es neutral ideológicamente—predice las actitudes populistas es un aporte novedoso a esta línea de investigación. Además, este hallazgo refuerza la evidencia de que las personas con más actitudes populistas tienden a ser menos comprensivas con sus oponentes políticos y con puntos de vista opuestos (Baro, 2022; Bos et al., 2021; Schulz et al., 2020).

Ahora bien, los hallazgos sobre el estilo cognitivo del monopolio de la verdad suscitan algunas preguntas. Por una parte, es importante aclarar los motivos de la ausencia de una relación significativa entre dicho estilo cognitivo y las actitudes populistas en la muestra de seguidores del partido populista de izquierda en España. Si bien la relación se dio en la dirección esperada el que no sea significativa únicamente en esta muestra requiere continuar profundizando al respecto. Para descartar si dicho resultado se debe a aspectos psicométricos, relacionados con la baja variabilidad de esta muestra en ambas medidas, o teóricos. En términos psicométricos, porque la homogeneidad de grupo puede estar indicando dificultades en la capacidad de estas medidas para discriminar entre personas los diferentes niveles de activación de actitudes populistas y del estilo cognitivo del monopolio de la verdad (Ferketich, 1991). En términos teóricos, porque puede ser necesario analizar la interacción entre

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

actitudes populistas y cada componente del monopolio de la verdad (cognitivo y conductual) (Dono et al., 2018). Dado que puede que la relación sea significativa sólo entre algunos de los componentes de estas dos medidas.

Por otra parte, es importante comprender a qué se debe que sea el estilo cognitivo del monopolio de la verdad el predictor que más varianza explicaba de las actitudes populistas en seguidores de partidos no populistas. Es posible que, en estas muestras, y especialmente en la de Países Bajos, lo que explique la evaluación del contexto en términos populistas sea principalmente creer que las ideas políticas propias son objetivamente mejores y que, por tanto, deben imponerse frente a aquellas propuestas por exogrupos como las élites. Más que percibir el contexto negativo en términos políticos y sociales.

Tercero, identificamos que las emociones de ira hacia las élites políticas y económicas eran el predictor más consistente de activación de actitudes populistas, entre muestras de seguidores y no seguidores de partidos populistas en ambos países. Hallazgo que está en línea con investigaciones previas (Abadi et al., 2021; Hameleers et al., 2017; Rhodes-Purdy et al., 2021b; Rico et al., 2017). Además, identificamos el rol mediador de las emociones de ira entre el resto de predictores psicosociales de carácter cognitivo y las actitudes populistas. En ese sentido, ampliamos la perspectiva sobre la función de las emociones de ira en la activación de las actitudes populistas en seguidores de partidos populistas de izquierda y de derecha; e incluso en personas que aun cuando no apoyan a actores populistas puntúan alto en actitudes populistas.

A nivel neurocientífico el estudio sobre actitudes populistas de Galli et al. (2021) mostró que la información asociada a narrativas populistas se procesa rápidamente en el cerebro. Una de las principales regiones implicadas es la amígdala, cuya función central es el procesamiento y almacenamiento de reacciones emocionales. Esta

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

evidencia exploratoria apoya nuestros resultados sobre la relevancia de las emociones para comprender la activación de las actitudes populistas.

Las emociones de ira se activan ante un hecho que es percibido como injusto (Brader & Marcus, 2013; Rico et al., 2017). En este sentido, cabe esperar que una percepción negativa del sistema social y político, asociado a las creencias de que las propias ideas son objetivamente mejores y que, por tanto, deben imponerse, pueda generar una respuesta emocional de ira. A su vez, está fomentaría la activación de actitudes populistas.

La ira afecta a la forma en que las personas se relacionan y actúan, llegando incluso a cuestionar a la sociedad, el gobierno y el lugar que se tiene dentro de la estructura sociopolítica (Rhodes-Purdy et al., 2021b). En coherencia con ello, la ira provoca una orientación principalmente agresiva hacia todo lo que las personas perciben como contrario a sus valores o visiones de mundo (Rhodes-Purdy et al., 2021b). Esto puede repercutir en un aumento de la polarización social y en el apoyo a propuestas autoritarias.

5.3.6. Limitaciones y Direcciones Futuras

En este estudio, dado que empleamos un diseño comparativo entre países, buscamos reducir errores de muestreo y medición. Por ello, unificamos tanto el cuestionario —con medidas que contaban con validación en ambos países—, como el diseño muestral y procedimiento de recolección de datos. Sin embargo, este estudio contempla algunas limitaciones.

Primero, empleamos la medida de actitudes populistas creada por Akkerman et al. (2014). Como ya mencionamos en el segundo estudio, esta es una de las medidas de actitudes populistas más usadas y que goza de gran sustento teórico y empírico por su validez externa e interna (Castanho Silva et al., 2020). En nuestro estudio, contamos con

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

evidencia de consistencia interna en ambos países. Sin embargo, al realizar los AFC para probar su validez de constructo solo en uno de los cuatro índices obtuvimos bondad de ajuste en ambos países. Por ello, sería importante replicar este estudio empleando otras escalas de actitudes populistas que permitan confirmar nuestros resultados. Además, teniendo en cuenta que el populismo es un constructo multidimensional (Wuttke et al., 2020), sería mejor utilizar una medida que emplee una estrategia de operacionalización multifactorial. Tal y como se mencionó también en el estudio dos, esto permitiría discriminar entre los componentes de las actitudes populistas. Por ejemplo, podría suceder que las muestras de seguidores no populistas presenten una visión pueblocentrista y maniquea, pero no anti-elitista. Igualmente, emplear una medida multidimensional permitiría identificar las interacciones entre los diferentes predictores psicosociales y los diferentes componentes de las actitudes populistas.

Sumado a esto, en nuestro estudio analizamos el componente anti-elitista en relación únicamente con élites políticas. Sin embargo, algunas personas pueden tener actitudes anti-elitistas no centradas en los políticos; sino quizá hacia élites económicas, mediáticas, culturales, intelectuales o religiosas (Jungkunz et al., 2021). De hecho, el discurso de partidos populistas que se encuentran en el poder puede desplazar el componente anti-élite de algunos ciudadanos hacia otras élites no políticas. Pero no por ello se debe asumir que no existe una visión anti-elitista (Jungkunz et al., 2021).

Segundo, con relación a la medición de las emociones de ira en el AFC no obtuvimos bondad de ajuste en todos los índices. En futuros estudios sería aconsejable emplear otras medidas que permitan explorar estas y otras emociones que pueden ser relevantes también para comprender el fenómeno populista.

Tercero, con relación al análisis de mediación nuestro diseño de estudio es transversal no experimental. Si bien, este diseño aporta

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

validez externa, limita las posibilidades de realizar inferencias causales. Por tanto, es importante seguir explorando el mecanismo propuesto empleando diseños de investigación experimentales y/o longitudinales.

Cuarto, en nuestros análisis buscamos integrar variables cognitivas y emocionales para tener una mayor capacidad predictiva sobre la activación de las actitudes populistas. Sin embargo, no podemos desconocer que el porcentaje de varianza explicado no es muy elevado. Este hecho, suscita reflexión sobre la reformulación de los modelos y la necesidad de incluir nuevos predictores psicosociales que aumenten la capacidad predictiva.

Quinto, en nuestro estudio buscamos identificar predictores comunes de actitudes populistas comparando muestras de seguidores y no seguidores de partidos populistas. Sin embargo, contamos con muestras solo de dos países europeos y, en España solo de seguidores de un partido populista de izquierda. Por ello, es importante replicar este estudio en otros contextos geográficos y con muestras de seguidores de partidos populistas y no populistas de izquierda y de derecha.

5.3.7. Conclusión

Las actitudes populistas representan un potencial desafío para el sistema democrático. Están basadas en la construcción de identidades confrontadas entre el "pueblo bueno" y "la élite corrupta", y pueden actuar como una predisposición hacia la acción política y la interacción social. Este estudio contribuye al bagaje teórico-empírico del populismo. A partir de un diseño comparativo con muestras de seguidores y no seguidores de partidos populistas en dos países europeos integramos predictores psicosociales, cognitivos y emocionales, en la comprensión de la activación de las actitudes populistas.

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Igualmente, avanzamos en identificar que las emociones de ira median la relación entre predictores cognitivos y actitudes populistas. En concreto, obtuvimos evidencia de que la percepción de injusticia, la baja confianza política, la insatisfacción con la democracia y el estilo cognitivo del monopolio de la verdad inciden en la activación de las actitudes populistas a través de las emociones de ira. En este sentido, la activación de las actitudes populistas no puede entenderse únicamente cómo una reacción de ira. Influye también la percepción negativa del contexto social y político y la creencia de que las ideas propias son la única verdad, y que, por tanto, deben imponerse para el bien común.

Avanzar en la identificación de mecanismos psicosociales que aportan a la activación de actitudes populistas nos permite comprender mejor las raíces más profundas del atractivo populista.

5.3.8. Declaración de Transparencia

Información adicional de apoyo a lo reportado en este estudio (datos, ítems empleados en cuestionarios en idioma español y neerlandés, paquetes de R empleados, sintaxis y material suplementario) está disponible públicamente en OSF:

https://osf.io/3f8wr/?view_only=b6e692c3f17d4635a53612bbc523f60c

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

USC
UNIVERSIDADE
DE SANTIAGO
DE COMPOSTELA

CAPÍTULO 6. DISCUSIÓN GENERAL

Al fin y al cabo, somos lo que hacemos para cambiar lo que somos. La identidad no es una pieza de museo, quietecita en la vitrina, sino la siempre asombrosa síntesis de las contradicciones nuestras de cada día.

EDUARDO GALEANO[33] (1940-2015)

El propósito de esta tesis fue avanzar en la comprensión del apoyo al populismo desde una perspectiva psicosocial. Para ello, realizamos tres estudios. El primero sobre la narrativa de actores políticos que promueven ideas populistas (oferta). El segundo y el tercero buscaron identificar factores predictores de la activación de actitudes populistas en la ciudadanía (demanda). Con ello, en esta tesis, avanzamos en la comprensión del contenido y estilo de la narrativa populista; al igual que en identificar procesos psicosociales que inciden en la activación de actitudes populistas en la población.

En este capítulo nos centramos en destacar los principales hallazgos de esta tesis haciendo énfasis en las contribuciones a la literatura al igual que las limitaciones, líneas de investigación futuras e implicaciones prácticas de los resultados.

6.1. CONTRIBUCIÓN CIENTÍFICA Y HALLAZGOS PRINCIPALES

[33] Cita textual extraída de (Galeano, 2003, p.92).

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

6.1.1. Oferta

Nuestro estudio sobre la oferta es el primero, hasta donde sabemos, que examina la narrativa de actores populistas durante procesos de moción de censura. Procesos relevantes debido a sus implicaciones en el contexto parlamentario y su posible impacto en términos gubernamentales. Igualmente, nuestro estudio realiza un análisis conjunto del contenido y del estilo de la narrativa de la oferta populista, aproximación metodológica poco frecuente. Al respecto, señalamos la relevancia de analizar estos dos aspectos de la narrativa. En concreto, identificamos estrategias narrativas de contenido y estilo que emplean actores con ideas populistas. Estas estrategias pueden ser muy persuasivas en tiempos de crisis y pueden tener importantes repercusiones sociales por su capacidad para fomentar el compromiso endogrupal y hostilidad intergrupal.

Por un lado, evidenciamos que la narrativa populista destaca por dividir a la población en grupos afectados (endogrupo) y grupos responsables (exogrupo) y mencionar un mayor número de agravios hacia el endogrupo. También alude a la urgencia de actuar y a la esperanza de cambio, más que al planteamiento de soluciones concretas. Con ello, identificamos que las narrativas de actores con ideas populistas aportan en tiempos de crisis un soporte psicológico que da respuestas a necesidades epistémicas, existenciales y sociales (Forgas & Crano, 2021; Golec de Zavala & Keenan, 2021; Lantos & Forgas, 2021). En ese sentido, la construcción de los MAC en la narrativa populista puede incidir en generar un mayor compromiso con el actor que difunde este conjunto de ideas.

Por otra parte, identificamos que las narrativas emitidas por los partidos populistas emplearon un estilo distal, en la medida en que usaron más pronombres personales plurales y palabras que apelan a emociones negativas (Jost & Sterling, 2020; Pennebaker, 2011). El uso

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

de un estilo distal puede persuadir a la ciudadanía en la medida en que impacta el procesamiento de información, la configuración de actitudes y su comportamiento político hacia el exogrupo (Forgas & Crano, 2021; Tajfel, 1982; Widmann, 2021, 2022).

Ahora bien, en nuestro estudio contrario a lo esperado no identificamos de forma consistente que las narrativas por parte de actores con ideas populistas se distinguieran por la simplicidad en el lenguaje, la orientación temporal ni la alusión a procesos cognitivos, sociales o perceptuales. Puntualmente, el hallazgo con relación a la simplicidad del lenguaje es contrario a la evidencia reportada en Italia (Decadri & Boussalis, 2020), Países Bajos (Kalkhoven & De Landtsheer, 2017) y Estados Unidos (Oliver & Rahn, 2016). Una posible explicación es que la simplicidad en la narrativa varie en función a la audiencia. Por tanto, es necesario continuar realizando investigaciones al respecto con diseños comparativos.

Finalmente, identificamos diferencias en cuanto al estilo, principalmente atencional, entre los textos de radicación de las mociones de censura y los discursos de los parlamentarios en las sesiones plenarias. Es probable, que las narrativas se adapten a los diferentes canales de difusión. Por lo mismo, este resultado evidencia que es relevante emplear múltiples fuentes de datos textuales.

6.1.2. Demanda

Con relación a la demanda, avanzamos en integrar predictores psicosociales —comúnmente investigados de forma independiente— relevantes en la activación de las actitudes populistas.

En primer lugar, nuestros resultados confirmaron el rol que tienen los predictores asociados a la percepción negativa del contexto social y político en la activación de las actitudes populistas (A. Akkerman et al., 2017; Bos et al., 2020; Elchardus & Spruyt, 2016; Erisen et al., 2021;

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Manunta et al., 2022; Rovira Kaltwasser & Van Hauwaert, 2020; Spruyt et al., 2016; Staerklé et al., 2022).

Sumado a esto, el haber elegido un enfoque contextual comparado nos ha permitido identificar que las actitudes populistas están más activas en contextos sociopolíticos inestables. La existencia de fallas en la representación política se asocia con más actitudes populistas tanto en seguidores como no seguidores de actores populistas.

En segundo lugar, identificamos un nuevo predictor de la activación de actitudes populistas: el estilo cognitivo del monopolio de la verdad. El creerse en posesión de la verdad implica considerar que los demás no lo están. Esto puede llevar a justificar acciones para visibilizar, defender e imponer esa "verdad", así como subestimar ideas alternativas y a quienes las sostienen. La extensión de este estilo cognitivo en la sociedad puede repercutir en un aumento de la intolerancia política.

En tercer lugar, señalamos la relevancia de las emociones en la activación de las actitudes populistas. Por una parte, identificamos que las emociones de ira predijeron de manera consistente la activación de las actitudes populistas en personas seguidoras y no seguidoras de actores con ideas populistas. Igualmente, en nuestros dos estudios sobre la demanda, además de corroborar el rol predictor de la ira en la activación de las actitudes populistas identificamos su rol mediador con relación a otros predictores psicosociales. Específicamente, identificamos que la percepción de injusticia, la baja confianza política, la insatisfacción con la democracia y el estilo cognitivo del monopolio de la verdad incidieron en la activación de las actitudes populistas a través de las emociones de ira.

Sabemos a partir de la amplia evidencia producida desde la psicología social y diversas disciplinas afines las implicaciones que tienen las emociones de ira en términos políticos (Brader & Marcus,

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

2013; Pierce, 2021; Redlawks & Mattes, 2022). La ira tiende a movilizar más incluso que la esperanza y puede contribuir a la identificación partidista y la polarización política (Marcus et al., 2019). Esto se debe a que la ira motiva a las personas a actuar ante una injusticia percibida. Además, que hace que las personas se aferren a sus convicciones previas y sean menos receptivas a nuevas consideraciones o puntos de vista opuestos (Brader & Marcus, 2013; Redlawks & Mattes, 2022).

En este sentido, es razonable pensar que las personas con actitudes populistas experimenten emociones de ira, en la medida en que atribuyen la culpa de sus problemas a la "élite". Una vez activada se vuelven menos receptivas a explicaciones alternativas, lo que podría conducir a un consumo menos crítico de la información (van Prooijen, Rosema, et al., 2022).

Además de la ira, identificamos que las emociones relacionadas con el entusiasmo, como la esperanza, el optimismo y el orgullo, influyen en la activación de las actitudes populistas tanto en seguidores como en no seguidores de actores populistas. Este es un aporte significativo teniendo en cuenta que este conjunto de emociones motiva al compromiso político. En esta tesis señalamos que las emociones de entusiasmo están precedidas por la identificación con actores que difunden ideas populistas. Actores que estarían motivando a sus seguidores al ofrecerles narrativas que plantean que con sus propuestas los ciudadanos están tomando el control sobre su futuro.

Finalmente, identificamos que existe una asociación entre emociones de ira y emociones de entusiasmo. En concreto, las emociones de ira, que suelen impulsar la búsqueda de alternativas y recursos, fomentan la activación de emociones de entusiasmo hacia el endogrupo. Aunque ese efecto se produce exclusivamente en personas que no se identifican con actores populistas.

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Con ello, nuestro estudio aporta evidencia científica de que las actitudes populistas no están precedidas únicamente por el descontento con el sistema político y las emociones de ira. También influyen la identificación con actores populistas, las emociones de entusiasmo y el estilo cognitivo del monopolio de la verdad.

6.2. LIMITACIONES

Es importante contemplar algunas limitaciones con relación a los estudios que componen la evidencia empírica de esta tesis previo a discutir desarrollos futuros e implicaciones prácticas de los resultados.

En primer lugar, debemos tener en cuenta el enfoque eurocéntrico de los estudios. En esta tesis no contamos con datos de otros contextos geográficos lo que supone una limitación para la generalización de resultados. Por ello, resulta pertinente recolectar evidencia empírica en otros contextos geográficos que compruebe las relaciones establecidas entre factores psicosociales y el apoyo al populismo.

En segundo lugar, los datos recolectados en el primer estudio corresponden a los procesos de moción de censura ocurridos en España entre 2017 y 2020. Este contexto de análisis fue ideal para comparar el contenido y estilo de la narrativa de actores populistas y no populistas en un contexto parlamentario. Ahora bien, los discursos iban dirigidos a los miembros del poder legislativo. No recolectamos datos orientados hacia la ciudadanía.

En tercer lugar, empleamos medidas de autoinforme para analizar el rol de las emociones en la activación de las actitudes populistas. Sería conveniente complementar estas medidas con otras de tipo psicofisiológico, con el fin de analizar respuestas implícitas (p. ej., Schumacher et al., 2022). Además, específicamente con relación a la medida sobre emociones de ira hacia el exogrupo no obtuvimos bondad de ajuste en algunos índices del AFC. Por ello, es importante en futuros

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

estudios probar otras medidas tanto de autoinforme como psicofisiológicas.

Finalmente, nuestros datos son de tipo transversal no experimental y, por tanto, no permiten realizar inferencias causales. Las relaciones predictoras establecidas entre los factores psicosociales y las actitudes populistas requieren de comprobación empírica a través de diseños experimentales y/o longitudinales.

6.3. LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN FUTURA

Los resultados de esta tesis conducen al planteamiento de preguntas sobre la narrativa de la oferta populista y de la demanda que deben abordarse a futuro.

En cuanto a la narrativa de la oferta populista, nuestros resultados indican que los actores con ideas populistas no se distinguen por la simplicidad en el lenguaje, la orientación temporal ni la alusión a procesos cognitivos, perceptuales o sociales. Esta evidencia contradice algunos estudios al respecto (Decadri & Boussalis, 2020; Kalkhoven & De Landtsheer, 2017; Oliver & Rahn, 2016). Una hipótesis explicativa es que los actores populistas modifiquen su estilo en función del escenario de difusión y de la audiencia objetivo. Por ello, en futuras investigaciones sería relevante contrastar datos textuales dirigidos a diferentes audiencias y difundidos a través de varios canales de comunicación. Es decir, identificar si existen diferencias en el estilo de la narrativa en función al canal de difusión y la audiencia objetivo.

Sumado a ello, sería valioso recolectar datos que permitan analizar en el tiempo posibles transformaciones en la narrativa debidas a: cambios en los apoyos electorales, dinámicas de alianza entre actores políticos o surgimiento de nuevas crisis.

Los resultados de esta tesis también señalan las implicaciones del componente emocional tanto en la narrativa populista como en la

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

activación de actitudes populistas. En este sentido, es importante realizar estudios que den respuesta sobre ¿cuál es el impacto afectivo de la narrativa populista, no populista e incluso contrapopulista? Un posible inicio sería realizar diseños experimentales en los que se manipule el contenido y estilo de la narrativa. Esto permitiría identificar las estrategias narrativas más persuasivas.

En cuanto al estudio de la demanda, a partir de nuestros resultados y de los desafíos actuales de la sociedad, proponemos seis líneas de investigación futuras.

En primer lugar, la medida que empleamos de actitudes populistas (A. Akkerman et al., 2014) analiza el componente anti-elitista del populismo enfocándose únicamente en las élites políticas. Ahora bien, es probable que algunas reacciones observadas en los últimos tiempos (p .ej., el escepticismo asociado a la pandemia por COVID-19, la vacunación o el cambio climático), estén impulsadas por una visión negativa hacia otro tipo de élites (Staerklé et al., 2022). Por tanto, medir el componente anti-elitista relacionado con otros grupos puede facilitar una mayor comprensión sobre el apoyo al populismo y sus implicaciones en términos sociales.

En segundo lugar, los predictores psicosociales sobre percepción negativa del sistema social y político son los más estudiados con relación a la demanda. No obstante, consideramos necesario profundizar, por ejemplo, en los distintos niveles de la percepción de injusticia. En nuestro estudio medimos la percepción de injusticia únicamente sobre la situación política y social del momento. Sin embargo, sería interesante medir la percepción de injusticia en términos temporales e intergrupales (Bos et al., 2020; Manunta et al., 2022). Esto quizá permitiría identificar diferencias entre personas con actitudes populistas pero que difieren en su orientación ideológica.

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

En tercer lugar, sería interesante realizar estudios longitudinales con relación al estilo cognitivo del monopolio de la verdad. La propuesta radica en que es más probable que este estilo cognitivo se active ante la percepción de una amenaza sociopolítica causada por una violación normativa (Dono Martín, 2021). Realizar estudios que contemplen posibles periodos de estabilidad y crisis podría clarificar las implicaciones de este predictor en la activación de las actitudes populistas. El diseño longitudinal también podría ayudar a comprender el motivo de que el monopolio de la verdad sea uno de los principales predictores de la activación de las actitudes populistas en seguidores de partidos no populistas.

En cuarto lugar, respecto al rol mediador de las emociones de ira, proponemos dos líneas futuras para trabajar al respecto. Por una parte, es importante implementar diseños experimentales que permitan confirmar dicho rol mediador con los diferentes predictores cognitivos. Por otra parte, se debe continuar explorando el rol de la ira en la activación de emociones de entusiasmo hacia el actor populista. Dicho análisis debería realizarse en función a diferentes agravios y posiciones ideológicas.

En quinto lugar, consideramos relevante seguir avanzando en la comprensión del rol que desempeñan las emociones de entusiasmo hacia el endogrupo. Sabemos que este conjunto de emociones puede fracturar la cohesión social en la medida en que el entusiasmo endogrupal contribuye a la polarización afectiva (Redlawks & Mattes, 2022). En nuestro estudio exploramos el impacto de dichas emociones, pero únicamente asociadas a acciones promovidas por un actor populista de izquierda. Por lo mismo, es relevante analizar el rol de estas emociones con relación a acciones de cambio propuestas por actores con diferentes orientaciones ideológicas.

Finalmente, teniendo en cuenta el componente maniqueo del populismo sería pertinente profundizar en su relación con emociones

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

morales como el orgullo y el odio. Esta idea parte de considerar que el populismo se diferencia de otras ideologías porque se fundamenta en la dualidad maniquea sobre la moralidad (Elçi, 2022). En el conjunto de ideas populistas el "pueblo" como endogrupo se concibe como el referente moral para la sociedad y la "élite" como su opuesto. Al analizar las emociones morales el énfasis se sitúa en las experiencias afectivas en función a las acciones morales de los grupos (Redlawks & Mattes, 2022).

6.4. IMPLICACIONES PRÁCTICAS

En este capítulo hemos discutido el impacto de nuestros resultados para el estudio científico del apoyo al populismo desde una perspectiva psicosocial. Sumado a esto queremos discutir algunas de sus implicaciones prácticas.

Primero, nuestros hallazgos pueden ser de interés para las instituciones democráticas. En los distintos estudios hemos señalado las implicaciones que tienen la percepción negativa del sistema social y político en la activación de las actitudes populistas. No obstante, la contribución principal radica en identificar las implicaciones emocionales y actitudinales que tiene la percepción de injusticia, la desconfianza política y la insatisfacción con la democracia. Por tanto, estos resultados pueden interpretarse como un llamado a las instituciones políticas para que refuercen sus procesos de transparencia y rendición de cuentas a la ciudadanía. Las instituciones democráticas deberían ocuparse de conocer las principales preocupaciones y demandas ciudadanas. Asimismo, y teniendo en cuenta el componente anti-elitista del populismo, consideramos relevante trabajar para, en caso de que lleguen actores populistas al poder, evitar el desmantelamiento de los entes de control y el equilibrio de poderes (Osborne & Sibley, 2022).

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Segundo, en esta tesis señalamos algunos aspectos de valor pedagógico relevantes para las instituciones educativas. Una de las misiones que tiene la educación en contextos democráticos es promover la cohesión social y la ciudadanía activa. La educación para la ciudanía democrática suele centrarse en formar en derechos y responsabilidades democráticas. Ahora bien, consideramos que la educación debería hacer un mayor énfasis sobre algunas claves del comportamiento humano; claves que son conocidas por las personas pero sobre las que solemos resistirnos porque contradicen el pensamiento de sentido común hegemónico (Briñol et al., 2008; Sabucedo & Morales, 2015). Es decir, educar esencialmente en entender que nuestras percepciones e ideas sobre el mundo no son objetivas; y que tenemos una fuerte resistencia a toda información que contradiga nuestros valores y creencias. Cuando consideramos que somos plenamente objetivos y poseedores de la verdad (i.e., creer que nuestras percepciones, pensamientos y emociones son resultado de un procesamiento puramente neutral), tendemos a ser menos permeables a los puntos de vista opuestos y, con ello, más dogmáticos.

En esa misma línea, las instituciones educativas también deberían enfatizar en la relevancia que tiene la necesidad de pertenencia y las dinámicas grupales en nuestro comportamiento político. Consideramos de especial relevancia el proceso de categorización social, presente en el conjunto de ideas populistas. Las instituciones educativas en su formación podrían advertir que, en condiciones de competencia o amenaza, la maximización de semejanzas intragrupales y diferencias intergrupales puede derivar en ideologías de odio y comportamientos violentos (Sabucedo & Morales, 2015). Todo ello puede fomentar una pedagogía que contribuya al consumo crítico de información política.

Tercero, nuestros resultados también pueden resultar de interés para actores políticos (p. ej., gobiernos, partidos, sindicatos o líderes). Si bien en un principio las narrativas populistas pueden ser efectivas

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

para atraer seguidores, los actores políticos deberían tener presente los riesgos que dichas narrativas entrañan para la convivencia democrática. Además, sabemos que la exposición continuada a determinadas narrativas, como las populistas, puede incidir en que estas sean percibidas como legitimas. En ese sentido, los actores políticos no deberían ignorar ni subestimar la presencia de estas narrativas. Por el contrario, los actores políticos defensores de los valores democráticos deberían reforzar su credibilidad, simpatía y cercanía (Cialdini, 1993). Y de igual forma, promover políticas de cooperación y no de confrontación. En contextos de crisis los gobiernos deberían trabajar por crear un sentido de propósito compartido entre la ciudadanía. Ello, implica enmarcar las crisis haciendo énfasis en la cooperación, la solidaridad y la visión de futuro conjunto. Esto quizá ayudaría a mitigar la relación entre crisis y apoyo a ofertas alternativas, que pueden representar un desafío para la vigencia de la democracia.

Finalmente, nuestros resultados pueden ser de interés precisamente para la ciudadanía. Las personas subestimamos el poder de la situación para influir y moldear nuestras percepciones, creencias, actitudes y acciones. Sin embargo, nuestro comportamiento se ve influenciado por la situación, y ante contextos de crisis y ambigüedad somos más propensos a aceptar la influencia social. Es decir, cuando la situación es poco clara o incierta, es más probable que nos fijemos en las acciones de los demás y las aceptemos como correctas (Cialdini, 1993). Ser conscientes de esta influencia puede ser en sí misma una estrategia de protección. La democracia requiere de una ciudadanía comprometida. Asumir y aceptar los valores democráticos, como el respeto por los derechos humanos o la pluralidad, puede contribuir a crear un contexto de menor confrontación intergrupal. Y, con ello, cambiar la interpretación errónea de que la democracia supone un acto de obediencia a las normas del gobierno de la mayoría.

6.5. CONSIDERACIONES FINALES

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

El siglo XXI sigue generando a nivel global profundos desafíos para el sostenimiento de los ideales democráticos. Algunos de los acontecimientos políticos recientes más significativos (como el referéndum del Brexit en Reino Unido, la elección de Donald Trump en Estados Unidos, el triunfo de partidos radicales de derecha e izquierda en Europa y América Latina) se han caracterizado por promover una visión populista del contexto. En cinco de los 12 países más poblados del mundo —India, Estados Unidos, Brasil, México y Filipinas— han sido elegidos para cargos ejecutivos actores que emplean narrativas con contenido populista.

Además, con las crisis provocada por la COVID-19 y la invasión de Rusia a Ucrania han aumentado las percepciones de amenaza sobre el bienestar personal y la estabilidad política y económica a nivel mundial (Brubaker, 2021; The V-Dem Institute Team, 2021). También han aumentado las desigualdades y las divisiones sociopolíticas. En medio de estas crisis han surgido narrativas populistas asociadas a las principales respuestas de los gobiernos para mitigar los efectos sociales y económicos de la pandemia y la crisis energética y de suministros (Maher et al., 2022).

De igual forma, es altamente probable que en un futuro próximo se intensifique la competencia mundial por los recursos debido a la crisis climática y medioambiental. Esto requerirá de acciones coordinadas de carácter global. Sin embargo, la predominancia de identidades excluyentes, las actitudes anti-élite y la defensa de la soberanía popular en términos nacionalistas puede significar un obstáculo para la necesaria intervención internacional. Esto puede agravarse por el escepticismo creciente hacia el conocimiento científico. En la era de la "posverdad", la narrativa populista puede impactar negativamente sobre la confianza ciudadana en la ciencia y socavar su voluntad para actuar contra estas crisis (Ofstehage et al., 2022; Staerklé et al., 2022).

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Es por ello, que desde una perspectiva psicosocial no podemos ignorar los profundos desafíos que representa el apoyo al populismo para los ideales democráticos, tanto a corto como a largo plazo. A partir de la aproximación distintiva de la psicología social al estudio del comportamiento humano —que busca analizar la interdependencia entre persona y contexto (Sabucedo & Morales, 2015)— nos propusimos aportar a la comprensión del apoyo al conjunto de ideas populistas. Esto no es un hecho menor. Las explicaciones centradas solamente en aspectos de nivel macrosocial e institucional terminan siendo limitadas para comprender fenómenos políticos como el populismo (Borgida et al., 2009; Huddy et al., 2013; Osborne & Sibley, 2022). Es necesario, también, contemplar procesos a nivel microsocial e intrapersonal —de carácter cognitivo, motivacional y emocional— implicados en dicho comportamiento político (Borgida et al., 2009).

Todo ello, con el fin último de aportar conocimiento científico que nos permita encontrar soluciones a los desafíos que enfrenta la democracia. Y, así, avanzar hacia una convivencia en la que prime el respeto por: los derechos humanos, la diversidad social, la pluralidad de ideas, la libertad de elección y la igualdad de oportunidades.

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

CAPÍTULO 7. GENERAL CONCLUSIONS

> When we see others as the enemy, we risk becoming what we hate. When we oppress others, we end up oppressing ourselves. All of our humanity is dependent upon recognizing the humanity in others.
>
> DESMOND TUTU[34] (1931-2021)

The main aim of this thesis was to advance the understanding of support for populism from a psychosocial perspective. To this end, we conducted three studies. The first focused on the analysis of the content and style of the narrative of political actors who promote a populist vision (supply). The second and third focused on identifying psychosocial factors that predict the activation of populist attitudes in citizens (demand). The results obtained in the work carried out allow us to establish a series of conclusions related to supply and demand.

In relation to the study on supply, we found evidence that populist parties used a narrative with a more confrontational intergroup content and a more negative emotional style.

First, regarding content, we identified that the populist parties, Podemos and VOX in Spain during the censure motion processes occurred between 2017 and 2020 against the corresponding governments of Spain, mentioned a greater number of grievances, affected endogroups and responsible exogroups. In general, the populist parties' search for support

[34]Quote taken from Tutu (2004, p. 49-50).

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

was focused on intergroup confrontation, moral commitment and responsibility to act, rather than on proposing specific solutions to the problem. Similarly, both populist parties alluded to the moral imperative to act given the gravity of the situation and the hope for change for the future of the country.

Second, regarding emotional style, we identified that populist parties used more negative and less positive emotional language than the non-populist party.

Third, concerning attentional style, we identified that populist parties used plural pronouns more than the non-populist party. The populist and non-populist parties did not differ in terms of simplicity in language, temporal orientation, or allusion to perceptual, social, or personal concern processes.

Concerning the demand studies, first, we show that sociopolitical discontent has an impact on the activation of populist attitudes. Perception of injustice, low political trust and dissatisfaction with democracy predicted the activation of populist attitudes in followers and non-followers of populist parties.

Second, we identified that the monopoly of truth (the belief that one has the truth and that it should be imposed for the common good) influenced the activation of populist attitudes.

Third, we corroborated that the emotions of anger influence the activation of populist attitudes. In addition, we identified that anger plays a mediating role in the activation of populist attitudes. Specifically, the perception of injustice, low political trust, dissatisfaction with democracy, and the cognitive style of the monopoly of truth influenced the activation of populist attitudes through anger emotions.

Fourth, we identified that emotions of enthusiasm toward the ingroup -hope, optimism, and pride- promote the activation of populist attitudes in both followers and non-followers of populist actors.

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Fifth, with psychosocial predictors related to the negative perception of the political system, identification with the populist supply and the associated emotional experience of anger and enthusiasm, we proposed a predictive model of populist attitudes. In doing so, we showed that populist attitudes are driven both by the negative perception of the political system and the emotional experience of anger, as well as by the identification and enthusiasm generated by actors with populist ideas.

Finally, we identified that populist attitudes are more active in Spain than in the Netherlands, where social and political perceptions are more negative. This happens regardless of whether or not participants are followers of populist parties.

Thus, this thesis provides, from a psychosocial approach, knowledge that facilitates the understanding of support for populism. The evidence presented indicates that the presence of populist ideas goes beyond concrete support for a political option. As we well know, social and political polarization, the "us" versus "them" division, can end up having an impact on intergroup interactions, political participation and the consumption and processing of information.

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

USC
UNIVERSIDADE
DE SANTIAGO
DE COMPOSTELA

REFERENCIAS

Abadi, D., Arnaldo, I. & Fischer, A. (2021). Anxious and angry: Emotional responses to the COVID-19 threat. *Frontiers in Psychology*, *12*, 1–12. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.676116

Abts, K. & Rummens, S. (2007). Populism versus democracy. *Political Studies*, *55*(2), 405–424. https://doi.org/10.1111/j.1467-9248.2007.00657.x

Aguilar, R. & Carlin, R. E. (2019). Populist voters: the role of voter authoritarianism and ideology. In K. A. Hawkins, R. E. Carlin, L. Littvay & C. Rovira Kaltwasser (Eds.), *The ideational approach to populism: concept, theory, and analysis* (pp. 396–418). Routledge.

Akkerman, A., Mudde, C. & Zaslove, A. (2014). How populist are the people? Measuring populist attitudes in voters. *Comparative Political Studies*, *47*(9), 1324–1353. https://doi.org/10.1177/0010414013512600

Akkerman, A., Zaslove, A. & Spruyt, B. (2017). 'We the People' or 'We the Peoples'? A comparison of support for the populist radical right and populist radical left in the Netherlands. *Swiss Political Science Review*, *23*(4), 377–403. https://doi.org/10.1111/spsr.12275

Akkerman, T. (2016). The party for freedom: Balancing between mission, votes and office. In *Radical right-wing populist parties in Western Europe: Into the mainstream?* (pp. 144–168). Routledge. https://doi.org/10.4324/9781315687988-16

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Akkerman, T., De Lange, S. L. & Rooduijn, M. (2016). *Radical right-wing populist parties in Western Europe*. Routledge. https://doi.org/10.4324/9781315687988

Alzate, M., Durán, M. & Sabucedo, J. M. (2009). Población civil y transformación constructiva de un conflicto armado interno: Aplicación al caso colombiano. *Universitas Psychologica*, *8*(3), 703–720.

American Psychological Association. (2017). *Ethical principles of psychologists and code of conduct*. https://www.apa.org/ethics/code

André, A. & Depauw, S. (2017). The Quality of representation and satisfaction with democracy: The consequences of citizen-elite policy and process congruence. *Political Behavior*, *39*(2), 377–397. https://doi.org/10.1007/s11109-016-9360-x

Anduiza, E., Cristancho, C. & Sabucedo, J. M. (2014). Mobilization through online social networks: The political protest of the indignados in Spain. *Information, Communication & Society*, *17*(6), 750–764. https://doi.org/10.1080/1369118X.2013.808360

Anduiza, E., Guinjoan, M. & Rico, G. (2018). Economic crisis, populist attitudes, and the birth of Podemos in Spain. In M. Giugni & M. T. Grasso (Eds.), *Citizens and the Crisis* (pp. 61–81). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-68960-9_3

Anduiza, E., Guinjoan, M. & Rico, G. (2019). Populism, participation, and political equality. *European Political Science Review*, *11*(1), 109–124. https://doi.org/10.1017/S1755773918000243

Arditi, B. (2010). Review essay: Populism is hegemony is politics? On Ernesto Laclau's on populist reason. *Constellations*, *17*(3), 488–497. https://doi.org/10.1111/j.1467-8675.2010.00587.x

Arendt, H. (1969). *On violence*. Harcourt Brace Jovanovich.

Armingeon, K. & Guthmann, K. (2014). Democracy in crisis? The

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

declining support for national democracy in European countries, 2007-2011. *European Journal of Political Research*, *53*(3), 423–442. https://doi.org/10.1111/1475-6765.12046

Aslanidis, P. (2016). Is populism an ideology? A refutation and a new perspective. *Political Studies*, *64*(1), 88–104. https://doi.org/10.1111/1467-9248.12224

Aslanidis, P. (2018a). Measuring populist discourse with semantic text analysis: An application on grassroots populist mobilization. *Quality & Quantity*, *52*(3), 1241–1263. https://doi.org/10.1007/s11135-017-0517-4

Aslanidis, P. (2018b). Populism as a collective action master frame for transnational mobilization. *Sociological Forum*, *33*(2), 443–464. https://doi.org/10.1111/socf.12424

Aslanidis, P. (2020). The social psychology of populism. In A. Ron & M. Nadesan (Eds.), *Mapping populism: Approaches and methods* (pp. 166–175). Taylor & Francis.

Bakker, B. N., Rooduijn, M. & Schumacher, G. (2016). The psychological roots of populist voting: Evidence from the United States, the Netherlands and Germany. *European Journal of Political Research*, *55*(2), 302–320. https://doi.org/10.1111/1475-6765.12121

Bar-Tal, D. & Magal, T. (2021). Socio-psychological analysis of the deterioration of democracy and the rise of authoritarianism: The role of needs, values, and context. In J. P. Forgas, W. D. Crano & K. Fieldler (Eds.), *The psychology of populism: The tribal challenge to liberal democracy* (pp. 42–61). Routledge.

Barbeito Iglesias, R. & Iglesias Alonso, Á. (2021). Political emotions and digital political mobilization in the new populist parties: The cases of Podemos and Vox in Spain. *International Review of Sociology*, *31*(2), 246–267. https://doi.org/10.1080/03906701.2021.1947948

Baro, E. (2022). Personal values priorities and support for populism in

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Europe—An analysis of personal motivations underpinning support for populist parties in Europe. *Political Psychology, 0*(0), 2022. https://doi.org/10.1111/pops.12812

BBVA Research. (2022). *Situación España. Tercer trimestre 2022*. https://www.bbvaresearch.com/publicaciones/situacion-espana-tercer-trimestre-2022/

Benford, R. D. (1993). "You could be the hundredth monkey": Collective action frames and vocabularies of motive within the nuclear disarmament movement. *The Sociological Quarterly*, *34*(2), 195–216. https://doi.org/10.1111/j.1533-8525.1993.tb00387.x

Bergman, M. E. (2019). Insights from the quantification of the study of populism. *Representation*, *55*(1), 21–30. https://doi.org/10.1080/00344893.2019.1572647

Boas, T. C., Christenson, D. P. & Glick, D. M. (2020). Recruiting large online samples in the United States and India: Facebook, Mechanical Turk, and Qualtrics. *Political Science Research and Methods, 8*(2), 232–250. https://doi.org/10.1017/psrm.2018.28

Boese, V. A., Alizada, N., Lundstedt, M., Morrison, K., Natsika, N., Sato, Y., Tai, H. & Lindberg, S. I. (2022). *Autocratization changing nature? Democracy report 2022*. https://www.v-dem.net/democracy_reports.html

Bonikowski, B. & Gidron, N. (2016). The populist style in American politics: Presidential campaign discourse, 1952–1996. *Social Forces*, *94*(4), 1593–1621. https://doi.org/10.1093/sf/sov120

Borgida, E., Federico, C. M. & Sullivan, J. (2009). *The political psychology of democratic citizenship*. Oxford University Press.

Bornschier, S. (2019). Populist success in Latin America and Western Europe. Ideational and party system centered explanations. In K. A. Hawkins, R. E. Carlin, L. Littvay & C. Rovira Kaltwasser (Eds.), *The ideational approach to populism: concept, theory, and analysis* (pp. 202–237). Routledge.

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Bos, L., Schemer, C., Corbu, N., Hameleers, M., Andreadis, I., Schulz, A., Schmuck, D., Reinemann, C. & Fawzi, N. (2020). The effects of populism as a social identity frame on persuasion and mobilisation: Evidence from a 15-country experiment. *European Journal of Political Research*, *59*(1), 3–24. https://doi.org/10.1111/1475-6765.12334

Bos, L., Wichgers, L. & van Spanje, J. (2021). Are populists politically intolerant? Citizens' populist attitudes and tolerance of various political antagonists. *Political Studies*, 1–18. https://doi.org/10.1177/00323217211049299

Bowler, S., Denemark, D., Donovan, T. & McDonnell, D. (2017). Right-wing populist party supporters: Dissatisfied but not direct democrats. *European Journal of Political Research*, *56*(1), 70–91. https://doi.org/10.1111/1475-6765.12166

Brader, T. & Marcus, G. E. (2013). Emotions and political psychology. In L. Huddy, D. O. Sears & J. S. Levy (Eds.), *The oxford handbook of political psychology* (pp. 165–204). Oxford University Press.

Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, *3*(2), 77–101. https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa

Briñol, P., Blanco, A. & de la Corte, L. (2008). Sobre la resistencia a la psicología social. *Revista de Psicologia Social*, *23*(1), 107–126. https://doi.org/10.1174/021347408783399507

Brubaker, R. (2021). Paradoxes of populism during the pandemic. *Thesis Eleven*, *164*(1), 73–87. https://doi.org/10.1177/0725513620970804

Cabot, P. L. H., Abadi, D., Fischer, A. & Shutova, E. (2021). Us vs. Them: A dataset of populist attitudes, news bias and emotions. In *EACL 2021 - 16th Conference of the European Chapter of the Association for Computational Linguistics, Proceedings of the Conference*. Association for Computational Linguistics (ACL).

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

https://doi.org/10.18653/V1/2021.EACL-MAIN.165

Canovan, M. (2002). Taking politics to the people: Populism as the ideology of democracy. In Y. Mény & Y. Surel (Eds.), *Democracies and the populist challenge* (pp. 25–44). Palgrave Macmillan. http://link.springer.com/10.1057/9781403920072_4

Cardoso, F. H. & Faletto, E. (1979). Nationalism and populism: Social and political forces of development in the phase of consolidating the domestic market. In F. H. Cardoso & E. Faletto (Eds.), *Dependency and development in Latin America* (pp. 127–148). University of California Press.

Castanho Silva, B., Andreadis, I., Anduiza, E., Blanuša, N., Morlet Corti, Y., Delfino, G., Rico, G., Ruth-Lovell, S. P., Spruyt, B., Steenbergen, M. & Littvay, L. (2019). Public opinion surveys: A new scale. In K. A. Hawkins, R. E. Carlin, L. Littvay & C. Rovira Kaltwasser (Eds.), *The ideational approach to populism: concept, theory, and analysis* (pp. 150–177). Routledge.

Castanho Silva, B., Jungkunz, S., Helbling, M. & Littvay, L. (2020). An empirical comparison of seven populist attitudes scales. *Political Research Quarterly*, *73*(2), 409–424. https://doi.org/10.1177/1065912919833176

Castanho Silva, B., Vegetti, F. & Littvay, L. (2017). The elite is up to something: Exploring the relation between populism and belief in conspiracy theories. *Swiss Political Science Review*, *23*(4), 423–443. https://doi.org/10.1111/spsr.12270

Centro de Investigaciones Sociologicas. (2011). *Barómetro de junio 2011*. http://www.cis.es/cis/opencm/ES/1_encuestas/estudios/ver.jsp?estudio=11424

Centro de Investigaciones Sociologicas. (2017). *Barómetros enero de 2007 a diciembre de 2017 depositados en banco de datos*. http://www.cis.es/cis/opencm/ES/11_barometros/depositados.jsp?pagina=2&orden=1&desc=null

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Cerruto, M. & Raniolo, F. (2018). From exchange to voice. Voting in southern Italy. *Journal of Modern Italian Studies, 23*(4), 418–436. https://doi.org/10.1080/1354571X.2018.1500214

Cervi, L. (2020). Exclusionary populism and islamophobia: A comparative analysis of Italy and Spain. *Religions, 11*(10), 516. https://doi.org/10.3390/rel11100516

Champely, S., Ekstrom, C., Dalgaard, P., Gill, J., Weibelzahl, S., Anandkumar, A., Ford, C., Volcic, R. & De Rosario, H. (2020). *pwr: Basic functions for power analysis* (1.3-0). https://cran.r-project.org/package=pwr

Chapel Hill Expert Survey. (2019). *Chapel Hill Expert Flash Survey: CHES data*. https://www.chesdata.eu/ches-stats

Cialdini, R. B. (1993). *Influence: The psychology of persuasion.* Morrow.

Consejo General de Colegios Oficiales de Psicólogos. (2015). *Código deontológico del psicólogo*. https://www.cop.es/index.php?page=CodigoDeontologico

Coppedge, M., Gerring, J., Altman, D., Bernhard, M., Fish, S., Hicken, A., Kroenig, M., Lindberg, S. I., McMann, K., Paxton, P., Semetko, H. A., Skaaning, S.-E., Staton, J. & Teorell, J. (2011). Conceptualizing and measuring democracy: A new approach. *Perspectives on Politics*, *9*(2), 247–267. https://doi.org/10.1017/S1537592711000880

Cunningham, F. (2015). Democratic theory. In Elsevier (Ed.), *International encyclopedia of the social & behavioral sciences* (2nd ed., Vol. 5, pp. 90–96). Elsevier. https://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.93032-0

de Bromhead, A., Eichengreen, B. & O'Rourke, K. H. (2012). Right wing political extremism in the Great Depression. In *National Bureau of Economic Research* (p. No. w17871).

De Cleen, B. & Stavrakakis, Y. (2017). Distinctions and articulations:

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

A discourse theoretical framework for the study of populism and nationalism. *Javnost - The Public*, *24*(4), 301–319. https://doi.org/10.1080/13183222.2017.1330083

Decadri, S. & Boussalis, C. (2020). Populism, party membership, and language complexity in the Italian chamber of deputies. *Journal of Elections, Public Opinion and Parties*, *30*(4), 484–503. https://doi.org/10.1080/17457289.2019.1593182

Di Tella, T. S. (1997). Populism into the twenty-first century. *Government and Opposition*, *32*(2), 187–200. https://doi.org/10.1111/j.1477-7053.1997.tb00157.x

Diani, M. (1996). Linking mobilization frames and political ppportunities: Insights from regional populism in Italy. *American Sociological Review*, *61*(6), 1053–1069. https://doi.org/10.2307/2096308

Díaz, J., López-Fernández, D., Pérez, J. & González-Prieto, Á. (2021). Why are many businesses instilling a DevOps culture into their organization? *Empirical Software Engineering*, *26*(2), 25. https://doi.org/10.1007/s10664-020-09919-3

Dono, M., Alzate, M. & Sabucedo, J. M. (2021). Predicting collective action in a secessionist context: Different motives for two opposed stances. *Frontiers in Psychology*, *12*, 1–9. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.700530

Dono, M., Alzate, M., Seoane, G. & Sabucedo, J. M. (2018). Development and validation of the Monopoly on Truth Scale. A measure of political extremism. *Psicothema*, *30*(3), 330–336. https://doi.org/10.7334/psicothema2017.423

Dono Martín, M. (2021). *Axiological Factors an Motives for Political Action* [Universidade de Santiago de Compostela]. https://minerva.usc.es/xmlui/handle/10347/25121

Dornbusch, R. & Edwards, S. (1989). *Macroeconomic populism in Latin America*. https://doi.org/10.3386/w2986

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Dornbusch, R. & Edwards, S. (1991). *The Macroeconomics of Populism in Latin America*. University of Chicago Press. https://www.nber.org/books/dorn91-1

Duckitt, J. & Fisher, K. (2003). The impact of social threat on worldview and ideological attitudes. *Political Psychology*, *24*(1), 199–222. https://doi.org/10.1111/0162-895X.00322

Economist Intelligence Unit. (2021). *Democracy Index 2007-2021*. https://www.eiu.com/n/

Elchardus, M. & Spruyt, B. (2016). Populism, persistent republicanism and declinism: An empirical analysis of populism as a thin ideology. *Government and Opposition*, *51*(1), 111–133. https://doi.org/10.1017/gov.2014.27

Elçi, E. (2022). Politics of nostalgia and populism: Evidence from Turkey. *British Journal of Political Science*, *52*(2), 697–714. https://doi.org/10.1017/S0007123420000666

Engesser, S., Fawzi, N. & Larsson, A. O. (2017). Populist online communication: Introduction to the special issue. *Information, Communication & Society*, *20*(9), 1279–1292. https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1328525

Epskamp, S. (2019). Reproducibility and replicability in a fast-paced methodological world. *Advances in Methods and Practices in Psychological Science*, *2*(2), 145–155. https://doi.org/10.1177/2515245919847421

Erisen, C., Guidi, M., Martini, S., Toprakkiran, S., Isernia, P. & Littvay, L. (2021). Psychological correlates of populist attitudes. *Political Psychology*, *42*(1), 149–171. https://doi.org/10.1111/pops.12768

European Commission. (2022). *Economic forecast for Netherlands*. https://economy-finance.ec.europa.eu/economic-surveillance-eu-economies/netherlands/economic-forecast-netherlands_en

European Social Survey. (2018). *Data and documentation: Round 1*

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

(2002) to 9 (2018). https://www.europeansocialsurvey.org/data/#

Fatke, M. (2019). The personality of populists: How the Big Five traits relate to populist attitudes. *Personality and Individual Differences*, *139*(1), 138–151. https://doi.org/10.1016/j.paid.2018.11.018

Feldman, S. & Stenner, K. (1997). Perceived threat and authoritarianism. *Political Psychology*, *18*(4), 741–770. https://www.jstor.org/stable/3792208#

Ferketich, S. (1991). Focus on psychometrics. Aspects of item analysis. *Research in Nursing & Health*, *14*(2), 165–168. https://doi.org/10.1002/NUR.4770140211

Fernandes-Jesus, M., Lima, M. L. & Sabucedo, J. M. (2020). "Save the climate! Stop the oil": Actual protest behavior and core framing tasks in the Portuguese climate movement. *Journal of Social and Political Psychology*, *8*(1), 426–452. https://doi.org/10.5964/jspp.v8i1.1116

Fernández-García, B. & G. Luengo, Ó. (2018). Diferentes vías, un mismo resultado: El éxito electoral de los partidos populistas en Europa Occidental. Una propuesta de análisis. *Revista Española de Ciencia Política*, *48*, 45–72. https://doi.org/10.21308/recp.48.02

Ferrada Stoehrel, R. (2017). The regime's worst nightmare: The mobilization of citizen democracy. A study of Podemos' (aesthetic) populism and the production of affect in political discourse. *Cultural Studies*, *31*(4), 543–579. https://doi.org/10.1080/09502386.2016.1264004

Ferreira, C. (2019). Vox como representante de la derecha radical en España: Un estudio sobre su ideología. *Revista Española de Ciencia Política*, *51*, 73–98. https://doi.org/10.21308/recp.51.03

Ferrer, I. (2012, September 8). Los rescates agitan el voto holandés. *El País*. https://elpais.com/internacional/2012/09/08/actualidad/13471226

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

83_340022.html

Filc, D. (2015). Latin American inclusive and European exclusionary populism: Colonialism as an explanation. *Journal of Political Ideologies*, *20*(3), 263–283. https://doi.org/10.1080/13569317.2015.1075264

Forgas, J. P. & Crano, W. D. (2021). The psychology of populism: The tribal Challenge to liberal democracy. In J. P. Forgas, W. D. Crano & K. Fieldler (Eds.), *The psychology of populism: The tribal challenge to liberal democracy* (pp. 1–19). Routledge.

Freeden, M. (1996). *Ideologies and political theory: A conceptual approach*. Clarendon Press.

Freeden, M. (1998). Is nationalism a distinct ideology? *Political Studies*, *46*(4), 748–765. https://doi.org/10.1111/1467-9248.00165

Freeden, M. (2003). *Ideology: A very short introduction*. Oxford University Press.

Freedom House. (2021a). *Netherlands: Freedom in the World 2021 Country Report*. https://freedomhouse.org/country/netherlands/freedom-world/2021

Freedom House. (2021b). *Spain: Freedom in the World 2021 Country Report*. https://freedomhouse.org/country/spain/freedom-world/2021

Friese, S. (2016). *CAQDAS and Grounded Theory Analysis (MMG Working Paper No. 16-07)*. https://www.mmg.mpg.de/61762/wp-16-07

Friese, S. (2021). *ATLAS.ti 9 User Manual - Windows*. https://doc.atlasti.com/ManualWin.v9/Intro/IntroductionPreface.html

Funke, M., Schularick, M. & Trebesch, C. (2016). Going to extremes: Politics after financial crises, 1870–2014. *European Economic*

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Review, *88*, 227–260. https://doi.org/10.1016/j.euroecorev.2016.03.006

Galeano, E. (2003). *El Libro de los Abrazos*. Ediciones la Cueva.

Galli, G., Angelucci, D., Bode, S., De Giorgi, C., De Sio, L., Paparo, A., Di Lorenzo, G. & Betti, V. (2021). Early EEG responses to pre-electoral survey items reflect political attitudes and predict voting behavior. *Scientific Reports*, *11*(1), 1–13. https://doi.org/10.1038/s41598-021-96193-y

Gamson, W. A. (1992). *Talking politics*. Cambridge University Press.

García Fernández, A. B. (2019). *Los partidos populistas en Europa Occidental: características y escenarios electorales favorables* [Universidad de Granada]. http://hdl.handle.net/10481/54736

García Márquez, G. (2002). *Vivir para contarla*. Debolsillo.

Geurkink, B., Zaslove, A., Sluiter, R. & Jacobs, K. (2020). Populist attitudes, political trust, and external political efficacy: Old wine in new bottles? *Political Studies*, *68*(1), 247–267. https://doi.org/10.1177/0032321719842768

Gidron, N. & Bonikowski, B. (2013). Varieties of populism: Literature review and research agenda. *SSRN Electronic Journal*. https://doi.org/10.2139/ssrn.2459387

Gidron, N. & Mijs, J. J. B. (2019). Do changes in material circumstances drive support for populist radical parties? Panel data evidence from the Netherlands during the Great Recession, 2007–2015. *European Sociological Review*, *35*(5), 637–650. https://doi.org/10.1093/esr/jcz023

Giebler, H., Hirsch, M., Schürmann, B. & Veit, S. (2021). Discontent with what? Linking self-centered and society-centered discontent to populist party support. *Political Studies*, *69*(4), 900–920. https://doi.org/10.1177/0032321720932115

Gintis, H., van Schaik, C. & Boehm, C. (2015). Zoon politikon the evolutionary origins of human political systems. *Current*

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Anthropology, *56*(3), 327–353. https://doi.org/10.1086/681217

Giugni, M. & Grasso, M. T. (2016). How civil society actors responded to the economic crisis: The interaction of material deprivation and perceptions of political opportunity structures. *Politics & Policy*, *44*(3), 447–472. https://doi.org/10.1111/polp.12157

Golec de Zavala, A. & Keenan, O. (2021). Collective narcissism as a framework for understanding populism. *Journal of Theoretical Social Psychology*, *5*(2), 54–64. https://doi.org/10.1002/jts5.69

Gómez-Reino, M. & Llamazares, I. (2019). Populism in Spain: the role of ideational change in Podemos. In K. A. Hawkins, R. E. Carlin, L. Littvay & C. Rovira Kaltwasser (Eds.), *The ideational approach to populism: concept, theory, and analysis* (pp. 294–310). Routledge.

González-González, P., Marcos-Marné, H., Llamazares, I. & Gil de Zúñiga, H. (2022). The informational consequences of populism: Social media news use and "News Finds Me" perception. *Politics and Governance*, *10*(1), 197–209. https://doi.org/10.17645/pag.v10i1.4772

Goodwyn, L. (1976). *Democratic promise: The populist movement in America*. Oxford University Press.

Grasso, M. T. & Giugni, M. (2016). Protest participation and economic crisis: The conditioning role of political opportunities. *European Journal of Political Research*, *55*(4), 663–680. https://doi.org/10.1111/1475-6765.12153

Griffin, D. W. & Ross, L. (1991). Subjective construal, social inference, and human misunderstanding. In *Advances in Experimental Social Psychology* (Vol. 24, Issue C, pp. 319–359). Academic Press. https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60333-0

Grossman, G. & Helpman, E. (2018). Identity politics and trade policy. In *NBER Work* (No. 25348). https://doi.org/10.3386/w25348

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Hague, R. & Harrop, M. (2004). *Comparative government and politics* (6th ed.). Palgrave Macmillan.

Hameleers, M., Bos, L. & de Vreese, C. H. (2017). "They Did It": The effects of emotionalized blame attribution in populist communication. *Communication Research*, *44*(6), 870–900. https://doi.org/10.1177/0093650216644026

Hameleers, M. & de Vreese, C. H. (2020). To whom are "the people" opposed? Conceptualizing and measuring citizens' populist attitudes as a multidimensional construct. *Journal of Elections, Public Opinion and Parties*, *30*(2), 255–274. https://doi.org/10.1080/17457289.2018.1532434

Hanspeter, K., Koopmans, R., Duyvendak, J. W. & Giugni, M. G. (1997). *New social movements in Western Europe: A comparative analysis*. Routledge.

Hawkins, K. A. (2009). Is Chávez Populist?: Measuring populist discourse in comparative perspective. *Comparative Political Studies*, *42*(8), 1040–1067. https://doi.org/10.1177/0010414009331721

Hawkins, K. A., Aguilar, R., Castanho Silva, B., Jenne, E. K., Kocijan, B. & Rovira Kaltwasser, C. (2019). Measuring populist discourse: The global populism database. *Paper Presented at the 2019 EPSA Annual Conference in Belfast*.

Hawkins, K. A., Carlin, R. E., Littvay, L. & Rovira Kaltwasser, C. (2019). *The ideational approach to populism: concept, theory, and analysis*. Routledge.

Hawkins, K. A., Riding, S. & Mudde, C. (2012). *Measuring populist attitudes* (Issue 55). Committee on Concepts and Methods Working Paper Series. http://www.concepts-methods.org/Files/WorkingPaper/PC_55_Hawkins_Riding_Mudde.pdf

Hawkins, K. A. & Rovira Kaltwasser, C. (2017). What the (ideational) study of populism can teach us, and what it can't. *Swiss Political*

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Science Review, 23(4), 526–542. https://doi.org/10.1111/spsr.12281

Hawkins, K. A., Rovira Kaltwasser, C. & Andreadis, I. (2020). The activation of populist attitudes. *Government and Opposition, 55*(2), 283–307. https://doi.org/10.1017/gov.2018.23

Hayes, A. F. (2021). *PROCESS* (4.0.1). www.processmacro.org

Hayes, A. F. (2022). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach* (3rd ed.). The Guilford Press.

Hernández, R., Fernandez, C. & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación* (5th ed.). Mc Graw Hill.

Houle, C. & Kenny, P. D. (2018). The political and economic consequences of populist rule in Latin America. *Government and Opposition, 53*(2), 256–287. https://doi.org/10.1017/gov.2016.25

Huber, R. A. & Schimpf, C. H. (2016a). A drunken guest in Europe? The influence of populist radical right parties on democratic quality. *Zeitschrift Für Vergleichende Politikwissenschaft*, *10*(2), 103–129. https://doi.org/10.1007/s12286-016-0302-0

Huber, R. A. & Schimpf, C. H. (2016b). Friend or foe? Testing the influence of populism on democratic quality in Latin America. *Political Studies, 64*(4), 872–889. https://doi.org/10.1111/1467-9248.12219

Huddy, L., Sears, D. O. & Levy, J. S. (2013). *The oxford handbook of political psychology* (2nd ed.). Oxford University Press.

Hunger, S. & Paxton, F. (2021). What's in a buzzword? A systematic review of the state of populism research in political science. *Political Science Research and Methods*, 1–17. https://doi.org/10.1017/psrm.2021.44

Hustvedt, S. (2020). *"Leer me abrió la puerta a las vidas de otros" [Video]. Aprendamos Juntos* -. https://www.youtube.com/watch?v=n830bp2w39M&t=1164s

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Infante, E. (2020). *¿Qué haría Sócrates hoy con un móvil? [Video]. Aprendamos Juntos* -. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=TAeW5lNm0kU

Ionescu, G. & Gellner, E. (1969). *Populism: Its meaning and national character*. The Garden City Press.

Ivaldi, G., Lanzone, M. E. & Woods, D. (2017). Varieties of populism across a left-right spectrum: The case of the Front National, the Northern League, Podemos and Five Star Movement. *Swiss Political Science Review*, *23*(4), 354–376. https://doi.org/10.1111/spsr.12278

Jackman, R. W. & Volpert, K. (1996). Conditions favouring parties of the extreme right in Western Europe. *British Journal of Political Science*, *26*(4), 501–521. https://www.jstor.org/stable/194094?seq=1#metadata_info_tab_contents

Jagers, J. & Walgrave, S. (2007). Populism as political communication style: An empirical study of political parties' discourse in Belgium. *European Journal of Political Research*, *46*(3), 319–345. https://doi.org/10.1111/j.1475-6765.2006.00690.x

Jockers, M. (2020). *syuzhet: Extracts Sentiment and Sentiment-Derived Plot Arcs from Text* (1.0.6). https://cran.r-project.org/package=syuzhet

Jost, J. T. & Sterling, J. (2020). The language of politics: ideological differences in congressional communication on social media and the floor of Congress. *Social Influence*, *15*(2–4), 80–103. https://doi.org/10.1080/15534510.2020.1871403

Jungkunz, S., Fahey, R. A. & Hino, A. (2021). How populist attitudes scales fail to capture support for populists in power. *PLOS ONE*, *16*(12), e0261658. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0261658

Kalkhoven, L. & De Landtsheer, C. (2017). Politics, it has never been so simple: Complex versus simple rhetoric and the use of

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

hyperbole in political decision-making in the Netherlands. In P. Bursens, C. De Landtsheer, L. Braeckmans & B. Segaert (Eds.), *Complex political decision-making: Leadership, legitimacy and communication* (pp. 183–202). Routledge.

Kögl, I. (2011). A clash of paradigms: Populism and theory building. *Sociedade e Cultura*, *13*(2), 173–180. https://doi.org/10.5216/sec.v13i2.13420

Kriesi, H. (2014). The populist challenge. *West European Politics*, *37*(2), 361–378. https://doi.org/10.1080/01402382.2014.887879

Krippendorff, K. (2008). Testing the reliability of content analysis data: What is involved and why. In K. Krippendorff & M. A. Bock (Eds.), *The content analysis reader* (pp. 350–357). SAGE Publications.

Laclau, E. (2005). *On populist reason*. Verso.

Laclau, E. (2009). Populismo: ¿qué nos dice el nombre? In F. Panizza (Ed.), *El populismo como espejo de la democracia* (pp. 51–70). Fondo de Cultura Económica.

Lantos, D. & Forgas, J. P. (2021). The role of collective narcissism in populist attitudes and the collapse of democracy in Hungary. *Journal of Theoretical Social Psychology*, *5*(2), 65–78. https://doi.org/10.1002/jts5.80

Le Cheminant, W. & Parrish, J. M. (2011). *Manipulating democracy democratic theory, political psychology, and mass media*. Routledge.

Lee, Y. (2021). Averting the fallouts of the Great Recession in Belgium and the Netherlands: A research note. *Public Organization Review*, *21*(3), 409–418. https://doi.org/10.1007/s11115-020-00500-6

Lewin, K. (1951). *Field theory in social science*. Harpers & Brothers Publishers.

Mahendran, K., English, A. & Nieland, S. (2021). Populism versus the

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

people: How citizen's social representations of home destabilize national populism's territorial vision. *Journal of Theoretical Social Psychology*, *5*(2), 146–158. https://doi.org/10.1002/jts5.82

Maher, P. J., Lüders, A., Erisen, E., Rooduijn, M. & Jonas, E. M. (2022). The many guises of populism and crisis: Introduction to the special issue on populism and global crises. *Political Psychology*. https://doi.org/10.1111/POPS.12840

Manstead, A. S. R. & Hewstone, M. (1995). *The blackwell encyclopedia of social psychology*. Blackwell Publishers. https://doi.org/10.1111/b.9780631202899.1996.00019.x

Manunta, E., Becker, M., Easterbrook, M. J. & Vignoles, V. L. (2022). Economic distress and populism: Examining the role of identity threat and feelings of social exclusion. *Political Psychology*, *0*(0), 2022. https://doi.org/10.1111/POPS.12824

Marcos-Marne, H. (2021). A tale of populism? The determinants of voting for left-wing populist parties in Spain. *Political Studies*, *69*(4), 1053–1071. https://doi.org/10.1177/0032321720950215

Marcos-Marne, H., Plaza-Colodro, C. & Freyburg, T. (2019). Who votes for new parties? Economic voting, political ideology and populist attitudes. *West European Politics*, *43*(1), 1–21. https://doi.org/10.1080/01402382.2019.1608752

Marcus, G. E. (2021). The rise of populism: The politics of justice, anger, and grievance. In J. P. Forgas, W. D. Crano & K. Fieldler (Eds.), *The psychology of populism: The tribal challenge to liberal democracy* (pp. 81–104). Routledge.

Marcus, G. E., Valentino, N. A., Vasilopoulos, P. & Foucault, M. (2019). Applying the Theory of Affective Intelligence to Support for Authoritarian Policies and Parties. *Political Psychology*, *40*(S1), 109–139. https://doi.org/10.1111/pops.12571

Martín-Baró, I. (1998). *Psicología de la liberación*. Editorial Trotta.

Medeiros, M. (2021). Demand without supply: Populist attitudes

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

without salient supply-side factors of populism. *Canadian Journal of Political Science*, *54*(4), 918–938. https://doi.org/10.1017/S0008423921000779

Meijers, M. & Zaslove, A. (2020). *Populism and political parties expert survey 2018 (POPPA)*. https://dataverse.harvard.edu/dataset.xhtml?persistentId=doi:10.7910/DVN/8NEL7B

Meléndez, C. & Rovira Kaltwasser, C. (2019). Political identities: The missing link in the study of populism. *Party Politics*, *25*(4), 520–533. https://doi.org/10.1177/1354068817741287

Milgram, S. (1974). *Obedience to authority: An experimental view*. Tavistock Publications Ltd.

Miller, C. A., Guidry, J. P. D., Dahman, B. & Thomson, M. D. (2020). A tale of two diverse qualtrics samples: Information for online survey researchers. *Cancer Epidemiology Biomarkers & Prevention*, *29*(4), 731–735. https://doi.org/10.1158/1055-9965.EPI-19-0846

Moffitt, B. (2016). *The global rise of populism: Performance, political style, and representation*. Stanford University Press.

Moffitt, B. & Tormey, S. (2014). Rethinking populism: Politics, mediatisation and political style. *Political Studies*, *62*(2), 381–397. https://doi.org/10.1111/1467-9248.12032

Mohammad, S. M. (2020a). *Practical and ethical considerations in the effective use of emotion and sentiment lexicons*. http://arxiv.org/abs/2011.03492

Mohammad, S. M. (2020b). Sentiment analysis: Automatically detecting valence, emotions, and other affectual states from text. In H. L. Meiselman (Ed.), *Emotion Measurement* (2nd ed., pp. 323–379). Woodhead Publishing.

Mohammad, S. M. & Turney, P. D. (2010). Emotions evoked by common words and phrases: Using mechanical turk to create an

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

emotion lexicon. In *Proceedings of the NAACL HLT 2010 workshop on computational approaches to analysis and generation of emotion in text* (pp. 26–34). Association for Computational Linguistics.

Mohammad, S. M. & Turney, P. D. (2013). Crowdsourcing a word-emotion association lexicon. *Computational Intelligence*, *29*(3), 436–465. http://arxiv.org/abs/1308.6297

Morgan, P. (2004). *Italian Fascism, 1915-1945* (2nd ed.). Palgrave Macmillan.

Mouffe, C. (2009). EI "fín de la política" y el desafío del populismo de derecha. In F. Panizza (Ed.), *El populismo como espejo de la democracia* (pp. 71–96). Fondo de Cultura Económica.

Mudde, C. (2004). The populist zeitgeist. *Government and Opposition*, *39*(4), 541–563. https://doi.org/10.1111/j.1477-7053.2004.00135.x

Mudde, C. (2007). *Populist radical right parties in Europe*. Cambridge University Press.

Mudde, C. & Rovira Kaltwasser, C. (2013). Exclusionary vs. inclusionary populism: Comparing contemporary Europe and Latin America. *Government and Opposition*, *48*(2), 147–174. https://doi.org/10.1017/gov.2012.11

Mudde, C. & Rovira Kaltwasser, C. (2017). *Populism: A very short introduction*. Oxford University Press.

Mudde, C. & Rovira Kaltwasser, C. (2018). Studying populism in comparative perspective: Reflections on the contemporary and ruture research agenda. *Comparative Political Studies*, *51*(13), 1667–1693. https://doi.org/10.1177/0010414018789490

Müller, J.-W. (2016). *What is populism?* University of Pennsylvania Press.

Müller, P., Schemer, C., Wettstein, M., Schulz, A., Wirz, D. S., Engesser, S. & Wirth, W. (2017). The polarizing impact of news

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

coverage on populist attitudes in the public: Evidence from a panel study in four european democracies. *Journal of Communication*, *67*(6), 968–992. https://doi.org/10.1111/jcom.12337

Myklebust, J. P. (2010, February 14). The Netherlands: Students protest against grant cuts. *University World News*. https://www.universityworldnews.com/post.php?story=20100212125305864

Noonan, R. K. (1995). Women against the state: Political opportunities and collective action frames in chile's transition to democracy. *Sociological Forum*, *10*(1), 81–111. https://doi.org/10.1007/BF02098565

Norris, P. (2020). *Global party survey, 2019*. Harvard Dataverse. https://doi.org/10.7910/DVN/WMGTNS

Ofstehage, A., Wolford, W. & Borras, S. M. (2022). Contemporary populism and the environment. *Annual Review of Environment and Resources*, *47*(1), 1.1-1.26. https://doi.org/10.1146/ANNUREV-ENVIRON-012220-124635

Oliver, J. E. & Rahn, W. M. (2016). Rise of the Trumpenvolk. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, *667*(1), 189–206. https://doi.org/10.1177/0002716216662639

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2021). *OECD Data*. https://data.oecd.org/

Osborne, D. & Sibley, C. G. (2022). Political psychology: Advancing an international perspective on the psychology of political behaviour. In D. Osborne & C. G. Sibley (Eds.), *The cambridge handbook of political psychology* (pp. 3–21). Cambridge University Press. https://doi.org/10.1017/9781108779104.002

Otjes, S. P. (2012). *Imitating the newcomer. How, when and why established political parties imitate the policy positions and issue attention of new political parties in the electoral and*

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

parliamentary arena: The case of the Netherlands. Leiden University.

Patil, I. (2022). *ggstatsplot: "ggplot2" Based plots with statistical details* (0.9.2). https://cran.r-project.org/package=ggstatsplot

Pennebaker, J. W. (2011). The secret life of pronouns. *New Scientist*, *211*(2828), 42–45. https://doi.org/10.1016/S0262-4079(11)62167-2

Pennebaker, J. W., Booth, R. J., Boyd, R. L. & Francis, M. E. (2015). *Linguistic inquiry and word count: LIWC2015* (No. LIWC2015). Pennebaker Conglomerates. http://liwc.wpengine.com/

Pennebaker, J. W., Boyd, R. L., Jordan, K. & Blackburn, K. (2015). *The development and psychometric properties of LIWC2015*. University of Texas. https://doi.org/10.15781/T29G6Z

Pennebaker, J. W., Mehl, M. R. & Niederhoffer, K. G. (2003). Psychological aspects of natural language use: Our words, Our selves. *Annual Review of Psychology*, *54*(1), 547–577. https://doi.org/10.1146/annurev.psych.54.101601.145041

Petzschmann, P. (2014). Nazi germany and public administration 1933-42: The most important laboratory for depression America? *Public Administration*, *92*(2), 259–273. https://doi.org/10.1111/padm.12047

Pierce, J. J. (2021). Emotions and the policy process: enthusiasm, anger and fear. *Policy & Politics*, *49*(4), 595–614. https://doi.org/10.1332/030557321X16304447582668

Pirro, A. L. P., Taggart, P. & van Kessel, S. (2018). The populist politics of Euroscepticism in times of crisis: Comparative conclusions. *Politics*, *38*(3), 378–390. https://doi.org/10.1177/0263395718784704

Pirro, A. L. P. & van Kessel, S. (2018). Populist Eurosceptic trajectories in Italy and the Netherlands during the European crises. *Politics*, *38*(3), 327–343.

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

https://doi.org/10.1177/0263395718769511

Plagemann, J. & Destradi, S. (2019). Populism and foreign policy: The case of India. *Foreign Policy Analysis*, *15*(2), 283–301. https://doi.org/10.1093/fpa/ory010

Polk, J., Rovny, J., Bakker, R., Edwards, E., Hooghe, L., Jolly, S., Koedam, J., Kostelka, F., Marks, G., Schumacher, G., Steenbergen, M., Vachudova, M. & Zilovic, M. (2017). Explaining the salience of anti-elitism and reducing political corruption for political parties in Europe with the 2014 Chapel Hill Expert Survey data. *Research & Politics*, *4*(1), 1–9. https://doi.org/10.1177/2053168016686915

R Core Team. (2022). *R: A language and environment for statistical computing* (4.2.0). https://www.r-project.org/

Ramírez-Esparza, N., Pennebaker, J. W., García, A. & Suriá, R. (2007). Psicología del uso de las palabras: Un programa de computadora que analiza textos en español. *Revista Mexicana de Psicología*, *24*(1), 85–99.

Ramiro, L. & Gomez, R. (2017). Radical-left populism during the Great Recession: Podemos and its competition with the established radical left. *Political Studies*, *65*(1_suppl), 108–126. https://doi.org/10.1177/0032321716647400

Rapoport, L. (1962). The state of crisis: Some theoretical considerations. *Social Service Review*, *36*(2), 211–217. https://doi.org/10.1086/641243

Redlawks, D. P. & Mattes, K. (2022). Emotions and politics. In D. Osborne & C. Sibley (Eds.), *The cambridge handbook of political psychology* (pp. 139–158). Cambridge University Press.

Rempel, M. W. & Fisher, R. J. (1997). Perceived threat, cohesion, and group problem solving in intergroup conflict. *International Journal of Conflict Management*, *8*(3), 216–234. https://doi.org/10.1108/eb022796

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Rensmann, L. (2017). The noisy counter-revolution: understanding the cultural conditions and dynamics of populist politics in Europe in the digital age. *Politics and Governance, 5*(4), 123–135. https://doi.org/10.17645/pag.v5i4.1123

Repucci, S. & Slipowitz, A. (2022). *The global expansion of authoritarian rule*. https://freedomhouse.org/report/freedom-world/2022/global-expansion-authoritarian-rule

Retamozo, M. (2017). La teoría del populismo de Ernesto Laclau: Una introducción. *Estudios Políticos, 41*, 157–184. https://doi.org/10.1016/j.espol.2017.02.002

Revelle, W. (2022). *psych: Procedures for psychological, psychometric, and personality research* (2.2.5). https://cran.r-project.org/package=psych

Revelle, W. & Condon, D. M. (2019). Reliability from α to ω: A tutorial. *Psychological Assessment, 31*(12), 1395–1411. https://doi.org/10.1037/pas0000754

Rhodes-Purdy, M., Navarre, R. & Utych, S. M. (2021a). Measuring simultaneous emotions: Existing problems and a new way forward. *Journal of Experimental Political Science, 8*(1), 1–14. https://doi.org/10.1017/XPS.2019.35

Rhodes-Purdy, M., Navarre, R. & Utych, S. M. (2021b). Populist psychology: Economics, culture, and emotions. *The Journal of Politics*, *83*(4), 1559–1572. https://doi.org/10.1086/715168

Rico, G. & Anduiza, E. (2019). Economic correlates of populist attitudes: An analysis of nine european countries in the aftermath of the great recession. *Acta Politica, 54*(3), 371–397. https://doi.org/10.1057/s41269-017-0068-7

Rico, G., Guinjoan, M. & Anduiza, E. (2017). The emotional underpinnings of populism: How anger and fear affect populist attitudes. *Swiss Political Science Review*, *23*(4), 444–461. https://doi.org/10.1111/spsr.12261

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Rooduijn, M. (2014). The nucleus of populism: In search of the lowest common denominator. *Government and Opposition*, *49*(4), 573–599. https://doi.org/10.1017/gov.2013.30

Rooduijn, M. (2019). State of the field: How to study populism and adjacent topics? A plea for both more and less focus. *European Journal of Political Research*, *58*(1), 362–372. https://doi.org/10.1111/1475-6765.12314

Rooduijn, M. & Akkerman, T. (2017). Flank attacks: Populism and left-right radicalism in Western Europe. *Party Politics*, *23*(3), 193–204. https://doi.org/10.1177/1354068815596514

Rooduijn, M., de Lange, S. L. & van der Brug, W. (2014). A populist Zeitgeist ? Programmatic contagion by populist parties in Western Europe. *Party Politics*, *20*(4), 563–575. https://doi.org/10.1177/1354068811436065

Rooduijn, M., van der Brug, W. & de Lange, S. L. (2016). Expressing or fuelling discontent? The relationship between populist voting and political discontent. *Electoral Studies*, *43*, 32–40. https://doi.org/10.1016/j.electstud.2016.04.006

Rooduijn, M., van Kessel, S., Froio, C., Pirro, A., de Lange, S. L., Halikiopoulou, D., Lewis, P., Mudde, C. & Taggart, P. (2019). *The PopuList: An overview of populist, far right, far left and eurosceptic parties in Europe*. https://popu-list.org/

Ross, L. & Ward, A. (1995). Psychological barriers to dispute resolution. *Advances in Experimental Social Psychology*, *27*, 255–304. https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60407-4

Rosseel, Y. & Jorgensen, T. D. (2022). *lavaan: Latent Variable Analysis* (0.6-11). https://cran.r-project.org/package=lavaan

Rothstein, B. & Stolle, D. (2008). The state and social capital: An institutional theory of generalized trust. *Comparative Politics*, *40*(4), 441–459. https://doi.org/10.5129/001041508X12911362383354

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Rovira Kaltwasser, C. (2012). The ambivalence of populism: Threat and corrective for democracy. *Democratization*, *19*(2), 184–208. https://doi.org/10.1080/13510347.2011.572619

Rovira Kaltwasser, C. & Van Hauwaert, S. M. (2020). The populist citizen: Empirical evidence from Europe and Latin America. *European Political Science Review*, *12*(1), 1–18. https://doi.org/10.1017/S1755773919000262

Russo, G. (2020). *World War I and the rise of fascism in Italy* (dp-341). https://ideas.repec.org/p/bos/iedwpr/dp-341.html

Rydgren, J. (2004). Explaining the emergence of radical right-wing populist parties: The case of Denmark. *West European Politics*, *27*(3), 474–502. https://doi.org/10.1080/0140238042000228103

Rydgren, J. (2005). Is extreme right-wing populism contagious? Explaining the emergence of a new party family. *European Journal of Political Research*, *44*(3), 413–437. https://doi.org/10.1111/j.1475-6765.2005.00233.x

Sabucedo, J. M., Barreto, I., Seoane, G., Alzate, M., Gómez-Román, C. & Vilas, X. (2017). Political protest in times of crisis. Construction of new frames of diagnosis and emotional climate. *Frontiers in Psychology*, *8*, 1568. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.01568

Sabucedo, J. M. & Morales, J. F. (2015). *Psicología social*. Médica Panamericana.

Sabucedo, J. M. & Vilas, X. (2014). Anger and positive emotions in political protest. *Universitas Psychologica*, *13*(3), 829–838. https://doi.org/10.11144/Javeriana.UPSY13-3.apep

Sartori, G. (1970). Concept misformation in comparative politics. *American Political Science Review*, *64*(4), 1033–1053. https://doi.org/10.2307/1958356

Schöne, J. P., Parkinson, B. & Goldenberg, A. (2021). Negativity spreads more than positivity on Twitter after both positive and

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

negative political situations. *Affective Science*, *2*(4), 379–390. https://doi.org/10.1007/s42761-021-00057-7

Schulz, A., Wirth, W. & Müller, P. (2020). We are the people and you are fake news: A social identity approach to populist citizens' false consensus and hostile media perceptions. *Communication Research*, *47*(2), 201–226. https://doi.org/10.1177/0093650218794854

Schumacher, G., Rooduijn, M. & Bakker, B. N. (2022). Hot populism? Affective responses to antiestablishment rhetoric. *Political Psychology*. https://doi.org/10.1111/POPS.12832

Simón, P. (2016). The challenges of the new spanish multipartism: Government formation failure and the 2016 general election. *South European Society and Politics*, *21*(4), 493–517. https://doi.org/10.1080/13608746.2016.1268292

Simón, P. (2020). The multiple spanish elections of april and may 2019: The impact of territorial and left-right polarisation. *South European Society and Politics*, *25*(3–4), 441–474. https://doi.org/10.1080/13608746.2020.1756612

Snow, D. A. & Benford, R. D. (1992). Master frames and cycles of protest. In A. D. Morris & C. M. Mueller (Eds.), *Frontiers in social movement theory*. Yale University Press.

Sola, J. & Rendueles, C. (2018). Podemos, the upheaval of Spanish politics and the challenge of populism. *Journal of Contemporary European Studies*, *26*(1), 99–116. https://doi.org/10.1080/14782804.2017.1304899

Spector, P. E. (2019). Do not cross me: Optimizing the use of cross-sectional designs. *Journal of Business and Psychology*, *34*(2), 125–137. https://doi.org/10.1007/s10869-018-09613-8

Spruyt, B., Keppens, G. & Van Droogenbroeck, F. (2016). Who supports populism and what attracts people to it? *Political Research Quarterly*, *69*(2), 335–346. https://doi.org/10.1177/1065912916639138

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Staerklé, C., Cavallaro, M., Cortijos-Bernabeu, A. & Bonny, S. (2022). Common sense as a political weapon: Populism, science skepticism, and global crisis-solving motivations. *Political Psychology*. https://doi.org/10.1111/POPS.12823

Stanley, B. (2008). The thin ideology of populism. *Journal of Political Ideologies*, *13*(1), 95–110. https://doi.org/10.1080/13569310701822289

Stanley, B. (2011). Populism, nationalism, or national populism? An analysis of Slovak voting behaviour at the 2010 parliamentary election. *Communist and Post-Communist Studies*, *44*(4), 257–270. https://doi.org/10.1016/j.postcomstud.2011.10.005

Stathi, S. & Guerra, R. (2021). Unpacking the social psychology of populism: A brief introductory note. *Journal of Theoretical Social Psychology*, *5*(2), 50–53. https://doi.org/10.1002/jts5.98

Stavrakakis, Y. & Katsambekis, G. (2014). Left-wing populism in the European periphery: The case of SYRIZA. *Journal of Political Ideologies*, *19*(2), 119–142. https://doi.org/10.1080/13569317.2014.909266

Taggart, P. (2002). Populism and the pathology of representative politics. In Y. Mény & Y. Surel (Eds.), *Democracies and the populist challenge* (pp. 62–80). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/9781403920072_4

Tajfel, H. (1982). Social psychology of intergroup relations. *Annual Review of Psychology*, *33*(1), 1–39. https://doi.org/10.1146/annurev.ps.33.020182.000245

Tarrow, S. (1993a). Cycles of collective action: Between moments of madness and the repertoire of contention. *Social Science History*, *17*(2), 281–307. https://doi.org/10.2307/1171283

Tarrow, S. (1993b). Social protest and policy reform: May 1968 and the Loi d'Orientation in France. *Comparative Political Studies*, *25*(4), 579–607. https://doi.org/10.1177/0010414093025004006

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Tarrow, S. (2011). *Power in movement: Social movements and contentious politics* (3rd ed.). Cambridge University Press.

Tausczik, Y. R. & Pennebaker, J. W. (2010). The psychological meaning of words: LIWC and computerized text analysis methods. *Journal of Language and Social Psychology*, *29*(1), 24–54. https://doi.org/10.1177/0261927X09351676

Team Populism. (2018). *Policy brief on populism in Europe and the Americas: What, when, who, and so what?* https://populism.byu.edu/App_Data/Publications/SegoviaMemo_final.pdf

The V-Dem Institute Team. (2021). *Autocratization Turns Viral - Democracy Report 2021*. https://www.v-dem.net/democracy_reports.html

Tingley, D., Yamamoto, T., Hirose, K., Keele, L. & Imai, K. (2014). mediation : R package for causal mediation analysis. *Journal of Statistical Software*, *59*(5), 1–38. https://doi.org/10.18637/jss.v059.i05

Turnbull-Dugarte, S. J. (2019). Explaining the end of Spanish exceptionalism and electoral support for Vox. *Research & Politics*, *6*(2), 205316801985168. https://doi.org/10.1177/2053168019851680

Turnbull-Dugarte, S. J., Rama, J. & Santana, A. (2020). The baskerville's dog suddenly started barking: Voting for VOX in the 2019 Spanish general elections. *Political Research Exchange*, *2*(1), 1781543. https://doi.org/10.1080/2474736X.2020.1781543

Tutu, D. (2004). *God has a dream: A vision of hope for our times*. Random House Group.

Urbanska, K., Pehrson, S. & Guimond, S. (2021). Power to the people: Disidentification with the government and the support for populism. *Journal of Theoretical Social Psychology*, *5*(2), 79–89. https://doi.org/10.1002/jts5.77

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Urbinati, N. (2019). Political theory of populism. *Annual Review of Political Science*, *22*(1), 111–127. https://doi.org/10.1146/annurev-polisci-050317-070753

Uysal, M. S. (2022). Populist attitudes moderates the negative relationship between national identity and support for pro-refugee policies. *Analyses of Social Issues and Public Policy*, *22*(1), 253–267. https://doi.org/10.1111/asap.12297

Valle-Inclán, R. M. (2017). *La lámpara maravillosa* (E. Robsy (ed.)). textos.info biblioteca digital abierta.

Van Assche, J., Dhont, K., Van Hiel, A. & Roets, A. (2018). Ethnic diversity and support for populist parties: The "right" road through political cynicism and lack of trust. *Social Psychology*, *49*(3), 182–189. https://doi.org/10.1027/1864-9335/a000340

van Gent, W. P. C., Mamadouh, V. D. & van der Wusten, H. H. (2013). Political reactions to the euro crisis: Cross-national variations and rescaling issues in elections and popular protests. *Eurasian Geography and Economics*, *54*(2), 135–161. https://doi.org/10.1080/15387216.2013.811362

Van Hauwaert, S. M., Schimpf, C. H. & Azevedo, F. (2020). The measurement of populist attitudes: Testing cross-national scales using item response theory. *Politics*, *40*(1), 3–21. https://doi.org/10.1177/0263395719859306

Van Hauwaert, S. M. & Van Kessel, S. (2018). Beyond protest and discontent: A cross-national analysis of the effect of populist attitudes and issue positions on populist party support. *European Journal of Political Research*, *57*(1), 68–92. https://doi.org/10.1111/1475-6765.12216

van Kersbergen, K., Vis, B. & Hemerijck, A. (2014). The Great Recession and welfare state reform: Is retrenchment really the only game left in town? *Social Policy & Administration*, *48*(7), 883–904. https://doi.org/10.1111/spol.12063

van Prooijen, J., Cohen Rodrigues, T., Bunzel, C., Georgescu, O.,

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Komáromy, D. & Krouwel, A. P. M. (2022). Populist gullibility: Conspiracy theories, news credibility, bullshit receptivity, and paranormal belief. *Political Psychology*. https://doi.org/10.1111/pops.12802

van Prooijen, J., Rosema, S., Chemke-Dreyfus, A., Trikaliti, K. & Hormigo, R. (2022). Make it great again: The relationship between populist attitudes and nostalgia. *Political Psychology*, *0*(0), 2022. https://doi.org/10.1111/POPS.12825

van Stekelenburg, J. & Klandermans, B. (2013). The social psychology of protest. *Current Sociology*, *61*(5–6), 886–905. https://doi.org/10.1177/0011392113479314

Van Swol, L. M., Ahn, P. H., Prahl, A. & Gong, Z. (2021). Language use in group discourse and its relationship to group processes. *SAGE Open*, *11*(1), 215824402110018. https://doi.org/10.1177/21582440211001852

van Zomeren, M. (2021). Toward an integrative perspective on distinct positive emotions for political action: Analyzing, comparing, evaluating, and synthesizing three theoretical perspectives. *Political Psychology*, *42*(S1), 173–194. https://doi.org/10.1111/pops.12795

Vilas, X., Alzate, M. & Sabucedo, J. M. (2016). Mobilized citizenship: Motives, emotions and context. *Diversitas: Perspectivas En Psicología*, *12*(2), 167–181. https://doi.org/10.15332/s1794-9998.2016.0002.01

Walgrave, S. & Verhulst, J. (2011). Selection and response bias in protest surveys. *Mobilization: An International Quarterly*, *16*(2), 203–222.

Weyland, K. (2001). Clarifying a contested concept: Populism in the study of Latin American politics. *Comparative Politics*, *34*(1), 1–22. https://doi.org/10.2307/422412

Widmann, T. (2021). How emotional are populists really? Factors explaining emotional appeals in the communication of political

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

parties. *Political Psychology*, *42*(1), 163–181. https://doi.org/10.1111/pops.12693

Widmann, T. (2022). Fear, hope, and COVID-19: Emotional elite rhetoric and its impact on the public during the first wave of the COVID-19 pandemic. *Political Psychology*, *0*(0), 2022. https://doi.org/10.1111/pops.12831

Willig, C. & Stainton-Rogers, W. (2017). *The SAGE handbook of qualitative research in psychology* (2nd ed.). SAGE Publications.

World Bank. (2021). *World bank ppen data*. https://data.worldbank.org/

Wuttke, A., Schimpf, C. & Schoen, H. (2020). When the whole is greater than the sum of its parts: On the conceptualization and measurement of populist attitudes and other multidimensional constructs. *American Political Science Review*, *114*(2), 356–374. https://doi.org/10.1017/S0003055419000807

Yardley, L. & Bishop, F. L. (2017). Mixing qualitative and quantitative methods: A pragmatic approach. In C. Willig & W. Stainton-Rogers (Eds.), *The SAGE handbook of qualitative resarch in psychology* (2nd ed., pp. 398–413). SAGE Publications.

Yuan, K.-H. & Bentler, P. M. (1998). 9. Structural equation modeling with robust covariances. *Sociological Methodology*, *28*(1), 363–396. https://doi.org/10.1111/0081-1750.00052

Zanotti, L. & Rama, J. (2021). Support for liberal democracy and populist attitudes: A pilot survey for young educated citizens. *Political Studies Review*, *19*(3), 511–519. https://doi.org/10.1177/1478929920945856

Zhuravskaya, E., Petrova, M. & Enikolopov, R. (2020). Political effects of the internet and social media. *Annual Review of Economics*, *12*(1), 415–438. https://doi.org/10.1146/annurev-economics-081919-050239

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Ziller, C. & Schübel, T. (2015). “The Pure People” versus “the Corrupt Elite”? Political corruption, political trust and the success of radical right parties in Europe. *Journal of Elections, Public Opinion and Parties, 25*(3), 368–386. https://doi.org/10.1080/17457289.2014.1002792

Zulianello, M. (2020). Varieties of populist parties and party systems in Europe: From state-of-the-Art to the application of a novel classification scheme to 66 parties in 33 countries. *Government and Opposition, 55*(2), 327–347. https://doi.org/10.1017/gov.2019.21

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

USC
UNIVERSIDADE
DE SANTIAGO
DE COMPOSTELA

ANEXOS

ANEXO A. DIVULGACIÓN DE FINANCIAMIENTO

La realización de esta tesis contó con el apoyo de las siguientes becas y ayudas, concedidas en convocatorias competitivas:

- Beca *Pasaporte a la Ciencia* del Programa Colombia Científica 2019, Convocatoria No. 5 concedida a la autora para realizar sus estudios de doctorado en el exterior otorgada por: Ministerio de Educación Nacional, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; Minciencias e ICETEX de Colombia.

- *Beca Iberoamérica. Santander Investigación 2019-2020* concedida a la autora para llevar a cabo su estancia de investigación en la Pontificia Universidad Católica de Chile.

- Premio Travel Grants Program 2019 - Early Career Scholar de la International Society of Political Psychology dado a la autora para participar en la ISPP Annual Meeting 2019 en Lisboa, Portugal.

- Programa de ayudas para la consolidación y estructuración de unidades de investigación competitivas de la Xunta de Galicia para grupos con potencial de crecimiento, que facilitó la participación de la autora en congresos científicos y cursos de verano de la Sociedad Científica Española de Psicología Social y la International Society of Political Psychology.

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

ANEXO B. INFORME DEL COMITÉ DE BIOÉTICA DE LA UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

VICERREITORÍA DE INVESTIGACIÓN
E INNOVACIÓN
Oficina de Investigación e Tecnoloxía
Servizo de Convocatorias e Recursos Humanos de I+S
Edificio CACTUS – Campus Vida
15782 Santiago de Compostela
Tel. 981 547 040 - Fax 981 547 077
Correo electrónico: oitinfo@usc.es
http://imaisd.usc.es

JOSÉ MANUEL CIFUENTES MARTÍNEZ, PRESIDENTE DEL COMITÉ DE BIOÉTICA DE LA UNIVERSIDAD DE SANTIAGO DE COMPOSTELA,

INFORMA:

Que el estudio para "**conocer la relación entre opiniones y actitudes políticas,** dentro del proyecto de investigación: **"Protesta política en épocas de crisis. Dinámica movilizadora y actitudes populistas",** del que es investigador principal D. **José Manuel Sabucedo Cameselle,** ha sido examinado por el Comité de Bioética de esta Universidad, cumpliendo su protocolo experimental los requisitos éticos exigidos.

Este documento no exime de la obtención de permisos o autorizaciones y el cumplimiento de otras normativas de aplicación.

Lugo, 28 de febrero de 2018.







En esta tesis nos propusimos avanzar en la comprensión delapoyo al populismo desde una perspectiva psicosocial. Para ello, realizamos tres estudios, uno sobre la narrativa de actores políticos que promueven ideas populistas (oferta) y dos que buscaron identificar factores predictores de la activación de actitudes populistas en la ciudadanía (demanda). Los resultados sobre la oferta revelan que las narrativas populistas tienden a promover confrontación intergrupal y emplear lenguaje emocional más negativo. Los hallazgos relativos a la demanda muestran que la activación de las actitudes populistas está precedida por la percepción negativa del sistema político, la experiencia emocional de ira, la identificación y entusiasmo con el cambio que generan actores con ideas populistasy el estilo cognitivo del monopolio de la verdad.