

Recepción y asimilación de un sistema de creencias: el caso de la 4T en México

Reception and Assimilation of a Belief System: the Case of the 4T in Mexico

Alejandro Moreno*
María Salgado Meade**

Recibido el 09 de abril de 2023
Aceptado el 27 de junio de 2023

Resumen

Desde 2018, cuando fue electo a la presidencia, Andrés Manuel López Obrador y su gobierno han difundido un sistema de creencias entre la sociedad mexicana que refleja los principios de su movimiento político y articula los contenidos de la llamada Cuarta Transformación, también conocida como 4T. Con esos principios se ha buscado destacar una cosmovisión distinta a lo que el presidente se ha referido como el modelo neoliberal o conservador que, en su narrativa, rigió en México en las tres décadas y media previas a la llegada de Morena al gobierno. Las conferencias matutinas del mandatario han jugado un papel central y predominante en la definición y difusión del sistema de creencias obradorista. En este artículo analizamos el alcance y posible impacto que eso ha tenido en la opinión pública mexicana. Entre los hallazgos principales documentamos una notable varianza en la recepción y asimilación de mensajes de la 4T, mostrando que estos han permeado con mucha mayor claridad entre los simpatizantes del partido gobernante y entre los públicos afines al presidente y su movimiento, reflejando fenómenos de atención y asimilación selectivas. Dado que la narrativa del obradorismo suele etiquetarse dentro de la actual retórica populista en el mundo, también discutimos ese aspecto a la luz de nuestros resultados.

Palabras clave

Sistemas de creencias, ideologías, apoyo político, comunicación política, “cuarta transformación”.

* Profesor del Departamento Académico de Ciencia Política, Instituto Tecnológico Autónomo de México, ITAM. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores, Nivel III.

** Egresada de la Licenciatura en Ciencia Política, Instituto Tecnológico Autónomo de México, ITAM.

Abstract

Since 2018, when he was elected to the presidency, Andrés Manuel López Obrador and his government have spread a belief system among Mexican society that reflects the principles of his political movement and articulates the contents of the so-called Fourth Transformation, also known as 4T. With these principles, an attempt has been made to highlight a different worldview from what the president has referred to as the neoliberal or conservative model that, in his narrative, governed Mexico in the three and a half decades prior to Morena's arrival in government. The president's morning press conferences have represented a central and predominant space for the definition and dissemination of the obradorist belief system. In this article, we analyze the scope that it has had among Mexican public opinion. Among the main findings, we document a notable variance in the reception and assimilation of 4T messages, showing that these have permeated much more clearly among supporters of the ruling party and among publics related to the president and his movement, reflecting phenomena of selective attention and assimilation. Given that the obradorism narrative is usually labeled within the current populist rhetoric in the world, we also discuss this aspect in light of our results.

Key words

Belief systems, ideologies, political support, political communications, Fourth Transformation.

Luego de ganar las elecciones presidenciales en junio de 2018, Andrés Manuel López Obrador (AMLO) echó a andar una narrativa que acompañaría sus esfuerzos de gobierno a partir del 1 de diciembre de ese año. En dicha narrativa, el presidente electo destacó un componente central: que su gobierno encabezaría una Cuarta Transformación (4T) en el país, haciendo alusión a tres grandes transformaciones previas: el movimiento de Independencia, la reforma liberal y la Revolución mexicana, las dos primeras en el siglo XIX y la tercera a inicios del siglo XX. Las primeras veces que hizo referencia a la Cuarta Transformación del país, el entonces nuevo mandatario no definió del todo a qué se refería o en qué consistía dicha transformación, así que el concepto se fue hilvanando poco a poco a través del discurso cotidiano de su gobierno, y principalmente, aunque no exclusivamente, mediante sus conferencias matutinas. Así, la Cuarta Transformación se ligó con diversas ideas abstractas y recurrentes en el discurso presidencial, tales como “purificar la vida pública del país” o la “austeridad republicana”, dándoles forma, como en el caso de la austeridad, a través de recortes presupuestales y de la cancelación de diversos fideicomisos públicos. También se fueron delineando principios rectores de gobierno, una especie de *ethos* político en el que se conjugaron ideas ya conocidas de AMLO de años previos con variantes o agregados más recientes. El *ethos* de la 4T incluye principios como la voluntad del pueblo, “primero los pobres”, el combate a la corrupción, el señalamiento de los privilegios, la acusación a “los conservadores”. Por si fuera poco, en el sistema de creencias de la 4T también se hicieron ajustes retóricos, como el relacionado al papel que juegan las fuerzas armadas en la vida pública.

Algunos de estos aspectos mencionados suelen verse como parte del discurso populista contemporáneo, con un liderazgo político hablando “a nombre del pueblo” y en contra de las élites (Müller 2016/2017), y marcando un estilo político muy propio de la actualidad (Moffitt 2016). Hay quienes incluso identifican el uso de mentiras o desinformación como parte del estilo populista de hoy en día (Fieschi 2019). En el caso particular del discurso de AMLO, algunos trabajos dan por sentado no sólo su carácter populista sino hasta demagógico (Espino 2021). Para propósitos de este artículo mencionaremos los elementos discursivos del mandatario como componentes del sistema de creencias de la 4T, dejando para la sección de conclusiones una reflexión acerca de la carga *populista* que se le atribuye. No obstante, sí es importante decir que, aunque López Obrador ya venía desarrollando a lo largo de su historial político varias de las ideas que hoy forman parte del sistema de creencias de la 4T, como es el caso del énfasis en los pobres, la narrativa actual de su gobierno se ha venido construyendo desde la campaña presidencial de 2018 y más agudamente desde el periodo de AMLO como presidente electo. En ese sentido, proponemos que ha habido una construcción discursiva relativamente nueva que distinguen a López Obrador y su movimiento antes y después de ganar las elecciones presidenciales de 2018. Nuestros esfuerzos por

documentar y analizar los alcances del discurso tienen que ver precisamente con la difusión de elementos retóricos que se han articulado en la etapa del obradorismo como gobierno federal, más que como oposición. De nuevo, hay factores comunes que conectan a ambos periodos y que pueden detectarse en la discursiva de AMLO cuando se desempeñó como jefe de gobierno de la Ciudad de México (2000-2006), pero nuestra atención se centra en el discurso ya difundido desde el gobierno federal o justo antes de asumir formalmente el cargo.

En cierta manera, nuestro análisis se enfoca en cómo la comunicación gubernamental permea entre la ciudadanía. Esa sería acaso nuestra pregunta más genérica. Por supuesto, saber cómo se ha ido construyendo el discurso y la narrativa de gobierno es importante, así como la identificación de los diversos canales para su difusión (Salgado 2023) o los contenidos retóricos específicos que se utilizan (Espino 2021). Pero nuestra principal atención aquí se centra en el grado en que dicha narrativa ha encontrado recepción y asimilación entre la sociedad mexicana. Nuestra pregunta guía es hasta qué punto eso que denominamos el sistema de creencias de la Cuarta Transformación ha permeado en la opinión pública. Una encuesta nacional realizada en noviembre de 2018, a unos días de que AMLO tomara posesión como presidente de México y a varias semanas de que hubiese pronunciado por primera vez el concepto, arrojó que el 18% de las personas entrevistadas había escuchado hablar de la Cuarta Transformación, mientras que el 81% no había escuchado hablar de ello (Moreno 2018). El dato nos da una amplia idea de la falta de familiaridad con el término al inicio de la administración obradorista.

Considerando el propósito del artículo, nos preguntamos cuál ha sido el alcance en la recepción y la asimilación del sistema de creencias difundido por el presidente y su gobierno. Por *recepción* nos referimos al componente informativo y comunicacional, al grado de recordación y de familiaridad con los elementos discursivos. Por *asimilación* o *articulación* entendemos la internalización de las creencias de dicho sistema entre la gente, algo similar al concepto de *constraint* al que se refería el politólogo Philip Converse (1964) en su clásico trabajo sobre la naturaleza de los sistemas de creencias entre los públicos de masas. Converse definió un sistema de creencias como “una configuración de ideas y actitudes en la que los elementos están unidos por una forma de *constraint* o interdependencia funcional” (1964: 207). El concepto de *constraint* tiene cierta complejidad, por lo que vamos a entenderlo como una forma de asimilación o conexión de los elementos del sistema de creencias: hasta qué punto la persona conecta una postura favorecida por la 4T con otras posturas también afines al movimiento o al *ethos* político obradorista.

Siguiendo a Converse, el alcance de la difusión de un sistemas de creencias o ideologías políticas en las sociedades puede llegar a conocerse midiendo el grado de *constraint* (recepción o asimilación, en nuestros términos) empleando métricas sobre qué tanto sabe la persona sobre el sistema de creencias y qué

tanto está de acuerdo con sus elementos.¹ En otras palabras, medir qué tanto sabe o recuerda la gente de los elementos discursivos y qué tanto estos les sirven como principios organizadores de su propio pensamiento político nos dice mucho sobre el proceso de comunicación política y la difusión de ideas y creencias en el ámbito político. Converse encontró que en los Estados Unidos de la década de los cincuenta solo una minoría de electores a nivel nacional reflejaba fielmente los contenidos ideológicos emitidos por las élites políticas norteamericanas, y que el grado de articulación o *constraint* del sistema de creencias tendía a desvanecerse conforme se pasaba de mayores a menores niveles de información política entre el electorado. Este hallazgo se llegó a etiquetar como la tesis de la “inocencia ideológica”, no solamente dando a entender que la gran mayoría del electorado no ve la política bajo la misma óptica que las élites políticas más ideologizadas, sino que el proceso de comunicación o difusión de ideas tiene una fuerte varianza en cuanto a su alcance.

Aunque hubo intentos posteriores, y un tanto fallidos, por demostrar que el grado de ideologización en los convulsionados años sesenta era mayor al que Converse había encontrado durante la década previa (Nie et al. 1979), revisiones más recientes como la de Kinder y Kalmoe (2017) sugieren que la tesis de la “inocencia ideológica” sigue teniendo un sólido sustento empírico en la actualidad. Si bien Converse documentó que la distribución de información entre el electorado es asimétrica, también detectó a los públicos temáticos (*issue publics*), que son más probables de poner atención a ciertos contenidos por encima de otros y a asimilar esa información con un mayor nivel de *constraint*. Así que las asimetrías en información y grado de articulación o *constraint* variaban de un tema a otro, según el grupo o subgrupo del electorado.

Siguiendo muy de cerca los argumentos de Converse, John Zaller (1992) mostró que la varianza en el grado de atención política de la gente refleja en buena medida sus predisposiciones políticas. Por ejemplo, los partidarios del partido Republicano en Estados Unidos son más probables de seguir las señales comunicacionales del liderazgo republicano, así como los electores liberales son más probables de seguir e incluso asimilar las señales informativas de las élites políticas liberales. De ser así, se esperaría que las personas o electores afines a López Obrador o a su partido no solamente muestren mayores niveles de atención a la narrativa de la 4T, sino que también debieran evidenciar un mayor nivel de articulación o acuerdo con las posturas y principios de ese movimiento político. En otras palabras, nuestra hipótesis es que el sistema de creencias de la 4T tiene más probabilidades de recepción y asimilación entre los electores afines a la propia 4T y/o al presidente López Obrador. Esta expectativa de atención selectiva ha tenido sustento en otros trabajos previos, como el de Castro, Ley y Beltrán (2020), quienes reportan que en las elecciones de 2018 los partidarios de Morena dieron una mayor acogida a la retórica “populista” de AMLO; además, esos autores también afirman que las

¹ Converse se refería a sistemas de creencias para no nublar su argumento teórico con los significados peyorativos de *ideología* en el contexto de la guerra fría, pero para él eran conceptos equivalentes.

personas que obtenían *scores* más altos en una escala de populismo eran más probables de creer que en el país dominaba una “mafia del poder”, uno de los elementos recurrentes en la retórica de López Obrador desde tiempo atrás.

En cierta medida, las investigaciones que Converse y Zaller hicieron en su momento sobre la comunicación política nos permiten plantear expectativas sobre la difusión del sistema de creencias de la 4T más recientemente, en particular desde la perspectiva de cómo la gente ha procesado y asimilado esa narrativa discursiva relativamente nueva.

Para probar nuestras hipótesis incluimos en una encuesta nacional realizada en el mes de febrero de 2023 una serie de preguntas para medir tanto el componente informativo (recepción) como el componente de asimilación (o acuerdo) relativos a la narrativa de la Cuarta Transformación. La encuesta es parte del seguimiento mensual de mediciones de opinión pública del periódico EL Financiero, y se realizó por vía telefónica a 500 personas los días 24 y 25 de febrero de 2023. Las entrevistas se hicieron a número fijos y celulares, con un muestreo que combinó la selección probabilística de número existentes con la generación de números aleatorios o RDD. Los autores agradecemos a El Financiero por permitirnos utilizar los datos para preparar este artículo académico.

Nuestros datos y análisis muestran que, efectivamente, la narrativa de la 4T tiene un mayor grado de recepción y de asimilación entre los públicos afines al presidente y su partido. También indican que entre mayor es el grado de recepción a los mensajes de la 4T, mayor es el grado de acuerdo con las posturas del presidente y su gobierno. Adicionalmente, nuestros análisis reflejan que el uso de medios tradicionales de comunicación o de nuevas tecnologías de redes sociales son factores fuertemente diferenciadores tanto en la recepción como en la asimilación del sistema de creencias. La difusión del discurso gubernamental tiene canales más propicios y menos propicios, según sugieren los datos aquí examinados. Antes de proceder a la descripción de datos y al análisis, valga una breve discusión acerca de los procesos de comunicación política en nuestro país, y en particular de lo que consideramos que constituye el sistema de creencias de la 4T. Nuestra postura es que para un debido entendimiento acerca de cómo se diseminan actualmente las ideologías resulta muy útil retomar las premisas básicas y clásicas sobre la difusión de los sistemas de creencias, como la perspectiva de Converse (1964), posteriormente complementada por Zaller (1992), sin perder de vista algunas de las críticas y revisiones que se han hecho, principalmente a la teoría de Converse (Friedman 2006).

El sistema de creencias de la 4T

Durante su larga e influyente carrera política en México, Andrés Manuel López Obrador ha ido proyectando una visión propia en la narrativa pública. Como presidente nacional del PRD en los años noventa, como Jefe de Gobierno de la Ciudad

de México entre 2000 y 2006, como uno de los líderes de oposición durante varios años, y como candidato presidencial en 2006 y 2012, AMLO ha delineado y difundido un *ethos* político con fuertes repercusiones en el electorado nacional. El triunfo electoral en su tercer intento por llegar a la presidencia en 2018 marca una nueva etapa en su construcción discursiva, manteniendo algunos de los componentes anteriores de su retórica de oposición e integrando elementos retóricos nuevos, más propios de la posición de gobierno. La noción de una Cuarta Transformación del país estuvo entre las novedades. Desde que la planteó por primera vez, le faltó definir en qué consiste, pero la construcción discursiva posterior ha incluido referencias a cambios institucionales de fondo, a cambios valorativos o culturales entre la sociedad, y a una manera distinta de gobernar. Es decir, un poco de todo.

En su análisis sobre el discurso obradorista, el consultor Luis Antonio Espino argumenta que el término “Cuarta Transformación” es la “columna vertebral del discurso presidencial” de AMLO y que su “uso sistemático” busca “moldear la percepción” sobre el presidente y su gobierno, con un propósito deliberadamente propagandístico (2021: 56-57). Si bien Espino detecta distintos aspectos retóricos del discurso de la 4T, tales como el componente polarizante de “ellos” vs. “nosotros” y una constante referencia al “pueblo”, su análisis no ofrece elementos para evaluar el alcance y penetración del discurso obradorista entre la opinión pública. Nuestro propósito es brindar datos que complementen la ecuación, en la que de un lado está la construcción y difusión del discurso con su sistema de creencias subyacente, y del otro se encuentran los fenómenos de recepción y articulación de dicho sistema de creencias entre la sociedad.

A pesar del uso sistemático y reincidente de los elementos discursivos de AMLO y su gobierno, hacia la segunda mitad del año 2022, casi cuatro años después de iniciar su gestión presidencial, no había entre la población una idea clara sobre lo que significaba la Cuarta Transformación. Una encuesta nacional realizada en septiembre de ese año evidenció que alrededor de un tercio (32%) de personas entrevistadas entendían la Cuarta Transformación propuesta por el presidente como “un cambio en las instituciones y leyes del país”; otro tercio (32%) la percibía como “un cambio en la forma y estilo de gobernar”; una quinta parte (21%) optó por describirla como “las ideas, creencias y formas de pensar de los actuales gobernantes”, y casi una décima parte (12%) señaló que la 4T se refiere a “un cambio en la cultura y conducta de la gente” (Moreno 2022), algo en lo que, de hecho, el presidente ha puesto un particular énfasis. El 3% restante no respondió la pregunta.

Como lo mencionamos antes, para fines de nuestro análisis nos concentramos en los elementos retóricos de la 4T, los cuales reflejan, hasta cierto punto, tanto el *ethos* como algunos elementos discursivos e incluso ideológicos de la política obradorista. Volviendo a Converse (1964), un sistema de creencias es otra forma de referirse a la ideología. Éstos se difunden en forma de paquetes (*packages*) informativos que establecen qué va con qué y por qué, y el grado de *constraint* entre el público nos deja ver qué tan bien ha permeado dicho paquete ideológico. En palabras de Jeffrey Friedman, un ideólogo a la Converse tiene actitudes políticas

más predecibles que un no ideólogo, precisamente porque su articulación del *belief system* permite deducir o predecir a partir de una actitud otras actitudes más, como esperaría Converse (Friedman 2006). Como bien lo sugiere Friedman, el sistema de creencias genera una serie de heurísticas para entender y procesar la política de una cierta manera.

Para Converse, la articulación o *constraint* puede tener una naturaleza estática en la cual las cosas que se cree que van juntas están de acuerdo con el *belief system*. También pueden tener una naturaleza dinámica, por medio de la cual se reconocen adaptaciones discursivas o cambios en la relación entre los componentes del sistema de creencias. Por ejemplo, cuando una periodista cuestionó al presidente López Obrador en su conferencia matutina si había cambiado de opinión respecto al papel que deben jugar las fuerzas armadas, él simplemente respondió que sí, que había cambiado de opinión. Como opositor pensaba una cosa (que las fuerzas armadas deberían estar en sus cuarteles) y como presidente otra (que las fuerzas armadas deberían desempeñar un rol activo en el proyecto de transformación). Entre los seguidores de su movimiento eso no se vio como una muestra de incoherencia o de rompimiento con sus principios, sino como una adaptación necesaria al sistema de creencias de la 4T, en la cual los militares evocan un agente patriótico, servicial y honesto para participar en áreas de la administración pública como las aduanas o la construcción de obras de infraestructura, además de labores de seguridad pública.

Las fuentes de *constraint* de los sistemas de creencias, según Converse, eran tanto lógicas como psicológicas y sociales. En ese sentido, el sistema de creencias obradorista puede tener diversas fuentes de justificación. El discurso en favor del pueblo y contra las élites se basa en la noción de injusticias sociales, por ejemplo, mientras que el llamado a la austeridad se conecta con el intento de reducir la corrupción, una relación funcional que para AMLO ha sido más que lógica. En el fondo, un sistema de creencias establece que si una persona cree en tal cosa entonces debe creer en tal otra, como diría Converse. Algunos análisis con base en las teorías de Converse (1964) y Zaller (1992) se han publicado en esta revista con anterioridad (ver Moreno 2006 y Moreno y Martínez 2006).

En resumen, el sistema de creencias de la 4T establece una transformación a favor del pueblo, y principalmente de quienes han estado relegados del desarrollo. Para López Obrador, el periodo del neoliberalismo benefició a unos pocos y mantuvo marginada a la mayoría del pueblo. En ese sentido, las acciones de gobierno se enfocarían a dismantelar los privilegios de las élites que han acaparado tanto el poder político como el poder económico en el país. López Obrador también comunicó la idea de una “purificación” de la vida pública, entendiendo por esta un combate a la corrupción liderado por el ejemplo y la moralidad, no tanto a través de reglas o procesos específicos de monitoreo y rendición de cuentas. Para el presidente, la gente del pueblo es buena por naturaleza y no se requiere más que la moral para que actúe con honestidad. Las instituciones y organismos autónomos que se fueron formando en las décadas previas a la par de la democratización

mexicana las ve como agentes corruptos y defensores de los privilegios. La narrativa de su movimiento enfatiza la naturaleza corrupta de quienes gobernaron antes y distingue al gobierno obradorista bajo la premisa “no somos iguales”.

Si bien es importante definir o entender los componentes del sistema de creencias, lo más importante para nuestros objetivos es analizar su transmisión o difusión, lo cual examinamos indirectamente a partir de medidas de alcance y recepción, así como de asimilación entre la opinión pública. Para ello empleamos los datos de una encuesta nacional que se describe con más detalle a continuación.

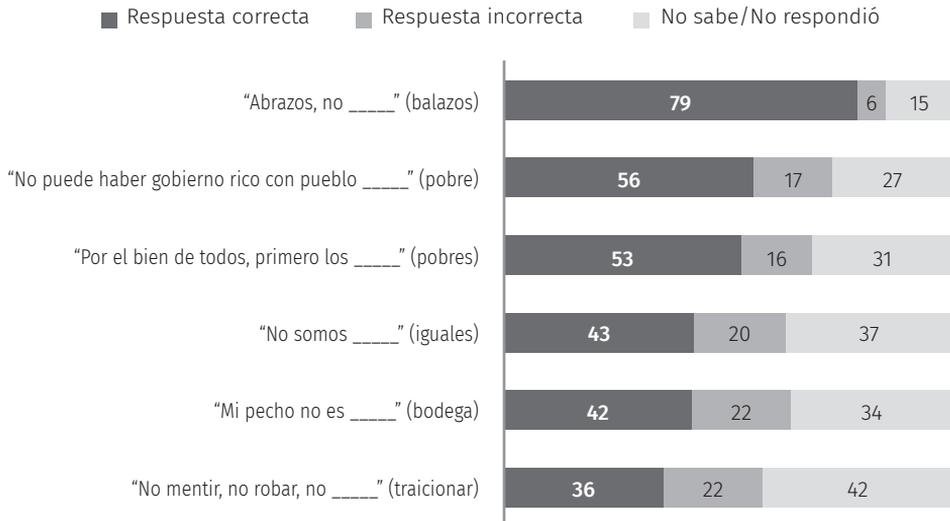
Datos e hipótesis

Como se mencionó antes, la evidencia empírica que empleamos en este artículo proviene de una encuesta nacional aplicada por vía telefónica a 500 personas adultas los días 24 y 25 de febrero de 2023 (ver Moreno 2023a, Moreno 2023b). Algunas de las preguntas empleadas se concibieron y diseñaron como parte de la investigación de tesis de licenciatura de uno de los autores de este artículo (Salgado 2023).

En la encuesta se incluyeron tres tipos de preguntas que utilizaremos en el análisis. Primero, se elaboró una pregunta para analizar la recepción del discurso del presidente, poniendo a prueba la recordación de frases, las cuales empleamos para construir un índice de atención similar a los que Zaller (1992) denomina *political awareness*. Dicho índice representa el grado en que la gente pone atención o recibe (como diría el primer axioma denominado de recepción en la teoría de Zaller) a determinados discursos, noticias o información política específica. Desde el punto de vista de Converse (1964), es índice representa la varianza en grados de información. Para ello se preguntó lo siguiente: “Le voy a leer la primera parte de unas frases que ha dicho el Presidente López Obrador. ¿Me podría completar usted la frase con la palabra que falta?” Se presentaron seis frases incompletas, faltando en cada una la última palabra de la frase. Las frases y los resultados de la encuesta para esta pregunta se muestran en el Gráfico 1. Como puede observarse, el nivel de recordación de frases tuvo una varianza notable entre la frase más recordada, alcanzando 79% de personas entrevistadas que completó correctamente la frase, y la menos recordada que alcanzó 39%. Las seis frases incluidas en la encuesta las ha pronunciado y repetido el presidente López Obrador en diversas ocasiones durante sus conferencias o discursos.

Con las respuestas a las seis frases construimos un índice de recepción discursiva. Se trata de un índice aditivo sumando las seis variables en forma dicotómica, en la cual se codificaron las respuestas “sí sabe la respuesta correcta” con 1 y “no sabe” o “dio respuesta incorrecta” con 0. Un análisis de confiabilidad de la escala considerando las seis variables arrojó una alfa de Cronbach de 0.81, lo cual nos permite sentir confianza para utilizar el índice de recepción discursiva como una variable en el análisis posterior. La escala resultante toma los valores 0 a 6, en la

Gráfico 1. Recordación de frases del presidente López Obrador.
“Le voy a leer la primera parte de algunas frases que ha dicho el presidente López Obrador. ¿Me podría completar usted la frase con la palabra que falta?”



Fuente: *El Financiero*, encuesta nacional telefónica, febrero 2023, n=500.

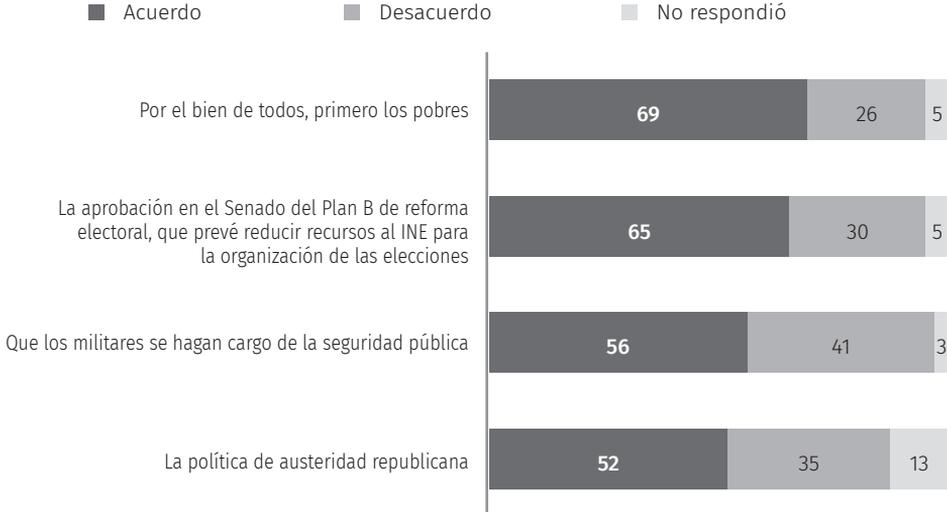
que 0 representa a las personas entrevistadas que no recordaban o no completaron correctamente ninguna de las frases de la pregunta, y 6 a quienes respondieron o completaron correctamente las seis frases. La distribución de la escala del índice de recepción a las frases del presidente López Obrador es la siguiente: Recordó 0 frases: 14%; recordó 1 frase: 11 %; recordó 2 frases: 15%; recordó 3 frases: 19%; recordó 4 frases: 13%; recordó 5 frases: 6%; recordó 6 frases: 22 por ciento.

En un primer análisis descriptivo se observan diferencias importantes en el grado de recordación dependiendo de las orientaciones o actitudes políticas de las personas entrevistadas. Por ejemplo, los morenistas o simpatizantes del partido Morena, el partido del mandatario, recordaron en promedio 4.8 de las 6 frases, mientras que las personas que simpatizan con los principales partidos de oposición, los opositoristas, recordaron entre 1.8 y 1.9 de las frases, en promedio. De manera similar, las personas que aprueban mucho la labor del presidente recordaron en promedio 4.6 frases; las que aprueban algo al presidente recordaron correctamente 3.8 frases; las que desaprueban algo reconocieron 2.6 frases, y quienes desaprueban mucho la gestión presidencial recordaron solamente 1.3 frases. Tanto el partidismo como el apoyo al titular del Ejecutivo se correlacionan fuertemente con la recordación de sus dichos. Y en el mismo tenor, quienes están completamente a favor de la Cuarta Transformación (que se ubicaron en el 10 de

una escala del 1 al 10), recordaron 4.5 frases, en promedio. En el extremo contrario, quienes están completamente en contra de la 4T (1 en la escala de 10) recordaron solo 1.7 frases, en promedio. Estas son señales que nos conducen a pensar en que nuestra expectativa de atención selectiva tiene sustento.

En la encuesta también se incluyó un segundo tipo de preguntas para analizar el nivel de articulación o *constraint* del sistema de creencias de la 4T. En este caso, se plantearon cuatro indicadores: la postura de acuerdo o en desacuerdo con la política de austeridad; la postura de acuerdo o en desacuerdo con la militarización de la seguridad pública; la postura de acuerdo o en desacuerdo con el principio de primero los pobres; y, de manera más coyuntural al momento de la encuesta, la postura de acuerdo o en desacuerdo con el plan B de reforma electoral del presidente López Obrador. El plan B de reforma electoral fue una serie de modificaciones a la ley que se propusieron en miras de que la reforma electoral como tal no tenía perspectivas favorables de aprobarse por una mayoría calificada en la Cámara de Diputados. Como se muestra en el Gráfico 2, la encuesta arrojó mayorías de acuerdo con cada una de las cuatro posturas, es decir, mayorías favorables al sistema de creencias de la 4T: 52% de acuerdo con la política de austeridad; 56% de acuerdo con la participación de los militares en labores de seguridad pública; 69% de acuerdo con dar prioridad a los pobres; y 65% de acuerdo con el plan B de reforma electoral.

Gráfico 2. Apoyo y rechazo a algunas de las posturas de la 4T.
 “¿Está usted de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente?”



Fuente: *El Financiero*, encuesta nacional telefónica, febrero 2023, n=500.

Para Converse (1964), la forma más sencilla y directa de conocer el grado de *constraint* o articulación en el sistema de creencias era por medio de las correlaciones entre las actitudes medidas. En este caso, encontramos que para el total de la muestra las correlaciones bivariadas entre las cuatro variables van de un rango de .24 a .51, arrojando una correlación promedio de todas las combinaciones entre ellas de .41. (Por la naturaleza de las mediciones empleamos tanto correlaciones de Pearson como Spearman y Kendall's tau, sin encontrar variaciones significativas entre ellas. Las correlaciones mencionadas en el texto son de Pearson). Esto significa que hay un nivel de articulación relativamente alto para la población en su conjunto con estos elementos del sistema de creencias de la 4T, y decimos que es alto dadas las correlaciones usuales que se obtienen en estudios de encuestas. Si observamos las correlaciones de esas posturas con el partidismo, las personas con afinidad morenista (simpatizantes del partido gobernante) promedian una correlación positiva de .32, los opositores una correlación negativa de -.27 y los apartidistas una correlación cercana a cero (-.09). Esto quiere decir que sí hay cierto grado de correspondencia entre el partidismo como orientación o predisposición política y el acuerdo o desacuerdo con las posturas de la 4T. Aquí lo que se tiene que incorporar es el papel que juega el grado de atención o recepción informativa. A reserva de que lo hagamos más analíticamente posteriormente, la correlación promedio que se detecta entre las cuatro posturas y el índice de recepción discursiva es de .37, ligeramente más alta que la que se observa con el partidismo.

Para avanzar en nuestro análisis procedimos a calcular un índice de acuerdo con las posturas de la 4T empleando las cuatro variables descritas arriba. El resultado es una escala de 0 a 4 en la que el 0 es completo desacuerdo con las posturas y el 4 en completo acuerdo con ellas. Se trata de un índice aditivo sumando las cuatro variables en forma dicotómica, en las cuales se codificaron las respuestas "está de acuerdo" con 1 y "en desacuerdo" o "no sabe" con 0. Un análisis de confiabilidad de la escala considerando las cuatro variables arrojó una alfa de Cronbach de 0.72. La correlación entre nuestros dos índices es de .57, la más alta de lo que hemos reportado hasta ahora, lo cual denota que, en línea con nuestras expectativas, el índice de recordación del discurso de la 4T está fuertemente correlacionado con el índice de articulación o acuerdo con las posturas de ese movimiento. Ya lo veremos a detalle esto en un análisis multivariado más adelante.

El tercer tipo de preguntas y variables utilizado podemos decir que son variables de control, algunas de las cuales ya nos hemos referido, tales como la aprobación presidencial, el partidismo, la orientación hacia al 4T, la identidad ideológica, así como las fuentes de información, ya sea tradicionales o de nuevas tecnologías y redes sociales. Cada una de estas últimas variables las describiremos en el análisis que presentamos a continuación. Además, se incluyeron las siguientes variables sociodemográficas: edad, escolaridad, y la clase social subjetiva con un indicador categórico de clase media.

Hasta ahora, al ir describiendo algunas de las variables de análisis se ha adelantado un poco de la relación que se observa entre ellas. Con la finalidad de saber qué incide en el grado de recepción del discurso de la 4T y también en el grado de articulación o asimilación de dicho discurso entre la opinión pública mexicana, empleamos un análisis de regresión multivariado de tipo ordinal, en el cual examinamos primero el índice de recepción y posteriormente el índice de articulación. El modelo para ambos es el mismo excepto que en el modelo de articulación incluimos el índice de recepción como una de las variables explicativas. Nuestras expectativas principales para estos modelos son que las personas con afinidades al presidente, a su partido o a la 4T tienen más probabilidad de recordar y de asimilar el discurso de la Cuarta Transformación. Además de lo anterior, iremos comentando algunos otros hallazgos que surgieron del análisis.

El Cuadro 1 expone los resultados del análisis de regresión multivariada ordinal del índice de recepción al discurso de la 4T. Las primeras cuatro variables tienen que ver con el partidismo, el apoyo al presidente y la postura hacia la 4T, de manera que son las actitudes favorables hacia el sistema de creencias obradorista. Complementamos el modelo con la identidad ideológica de izquierda y derecha. Al tener la 4T sus orígenes entre la izquierda mexicana, nuestra expectativa es que haya también una relación con esta variable: personas con identidad de izquierda deberían mostrar una mayor recepción y una mayor articulación con el discurso de la 4T que las de centro o de derecha. En el análisis también se muestra el efecto del interés en política y de tres indicadores sociodemográficos (edad, escolaridad y la pertenencia subjetiva a la clase media).

Finalmente, el modelo incluye dos indicadores de consumo de información, uno de ellos formado por el consumo de medios tradicionales (televisión, radio, periódicos y conversaciones con otras personas) y el otro por el uso de redes sociales (Twitter, Instagram, YouTube y TikTok; Facebook se excluyó porque no abonaba a la confiabilidad del índice). El índice de medios tradicionales resultó en una escala de 0 a 12, y el alfa de Cronbach es de .62, mientras que el índice de uso de redes sociales resultó en una escala de 0 a 5, con una alfa de Cronbach de .68.

Cuadro 1. Análisis de regresión ordinal del índice de recepción al discurso de la 4T.

	b	s.e.	Wald	Sig.
Morenista	1.92	0.37	27.60	0.000
Apartidista	0.55	0.28	3.98	0.046
Aprobación a AMLO	0.48	0.13	12.68	0.000
Postura hacia la 4T	0.08	0.04	3.89	0.048
Ideología izquierda-derecha	-0.09	0.04	5.99	0.014
Interés en la política	0.23	0.13	3.09	0.079
Clase media (subjetiva)	0.24	0.20	1.48	0.224
Escolaridad	0.14	0.13	1.16	0.281
Edad	0.06	0.15	0.17	0.684
Índice de consumo de medios tradicionales	0.19	0.04	21.56	0.000
Índice de consumo de redes sociales*	-0.01	0.09	0.02	0.888
Pseudo R-cuadrada				
Cox&Snell	.44			
Nagelkerke	.45			

Fuente: El Financiero, encuesta nacional, febrero 2023, n=500.

Cálculos y análisis de los autores. El índice de redes sociales no incluye Facebook.

Nota: los datos mostrados en cada columna son el coeficiente de regresión (b), el erro estándar (s.e.), la estadística Wald (Wald) y el nivel de significancia estadística (Sig.) correspondiente.

Los resultados indican que identificarse como morenista y aprobar la gestión del presidente López Obrador son dos de los factores que más influyen de manera positiva en la recordación de las frases de AMLO, junto con el indicador de seguimiento de noticias por medios tradicionales. Los resultados de las dos primeras variables se esperaban de esa manera, de acuerdo con nuestra hipótesis de atención selectiva, pero el resultado del índice de medios tradicionales fue más sorpresivo y significa que quienes ponen más atención al discurso obradorista durante su gestión al frente del Ejecutivo lo hacen principalmente por esas vías y no tanto por medio de las redes sociales.

Este hallazgo va en contra lo que se ha reportado anteriormente, cuando López Obrador era candidato de oposición en 2012. La evidencia de encuestas indicaba que el electorado de AMLO en ese año era más afín a las redes sociales, mientras que el electorado de Enrique Peña Nieto consumía más información a través de

los medios tradicionales (Díaz y Moreno 2015). Más que ser una contradicción, esto podría evidenciar un cambio en las bases de apoyo a López Obrador en sus etapas como opositor y gobernante, lo cual sí se ha registrado más recientemente a través de la evidencia de encuestas (ver Moreno et al. 2019).

Las otras variables incluidas en el modelo ejercen un efecto entre moderado y nulo en el índice de recepción del discurso de la 4T. Entre aquellas con efecto moderado están la propia postura hacia la 4T, así como la identidad ideológica de izquierda y derecha y el interés en la política. En los tres casos los resultados son consistentes con nuestra expectativa previa: las tres variables tienen un efecto positivo, aunque débil, en el índice de recepción. La clase social subjetiva, la edad y la escolaridad no tienen ningún impacto significativo, así como tampoco el índice de uso de redes sociales. Las implicaciones de esto último es que el discurso obradorista ha permeado principalmente hacia sus bases a través de los medios tradicionales, no a través de las nuevas tecnologías de información. Esta es, como ya se sugirió, una diferencia notable entre los efectos comunicacionales de AMLO como opositor y AMLO como gobernante.

El Cuadro 2 ofrece las conclusiones del análisis de regresión multivariada ordinal del índice de articulación del sistema de creencias de la 4T. Aquí se mantuvieron las mismas variables del modelo anterior y se agregó el índice de recepción discursiva. Los resultados indican que entre las variables más fuertes en predecir el grado de articulación o asimilación del sistema de creencias obradorista es la aprobación a AMLO y la postura hacia la 4T. El partidismo perdió significancia en este análisis, lo cual significa que el fenómeno de articulación discursiva está más anclado en la 4T que en Morena.

Curiosamente, los apartidistas manifiestan un nivel de articulación ligeramente más alto que los morenistas, un resultado no esperado y que quizás se explica por un segmento de apartidistas que apoya los principios de la Cuarta Transformación y no necesariamente al partido gobernante.

Cuadro 2. Análisis de regresión ordinal del índice de articulación del sistema de creencias de la 4T.

	b	s.e.	Wald	Sig.
Morenista	0.65	0.39	2.86	0.091
Apartidista	0.76	0.29	6.87	0.009
Aprobación a AMLO	0.56	0.15	14.97	0.000
Postura hacia la 4T	0.18	0.05	15.75	0.000
Ideología izquierda-derecha	-0.05	0.04	1.72	0.190
Interés en la política	0.28	0.14	3.98	0.046
Clase media (subjetiva)	-0.07	0.21	0.11	0.743
Escolaridad	-0.01	0.13	0.00	0.962
Edad	-0.33	0.16	4.33	0.037
Índice de consumo de medios tradicionales	0.04	0.04	0.82	0.366
Índice de consumo de redes sociales*	0.08	0.09	0.79	0.374
Índice de recepción al discurso de la 4T.	0.33	0.07	25.09	0.000
Pseudo R-cuadrada				
Cox&Snell	.49			
Nagelkerke	.52			

Fuente: El Financiero, encuesta nacional, febrero 2023, n=500.

Cálculos y análisis de los autores. *El índice de redes sociales no incluye Facebook.

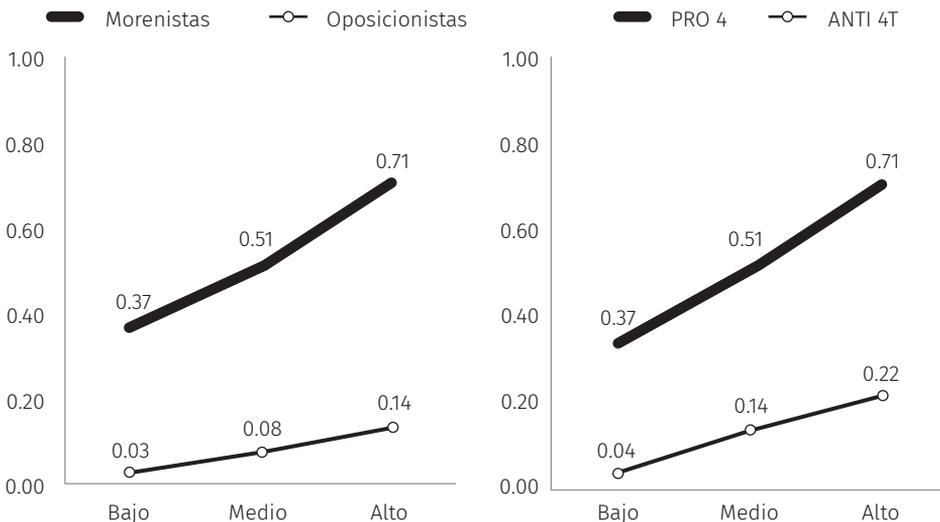
Nota: los datos mostrados en cada columna son el coeficiente de regresión (b), el error estándar (s.e.), la estadística Wald (Wald) y el nivel de significancia estadística (Sig.) correspondiente.

Si bien la influencia del apoyo a AMLO y a la 4T en la articulación discursiva eran de esperarse, lo que deriva del análisis es que el índice de recepción discursiva es el que más pesa en explicar o predecir el índice de articulación. Esta es probablemente la pieza de evidencia empírica más sólida para confirmar los postulados de Converse (1964). A mayor información mayor *constraint*. Quizás también sea un buen indicador de que la inversión de tiempo que desde el gobierno se le dedica a la difusión del nuevo sistema de creencias de la 4T le es redituable en términos políticos. El interés en la política tiene un efecto positivo pero modesto, mientras que el resto de las variables no alcanzan a tener una incidencia estadísticamente significativa en este análisis excepto, acaso la edad, con los entrevistados más jóvenes siendo menos probables de asimilar el discurso y el *ethos* político de la 4T.

Aunque la fuerte contribución predictiva del índice de recepción en el índice de articulación discursiva da sustento a las premisas de Converse y su teoría so-

bre la difusión de los sistemas de creencias y las asimetrías de información entre la opinión pública, la perspectiva de Zaller en cuanto a que las predisposiciones también importan puede verse en las Gráficos 3a y 3b. Estos gráficos muestran la probabilidad de articular perfectamente las cuatro temáticas del discurso de la 4T incluidas en la encuesta para cada grupo político señalado (morenistas, opositoristas, pro y anti 4T) con diversos niveles de recepción del referido discurso (la escala de recepción recodificada en tres categorías, alta, media y baja). En las gráficas se percibe cómo a mayor nivel de información o recepción de los mensajes del presidente hay una mayor probabilidad de que la personas expresen una mayor articulación o asimilación (*constraint*) del discurso obradorista. Los morenistas se revelan más articulados con el sistema de creencias presidencial que los opositoristas, pero su grado de articulación aumenta conforme aumenta su nivel de información y recepción al discurso. De igual manera, quienes están a favor de la 4T reflejan una mayor asimilación con el sistema de creencias de la propia 4T, y esta aumenta conforme el nivel de información o recepción es más alto, lo cual genera cierto efecto de polarización, como se esperaría en los postulados de Zaller (1992). Al parecer, tanto la perspectiva de Converse como la de Zaller encuentran sustento en estos datos.

Gráficos 3a y 3b. Probabilidades que predice el modelo de articulación discursiva.



Los niveles bajo, medio y alto se refieren a una modalidad recodificada del índice de recepción discursiva. Las probabilidades se muestran para morenistas, opositoristas, y personas a favor y en contra de la 4T, para cada nivel de información o recepción.

Fuente: *El Financiero*, encuesta nacional telefónica, febrero 2023, n=500. Cálculos y análisis de los autores. Las probabilidades se refieren a la categoría más alta del índice de articulación discursiva de la 4T.

Discusión

Al momento de llevar a cabo la encuesta que da sustento empírico a nuestro análisis, aquello que denominamos el sistema de creencias de la 4T llevaba más de cuatro años de difundirse con cierta intensidad. Hasta ahora hemos dado por sentado que el principal difusor de dicho sistema de creencias ha sido el presidente Andrés Manuel López Obrador, pero lo cierto es que, como bien sostiene Salgado (2023), el discurso obradorista ha contado con una amplia gama de difusores formales e informales. Entre ellos está un conjunto de individuos y grupos parecido a lo que Anne Applebaum (2021) denomina “clercs”, una especie de expansores del discurso que incluye intelectuales, escritores, bloggers, y, podríamos decir también, *influencers*, *youtubers*, tuiteros, cuya labor en la promoción del discurso y la narrativa, así como en la neutralización o minimización de los discursos alternativos, es importante y digna de estudiarse en sí misma.

Nuestros hallazgos sugieren que una buena parte de la opinión pública mexicana está familiarizada con la narrativa de la 4T y que una considerable porción de ciudadanos la ha adoptado como un conjunto de principios rectores, o por lo menos organizativos, en su pensamiento político. Tanto la recepción como la asimilación del discurso de la 4T ha sido selectivo. Los electores o públicos afines al presidente y su movimiento son más proclives a reflejar niveles más altos de recepción y articulación ideológica con la narrativa obradorista. Las implicaciones de estos resultados son variadas y nos ofrecen varios aspectos que decir con respecto a la difusión de los llamados discursos “populistas” contemporáneos. Una de ellas es que la narrativa de la 4T se ve reflejada principalmente en las bases de apoyo del movimiento.

Al ser esto así, la recepción y asimilación del sistema de creencias de la 4T ha separado con claridad a quienes forman parte de las bases de respaldo al presidente y su movimiento y quienes rechazan a ambos. Si esta separación es parte de un fenómeno de creciente polarización política es tema de otra investigación, pero la teoría de Converse y sus interpretaciones posteriores, como la perspectiva de Zaller, contribuyen a nuestro entendimiento de las dinámicas y de los grados de polarización ideológica. Friedman (2006) incluso habla de diferencias doctrinarias, ante las cuales el acercamiento, la búsqueda de acuerdos y puntos medios del debate político pueden ser difíciles.

El discurso político en México ha cambiado notablemente. El sistema de creencias de la 4T se basa en un encuadre o *framing* que establece que el reciente pasado neoliberal, corrupto y de privilegios tiene en el movimiento obradorista una contraparte histórica a favor del pueblo, a través del proyecto de la Cuarta Transformación del país. En nuestro análisis examinamos el grado en que dicho discurso ha permeado en la opinión pública mexicana, pero dejamos un elemento importante de lado que pensamos que el referido sistema de creencias de la 4T también puede estar influyendo y moldeando: el desarrollo y la movilización de identidades sociopolíticas. En algunas encuestas hemos detectado, por ejemplo,

que la diferencia de identificarse como “ciudadano” o como “pueblo” se conecta fuertemente con el apoyo a López Obrador, con sus políticas y con su iniciativa (Moreno 2022b). Como sociedad, hemos experimentado no solamente la difusión de un sistema de creencias en estos años, sino también la activación y movilización de identidades políticas, algunas de ellas con un trasfondo ideológico, y otras con significados y referentes grupales, sociales, culturales e incluso étnicos. Como parte de la narrativa de la 4T se ha planteado el objetivo de eliminar el clasismo y el racismo; además, el presidente constantemente ha hecho alusión a las clases medias y a los denominados “fifís”, una categoría sociocultural que describe de manera simple y retóricamente poderosa a personas que viven de su riqueza, con privilegios y que expresan ciertos gustos y preferencias. Lo que estamos viendo es la activación de potenciales cuñas de conflicto sociopolítico que quizás estaban latentes, pero sin una mayor expresión política como la actual. Hoy, la narrativa de la 4T incluye esos elementos. Nuestros datos y análisis documentan las asimetrías en la recepción y asimilación de esa narrativa.

Una de las posibles implicaciones que, en términos de gobernanza, tienen la creación y la divulgación de un nuevo sistema de creencias como el de la Cuarta Transformación es la “benevolencia” de los segmentos afines del electorado hacia el gobierno ante los cambios de discurso, como cuando López Obrador modificó su postura respecto a la militarización del país, lo cual puede no parecer una incongruencia o abandono de principios, sino una adaptación a las acciones y elementos discursivos del presidente. Por otro lado, podría argumentarse que el poseer un marco referencial, adoptado, compartido y entendido por una amplia parte de la ciudadanía, desde el cual se interpretan los sucesos del escenario político de acuerdo con la línea del gobierno, le permite a este controlar la narrativa de manera que la rendición de cuentas puede verse afectada, como sugiere Espino (2021).

Si es o no una forma de discurso populista está sujeto a la interpretación y lectura de lo que constituyen la retórica populista contemporánea. Ciertamente la narrativa de la 4T contiene algunos de los aspectos de lo que se denomina hoy populismo, como la centralidad del “pueblo” y el tono anti-elitista; pero también presenta algunos elementos propios que reflejan el largo historial político tanto de la izquierda mexicana como del obradorismo y su líder, así como las adaptaciones discursivas que dicho movimiento ha hecho al actuar ya no desde la oposición sino desde el gobierno. Una de estas adecuaciones, acaso la más controvertida, ha sido la que respecta a la militarización, un término que los opositores emplean pero los gobiernistas no. Al papel asignado a las fuerzas armadas en la “purificación de la vida pública” la 4T no lo ve como un proceso de militarización. Este tipo de aparentes contradicciones ideológicas refleja la naturaleza dinámica a la que se refería Converse en su abordaje sobre los sistemas de creencias. La narrativa de la 4T combina un paquete compacto de ideas-elementos y también da espacio a adaptaciones que, en un principio, podrían verse como no funcionales a los principios rectores pero que terminan por aceptarse. Esperamos que nuestro análisis

ayude a entender la manera en que dicha narrativa ha permeado en la opinión pública mexicana.

Si además de contribuir a dicho entendimiento en nuestro contexto nacional, el presente trabajo pudiera aportar a la amplia y creciente atención académica que se otorga a la difusión de la retórica populista a nivel mundial, creemos que obedecería a por lo menos uno de los hallazgos centrales que reportamos aquí: la atención selectiva a la propagación de los sistemas de creencias. Entre las implicaciones de este resultado se encuentra que la retórica de ciertos liderazgos, grupos políticos o movimientos es principalmente recibida y asimilada por sus bases. La teoría de Converse es una perspectiva *top-down*, de arriba hacia abajo, de élites a masas, en la formación de opinión pública. Friedman (2006) diría que es un modelo de opinión tipo *trickle-down*. En general compartimos ese punto de vista sobre la perspectiva de Converse. Pero también creemos que en los procesos de formación de opinión pública hay una especial fuerza *bottom-up*, de abajo hacia arriba, del público hacia las élites, y según esa perspectiva es probable que el diseño y articulación del discurso populista refleje las opiniones, estados de ánimo, prioridades, miedos y ansiedades de ciertos segmentos del público, las potenciales bases de quienes articulan la retórica populista. Buena parte del atractivo de la retórica populista de hoy para segmentos de los electorados en diversos países se fundamenta en el sentir y en las creencias, acaso también en los temores y percepciones de amenaza, así como en las inseguridades de determinados grupos de la sociedad (Norris e Inglehart 2019). De ser así, ahí radica parte del éxito actual de las retóricas populistas: no se lanzan al vacío a ver a quién persuaden, sino que se diseñan y se difunden con ciertos públicos en mente. Basta escuchar un mensaje de Donald Trump para visualizar cómo la retórica lleva la intención de activar y movilizar a las bases trumpistas, como se ha visto al momento de escribir este artículo, ante las acusaciones o *indictment* hacia el ex presidente norteamericano.

Si por un lado hemos visto el ascenso de una retórica populista en el mundo con fuertes efectos políticos y electorales, en especial después de la crisis financiera internacional de 2008, la pregunta sobre su posible desgaste es válida, queda abierta y amerita reflexión. Los sistemas de creencias pueden ser duraderos, pero también pueden desgastarse pronto, sobre todo si dependen de individuos. En el caso de la 4T hemos expuesto que su narrativa es en buena medida reciente, pero no sabemos si es inherente al liderazgo de AMLO o si trascenderá su sexenio en la presidencia. Únicamente podemos especular en este sentido, pero el movimiento de López Obrador parece más carismático y AMLOcéntrico que institucionalizado, por lo que efectivamente la narrativa podría estar circunscrita al peso que él imprima en el mensaje después de entregar la presidencia a su sucesor. Su eventual continuación como político activo podría extender y sostener esa narrativa; la continuidad que dé su sucesor también, en cierto grado. Pero su retiro o el eventual rompimiento narrativo por propios o extraños podría ponerle fecha de caducidad

a la retórica obradorista. Ya veremos, o por lo menos tendremos algunas pistas en las campañas y en los resultados de las elecciones de 2024.

Referencias

- Applebaum, A. (2021). *El ocaso de la democracia: la seducción del autoritarismo*. México: Penguin Random House.
- Castro R., Ley S., y Beltrán U. (2020). "Enojo, identidad partidista y la activación populista del electorado en México". *Política y gobierno*, 27(2).
- Converse, P. E. (1964). "The Nature of Belief Systems in Mass Publics". En *Ideology ad Discontent*, David E. Apter (compilador). New York; Free Press.
- Díaz-Domínguez, A. y Moreno A. (2015). "Effects of #YoSoy132 and Social Media in Mexico's 2012 Presidential Campaigns". En *Mexico's Evolving Democracy: A Comparative Study of the 2012 Elections*. Jorge I. Domínguez, Kenneth F. Greene, Chappell H. Lawson, Alejandro Moreno (eds). Baltimore: Johns Hopkins University Press
- Espino, L. (2021). *López Obrador: El poder del discurso populista*. Ciudad de México: Turner.
- Fieschi, C. (2019). *Populocracy. The Tyranny of Authenticity and the Rise of Populism*. New-castle, Agenda publishing.
- Friedman, J. (2006). "Democratic Competence in Normative and Positive Theory: Neglected Implications of 'The Nature of Belief Systems in mass Publics'" *Critical Review*, 18(1-3). pp I-XLIII.
- Kinder, D. R. y Kalmoe N. P. (2017). *Neither Liberal nor Conservative: Ideological Innocence in the American Public*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Moffitt, B. (2016). *The Global Rise of Populism: Performance, Political Style, and Representation*. Stanford: Stanford University Press.
- Moreno, A. (2006). "Estabilidad y consistencia ideológica en la opinión pública mexicana" *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 1(1), pp. 11-34.
- Moreno, A. y Martínez, T. (2006). "Información política e imagen de candidatos en las campañas presidenciales de 2006". *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 1(2), pp. 29-51.
- Moreno, A. (2018). "¿La cuarta qué?". En *El Financiero*, 30 noviembre.
- Moreno, A. (2022a). "¿Cómo se percibe la 4T?". En *El Financiero*, 28 octubre.
- Moreno, A. (2022b). "El pueblo y la ciudadanía". En *El Financiero*, 4 noviembre.
- Moreno, A. (2023a). "Aprobación de AMLO se mantiene intacta en febrero: 54%". En *El Financiero*, 1 marzo.
- Moreno, A. (2023b). "Los dichos de AMLO". En *El Financiero*, 3 marzo.
- Moreno, A., Uribe A. y Wals S. (2019). *El viraje electoral: Opinión pública y voto en las elecciones de 2018 en México*. México, CESOP, Cámara de Diputados.
- Müller, J. W. (2016/2017). *¿Qué es el populismo?* Ciudad de México: Grano de sal.
- Nie, N. H., Verba S. y Petrocik J. (1979). *The Changing American Voter*. Cambridge: Harvard University Press.
- Norris, P., e Inglehart, R. (2019) *Cultural Backlash: Trump, Brexit, and Authoritarian Populism*. Cambridge: Cambridge University Press.

Salgado M. (2023). *Construcción retórica de la 4T como nuevo sistema de creencias: su difusión y adopción entre la opinión pública mexicana*. [Tesis de licenciatura inédita] Instituto Tecnológico Autónomo de México.

Zaller, J. (1992). *The Nature and Origins of Mass Opinion*. Cambridge: Cambridge University Press.