

Populismo y Opinión Pública

La *Revista Mexicana de Opinión Pública* presenta en su número 35 —correspondiente a los meses de julio–diciembre del 2023— el vínculo existente entre el populismo y la opinión pública a través de los distintos artículos que lo integran. El interés por integrar el *dossier* que brinda identidad al ejemplar que usted tiene en sus manos parte de una pregunta general, pero no por ello menos importante, ¿cuál es la relación entre populismo y opinión pública? Si bien la discusión que el concepto del *populismo* ha suscitado en la vida pública y académica en México y América Latina ha sido amplia y significativa, existe, paradójicamente un vacío (al menos en castellano) sobre la dinámica que se establece entre el populismo como una forma distinta de representación política y una opinión pública fragmentada, polarizada y hoy más que nunca (des)informada.

Este número pretende contribuir a dicha discusión. Para ello, su *dossier* se ha conformado por seis trabajos que abordan, desde distintos ángulos, el fenómeno populista y su vinculación con la opinión pública. En principio, Rodolfo Sarsfield, con el trabajo “Entre el pueblo bueno y la élite corrupta. Narrativa populista y polarización afectiva en las redes sociales en México”, nos presenta cómo la narrativa populista tiene un mayor efecto en la polarización afectiva cuando ésta involucra a una *élite corrupta* en los mensajes que aluden a un *pueblo bueno*, esto en el contexto del ejercicio de gobierno de Andrés Manuel López Obrador. Con base en un análisis textual de los posteos de López Obrador en Facebook, así como de los comentarios de sus seguidores, los resultados muestran que dichos mensajes tienen un mayor impacto cuando contienen un mensaje negativo sobre la élite corrupta.

Por otro lado, en el trabajo de Alejandro Moreno y María Salgado, “Recepción y asimilación de un sistema de creencias: el caso de la 4T en México”, señalan los autores que la difusión del sistema de creencias en la sociedad mexicana que reflejan los principios de la Cuarta Transformación han tenido una mayor penetración entre los simpatizantes del partido gobernante y en los públicos que son proclives al presidente. Para ello, las conferencias de prensa han sido cruciales como motor principal de difusión del sistema de creencias de la Cuarta Transformación.

Dante Avaro, en “Democracia y populismo: Acerca de la metáfora ‘sacudir el *statu quo*’”, presenta cómo el fenómeno populista —a diferencia de la democracia— promueve un cambio al *status quo*, la manera en que los públicos procesan la conformidad y el impulso al cambio, lo que suscita el interés de este trabajo.

Para Alán Salvador Hernández, en “Populismo punitivo y opinión pública: confianza en las instituciones mexicanas de seguridad”, las estrategias de seguridad de los gobiernos populistas tienen como finalidad influir en la opinión pública, alentando la tolerancia de los ciudadanos a la violencia de Estado. El trabajo demuestra que la confianza en las instituciones mexicanas de seguridad depende

más de valores como el nacionalismo y la preferencia por la *mano dura* que de parámetros claros de eficacia y eficiencia.

Pablo Ezequiel Stropparo, en “Pueblo *desnudo* y público *movilizado* por el poder. Vacancia del Defensor del Pueblo: algunas transformaciones en la democracia y en la opinión pública en Argentina”, señala la forma en que el gobierno argentino muestra algunas características constitutivas del populismo contemporáneo, tomando en cuenta la contraposición existente entre la Defensoría del Pueblo vs. la Defensoría del Público. Lo anterior señala distintas concepciones sobre lo que entraña la defensa de los derechos humanos.

El artículo conjunto de Oniel Díaz, Obed Ramos y José Ramiro Meza, “Los efectos de la comunicación presidencial en la confianza en las instituciones políticas en las elecciones intermedias de 2021: Los efectos de la comunicación presidencial”, muestra el diferencial de confianza institucional entre los individuos expuestos a las conferencias de prensa del presidente Andrés Manuel López Obrador, los resultados muestran que los medios y las instituciones que el presidente ha señalado en su comunicación como contrarias a su proyecto de gobierno, gozan de menos confianza institucional. Por el contrario, las instituciones que se consideran aliadas del presidente gozaron de mayores niveles de confianza; el factor clave en este diferencial es la conferencia de prensa conocida como *la mañanera*.

Además de estos artículos, fuera del *dossier*, pero no por ello menos importante, contamos con dos artículos de excelente manufactura, el primero de Alejandro Díaz Domínguez sobre “Métodos de recolección y precisión de encuestas. El caso de Nuevo León, México en 2021” y el trabajo de Nelson Arteaga Botello, que versa sobre “La clasificación social del electorado: las elecciones de junio de 2021 en la Ciudad de México”.

Esperemos que el presente número sea de interés para nuestros lectores.

DR. CARLOS LUIS SÁNCHEZ Y SÁNCHEZ

Director de la Revista Mexicana de Opinión Pública