

Siete cosas que hemos aprendido sobre populismo

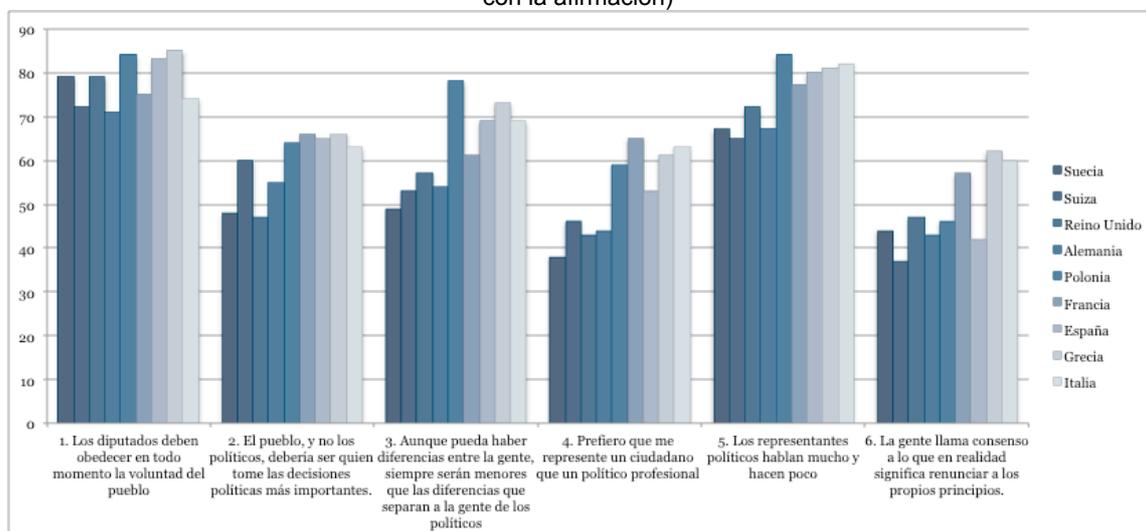
(Agenda_pública, 26 de septiembre de 2017).

1. **El populismo se puede definir.** Aunque el concepto de populismo es conocido por ser usado como arma arrojadiza para referirse a realidades muy diversas, en el mundo académico se ha consolidado una [definición](#) de mínimos que es recurrentemente citada y que ayuda a entender la esencia del concepto. Esta definición tiene tres componentes. En primer lugar considera el populismo una ideología ligera ('thin-centered' ideology), que puede aparecer junto a otras variadas y de más enjundia. Otras definiciones consideran el populismo más bien una estrategia o un estilo comunicativo, pero según la perspectiva que aquí nos interesa el populismo es un conjunto de ideas. En segundo lugar, esta ideología concibe la sociedad como dividida en dos entes homogéneos y enfrentados entre sí (el pueblo puro y la élite corrupta). En tercer lugar, el populismo considera que la política debería basarse en la voluntad general del pueblo. Esta voluntad general debería primar siempre, y pasar por encima de los posibles acuerdos entre las élites que no la reflejen o sobre los marcos institucionales que la limiten.

El contenido que se da a estos elementos fundamentales del populismo (pueblo, élite, soberanía popular) puede variar mucho de un caso a otro y no tiene por qué ser consistente. De esta variedad encontramos diferentes subtipos de populismo (por ejemplo el excluyente de la derecha radical europea, el incluyente de la izquierda latinoamericana y el sur de Europa). Pero todos los populismos combinan el énfasis en el pueblo como centro de las cosas, el anti-elitismo y la primacía de la soberanía popular. A partir de esta definición el populismo puede distinguirse de otros conceptos a los que puede (o no) aparecer vinculado como el autoritarismo, la demagogia, el euroescepticismo, o la xenofobia.

2. **El populismo se puede medir.** También a partir de esta definición hay ya abundante literatura que desarrolla diferentes métodos e indicadores para medir el grado de populismo en los partidos ([aquí](#)), los líderes ([aquí](#)) o los ciudadanos (por ejemplo [aquí](#) o [aquí](#)). En el caso concreto de las actitudes populistas estas propuestas tienen sus problemas, como sucede con cualquier otro indicador de cualquier otra actitud política. Pero incluso con sus limitaciones los índices basados en estos indicadores parecen funcionar: predicen el voto a partidos populistas, como esperaríamos de un indicador válido. En el gráfico 1 se puede observar una batería de ítems usados frecuentemente para medir actitudes populistas con sus distribuciones para nueve países europeos.

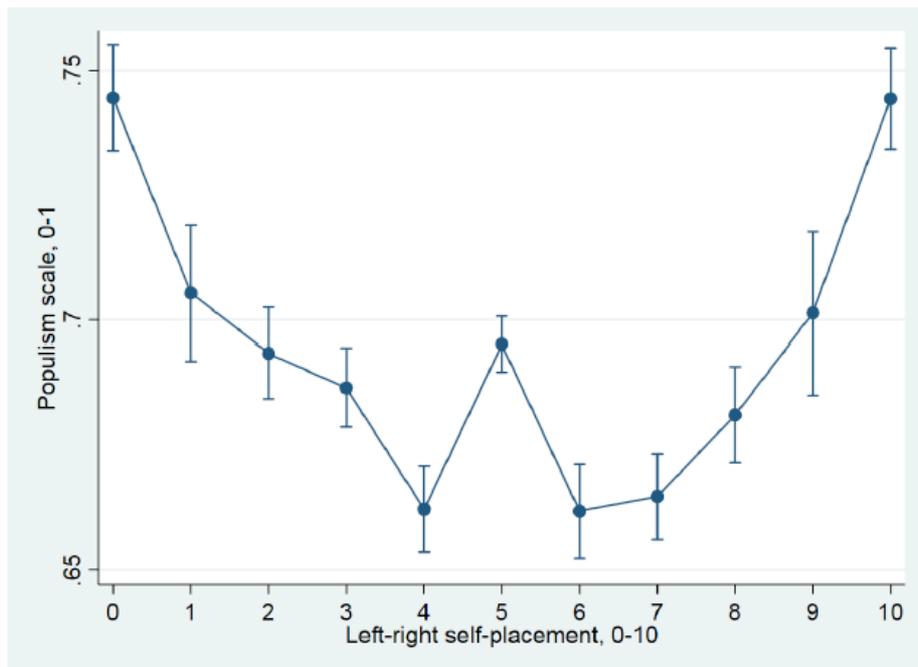
Gráfico 1. Indicadores de actitudes populistas en Europa (% de personas de acuerdo o muy de acuerdo con la afirmación)



3. **Las actitudes populistas están muy extendidas entre la población.** Así como los partidos populistas han sido hasta el momento relativamente pequeños en Europa, lo cierto es que las actitudes populistas están muy extendidas entre la ciudadanía. Es un poco más baja en los países del norte (Suecia, Alemania, Reino Unido, Suiza) que en los del sur (Italia, Grecia, España) o del este (Polonia), pero si promediamos los indicadores no hay muchas diferencias entre países.

4. **Las actitudes populistas son más elevadas en posiciones ideológicamente extremas.** La relación entre actitudes populistas y auto-ubicación ideológica sigue una característica forma de W: el populismo es más elevado entre los extremos con un pequeño pico en el 5 que puede interpretarse de diferentes maneras (por ejemplo como una mayor sensibilidad al sesgo de aquiescencia de las personas que se ubican en el centro de la escala, o como una menor inclinación a ubicarse en la escala de las personas con elevados niveles de populismo). Este resultado confirma lo que [ya sabíamos](#) para los partidos políticos: sus niveles de populismo también son mayores cuanto más extrema es su posición ideológica.

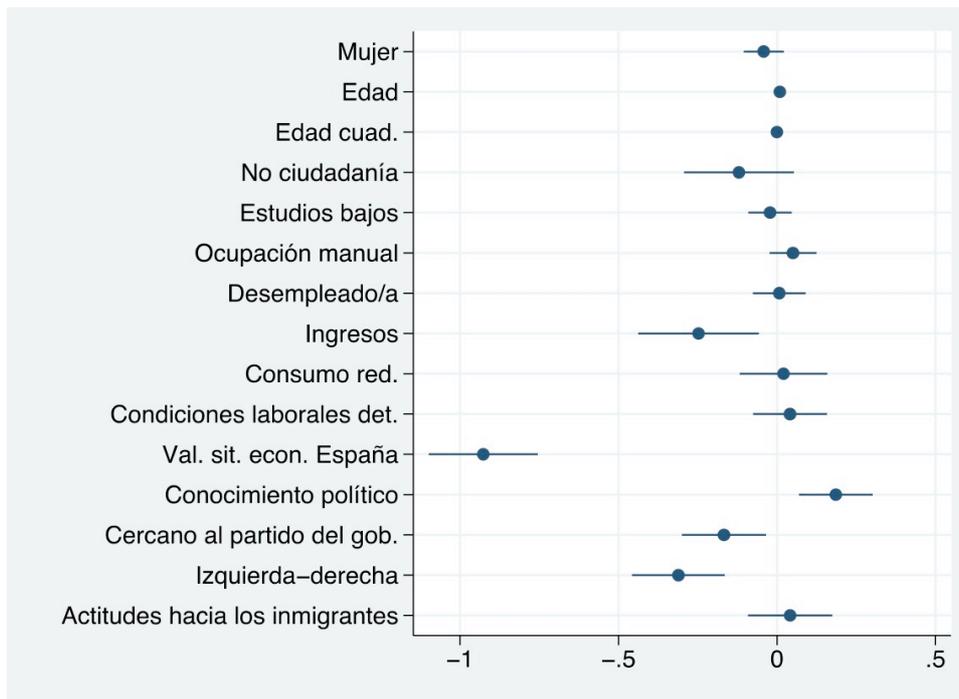
Gráfico 2. Actitudes populistas por auto-ubicación sociodemográfica (valores medios en una escala de 0 a 1)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Livewhat

5. **Es la percepción del estado de la economía del país lo que importa, no tanto la vulnerabilidad o la crisis.** No hay una relación directa entre la vulnerabilidad económica y las actitudes populistas como en ocasiones se sugiere. Los datos del gráfico (para España) parecen apuntar a que las personas con menos ingresos son algo más populistas, pero tener estudios primarios, estar desempleado o tener una ocupación manual no está relacionado con más populismo. Tampoco el haber sufrido las consecuencias de la crisis (en forma de peores condiciones laborales o de reducción de las pautas de consumo).

Grafico 3. Efectos marginales de características sociodemográficas y actitudes políticas sobre las actitudes populistas (España)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Livewhat.

Los puntos del gráfico reflejan el cambio (positivo, cero o negativo) que se produce en la escala de populismo (de 0 a 4) al estar presente la característica citada en el eje vertical. Se representan también los intervalos de confianza de estos coeficientes (95%), de manera que si las líneas horizontales asociadas a cada punto cruzan el cero, no puede concluirse hay un efecto de esa característica en la población.

Los efectos son relativamente similares en otros países, con algunas diferencias (por ejemplo el deterioro de las condiciones laborales y la reducción del consumo sí que muestran un efecto significativo en otros casos menos afectados por la crisis que España).

En cualquier caso, lo que claramente está relacionado con el populismo es la percepción de que la economía del país va mal. Con datos longitudinales (panel) hemos podido [llegar a la conclusión](#) de que la relación va de la percepción de la economía al populismo y no viceversa. Estos datos confirman que el populismo parece construirse a partir de un relato de la crisis, como ya se ha sugerido, que afecta a todo el país(/pueblo). No parece tener tanto que ver con situaciones de precariedad económica individuales y objetivas, sino con percepciones colectivas (sociotrópicas).

6. La emoción relacionada con el populismo es el enfado, no el miedo. Se ha sugerido que el populismo surge como respuesta a la ansiedad que genera la amenaza de cambios sociales como la globalización, la crisis financiera, o la inmigración. Pero la ansiedad es una emoción que aparece cuando no se puede atribuir la responsabilidad de una situación a nadie, hay inseguridad y no se sabe bien cómo actuar. Genera disposiciones y comportamientos que no parecen cuadrar bien con el populismo (búsqueda de información, aversión al riesgo, atención, protección, compromiso).

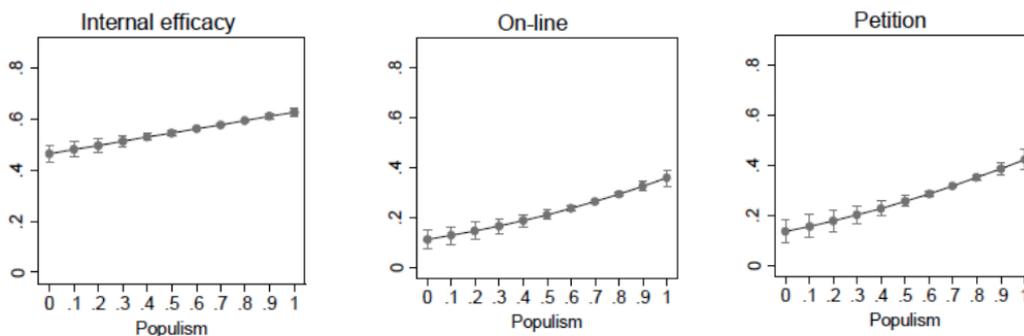
En cambio, la rabia o el enfado aparecen cuando ante una situación de crisis hay un culpable a quien responsabilizar, hay certeza y eficacia. Sus consecuencias resuenan mucho mejor con el discurso populista que culpa a la élite y busca actuar para castigarla. Nuestros datos [confirman](#) que efectivamente la emoción vinculada a las

actitudes populistas es la rabia y no la ansiedad. Las personas con temperamentos más coléricos tienen niveles más elevados de actitudes populistas y a lo largo del tiempo aumentos en el nivel de enfado (a raíz de la crisis económica) también aparecen asociados a incrementos en los niveles de populismo.

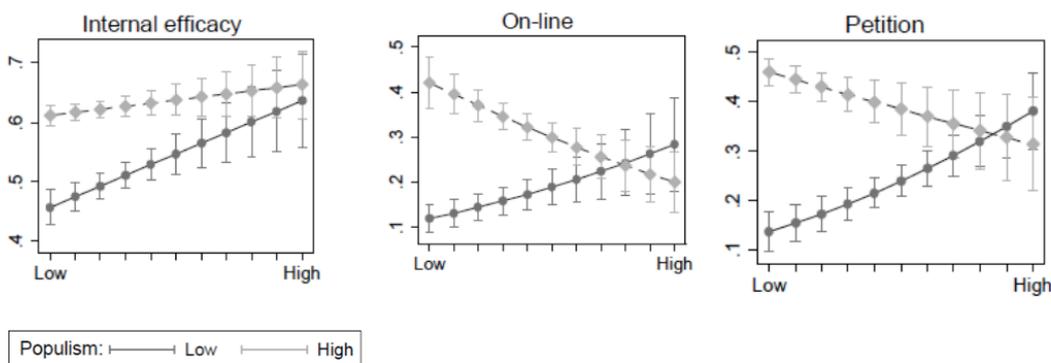
7. Las actitudes populistas están positivamente relacionadas con la eficacia interna y con la participación política online. Si el enfado es la emoción que se relaciona con el populismo también es la emoción que se relaciona con la acción. Por ello esperamos encontrar una relación positiva entre las actitudes populistas y la implicación política que efectivamente encontramos en los [datos](#): el populismo está positivamente relacionado con las percepciones de eficacia política interna (la sensación de que uno es competente para entender lo que pasa en política y participar), la firma de peticiones, y la expresión de mensajes políticos online. En este caso la relación pudiera estar indicando también que la actividad online (por ejemplo en redes sociales) genera niveles más altos de populismo. Además, el efecto positivo del populismo sobre la implicación es especialmente acusado entre las personas de bajos ingresos económicos, compensando e incluso revirtiendo algunos de los sesgos socioeconómicos típicos de la participación.

Gráfico 4. Implicación política y actitudes populistas

Implicación política por niveles de populismo



Implicación política por niveles de ingresos y populismo



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de [Livewhat](#).

En este artículo también ha colaborado [Marc Guinjoan](#), Investigador Juan de la Cierva en la Universitat Autònoma de Barcelona.

Nota: Este artículo resume los resultados de las investigaciones que hemos desarrollado durante los tres últimos años sobre actitudes populistas en España (CSO2014-52950-R) y sobre las consecuencias de la crisis en Europa (Livewhat FP7-SSH-2013-5.1-1 Citizens Resilience in Times of Crisis, Grant Agreement 613237).

