



**BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA INSTITUTO DE
CIENCIAS DE GOBIERNO Y DESARROLLO ESTRATÉGICO**

**Discurso populista y debates electorales en
México. La voz de los candidatos presidenciales
punteros de 2006 a 2018**

**Tesis para obtener el grado de Maestría en Opinión Pública y Marketing
Político**

Presenta: Cynthia Carolina Hernández Castañeda

**Dr. Carlos Enrique Ahuactzin Martínez
Director de tesis**

Enero 2022

Agradecimientos

A mi padre, mi familia y mis amigos que me motivaron desde el inicio de esta aventura llamada maestría, me apoyaron en cada uno de los momentos difíciles y que por supuesto, me acompañan hoy en la culminación de la misma.

A mi amada Benemérita Universidad Autónoma de Puebla donde concluyo una aventura más, y a todo el cuerpo académico y el personal en general del Instituto de Ciencias de Gobierno y Desarrollo Estratégico por compartir con nosotros el tesoro tan maravilloso que es el conocimiento.

Carolina Hernández

Índice

1. Diseño de Investigación
 - 1.1 Planteamiento del Problema
 - 1.2 Pregunta de Investigación
 - 1.3 Supuesto de Investigación
 - 1.4 Diseño de Investigación
 - 1.5 Justificación
 - 1.6 Alcances y limitaciones
2. Marco Teórico
 - 2.1 Revisión crítica de la conceptualización del populismo
 - 2.1.1 Tipos de populismo
 - 2.1.2 El enfoque alternativo de Laclau
 - 2.2 Definición del populismo
 - 2.3 Psicología de las masas
 - 2.4 Discurso
 - 2.5 Debates
 - 2.5.1 Los debates electorales en el ejercicio de la vida política de México
 - 2.6 Contexto político-electoral de los debates presidenciales oficiales de 2006 a 2018
 - 2.6.1 Debates 2006
 - 2.6.2 Debates 2012
 - 2.6.3 Debates 2018
3. Marco Contextual
 - 3.1 Debates 2006
 - 3.2 Debates 2012
 - 3.3 Debates 2018
4. Metodología
 - 4.1 Enfoque de análisis: estudios del discurso
 - 4.2 Corpus

- 4.3 Instrumento de trabajo y categorías de análisis
- 4.4 Procedimiento de recogida y análisis de datos
- 5. Resultados
 - 5.1 Debates 2006, Felipe Calderón
 - 5.1.1 Dicotomía “los de arriba” vs “los de abajo”
 - 5.1.2 Rompimiento con el orden anterior y/o el statu quo
 - 5.1.3 Presencia de demandas sociales insatisfechas que se establecen dentro de una cadena equivalencial
 - 5.1.4 Sobre el hombre providencial
 - 5.2 Debates 2012, Enrique Peña Nieto
 - 5.2.1 Dicotomía “los de arriba” vs “los de abajo”
 - 5.2.2 Rompimiento con el orden anterior y/o el statu quo
 - 5.2.3 Presencia de demandas sociales insatisfechas que se establecen dentro de una cadena equivalencial
 - 5.2.4 Sobre el hombre providencial
 - 5.3 Debates 2018, Andres Manuel López Obrador
 - 5.3.1 Dicotomía “los de arriba” vs “los de abajo”
 - 5.3.2 Rompimiento con el orden anterior y/o el statu quo
 - 5.3.3 Presencia de demandas sociales insatisfechas que se establecen dentro de una cadena equivalencial
 - 5.3.4 Sobre el hombre providencial
 - 5.3.5 Libro de Códigos
- 6. Conclusiones
 - 6.1 Estrategias de comunicación y modelos de debates de 2006 a 2018
 - 6.2 Populismo en los discursos emitidos en los debates, como estrategia de comunicación
 - 6.3 Populismo en los discursos de Calderon, Peña y Obrador, en los debates presidenciales.
 - 6.4 Reflexión sobre los hallazgos
- 7. Referencias

1. Diseño de investigación

1.1 Planteamiento del Problema

En sociedades donde los ciudadanos se encuentran clasificados como consumidores-deudores de mercancías que nunca son suficientes, como electores abrumados por un exceso de datos que, a falta de principios ideológicos ordenadores, se amontonan unos sobre de otros como en un trastero donde no se puede encontrar más que desorientación y repliegue hacia la vida privada, y finalmente como trabajadores en condiciones cada vez más precarias, en entornos laborales donde reina el miedo y la sensación permanente de poder ser desechado, se extienden, por todas partes, las demandas de pertenencia y protección como las dos grandes necesidades de las poblaciones de nuestro tiempo. (Errejón, 2020 en Marramao 2020)

En este escenario, se han multiplicado por doquier fenómenos políticos, movimientos o climas sociales que han sido calificados como populistas, a menudo con uso del término como etiqueta que, precisamente porque vale para todo, acaba no sirviendo para designar nada (Errejón, 2020 en Marramao 2020).

La bibliografía sobre el populismo en América Latina ha oscilado entre visiones que entienden al populismo como un peligro para la democracia, que puede llevar a la conformación de regímenes autoritarios, e interpretaciones que lo analizan como un movimiento de ruptura que democratiza los sistemas institucionales excluyentes. (De la Torre, 2013), Populismo es un término que ha devenido moda en el discurso político contemporáneo, después de que algunos lo creían desaparecido. El término es aún de uso impreciso y se utiliza en diversas realidades discursivas, las que a su vez remiten a diferentes mundos objetivos: ideologías políticas, movimientos y agrupaciones políticas, estilos discursivos y programas de acción política y modos de obrar, tanto en los regímenes autoritarios como democráticos. (Flores y Bonfiglio, 2018).

En México, desde las elecciones del año 2006, la presidencia de la República ha sido ocupada por candidatos de tres partidos políticos, mismos que sostienen en sus fundamentos corrientes ideológicas diferentes e incluso opuestas; sin embargo, es posible encontrar diversos elementos característicos del discurso populista en sus correspondientes intervenciones en los debates oficiales de los que fueron partícipes. Esta investigación busca mediante el desarrollo de un estudio longitudinal y descriptivo, considerando la teoría del análisis del discurso populista y la literatura previa al respecto, analizar cómo se construyeron y representaron los elementos de discurso populista en las intervenciones de los candidatos punteros de las últimas tres campañas presidenciales, dentro de los debates oficiales, partiendo desde el año 2006, año en el que los debates tuvieron mayor formalidad y fueron considerados como parte de las estrategias de comunicación electoral.

1.2 Pregunta de investigación

¿Cómo se ha construido y representado el discurso populista, como estrategia de comunicación electoral, en las intervenciones de los candidatos punteros dentro de los debates oficiales, en las últimas tres elecciones para la presidencia de la república?

1.3 Supuesto de Investigación

Existen elementos de discurso populista, como parte de las estrategias de comunicación electoral, de cada candidato puntero, que determinaron sus intervenciones emitidas en los debates oficiales, en las últimas tres elecciones para la presidencia de la república.

1.4 Diseño de investigación

La investigación será de carácter longitudinal, este se caracteriza por plantear el análisis del problema de estudio a lo largo del tiempo (Cea D'Ancona, s.f.). Particularmente se trata de un diseño longitudinal de cohorte. En este, el interés de la investigación se centra en una subpoblación, esta se constituye por individuos que comparten una misma característica (intervenciones de los candidatos punteros en los debates oficiales a la presidencia de la República), así se selecciona una muestra para analizar su evolución, observando muestras distintas de la cohorte seleccionada. Así mismo será de tipo descriptivo el cual, según Sarabia (1999), es un discurso que evidencia y significa el ser de una realidad a través de sus rasgos estructurales, sus cualidades, sus propiedades, sus caracteres estructurales o circunstancias (Sarabia, 1999), y estará basada en el análisis de los componentes del discurso populista propuestos por Charaudeau (2009) así como los elementos distintivos del populismo propuestos por Laclau (2005).

1.5 Justificación

La presente investigación busca aportar información referente al empleo de los elementos del discurso populista, enunciados por Charaudeau y Laclau, estos en su dimensión comunicativa, en los discursos emitidos por los candidatos punteros dentro de los debates oficiales a la presidencia de la república, desde 2006 al 2018, como parte de su estrategia de comunicación electoral.

De este modo, pretende contribuir a la vasta literatura sobre el populismo y el discurso populista en América Latina, particularmente sobre su desarrollo en México, sumando a la discusión del empleo del populismo como parte de las estrategias de comunicación electoral, con énfasis particular en los discursos emitidos en los debates presidenciales, campo poco explorado hasta el momento,

aunque dichos eventos resultan especialmente atractivos para los votantes y cuya evolución e importancia en nuestro país a lo largo de los años es innegable.

El desarrollo de la presente investigación posee un enfoque de análisis del discurso basado en la lexicometría, la cual es una herramienta que puede utilizarse para identificar categorías o unidades temáticas derivadas de la extracción automática de patrones de conocimiento oculto en datos de naturaleza textual (Barreto et al, 2011), su aplicación puede ir desde la identificación de tendencias o preferencias léxicas emergentes de un corpus (Páramo, 2010) hasta la identificación de categorías o unidades temáticas emergentes producto del análisis de las diferencias y semejanzas que surgen de la comparación léxica de un conjunto de textos (Terrazas, 2016). En este caso será la identificación de categorías de análisis la que nos permitirá sacar a la luz las características propias del populismo y del discurso populista en los discursos emitidos por los candidatos punteros en los debates presidenciales oficiales, a la presidencia de la República, de 2006 a 2018.

El carácter longitudinal presente, guarda su importancia en la posibilidad de identificar los elementos del discurso populista en las tres diferentes ideologías partidistas que han gobernado el país, así como la observancia de la evolución de su empleo a lo largo de los años.

1.6 Alcances y limitaciones

Alcances

Para la realización del presente análisis se ha desarrollado un instrumento de trabajo, mediante el cual, a través del establecimiento de dimensiones y categorías referentes al discurso populista, ha permitido analizar de manera descriptiva, los discursos emitidos por los candidatos punteros en los debates presidenciales oficiales de 2006, 2012 y 2018 en torno a la dicotomía “los de arriba” vs “los de abajo”, el rompimiento con el orden anterior y/o statu quo, la presencia de demandas sociales insatisfechas que se establecen dentro de una

cadena equivalencial y lo referido al hombre providencial. El instrumento de trabajo y las categorías de análisis han permitido la identificación de los rasgos del discurso populista en los debates electorales, considerando su dimensión comunicativa, en el marco de las estrategias de campaña en México.

Limitaciones

Considerando lo dicho por Charaudeau (2009) referente al problema que se enfrenta al analizar discursos políticos, por la relación de anudamiento entre palabra y acción, el cual se presenta de manera particular en los discursos populistas, ya que una palabra considerada populista podría esconder actos que no lo son y de manera inversa actos considerados como tales podrían ocultarse mediante palabras que no lo son. (Charaudeau, 2009) ha sido indispensable para este análisis, revisar no solamente los discursos emitidos por los candidatos punteros, sino todos los emitidos durante estos por los demás candidatos y moderadores, ya que el contexto de las palabras también era determinante para los propósitos de esta investigación, lo cual generó no poder tener un corpus mayor o la inclusión de alguna comparativa entre los discursos del candidato puntero y alguno más de los candidatos participantes en los debates correspondientes. Además de dejar por fuera cualquier elemento visual o de acción performativa del candidato en sus intervenciones.

Por otro lado, aunque se trata de un estudio longitudinal, no se ha abordado una comparación histórica entre los debates ni su desarrollo en cuestiones de tipo o formato, comprendidos dentro del periodo propio a este análisis.

2. Marco Teórico

En los últimos años México ha transitado hacia un mayor ejercicio de su democracia, la alternancia en la presidencia de la república llegó en el año 2000 y con ello la competencia entre partidos políticos para su obtención vio una transformación profunda, lo cual generó un mayor profesionalismo e innovación constante en las diversas estrategias de comunicación de los candidatos, los medios para acercarse a los votantes también han cambiado, la comunicación en general evoluciona a pasos agigantados y los instrumentos empleados para cumplir con los fines comunicacionales, como lo son los debates oficiales, no han escapado a dicha evolución.

Desde el año 2006 tres partidos políticos, todos de diferente ideología han ocupado la presidencia de la república, sus estrategias de comunicación han sido realmente diferentes entre sí, por decir lo menos, y un candidato en particular estuvo presente en los tres procesos electorales objeto de la presente investigación. Desde el arribo de este personaje el uso de la palabra populismo o populista ha estado cada vez más presente entre el electorado, teniendo en la mayoría de los casos un significado negativo, sin embargo, así como su utilización ha incrementado, pareciera que a la par lo hace el desconocimiento de lo que en realidad es el populismo y por ende de sus características y la manera de emplear sus elementos distintivos dentro de las estrategias de comunicación de los candidatos.

Para poder resolver los interrogantes planteados, comenzaremos con una primer definición otorgada por Cannovan (1999) en una definición que comparte con Laclau, nos dice que el argumento según el cual la constitución de identidades populares es central en la apelación populista, al afirmar que el populismo en las sociedades democráticas modernas, es entendido más como una apelación al pueblo contra la estructura del poder establecida, así como también contra las ideas y los valores dominantes de la sociedad. (Cannovan, 1999 en Panizza, 2009).

Dado lo anterior, es necesario ahondar en la historia y desarrollo del populismo, ya que existen una gran cantidad de discursos populistas todos ellos en diversas latitudes y contextos históricos y sociales.

El populismo surge históricamente a finales del siglo XIX, cuando aparece un movimiento socialista progresista en Rusia y paralelamente un movimiento rural conducido por los chacareros del oeste y sur de los Estados Unidos, ambos acompañados de un discurso crítico contra el capitalismo. (Charaudeau, 2009)

Sin embargo, la expresión régimen populista se empleó con mayor frecuencia para referirse a los regímenes políticos originados en América Latina a partir de los años cincuenta: el peronismo de Juan Domingo Perón en Argentina, el getulismo de Getulio Vargas en Brasil, el cardenismo de Lázaro Cárdenas en México y más tarde el Caudillismo de Menem en Argentina, el populismo denominado liberal de Color de Melo en Brasil (1989-1992), el de Alberto Fujimori en Perú (1990-2000) hasta el llamado socialismo de Chávez en Venezuela (Charaudeau, 2009).

Paralelamente, en Francia se desarrollaron diversas figuras de populismo, el poujadismo en los años cincuenta, con discursos xenófobos y anti intelectualistas, dirigido a pequeños comerciantes y artesanos.(Charaudeau, 2009). Treinta años después, a finales de los 80 el término populismo es retomado y calificado de nacional popular, respecto de los discursos de Jean-Marie Le Pen que reclaman la preferencia nacional, más tarde se le cataloga de liberal popular al hacer referencia a los discursos de Bernard Tapié, que elogiaba la empresa y el empleo de los jóvenes, llegando hasta las declaraciones de Sarkozy, las cuales fueron catalogadas como un populismo híbrido, debido a que maneaba alternativamente un discurso de liberalismo económico dirigido a las empresas y profesiones liberales y un discurso de protección de los débiles dirigido a las clases populares. (Charaudeau, 2009).

El largo recorrido histórico desde la aparición del término populismo y su presencia en diversas latitudes y representación de ideologías tanto de izquierda

como de derecha han hecho complejo el definir qué es populismo y quien es populista, cuestión en la que convergen diversos investigadores.

2.1 Revisión crítica de la conceptualización del populismo

Como podemos ver no son pocos los movimientos que han sido denominados como populistas y estos han aparecido en diversas latitudes a lo largo de la historia. Por lo tanto es comprensible la necesidad constante de definir qué es el populismo, si existen o no rasgos en común entre todos estos movimientos o si estos evolucionan y con ellos su definición, por lo cual en el siguiente apartado realizaré una breve revisión crítica acerca de la conceptualización del populismo, presentada por diversos autores en diferentes épocas.

Laclau (2005) en su libro “La Razón Populista”, dedica todo un capítulo a explicar lo que él llama las ambigüedades y paradojas del populismo, en el cual, nos dice que el populismo, como categoría de análisis político nos enfrenta a problemas muy específicos. Por un lado, es una noción recurrente, que no solo es de uso generalizado, ya que forma parte de la descripción de una amplia variedad de movimientos políticos, sino que también intenta capturar algo central acerca de estos (Laclau, 2005).

La claridad conceptual, ni que hablar de definiciones, está visiblemente ausente de este campo. En la mayoría de los casos, la comprensión conceptual es reemplazada por la invocación a una institución no verbalizada o por enumeraciones descriptivas de una variedad de “rasgos relevantes” (Laclau, 2005).

En la revisión de textos y conceptualizaciones del populismo destaca el trabajo realizado por Canovan, quien brinda un listado de elementos que ella considera como distintivos del populismo.

A continuación la lista que nos brinda Canovan (1981):

1. El socialismo surge en países campesinos atrasados que enfrentan los problemas de la modernización.
2. Básicamente, la ideología de pequeños pobladores rurales amenazados por el abuso del capital industrial y financiero.
3. Básicamente, un movimiento rural que busca realizar los valores tradicionales en una sociedad cambiante.
4. la creencia de que la opinión mayoritaria de la gente es controlada por una minoría elitista.
5. Cualquier credo o movimiento basado en la siguiente premisa principal: la virtud reside en la gente simple, que constituye la aplastante mayoría, y en sus tradiciones colectivas.
6. El populismo proclama que la voluntad de la gente como tal es suprema y sobre cualquier otro criterio.
7. Un movimiento político que cuenta con el apoyo de la masa de la clase trabajadora urbana y/o del campesinado, pero que no es resultado del poder organizativo autónomo de ninguno de estos dos sectores.

Frente a tal variedad Canovan (1981) considera importante distinguir entre un populismo agrario y otro que no es necesariamente rural, sino esencialmente político (Canovan, 1981).

Aunque Laclau (2005) no adopta esta conceptualización, debido a la gran cantidad de excepciones que se deben realizar para ajustar a ella los diversos movimientos que han sido catalogados como populistas a lo largo de la historia, sí resalta el mérito de no tratar de eliminar la multiplicidad de formas que ha tomado históricamente el populismo, ya que nos dice que, la mayor parte de la literatura en este campo no ha resistido la tentación de atribuir al populismo un contenido social particular (Laclau, 2005).

Donald MacRae (1969) escribe: Pero sin duda, vamos a utilizar automática y correctamente el término populista cuando, bajo la amenaza de algún tipo de modernización, industrialización, o como quiera que lo llamemos, un segmento predominantemente agrícola de la sociedad afirma como su estatuto de acción política, su creencia en una comunidad y generalmente un Volk como excepcionalmente virtuoso, igualitario y contra toda elite, mira hacia un pasado místico para regenerar el presente y confunde usurpación con conspiración extranjera, se niega a aceptar ninguna doctrina de inevitabilidad social, política o histórica y en consecuencia, se vuelca a la creencia en un apocalipsis inmediato, inminente, mediado por el carisma de líderes y legisladores heroicos. Si con todo esto hallamos un movimiento de asociación de corto plazo, con fines políticos a ser alcanzados por la intervención estatal y no un partido político serio, real, entonces estamos frente a un populismo en su forma más típica. (Citado de MacRae, 1969 en Laclau,2005)

Laclau (2005) destaca de este tipo de definiciones tan detalladas de lo que es el populismo, el que no debe de sorprendernos se tropiece frecuentemente con profundas dificultades para aplicarse a los movimientos populistas, considerándolo como una característica general de la literatura sobre populismo: Cuantas más determinaciones se incluyen en el concepto general, menos capaz es el concepto de hegemonizar el análisis concreto. (Laclau, 2005).

Del mismo modo, resalta también que se debe aceptar que los populismos contemporáneos tienen poco en común con un modelo ideal. El populismo del siglo XX no ha sido transmitido desde Rusia ni desde los Estados Unidos en un modo significativo. Más bien, ciertos puntos del pensamiento europeo han sido difundidos y re combinados para formar diversos populismos nativos. En ellos, algunas de las ambigüedades de los antiguos populismos se han complicado con elementos tanto primitivos como progresistas. (Laclau,2005).

En esta búsqueda de conceptualización del populismo Laclau retoma del libro de Ionescu y Gellner (1969) el trabajo de Minogue, el cual basa su análisis sobre dos distinciones, la primera, la distinción entre retórica e ideología. “debemos distinguir cuidadosamente entre la retórica utilizada por los miembros de un movimiento y la ideología, que expresa la corriente más profunda del movimiento”. La segunda es la distinción entre un movimiento y su ideología.

Aunque discrepa con la utilización de Minogue sobre estas distinciones, destaca el hecho de dejar en claro que considera que existe una graduación normativa, según la cual el nivel más bajo corresponde a la retórica y el más alto al movimiento, quedando la ideología en una incómoda situación intermedia, entre las formas institucionales del movimiento y su degeneración en mera retórica. Esta última es el destino manifiesto del populismo, que constituye una formación política esencialmente transitoria (Laclau, 2005).

Concentrándose en estas distinciones, la ideología sólo puede considerarse como diferente a la retórica involucrada en la acción política si la retórica es entendida como un puro adorno del lenguaje, que no afecta en modo alguno a los contenidos transmitidos por éste. Sin embargo, ¿cómo separar de un modo tan estricto la ideología del movimiento? A partir de Wittgenstein sabemos que los juegos del lenguaje comprenden tanto los intercambios lingüísticos como las acciones en las cuales están involucrados, y la teoría de los actos del lenguaje ha establecido nuevas bases para el estudio de las secuencias discursivas que constituyen la vida social institucionalizada. Es en este sentido que hemos hablado de los discursos como totalidades estructuradas que articulan elementos tanto lingüísticos como no lingüísticos (Laclau, 2005).

Desde este punto de vista, para Laclau la distinción entre un movimiento y su ideología no solo es imposible, sino también irrelevante, lo que importa es la determinación de las secuencias discursivas a través de las cuales un movimiento o una fuerza social lleva a cabo su acción política global, punto central de la

presente investigación y que más adelante desarrollaremos con mayor profundidad, sin embargo es importante destacar que a partir de las distinciones de Minogue, resaltadas por Laclau podemos comenzar a ver la importancia de los juegos del lenguaje dentro del populismo.

A partir de estas observaciones queda clara la perspectiva de Laclau, en la cual busca en gran medida invertir la perspectiva analítica y en lugar de comenzar con un modelo de racionalidad política que entiende al populismo en términos de lo que le falta, amplía el modelo o la racionalidad en términos de la retórica, de manera que el populismo aparezca como una posibilidad distintiva y siempre presente en la estructura de la vida política (Laclau, 2005).

Para finalizar la la revisión de textos realizada por Laclau, que encontramos pertinente para los objetivos de nuestro análisis, retomaremos sus observaciones sobre el trabajo de Peter Worsley incluido en el libro de Ionescu y Gellner donde resalta:

1. El paso del mero análisis de contenido de las ideas, al papel que ellas juegan en un contexto cultural determinado, un papel que modifica no sólo sus usos sino su propio contenido intelectual.
2. El populismo no es percibido por Worsley como un tipo de organización o ideología a ser comparado con otros tipos como el liberalismo, el comunismo o el socialismo, sino como una dimensión de la cultura política que puede estar presente en movimientos de signo ideológico muy diferente.
 - a. El populismo estará mejor considerado como un énfasis, una dimensión de la cultura política en general y no simplemente como un tipo particular de sistema ideológico general o forma de organización
3. Estas dos desviaciones del enfoque clásico permiten a Worsley hacer otra serie de movimientos particularmente fructíferos. Vamos a mencionar dos

de ellos. El primero es su afirmación de que, para los populismos del Tercer Mundo “las clases socioeconómicas no constituyen entidades sociales decisivas como lo son en los países desarrollados... la lucha de clases es, por tanto, un concepto irrelevante”. No está simplemente haciendo una consideración etnográfica de alguna forma de “falsa conciencia”, sino señalando una verdadera dificultad en el intento de generalizar la “lucha de clases” como motor universal de movilización política.

El segundo movimiento consiste en su esfuerzo por evitar cualquier intento reduccionista y simplista de ver la manipulación espuria como necesariamente constitutiva del populismo. Afirma que: Sería conveniente... alterar parte de la definición de populismo de Shil de manera tal que, sin eliminar la “seudoparticipación” (demagogia, “gobierno por televisión”, etc), se pudiera incluir también, y distinguir la participación popular genuina y efectiva. Así el “populismo” se referiría no solo a las relaciones “directas” entre el pueblo y un liderazgo (el cual inevitablemente en cualquier sociedad es compleja, de gran escala, debe ser predominantemente pura mistificación o simbolismo), sino, de un modo más amplio, a la participación popular en general (incluyendo la seudoparticipación) (Citado de Ionescu y Gelner, 1969 en Laclau, 2005)

Esto también es importante, ya que hace posible eliminar del análisis del populismo cualquier actitud necesaria de condena ética, actitud que como hemos visto ha estado en la base de muchos análisis aparentemente “objetivos”. (Laclau, 2005).

La revisión crítica de los conceptos sobre populismo no es algo nuevo, dos de los grandes autores al respecto como son Laclau y Panizza han hecho un gran recorrido por las diversas conceptualizaciones del mismo, sin embargo dada la naturaleza de la presente investigación ha sido de mayor cercanía el enfoque dado por el primero, ya que no solo nos aporta diferentes conceptualizaciones, sino que va más allá, haciendo también un recorrido histórico, en el cual nos va

presentando la evolución de los acercamientos de la mano con la evolución de la sociedad en general y generando un propio enfoque, que él mismo denomina como alternativo y del cual hablaré a profundidad más adelante.

Conuerdo plenamente con Laclau en que toda aproximación que intentó generar un listado acotado e inflexible de características del populismo para poder llegar a una definición del mismo, al final se vió superado, que su presencia en movimientos de corrientes ideológicas diversas es innegable por lo que no se le puede encasillar deliberadamente en alguna de ellas y que tampoco responde a un solo sistema de gobierno.

2.1.1 Tipos de populismo

Después de hacer una revisión por diversas conceptualizaciones de populismo, siguiendo el hilo conductor que Laclau ha desarrollado en su trabajo denominado La Razón Populista y haberlo contrastado con lo realizado a su vez por Panizza en El populismo como espejo de la democracia, donde ambos autores toman en común las definiciones de varios autores pero las abordan con diferentes ópticas, he expresado en el apartado anterior que la perspectiva de Laclau será la base para el desarrollo de la presente investigación, sin embargo hasta este punto y a diferencia de lo que él ha planteado considero que no basta con revisar las definiciones de populismo, sino que es necesario ver también aquellos movimientos que fueron clasificados como populismo y realizar una breve tipologización.

La creación y desarrollo del concepto populismo, de acuerdo a Hermet (2003), parte desde finales del siglo XIX, cuando se generaron una serie de movilizaciones de las clases populares, impulsadas por ideas de pluralismo social e ideológico, siendo guiados por líderes carismáticos de izquierda, provenientes de grupos obreros o campesinos (Hermet, 2003).

A partir de 1930 surge el populismo clásico, donde los grupos menos privilegiados buscan insertarse en el sistema político debido al profundo descontento existente hacia sus representantes, la falta de solución a sus reclamos, así como la creciente desigualdad social. Para Conniff (2003), este populismo clásico se entiende como un movimiento político encabezado por un líder carismático, con seguidores provenientes de distintas clases sociales y objetivos políticos de generar reformas y cambios a favor de los más desfavorecidos. En este periodo se refuerza la idea del “pueblo” como base de la legitimidad de los políticos ya fuera por su origen emanado de las clases populares o por la adopción de ideales a favor de la restitución social de los más necesitados (Conniff, 2003).

Durante la década de los sesenta y setenta, se genera un populismo económico, caracterizado por el considerable aumento en el gasto social y los programas de protección social en la salud, educación y vivienda. En esta etapa, se identifica por la sustitución de importaciones y la expansión tanto del aparato de gobierno como de empresas creadas a partir de capital gubernamental. Durante esta etapa aumenta el salario de los trabajadores y se mejoran las condiciones de vida, sin embargo, no se crean economías competitivas o eficientes, lo cual a la postre generarían altísimos déficits y la consecuente crisis mundial de finales de los setenta e inicios de los ochenta (Rapport & Brenta, 2010, en Cisneros & Babbilli, 2020).

A inicios de la década de los 90, se desarrolla el neopopulismo, identificado por líderes políticos que no provienen de las clases políticas tradicionales. Estos outsiders políticos prometen la regeneración de las clases populares a partir de agendas liberales y el fin del intervencionismo del Estado en la economía. Su consigna es revitalizar la economía por el bien de los más pobres, adoptando esquemas neoliberales con la intención de generar efectos multiplicadores a partir del crecimiento del sector privado y la generación de empleos (Tushnet, 2019). El surgimiento y las victorias electorales de estos políticos, de acuerdo con Conniff (2003), se debe a tres causas principalmente: una mala ejecución de los recursos

públicos, contrario a los intereses de la sociedad; en segundo lugar, al aumento de la inseguridad y la tercera a un bajo rendimiento económico, generado por las subsecuentes crisis cíclicas y sus impactos en los sectores más desfavorecidos. Estos líderes populistas buscan cautivar a sus seguidores a través de campañas y estrategias de marketing político, donde proyectan interés por los que menos tienen y señalan al pueblo como una víctima de las administraciones anteriores y los políticos de siempre, aduciendo a una historia personal de honestidad, éxito económico a partir del propio esfuerzo o de un liderazgo social surgido de las bases (Conniff, 2003).

A partir del inicio del siglo XXI, el populismo puede ser considerado un movimiento de oposición, que surge debido a las fallas del sistema democrático y sus adversos efectos en el nivel de vida de las personas, es entonces que el populismo adquiere una postura anti política (Cisneros & Babbilli, 2020).

Bugaric (2019) señala “no existe una sola forma de populismo, sino una variedad de formas diferentes, cada una con consecuencias políticas profundamente diferentes” (Bugaric, 2019 en Sánchez, 2020) Tomando este principio Jorge Sánchez (2020) en su tesis para obtener el grado de maestría, propone la siguiente tipologización del populismo:

- a) Populismo de Derecha: Una de las características del *populismo de derecha* es que suele ser excluyente con diversos grupos, tal como suele pasar con los extranjeros (Mudde y Rovira, 2011, p. 30). En este tipo de populismo “la elite” son aquellos grupos políticos y culturales señalados de favorecer a grupos externos a costa del pueblo, según Salmela y Von Scheve (2018), para lo cual agregan lo siguiente: La retórica y el discurso populista de derecha promueven ira y resentimiento hacia aquellos que tienen una "buena vida" sin trabajar duro, como los políticos y los altos cargos con ingresos altos y seguros, los beneficiarios de la asistencia social y los refugiados "bajo la tutela del Estado", y los desempleados de larga duración que "evitan el trabajo", pero también hacia los grupos que se perciben como diferentes de "nosotros": minorías étnicas, culturales,

políticas y sexuales. (p. 440) Del mismo modo, dichos autores sostienen que algunas emociones como el miedo, la impotencia, la inseguridad y la vergüenza llegan a incrementar el resentimiento del *populismo de derecha* (p. 441). Por otro lado, aunque este tipo de populismo tiende hacia el antiliberalismo, una gran variedad de programas económicos es compatible con el modelo de libre mercado. En cuanto a su postura, considera fundamental desplazar a las élites políticas para poder cumplir sus objetivos. Mientras que, en lo que se refiere a las garantías nacionales, rechaza la idea de igualdad entre los ciudadanos. (Tushnet, 2019 p. 387-389).

- b) Populismo de izquierda; Para Mudde y Rovira (2011) el *populismo de izquierda* es inclusivo en términos económicos, culturales y políticos. En lo que se refiere a su expresión, el discurso y la retórica propagan ira y resentimiento en contra de los provocadores de las injusticias, la desigualdad y la precariedad. Algunos de ellos son el gobierno y las instituciones supranacionales. En tanto que, en la parte económica fijan una política de austeridad (Salmela y Von Scheve, 2018, p. 440-449). Así mismo, busca cumplir las promesas del liberalismo sobre el bienestar social, además, se impone a que el capital se aleje de sus naciones, para lo cual fija restricciones. (Tushnet, 2019 p. 388-389).
- c) Populismo autoritario: El *populismo autoritario* anula directamente a los poderes legislativo y judicial (Sereni, 2014, p. 439). Así mismo, ataca las políticas de la democracia constitucional liberal y desafía los fundamentos de dicho orden (Bugaric, 2019, p. 391)
- d) Populismo democrático: Para Sereni (2014) el *populismo democrático* es derivado de la crisis económica- social, que provoca una movilización masiva antipluralista encabezada por un líder que manifiesta defender los intereses del pueblo. Situación que aprovecha para quitarle legitimidad a los poderes del Estado, ya que los llega a sustituir por instituciones informales, así como por mecanismos democráticos tales como el referéndum y el plebiscito (p. 439-440). Finalmente, Bugaric (2019) considera que este tipo

de populismo combina elementos de convicciones liberales y democráticas (p. 395) (Sanchez, 2020).

El llegar a una clasificación de los tipos del populismo, nos lleva a dejar realmente presente el hecho de que el populismo no es una ideología, ni responde a una temporalidad en específico o a ciertas clases sociales y mucho menos es clasificable dentro de algún sistema o régimen de gobierno en particular, pero sí podemos agrupar los movimientos populistas de la manera anteriormente expuesta para encontrar rasgos en común y poderlos analizar en su conjunto.

2.1.2. El enfoque alternativo de Laclau

Como mencioné al principio del capítulo, después de la revisión crítica de la conceptualización del populismo, uno de los motivos que me llevó a seguir la óptica planteada por Laclau (2005) para abordar el populismo fue lo que él mismo llamó su enfoque alternativo, en el cual pasó de la pregunta ¿Qué es el populismo? a ¿A qué realidad social y política se refiere el populismo? e incluso sustituirla por una segunda ¿De qué realidad social es expresión el populismo? Para dar respuesta a esta pregunta él propone comenzar por cuestionar, y en algunos casos invertir, los presupuestos básicos sobre populismo y del análisis que condujo a ellos, tomando en cuenta, dos cuestiones básicas

1. En primer lugar, debemos preguntarnos si la imposibilidad (o probable imposibilidad) de definir el populismo no proviene del hecho de haberlo descrito de tal manera que cualquier aprehensión conceptual del tipo de racionalidad inherente a su lógica política ha sido excluida a priori. Pensamos que, de hecho, esto es lo que ocurre. Si al populismo se lo define sólo en términos de “vaguedad”, “imprecisión”, “pobreza intelectual”, como un fenómeno de carácter puramente “transitorio”, “manipulador” en sus procedimientos, etcétera, no hay manera de determinar su diferencia específica en términos positivos.

2. Sin embargo, un primer paso para apartarnos de esta denigración discursiva del populismo no es cuestionar las categorías utilizadas en su descripción (vaguedad, imprecisión, etcétera), sino tomarlas en sentido literal, pero rechazando los prejuicios que están en la base de su desestimación. Es decir, en lugar de contraponer la “vaguedad” a una lógica política madura dominada por un alto grado de determinación precisa, deberíamos comenzar por hacernos una serie de preguntas más básicas: “la vaguedad” de los discursos populistas, ¿no es consecuencia, en algunas situaciones, de la vaguedad e indeterminación de la misma realidad social?” Y en ese caso, “¿no sería el populismo, más que una tosca operación política e ideológica, un acto performativo dotado de una racionalidad propia, es decir, que el hecho de ser vago en determinadas situaciones es la condición para construir significados políticos relevantes?”

Finalmente, “el populismo, ¿es realmente un momento de transición derivado de la inmadurez de los actores sociales destinado a ser suplantado en un estadio posterior, o constituye más bien una dimensión constante de la acción política que surge necesariamente (en diferentes grados) en todos los discursos políticos, subvirtiéndolo y complicando las operaciones de las ideologías presuntamente “más maduras”? Veamos un ejemplo. Se dice que el populismo “simplifica” el espacio político al reemplazar una serie compleja de diferencias y determinaciones por una cruda dicotomía cuyos dos polos son necesariamente imprecisos (de otro modo, no podrían abarcar todas las particularidades que supuestamente deben agrupar) (Laclau, 2005).

Laclau (2005) nos dice también que otra forma de desestimar al populismo, es relegarlo a la mera retórica, pero como también hemos señalado, el movimiento tropológico, lejos de ser un mero adorno de una realidad social que podría describirse en términos no retóricos, puede entenderse como la lógica misma de la construcción de identidades políticas. Tomemos el caso de una metáfora. Como sabemos, esta establece una relación de sustitución entre términos sobre la base

de la analogía. Ahora bien, como ya hemos mencionado, en toda estructura dicotómica, una serie de identidades o intereses particulares tiende a agruparse como diferencias equivalentes alrededor de uno de los polos de la dicotomía. Por ejemplo, los males experimentados por diferentes sectores del pueblo van a ser percibidos como equivalentes entre sí en su confrontación con el poder oligárquico, ¿y qué es esto sino una reagregación metafórica? (Laclau,2005).

Así, podemos afirmar que para progresar en la comprensión del populismo, es una condición sine qua non rescatarlo de su posición en el discurso de las ciencias sociales, las cuales lo han confinado al dominio de aquello que excede al concepto, a ser el simple opuesto de formas políticas dignificadas con el estatus de una verdadera racionalidad. Debemos destacar que esta relegación del populismo solo ha sido posible porque, desde el comienzo, ha habido un fuerte elemento de condena ética en la consideración de los movimientos populistas. El populismo no solo ha sido degradado, también ha sido denigrado. Su rechazo ha formado parte de una construcción discursiva de cierta normalidad, de un universo político ascético del cual debía excluirse su peligrosa lógica. Pero desde este punto de vista, las estrategias básicas de la ofensiva antipopulista se inscriben en otro debate, la discusión general sobre la psicología de las masas. Fue en el curso de esta discusión que se establecieron una serie de distinciones y oposiciones que operarían como una matriz sobre la cual se organizó una perspectiva general sobre fenómenos políticos “aberrantes”, que incluían al populismo. (Laclau, 2005). y que más adelante profundizaremos en un apartado especial dedicado a la importancia de la psicología de las masas en la evolución de la conceptualización del populismo.

Sacando al populismo de las conceptualizaciones tradicionales, podemos llevar su análisis y conceptualización a un lugar mucho más abierto en el que no busquemos totalizarlo sino verlo como parte de algo más grande, pero que será el populismo el que encamine sus acciones. Otro de los hallazgos que podemos hacer en este enfoque alternativo planteado por Laclau, es visualizar el papel

sobresaliente del discurso y los juegos del lenguaje, dentro del populismo, y que será propio destinar un apartado posterior a su especial análisis.

2.2 Definición de populismo

Definir el populismo no ha sido una tarea fácil, como hemos podido revisar, no son pocos los autores que han hablado al respecto, ni la cantidad de movimientos que han sido clasificados dentro de alguna conceptualización del mismo, por lo cual poder entender exactamente de qué hablamos cuando decimos populismo ha sido uno de los puntos más complejos.

Como pudimos observar hay aproximaciones que te arrojan un listado de características diversas que deben cumplir los movimientos populistas, otras que se enfocan en la manera en que un líder condujo un movimiento en particular, ubicado en cierta temporalidad y marco referencial específico, u otras como las de Panizza (2005) quien propone identificar un núcleo analítico basado en la identificación de tres elementos: ¿Quién es el pueblo? ¿Quién habla en nombre del Pueblo? Y ¿De qué manera tiene lugar la identificación populista?

Sin embargo, como hemos podido revisar la mayoría de ellas guardan limitantes para poder comprender dentro de sí a todos los movimientos definidos como populistas a lo largo del tiempo, además de asignar, en su gran mayoría un significado de carácter negativo al concepto, por lo anterior, encontrar una óptica que conceptualizara el populismo fuera de éste, fue el primer elemento a considerar para adoptar una definición que me permitiera ir más allá de la misma y me brindara la posibilidad de enfocarme en la manera en que el populismo ha sido empleado dentro de las estrategias de comunicación política de los candidatos a la presidencia de la República, sin limitantes ideológicas o aquellas correspondientes a la temporalidad de la definición.

Dicha aproximación la encontré en el trabajo de Laclau el cual, como he señalado al principio de este capítulo se basa en dar un enfoque alternativo a la manera de abordar el populismo, tomando su definición siguiente: El populismo es aquella dimensión de ciertos discursos políticos que los construye sobre la base

de dicotomizar ciertos espacios sociales, ella puede ser adscripta a los contenidos ideológicos más diversos. Hay populismo siempre que las entidades colectivas se construyen en términos de una frontera dicotómica que separa a “los de arriba” de “los de abajo” (Laclau, 1987).

Además de dicha definición tomaremos en cuenta las siguientes características del populismo otorgadas por el mismo autor en su trabajo posterior *La Razón populista*.

- 1) Por populismo no entendemos un tipo de movimiento identificable con una base social especial o con una determinada orientación ideológica, sino una lógica política, las cuales están relacionadas con la institución de lo social, la cual surge de las demandas sociales y es en tal sentido, inherente a cualquier proceso de cambio social.

Este cambio tiene lugar mediante la articulación variable de la equivalencia y la diferencia (todas las demandas son equivalentes en el hecho de mostrar las necesidades de un sector de la población pero al mismo tiempo diferentes porque cada una de ellas responde a una particular necesidad insatisfecha), y el momento equivalencial presupone la constitución de un sujeto político social que reúne una pluralidad de demandas sociales. Esto a su vez implica la construcción de fronteras internas y la identificación de un “otro” institucionalizado.

- 2) El lenguaje de un discurso populista, ya sea de izquierda o de derecha, siempre va a ser impreciso y fluctuante, no por alguna falla cognitiva, sino porque intenta operar performativamente dentro de una realidad social que es en gran medida heterogénea y fluctuante, Esto se puede entender en palabras de Laclau (2005) de la siguiente manera, una determinada demanda, que tal vez al comienzo era solo una más entre muchas, adquiere en cierto momento una centralidad inesperada y se vuelve el nombre de algo que la excede, de algo que no puede controlar por sí misma y que no obstante se convierte en un “destino” al que no puede escapar. Cuando una demanda democrática ha atravesado esta senda, se

convierte en una demanda “popular”. Pero es inalcanzable en términos de su propia particularidad inicial, material, y es solo entonces que el nombre se separa del concepto, el significado del significante y si esta separación no habría populismo. (Laclau,2005)

- 3) La necesidad de una cadena equivalencial, que nace de las demandas particulares insatisfechas que establecen solidaridad con otras necesidades insatisfechas, mismas que llevarán a romper con el orden establecido, para dar lugar a un nuevo ordenamiento. Es decir, tendremos por un lado el intento de ruptura con el statu quo, con el orden institucional precedente, mientras por el otro se trata de construir un nuevo orden, esto mediante el llamado a “los de abajo”.

Es importante señalar que el discurso al que se refiere Laclau va ligado a su acción performativa, es decir, todas las acciones que realiza quien emite el discurso, no solamente se queda en el acto del habla.

2.3 Psicología de las masas

Hasta este momento hemos hablado de la evolución del concepto de populismo, los diversos movimientos históricos que han sido clasificados dentro de él y hemos coincidido con la tipologización de ellos, propuesta por Cisneros y Sánchez, con lo que ha quedado evidenciado el porqué para el presente análisis hemos tomado como base la postura e investigación de Laclau sobre populismo, ya que es inherente y resalta a la vista el hecho de que el populismo no puede identificarse sólo con una ideología y que puede estar presente en cualquier tipo de régimen. De igual manera hemos tomado como base la definición otorgada por Laclau por plantear un enfoque alternativo, alejado de las connotaciones negativas asignadas a las características del populismo, y al término como tal.

Dado lo anterior y la dimensión performativa en la que radica la definición dada por Laclau, es importante hacer un breve recorrido por la teoría de la psicología de las masas, con la finalidad de comprender de dónde viene el

carácter negativo que se ha dado al populismo y acentuar la importancia del enfoque alternativo dado por Laclau, así como terminar de cerrar la pinza hacia la importancia del discurso y su dimensión activa.

En las primeras etapas del estudio de la psicología de las masas existieron dos supuestos que en su momento permearon la discusión en torno, el primero es que existía una línea divisoria entre las formas racionales de organización social y los fenómenos de masas, es decir una delgada frontera que separaba lo normal de lo patológico y el segundo es el relativo al comportamiento de las masas, la distinción entre racionalidad y la irracionalidad, misma que coincide ampliamente con aquella entre el individuo y el grupo.

En palabras de Le Bon (1995), por el mero hecho de formar parte de una multitud organizada, un hombre desciende varios rangos en la escala de la civilización. De una manera aislada, puede ser un individuo cultivado: en una masa, es un bárbaro, esto es, una criatura que actúa por instinto. Posee la espontaneidad, la ferocidad, y también el entusiasmo y el heroísmo de los seres primitivos, a quienes además tiende a parecerse por la facilidad con la cual se deja impresionar por las palabras y las imágenes, (que no tendrían ningún efecto en cada uno de los individuos que componen las masas) y se deja inducir a cometer actos contrarios a sus intereses más obvios y a sus hábitos más conocidos. (Le Bon, 1995)

Lo dicho por Le Bon no era un pensamiento nuevo, Serge Moscovici (1986) nos habla de la longevidad del mismo, cuando dice: éste fenómeno ha sido universalmente confirmado por informes públicos. De acuerdo con Solón, un ateniense por sí solo es un zorro astuto, pero un grupo de atenienses es un rebaño de ovejas. Federico el Grande confiaba en cada uno de sus generales como individuos, pero los describía como tontos cuando se reunían en un consejo de guerra. Y estamos en deuda con los romanos por el más apto y universal de los proverbios: *Senatores omnes boni viri, senatus romanus mala bestia*, es decir, los senadores son todos hombres buenos, el senado es una bestia nociva. (Moscovici, 1986).

El famoso libro de Gustave Le Bon (1895), *La Psicología de las Multitudes*, se sitúa en una encrucijada intelectual: en un sentido constituye una versión extrema del modo como el siglo XIX trató el nuevo fenómeno de la psicología de las masas como perteneciente al campo de lo patológico; sin embargo, ya no considera a dichos fenómenos como aberraciones contingentes destinadas a desaparecer; para él, se han convertido en rasgos permanentes de la sociedad. En sus palabras: “Las multitudes son algo así como la esfinge de una antigua fábula: debemos de llegar a una solución de los problemas planteados por su psicología, o resignarnos a ser devorados por ella”. (Le Bon, 1895 en Laclau, 2005).

Ahora, es importante comentar que la escuela francesa sobre la psicología de las masas surge después de la Revolución Francesa, autores como Taine al hablar de la movilización de las masas en el curso de ésta, no nos presenta la descripción de un conflicto entre fuerzas sociales cuyos objetivos son expuestos claramente y cuya incompatibilidad sería la fuente de la violencia resultante, los objetivos sociales ciertamente están presentes en su descripción “la limitada revuelta por la necesidad”, pero son incapaces de explicar la acción social; son superados por una “violencia ilimitada”, resultado tan solo de la acción de “vagabundos”, “rufianes”, “bandidos”, es decir, por fuerzas que escapan a todo tipo de racionalidad social. (Barrows, 1981). Lo cual puede brindarnos un panorama de la conceptualización negativa propuesta hasta este momento, para todo aquel que no pertenecía a las clases pro revolucionarias las turbas generadas eran un acto de barbarie.

El enfoque de Taine no se limitó a descartar la naturaleza irracional del comportamiento de las masas, también constituyó un intento de mostrar que sectores, dentro del cuerpo social, eran especialmente propensos a degenerar en multitudes

El discurso general sobre el comportamiento de las masas había llegado a depender tanto del trazado de una clara línea divisoria entre lo normal y lo patológico, que adquirió una posición cada vez más ancillar dentro de la ciencia

médica, especialmente, aunque no exclusivamente, en la psiquiatría. (Laclau, 2005).

El cientificismo de fines del siglo XIX adoptó un modelo diferente en Italia, donde la mayor influencia fue la del darwinismo a través de su fusión con la tesis criminológica de Cesaare Lombroso, cuyo libro *L'Uomo Delinquente* (El hombre delincuente), donde afirmaba la posibilidad de que “rasgos personales perjudiciales... tienden a reaparecer por atavismo, así como la negrura en las ovejas; y en el género humano, algunas de las peores disposiciones, que ocasionalmente y sin ninguna causa aparente hacen su aparición en ciertas familias, pueden tal vez ser atavismos de un estado salvaje, del cual no son removidos por muchísimas generaciones. De hecho esta visión parece reconocerse en la expresión común según la cual alguien es la oveja negra de la familia (Lombroso, 1876, citado en Van Ginneken, 1992).

El Primer Congreso Internacional de Antropología Criminal, que tuvo lugar en Roma en 1885, fue el escenario de una primera confrontación entre criminólogos italianos y franceses, en la que los últimos cuestionaron por primera vez el modelo anatómico-biológico de los primeros. El enfrentamiento fue aún más profundo en París en 1889, en el Segundo Congreso Internacional, cuando fue atacada la totalidad de la evidencia anatómica de los italianos. A partir de la década de 1890, las explicaciones biológicas del comportamiento de las masas entraron en un claro retroceso, esto debido en parte, al surgimiento de nuevas tendencias en la investigación sobre el comportamiento de las masas como consecuencia de la desintegración del modelo patológico. (Laclau,2005).

Aquí hay dos rompimientos, el primero con Tarde y su definición patológica (bárbaros) y el segundo con lo propuesto por los italianos en la cual el significado peyorativo estaba ligado a la evolución en un sentido fisiológico, sin embargo esta significación que se le ha dado a las multitudes ha quedado ahí y nos permite entender cómo es que una causa de los más, de la mayoría de la población, ha

sido asociada en todo momento a un contexto negativo, así como su asociación a ciertas clases sociales.

La progresión hacia una aproximación más compleja a la psicología social siguió un modelo cuyas principales características definitorias eran: a) una creciente diferenciación en la tipología de los grupos; b) la transferencia de muchos rasgos de las multitudes planteados por Le Bon a grupos más permanentes, y la redefinición de esos rasgos al ser aplicados a estas nuevas entidades sociales; c) la transferencia al grupo de muchos rasgos que se habían considerado pertenecientes exclusivamente al grupo. Las dos primeras características están asociadas principalmente a la intervención teórica de Gabriel Tarde, la tercera puede encontrarse en el trabajo de William McDougall (Laclau, 2005).

En una comparación realizada por LaCLau entre uno de los primeros trabajos de Tarde, el libro denominado las multitudes y las sectas criminales, publicado en 1893 y su libro posterior La opinión y la multitud de 1901, determina que es posible percibir una naturaleza cada vez más matizada de las distinciones que introduce Tarde.

El primer trabajo de Tarde comienza estableciendo una distinción entre diversas formas de agrupaciones humanas, de acuerdo con el grado de organización interna que alcanzan. Caminantes en la misma calle, personas que ocupan el mismo vagón en un tren, o aquellos que silenciosamente comparten la misma mesa en un restaurante son grupos sociales virtuales, que solo se vuelven reales si un evento repentino los funde en una emoción única (el descarrilamiento del tren, una explosión de dinamita en la calle, etcétera). En esos casos surge el primer grado de asociación que denominamos multitud. A través de una serie de grados intermedios uno se eleva de aquel conjunto transitorio y amorfo a aquella multitud organizada, jerárquica, duradera y regular que podríamos denominar corporación en el sentido más amplio del término. (Tarde, 1989).

Debe haber entonces cierto grado de semejanza de la constitución mental del interés y del sentimiento, entre las personas que forman una multitud, cierto grado de homogeneidad mental del grupo. Y cuanto mayor es este grado de homogeneidad mental de cualquier grupo de hombres, más rápidamente forman una masa psicológica, y más llamativas e intensas son las manifestaciones de su vida colectiva. (McDougall, 1920).

Así “todos los tipos de asociaciones tienen este carácter común y permanente de ser producidos, de ser en mayor o menor medida conducidos por un jefe visible o encubierto; muy a menudo encubierto en el caso de las multitudes, siempre claro y visible en el caso de las corporaciones”. (Tarde, 1989).

“Uno puede afirmar que cualquier forma de asociación humana puede distinguirse: 1) por la manera como un pensamiento o deseo entre miles se convierte en el dominante, por las condiciones de la confluencia de pensamientos a partir de los cuales se consigue la victoria y 2) por la mayor o menor facilidad que se ofrece al pensamiento y deseo dominante” (Tarde, 1989).

Sin embargo, para nuestros propósitos es importante destacar los mecanismos mediante los cuales se propaga una idea que se origina en una corporación. Esta propagación depende de la constitución previa de un terreno ideológico preparado para recibirla. Incluso en la etapa embrionaria de la propagación de la idea, en la asociación entre dos personas, es necesaria la sugestión para consolidarla: uno de los dos miembros de la pareja (suggestionnaire) adopta el rol activo, mientras que el otro el (suggestionné) adopta el pasivo. Cuando la propagación de la idea se extiende a grupos más amplios, pueden ocurrir dos fenómenos: o bien la sugestión es un fenómeno recíproco entre todos los miembros del grupo, incluido el líder, o bien hay una acción unilateral de sugestión por parte de este último. (Laclau, 2005).

Al hablar de estos roles nos aproximamos a las teorías de la comunicación, donde en el más elemental de los esquemas siempre encontraremos un emisor y un receptor, además de quedar evidenciada una de las propiedades, que más adelante abordaremos, del discurso al hablar de la función de persuasión que guarda el emisor sobre el receptor. Por otro lado, encontramos como es que la posición de los líderes en la multitud va cobrando relevancia.

Para cerrar este apartado hablaremos de algunas de las aportaciones de Freud al respecto, ya que en palabras del mismo Laclau (2005) Psicología de las masas y análisis del yo 1921, de Freud, fue sin duda el progreso más radical que se había realizado hasta entonces en la psicología de las masas. (Laclau, 2005)

Freud comienza su trabajo afirmando que la oposición entre psicología individual y psicología social pierde buena parte de su nitidez si se la considera más detenidamente, porque desde el principio de su vida, el individuo está invariablemente vinculado a otra persona “Como modelo, como objeto, como auxiliar y como enemigo, y por eso desde el comienzo mismo la psicología individual... es simultáneamente psicología social”. (Freud, 1921).

Freud propone dejar de lado la “sugestión” como término que requiere su propia explicación, y apelar a la libido como categoría clave para explicar la naturaleza del vínculo social. Este sería un vínculo libidinal y, como tal, estaría relacionado con todo lo referido al amor. Los lazos emocionales que unen al grupo son, obviamente, pulsiones de amor que se han desviado de su objetivo original, asociado a lo sexual, y que siguen, de acuerdo con Freud, un modelo muy preciso: el de las identificaciones (Laclau, 2005).

La identificación en los grupos sociales organizados, de acuerdo con Freud (1921), puede surgir de la transformación del líder en el objeto de amor compartido entre los miembros del mismo, además posteriormente afirma que, en muchas formas de elección amorosa, en las que el objeto sirve para sustituir un ideal del yo propio no alcanzado, se ama en virtud de perfecciones a que se ha aspirado

para el yo propio, y que ahora le gustaría procurarse, para satisfacer su narcisismo, por este rodeo (Freud, 1921). Este análisis continúa con su definición del vínculo social: “un grupo primario de este tipo está formado por cierto número de individuos que han puesto el mismo y único objeto en el lugar de su yo ideal y en consecuencia se han identificado entre sí en su yo”. (Freud, 1921).

En un capítulo sugestivamente denominado “Un grado en el interior del yo”, se refiere al fenómeno asombroso de la desaparición de los atributos individuales en la multitud, lo cual debe interpretarse (se nos dice nuevamente) “como significando que el individuo renuncia a su yo ideal y lo permuta por el ideal del grupo corporizado en el líder”. (Freud, 1921 en Laclau, 2005).

Freud continúa su descripción sobre la denominación del líder diciéndonos que, en muchos de los individuos, la separación entre su yo y su yo ideal no ha llegado muy lejos, el yo ha conservado a menudo su antigua vanidad narcisista, por lo cual la elección del líder en el grupo se ve muy facilitada ya que en muchos casos el líder solo necesita poseer las propiedades típicas de estos individuos con un perfil particularmente nítido y puro, y dar la impresión de una fuerza y una libertad libidinal mayores (Freud, 1921).

Laclau al estudiar a Freud, afirma que a esta consideración del líder de primus inter pares tendrá tres consecuencias capitales. Primera, que ese “algo en común” que hace posible la identificación entre los miembros del grupo no puede consistir exclusivamente en el amor por el líder, sino en algún rasgo positivo compartido por el líder y los liderados. Segunda, la identificación no tiene lugar tan solo entre los yoes, porque la separación entre el yo y el yo ideal está lejos de ser completa, esto significa que se vuelve posible cierto grado de identificación con el líder. Tercera, si el líder lidera porque presenta de un modo particularmente marcado los rasgos que son comunes a todos los miembros del grupo, ya no puede ser, en su pureza, el dirigente despótico, narcisista, por un lado como participa en la sustancia misma de la comunidad que hace posible la identificación,

su identidad está dividida: él es padre, pero también uno de los hermanos.(Laclau, 2005).

Laclau al revisar las diversas teorías de la psicología de las masas ubica un hilo conductor entre todas ellas, sin embargo, en mi particular punto de vista lo que podemos ver es una evolución en la manera de abordar su estudio, misma que fue desarrollándose a la par que la forma en la que los seres humanos hemos ido integrándonos en grupos sociales, destacando la manera particular la evolución de las formas en la que las ideas se difunden con mayor profundidad entre miembros de sociedades que se identifican como iguales entre ellos mismos.

Y es ahora, que tenemos clara la importancia de la evolución de la psicología de las masas para la definición del populismo de Laclau la cual, como ha resaltado, se instala en una dimensión performativa del discurso, que se encuentra profundamente ligada a la manera en que las ideas se difunden entre los miembros de sociedades, desde las características otorgadas al populismo en la definición de dicho autor, podemos empezar a revisar los discursos emitidos por cualquier líder, en cualquier momento histórico y latitud, para así poder determinar la presencia del populismo en ellos y de qué manera estos rasgos han sido empleados.

2.4 Discurso

La definición de populismo de Laclau radica en el discurso y genera una serie de características sobre el mismo, por lo cual es importante hablar de manera particular sobre el mismo, las estrategias generales que lo enmarcan, los tipos de discurso que existen y la importancia de la función de estas sobre quien recibe el mensaje contenido dentro del discurso mismo, para así antes de hablar de discurso populista abordar un poco de la extensa teoría sobre el discurso político general y terminar cerrando la pinza para con el discurso populista pero ahora desde la óptica del análisis discursivo.

Patrick Charaudeau expone en *El discurso de la propaganda* un intento de tipologización que: todas las relaciones estarán marcadas por un juego de influencias y que en este juego se manifiesta el lenguaje según el principio de Alteridad, es decir, no hay un yo sin un tú (Charaudeau, 2012), este juego de influencias es ejercido por medio de estrategias discursivas que apuntan en cuatro direcciones; 1) la manera de entrar en contexto con el otro y el tipo de relación que se constituye entre los interlocutores; 2) La construcción de la imagen del hablante (su ethos); 3) la manera de llegar al afecto del otro para seducirlo o persuadirlo (el pathos); 4) los modos de organización del discurso que permiten escribir el mundo y explicarlo según los principios de la veracidad (el logos).

El contexto de un acto del habla puede escribirse en términos de rasgos que corresponden a la intencionalidad psico-socio-discursiva del hablante, quien se sitúa frente a un destinatario ideal pero no puede controlar los efectos producidos en este, siendo el discurso propagandístico un claro ejemplo, en éste Charaudeau describe 4 aspectos que intervienen dentro de él: a) el aspecto prescriptivo; b) el aspecto informativo y c) el aspecto incitativo.

Centrándonos en el aspecto incitativo, típico del discurso publicitario y político, Charaudeau nos dice que, el Yo quiere mandar a hacer algo al Tú, adoptando una posición no de autoridad sino de incitar a alguien a hacer algo, para ello, debe primero hacerse creer, para persuadir que el Tú se beneficiará con su propio acto y asegurar que así el tú actúe y piense en la dirección deseada por el Yo. El Tú se encuentra en posición de deber creer lo que se dice. (Charaudeau, 2012).

La actividad de persuasión y de seducción es constitutiva del discurso político en México, puesto que, como señala Charaudeau, en democracia, se debe conquistar el poder o manejarlo con el asentimiento popular. (Charaudeau, 2012). Dentro de los tipos de discurso publicitario y político nos centraremos para motivos de la presente investigación en el discurso promocional para después dar paso al análisis del discurso populista.

Empezado por señalar que el discurso promocional no vende una marca, sino pretende prevenir una calamidad, intenta persuadir a la población de actuar de cierta manera o adoptar ciertos hábitos, la instancia que promueve obtiene su legitimidad de su (supuesta) posición de saber y de una posición moral social, no se trata de competir en un mercado de bienes de consumo sino de responsabilizarse por un ideal social. El objeto del habla se presenta como un bienestar colectivo que permite reparar un desorden social y participar así en un ideal ético. En cuanto a la instancia del público, este no es consumista, sino que adopta una postura cívica y ciudadana.

En la campaña promocional, la carencia, lo que falta, no es una ausencia, como en el discurso publicitario, sino un tipo de comportamiento estigmatizado que se trata de corregir, (corrupción, desigualdad social, tráfico de drogas) lo que falta es, entonces, un mal presente, mientras que en la publicidad se advierte un bien ausente (honestidad, equidad, seguridad). De este modo en las campañas promocionales, la carencia representa siempre una amenaza de graves consecuencias y el destinatario no puede pasar por inocente. Debe sentirse obligado a reconocer que su estado o el de los demás representa un peligro social y que debe esforzarse para aceptar una búsqueda no deseada. No puede contentarse con seguir siendo lo que es, puesto que está envuelto en una ética de responsabilidad (Weber, 1995).

El discurso político, entonces, se inscribe en estos procesos de incitación a hacer, pero hay que distinguir entre lo que son las estrategias de persuasión y seducción normales (incluyendo las demagógicas), por una parte y lo que son las manipulaciones del espíritu por la otra. y en el caso del discurso populista, hay que tener en cuenta la relación de anudamiento entre la palabra y la acción (Charodeau, 2009).

La Teoría Funcional del Discurso de Campaña Política, que fue impulsada principalmente por William Benoit y que parte de cinco premisas principales, las cuales son: a) votar es un ejercicio comparativo, b) los candidatos deben diferenciarse de sus oponentes, c) los mensajes de campaña permiten a los

candidatos distinguirse, d) los candidatos pueden establecer preferencia a través de aclamaciones, ataques y defensas; y por último, e) el discurso puede considerar temas de política o candidato (Benoit, 2007).

La teoría de Benoit nos explica que el discurso de campaña política es considerado funcional debido a que está orientado a un fin específico: ganar una contienda electoral (Tellez et al, 2010). En su trabajo Benoit et al (1997) propusieron un acercamiento funcional al estudio de las campañas políticas. Dicha aproximación reconocía que los candidatos buscaban presentarse positivamente ante las audiencias a través de aclamaciones, a la vez que mostraban negativamente a los oponentes por medio de ataques, y pretendían reparar el daño ocasionado por los contrincantes mediante defensas.

El discurso populista es una forma de manipulación débil, caracterizado por tocar temas recurrentes: las instituciones políticas perdieron toda la autoridad, la burocracia es la fuente de todos los males, las instituciones políticas y las élites son corruptas y están aisladas del pueblo. (Charaudeau, 2012).

En relación a la percepción del populismo como discurso Jagers y Walgrave (2007) se refieren a él como una estrategia discursiva que utiliza la oposición para ponerse del lado del pueblo, con el afán de nutrir el descontento social y desafiar al gobierno

De esta manera y tras identificar la existencia de una contraposición, el populismo también se considera como un discurso que deriva de una división de la sociedad, de tal forma que define y divide a los buenos de los malos, al pueblo de la oligarquía (Savarino, 2006, en Sánchez, 2020).

Por su parte, Charaudeau (2012) considera que en el discurso populista se presenta un escenario en el que se logra identificar la existencia de una crisis. Tales como crímenes, situaciones económicas desastrosas, servicios públicos deficientes, así como desigualdad social, entre otras, cuyas principales víctimas

son los ciudadanos. A su vez, es posible identificar una fuente, las cuales suelen ser personas, grupos sociales, o bien, instituciones. Mientras que, para combatir dichas adversidades se proponen soluciones a los males presentados, las cuales, son expuestas por un personaje que se define como salvador, situación que le favorece para construir su propia imagen.

Al analizar lo propuesto por Charaudeau sobre el discurso populista mediante la Teoría Funcional del Discurso de Campaña Política, propuesta por Benoit, podemos darnos cuenta de que en la realización de aclamaciones el candidato puede asentar su imagen del hombre providencial, representante del pueblo, en las estrategias de ataque pueden quedar presentes diversas sentencias que rompan con el statu quo, y/o que evidencien una dicotomía entre “los de arriba” y “los de abajo”, del mismo modo al realizar defensas a los ataques de sus oponentes estos elementos pueden estar presentes, además de un rompimiento con el orden anterior que lo diferencie de sus oponentes.

La manera en la que los diversos líderes identificados como populistas han realizado estas estrategias discursivas ha quedado asentado en la copiosa literatura sobre los populismo en Latinoamérica, misma que aunque no habré de ahondar es importante resaltar su significativa presencia desde los populismos considerados como un peligro para la democracia, que puede llevar a la conformación de regímenes autoritarios, e interpretaciones que lo analizan como un movimiento de ruptura que democratiza los sistemas institucionales excluyentes. (De la Torre, 2013)

Desde la Teoría Funcional del Discurso se plantea que los candidatos utilizan diferentes estrategias discursivas a la hora de acometer el enfrentamiento dialéctico que supone un debate electoral. Ellas permiten a cada uno de los candidatos políticos presentarse como la opción más aceptable para el posible votante, a la par que consiguen, o pretenden hacerlo reducir el grado de aceptabilidad del oponente o contrincante (Benoit, 2007).

Es importante mencionar que aunque he realizado referencias al trabajo de Benoit, por su importancia en el análisis del discurso, son las categorías de análisis del discurso populista propuestas por Charaudeau las que fungirán como base para el análisis desarrollado en la presente investigación.

2.5 Debates

El debate televisado se ha posicionado como uno de los eventos más atractivos de campaña política en las elecciones generales o presidenciales de cualquier país, y es que por una parte los debates facilitan a los ciudadanos el ejercicio de comparar a cada uno de los candidatos con sus respectivas propuestas políticas, y por otra, también brindan a los espectadores la posibilidad de evaluar el carácter de los candidatos en una situación más espontánea que otros contenidos mediáticos electorales, como son los spots de radio y televisión o los mítines. (Téllez et al, 2010). Existe evidencia de que en los debates, a diferencia del resto de la publicidad política, se discuten en mayor proporción temas políticos que de imagen de los propios candidatos (Benoit, 2007), lo que debería llevar a generar públicos más informados, con mayor conocimiento de las propuestas electorales de los diferentes partidos. (Téllez et al, 2010).

En este sentido, los debates operan como un espacio a través del cual los ciudadanos pueden aprender acerca de y evaluar las posturas y las propuestas de los candidatos, sus atributos positivos y negativos, y los temas que se priorizan en la campaña y en la agenda nacional (Cho, 2009). En otras palabras, es posible concebir el debate como un formato audiovisual que proporciona conocimiento a los ciudadanos de los aspectos fundamentales que están en juego en una campaña electoral y que, aunado a las amplias audiencias que genera su difusión y cobertura periodística (Kim et al., 2008), tiene un alto valor y utilidad cívico-democrático, puesto que les permite a los votantes ejercer un voto razonado

y consciente, basado en información suficientemente detallada y comparada (Berelson, 1956 en Echeverria & Chong, 2013).

Respecto al formato de los debates televisados, Marin (2003) reconoce modelos de debates identificados con Estados Unidos, Francia y Alemania. El modelo estadounidense se caracteriza por la presencia de público en el estudio y por un panel de periodistas que generan las preguntas; dicho formato propicia que los candidatos se enfoquen más en responder a los periodistas, que en conformar directamente al oponente (Rospir, 1999).

Por su parte el modelo francés se distingue principalmente porque no está concebido como un show, sino como un programa informativo, en el cual los candidatos discuten a profundidad los temas políticos (Marin, 2003). Existe un moderador que propone temas, mas no preguntas, fomentando la confrontación directa entre candidatos (Cantavella et al, 2008). El debate francés, a diferencia del estadounidense, usualmente se realiza sin la presencia de público en el estudio (Marin, 2003).

Finalmente en Alemania, cuando se realizan debates entre varios candidatos, se cuenta con un panel de periodistas que formulan preguntas y con una audiencia en el estudio. En cambio, cuando es con los dos representantes de los partidos mayoritarios, se celebran arbitrados por uno o dos moderadores y sin público presente (Cantavella et al, 2008).

En otros países se han detectado modelos de debate que pueden ser considerados híbridos, al mantener ciertas características de cada uno de los anteriores. Con respecto a los debates realizados en México en 2006, se puede indicar que estos estuvieron cercanos al modelo francés por estructurarse con base en temas generales y por contar con moderador, que se limitó a regular los tiempos. No obstante, también experimentaron el despliegue mediático característico de los debates estadounidenses (Tellez et al, 2010). Para los

debates oficiales de 2012 se siguió el mismo formato, sin embargo para los debates de 2018 se percibió un acercamiento al modelo Alemán al incluir un panel de periodistas que elaboraron las preguntas correspondientes a los candidatos, además de contar con audiencia en el estudio, en el segundo debate de los tres realizados. Es importante profundizar en la historia de los debates en México, ya que aunque hasta la fecha son pocos los realizados, en comparación con otros países europeos o el caso de Estados Unidos, su evolución es notable.

2.5.1 Los debates electorales en el ejercicio de la vida política de México

En México los debates surgen en 1994, este primer ejercicio es organizado por la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, incluyendo solamente a los candidatos punteros, situación que aunque posteriormente cambiaría para pasar por ley a ser organizados por el Instituto Federal Electoral y para incluir a todos los contendientes en cada proceso electoral, no afectó el propósito de su creación, el cual fue difundido de manera expresa en la voz en off de la introducción del mismo, donde se escucha lo siguiente: “Este debate se realiza mediante la producción de la cámara nacional de la industria de radio y televisión como un servicio de información a los habitantes de nuestro país con el propósito de participar activamente en el desarrollo de México”. Por lo tanto podemos decir que, a lo largo de los años su propósito se ha mantenido intacto y los cambios que se han realizado han sido en cuestiones técnicas y de formato pero no de fondo.

Los debates en México comenzaron como un intercambio de monólogos en donde los candidatos miraban de manera tan fija a la cámara, con un director de cámaras tan acotado por las exigencias de los funcionarios de los partidos que no se podía registrar lo que ocurría en el set, ni lo que ocurría con los otros candidatos (Trejo, 2018 en INE 2019) lo que generó que la mayoría de los ciudadanos los percibiera como algo aburrido, como grandes promocionales y

spots de los candidatos que ya habían escuchado además una y otra vez en las campañas que se hacen en los medios de comunicación.(Uresti, 2018 en INE, 2019). Los debates no habían sido ejercicios ni interesantes, ni tampoco para recordar a excepción de algunos grandes momentos que sí pasaron a la historia (Maerker, 2018 en Ine 2019).por muchos años en México habíamos hecho una especie de mala simulación de los debates que se hacen en otros países desde hace mucho tiempo (Puig, 2018 en INE, 2019) y este formato se mantendría intacto aún en los debates de 2006.

Para 2012 se nota un esfuerzo por hacer de estos un procedimiento más atractivo para los ciudadanos, lo cual visualmente se logró, sin embargo en este año se da lo que el consejero del INE, Murayama, denomina el antidebate, llegaron López Obrador y Peña Nieto, los dos candidatos punteros, estaba la nación viendolos, y no se dirigieron la palabra en hora y media de debate, se ignoraron el uno al otro (Murayama, 2018 en INE 2019), otro hecho a destacar de los debates en 2012, es que se realizó un tercero, pero este no contó con un carácter oficial al ser organizado por miembros de la sociedad civil, los líderes del movimiento denominado #yosoy132, que en contraste con los primeros dos debates efectuados en ese año bajo los formatos tradicionales, obligó a los candidatos a justificar sus posturas y relacionarse dialógicamente (Islas, 2020).

Como resultado de estos últimos ejercicios, la autoridad electoral toma la decisión de llevar a cabo un cambio profundo en el formato. Los debates presidenciales 2018, son debates que rompen radicalmente con el modo y con las inercias que habían venido decantándose durante prácticamente dos décadas, debates estáticos donde las reglas, eran reglas absolutamente predeterminadas y por ende se convierten en una especie de ejercicio al que la audiencia ya sabía que esperar (Cordova 2018, en INE, 2019). Uno de los primeros rubros que se modificaron fue el número de debates, elevándose a tres, posteriormente fue el rol de la moderación, que pasó de ser de una especie de maestro de ceremonias a jugar un rol activo, donde formularon preguntas directas a los candidatos y se les

instaba a no dejar sin respuesta el t3pico central de cada una de ellas, el tercer elemento a modificarse fue la inclusi3n de la ciudadan3a, quienes realizaron preguntas de manera presencial en el segundo debate y dejaron mediante un mecanismo operado en redes sociales, una base de datos referente a los temas de mayor inter3s, para despu3s ser transformados en preguntas espec3ficas a los candidatos por parte de los moderadores, ejerciendo nuevamente su rol activo antes mencionado, teniendo como resultado un incremento en la calidad deliberativa (Islas, 2020). pudiendo traducir estos temas de inter3s, como demandas sociales insatisfechas, las cuales son parte de los elementos propios del discurso populista.

3. Marco Contextual

Como ha quedado señalado en el capítulo anterior, los debates en México surgen en 1994, y como lo menciona Islas (2020), su surgimiento es paralelo a las primeras alternancias del poder, después de más de 70 años que un mismo partido ocupará los gobiernos locales y la presidencia, cobrando relevancia en la medida en que lo hicieron las discusiones políticas públicas en contiendas (Islas, 2020).

Como resultado del avance democrático, la participación ciudadana, así como de una crisis poselectoral en la elección de 2006, la reforma constitucional 2007-2008 estipuló la obligatoriedad de los debates en las campañas. Esto se ha mantenido hasta la última enmienda en 2017. (Islas, 2020).

3.1 Debates 2006

El proceso electoral federal de 2006 en México tuvo como propósito definir el 2 de julio de ese año al presidente de la República quién, desempeñaría el cargo de 2006 a 2012. Además, se debía elegir a los integrantes del Poder Legislativo, entre ellos, a 128 senadores de los cuales 64 serían electos a través del principio de mayoría relativa, otros 32 a través del principio de primera minoría y los 32 restantes a través del principio de representación proporcional.

En dicho proceso también se llevaron a cabo elecciones locales en diez entidades federativas, las cuales eligieron en algunos casos a gobernador, diputados locales, o bien, a presidentes municipales. Los Estados que tuvieron elecciones fueron el Distrito Federal (hoy Ciudad de México), Jalisco, Morelos, Campeche, Colima, Guanajuato, Nuevo León, Querétaro, San Luis Potosí y Sonora. (Sánchez, 2020)

Durante este proceso electoral, Vicente Fox Quezada del Partido Acción Nacional, fungía como presidente de la República, tras haber ganado la elección del año 2000, acontecimiento que generó la salida del gobierno priista que se

había mantenido durante 70 años de manera ininterrumpida al frente del ejecutivo federal.

En la elección presidencial, la institución encargada de organizar dicho proceso fue el Instituto Federal Electoral (IFE), actualmente Instituto Nacional Electoral (INE). De esta manera, tomó registro de los aspirantes en tal contienda, entre los cuales se encontraba Felipe Calderón Hinojoza por el Partido Acción Nacional (PAN); Roberto Rafael Campa Cifrián por el Partido Nueva Alianza (PNA); Patricia Mercado por Alternativa Socialdemócrata y Campesina (PASC); así como también, Roberto Madrazo Pintado, quien fue postulado por la “Alianza por México”, la cual estaba integrada por el Partido Revolucionario Institucional (PRI) y el Partido Verde Ecologista de México (PVEM); también en coalición, Andrés Manuel López Obrador, postulado por la Coalición “Por el Bien de Todos”, integrada por el Partido de la Revolución Democrática (PRD), el Partido del Trabajo (PT) y Convergencia.

El IFE y los representantes de los candidatos decidieron llevar a cabo dos debates durante el periodo de campaña. De esta manera, se acordó que se realizarían en las instalaciones del World Trade Center de la Ciudad de México, con una duración de 120 minutos cada uno.

El primer debate se llevó a cabo el 25 de abril y se abordaron temas relacionados con economía y desarrollo, tales como, política hacendaria; política energética; política laboral; combate a la pobreza y desarrollo social; así como, desarrollo sustentable. En tal evento se presentaron cuatro de cinco candidatos, siendo Andrés Manuel López Obrador el único que se viera ausente. (IFE, 2006)

El segundo debate se efectuó el 6 de junio con la presencia de los cinco candidatos a la presidencia de la República. En dicho evento se trataron temas relacionados a política y gobierno, tales como, seguridad pública y combate a la corrupción; gobernabilidad; política exterior y migratoria; federalismo, fortalecimiento municipal y desarrollo regional; así como, reforma del Estado. (Sánchez, 2020)

3.2 Debates 2012

El proceso electoral federal de 2012 en México tuvo como propósito definir el 1 de julio de ese año, al presidente de la República y a los integrantes del Poder Legislativo, es decir, a 500 diputados y a 128 senadores. A la par, se llevaron a cabo 15 procesos electorales locales, entre los cuales se encontraba Campeche, Chiapas, Colima, Guanajuato, Guerrero, Jalisco, Estado de México, Morelos, Nuevo León, Querétaro, San Luis Potosí, Sonora, Tabasco, Yucatán y el Distrito Federal, además de Michoacán e Hidalgo quienes tuvieron elecciones extraordinarias. Entre los cargos que se eligieron fue el de gobernador, diputados locales y alcaldes. (Sánchez, 2020).

Durante esta elección, Felipe Calderón Hinojoza del Partido Acción Nacional era el presidente de la República.

La institución encargada de organizar el proceso de elección fue el Instituto Federal Electoral, quien tras tener la facultad de registrar a los competidores para el cargo de Presidente de la República, tomó registro a Gabriel Ricardo Quadri, postulado por el Partido Nueva Alianza; Josefina Vázquez Mota, postulada por el Partido Acción Nacional; así como a Enrique Peña Nieto, postulado por la coalición “Compromiso por México” integrada por el Partido Revolucionario Institucional y el Partido Verde Ecologista de México; así mismo, registró a Andrés Manuel López Obrador, quien fue postulado por la coalición “Movimiento Progresista” integrada por el Partido del Trabajo, Movimiento Ciudadano y el Partido de la Revolución Democrática.

De igual manera, el Instituto Federal Electoral fue el encargado de organizar los dos debates que estipulaba el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales. De esta manera, el primer debate se realizó el sábado 6 de mayo del año de la elección en las instalaciones del World Trade Center, del entonces Distrito Federal, con una duración de 120 minutos. Los bloques temáticos en dicho debate fueron en relación a la seguridad y justicia; economía y empleo; así como desarrollo social y desarrollo sostenible.(Sánchez, 2020).

El segundo debate se llevó a cabo el domingo 10 de junio del año de la elección en la ciudad de Guadalajara, Jalisco, en las instalaciones de Expo Guadalajara con una duración de 144 minutos. En tal debate se abordaron tres bloques temáticos, el primero de ellos fue política y gobierno, en el cual se trataron temas relacionados con gobierno local y relaciones intergubernamentales, reforma de Estado, transparencia, rendición de cuentas, libertades y derechos fundamentales. El segundo bloque fue sobre México en el mundo, y se trataron temas acerca de principios de política exterior, relación con América del Norte, migrantes y libre comercio, entre otros. El tercer bloque fue sobre desarrollo social y desarrollo sostenible, de esta manera, se abordaron temas referentes a equidad de género, seguridad social, salud, vivienda, ciudades, cambio climático, mares y costas, entre otros. (Sánchez, 2020)

3.3 Debates 2018

El proceso electoral Federal de 2018 en México tuvo como propósito definir el 1 de julio al presidente de la República, así como a los miembros del Poder Legislativo, entre los cuales se eligió a 500 para que integraran la Cámara de Diputados y 128 para integrar la Cámara de Senadores. Así mismo, 30 entidades federativas llevaron a cabo elecciones locales, en las que se definió a gobernadores, jefe de gobierno, diputados locales y alcaldes. Los únicos Estados que no tuvieron este tipo de elección fueron Nayarit y Baja California.

Durante la elección Enrique Peña Nieto, del Partido Revolucionario Institucional, era el presidente de la República.

Tras una serie de modificaciones, el encargado de organizar la elección fue el Instituto Nacional Electoral (INE), quien al tener la facultad de registrar a los candidatos a la presidencia de la República, tomó registro a Ricardo Anaya Cortés, postulado por la “Coalicción por México al Frente”, que fue integrada por el Partido Acción Nacional (PAN), el Partido de la Revolución Democrática (PRD) y por Movimiento Ciudadano (MC). Así mismo tomó registro a Andrés Manuel López Obrador, quien participaría por tercera ocasión, ahora por la coalición “Juntos

Haremos Historia”, integrada por el Movimiento de Regeneración Nacional (MORENA), el Partido del Trabajo (PT) y el Partido Encuentro Social (PES). A su vez, se presentó José Antonio Meade Kuribeña, quien representaba a la “Coalición Todos por México”, la cual estaba integrada por el Partido Revolucionario Institucional (PRI), el Partido Nueva Alianza (PANAL) y el Partido Verde Ecologista de México (PVEM). Así mismo, luego de que en dicha reforma fueran aprobadas las candidaturas independientes, se postuló a través de este medio Jaime Heliodoro Rodríguez Calderón. (Sánchez, 2020).

De igual manera, dicho instituto fue el encargado de organizar los dos debates que estipulaba el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales. De esta manera, el primer debate se realizó el sábado 6 de mayo del año de la elección en las instalaciones del World Trade Center, del entonces Distrito Federal, con una duración de 120 minutos. Los bloques temáticos en dicho debate fueron en relación a la seguridad y justicia; economía y empleo; así como desarrollo social y desarrollo sostenible.

El segundo debate se llevó a cabo el domingo 10 de junio del año de la elección en la ciudad de Guadalajara, Jalisco, en las instalaciones de Expo Guadalajara con una duración de 144 minutos. En tal debate se abordaron tres bloques temáticos, el primero de ellos fue política y gobierno, en el cual se trataron temas relacionados con gobierno local y relaciones intergubernamentales, reforma de Estado, transparencia, rendición de cuentas, libertades y derechos fundamentales. El segundo bloque fue sobre México en el mundo, y se trataron temas acerca de principios de política exterior, relación con América del Norte, migrantes y libre comercio, entre otros. El tercer bloque fue sobre desarrollo social y desarrollo sostenible, de esta manera, se abordaron temas referentes a equidad de género, seguridad social, salud, vivienda, ciudades, cambio climático, mares y costas, entre otros. (Sánchez, 2020)

4. Metodología

4.1 Enfoque de análisis: Estudios del discurso

El Discurso se ha convertido en un término que traspasa fronteras disciplinarias. No es reducible a un ámbito específico, y su alusión puede servir para explicar fenómenos sumamente amplios tanto en la materialidad discursiva en sí como en el comportamiento de sus usuarios (productores e intérpretes) (Karam, 2005). Analizar discursos, en lingüística se trata de un movimiento que en su origen dice relación con la necesidad de estudiar el lenguaje en uso, es decir en el uso real (el habla) sobre el sistema formal del lenguaje (Santander, 2011). Van Dijk (1981) nos dice que la producción, comprensión y efectos de los actos del habla en la comunicación deberían ser estudiados desde una perspectiva más empírica (Van Dijk, 1981 en Meersohn, 2005). Los estudios del discurso son un grado de aplicación de la teoría del discurso sobre alguna realidad (Karam, 2005).

En la presente investigación, dicha realidad serán los debates presidenciales donde el foco estará en los interlocutores clave (los candidatos punteros) en la dimensión de su uso real del lenguaje a partir del discurso populista. Finalmente, los tipos de categorías que se emplean son: “De asunto o tópico”, que se refieren al asunto, materia o temática tratada en el contenido, (Sampieri et al, 2006).

El diseño muestral será no probabilístico y de tipo intencional o de juicio, en este el investigador determina cuales son los casos que considera apropiado para incluir en la muestra (Neuendorf, 2017). Para esta investigación se seleccionó solamente el candidato puntero, de cada una de las elecciones dentro del periodo de análisis, bajo criterio del investigador.

4.2 Corpus

Para el desarrollo del presente análisis se han tomado como corpus siete transcripciones del mismo número de debates presidenciales, sostenidos de manera oficial dos en las elecciones de 2006, dos para el año 2012 y tres en el proceso de 2018.

De la totalidad del corpus se ha realizado una síntesis que ha comprendido únicamente a las participaciones de los candidatos punteros en cada elección, siendo así el caso para Felipe Calderon en 2006, Enrique Peña Nieto en 2012 y Andres Manuel López Obrador en 2018.

4.3 Instrumento de trabajo y categorías de análisis

El desarrollo de la presente investigación posee un enfoque de análisis del discurso basado en la lexicometría, la cual es una herramienta que puede utilizarse para identificar categorías o unidades temáticas derivadas de la extracción automática de patrones de conocimiento oculto en datos de naturaleza textual (Barreto et al, 2011), su aplicación puede ir desde la identificación de tendencias o preferencias léxicas emergentes de un corpus (Páramo, 2010) hasta la identificación de categorías o unidades temáticas emergentes producto del análisis de las diferencias y semejanzas que surgen de la comparación léxica de un conjunto de textos (Terrazas, 2016). En este caso será la identificación de categorías de análisis la que nos permitirá sacar a la luz las características propias del populismo y del discurso populista en los discursos emitidos por los candidatos punteros en los debates presidenciales oficiales, a la presidencia de la República, de 2006 a 2018. para lo cual se ha desarrollado el presente instrumento de trabajo, resultado del análisis de las categorías del discurso populista desarrolladas por Charaudeau, así como las características que Laclau propone como identitarias del populismo.

Definición Conceptual	Dimensiones	Categoría	Registros Textuales
<p>El populismo es aquella dimensión de ciertos discursos políticos que los construye sobre la base de dicotomizar ciertos espacios sociales, ella puede ser adscripta a los contenidos ideológicos más diversos. Hay populismo siempre que las entidades colectivas se construyen en términos de una frontera dicotómica que separa a “los de arriba” de “los de abajo” (Laclau, 1987)</p>	Dicotomía “los de arriba” vs “los de abajo”	En los contenidos se encuentra un planteamiento que separa a la población entre privilegiados y desfavorecidos	El candidato en sus intervenciones diferencia a los ciudadanos entre una clase privilegiada y otra desfavorecida.
		Propuestas focalizadas a uno de dos sectores contrastantes de la población	El candidato en sus propuestas menciona que están dirigidas a “los de abajo”; “el pueblo”; “pueblo pobre”; “todos y no a los privilegiados”
	Rompimiento con el orden anterior y/o el statu quo	Sobre la causa del mal y los culpables	El candidato señala en sus intervenciones a la ideología partidista en el cargo como “incorrecta”; “insuficiente”; “tendenciosa”; “para unos cuantos”
	Presencia de demandas sociales insatisfechas que se establecen dentro de una	Las propuestas del candidato giran en torno a la insatisfacción ciudadana	El candidato menciona en sus intervenciones el término “demandas incumplidas” o algún sinónimo en sus propuestas

	cadena equivalencial		<p>El candidato realiza propuestas basadas en:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Equidad en la distribución recursos entre los más necesitados y la clase alta 2. Finalización de privilegios para un sector de la población 3. Acceso igualitario a servicios públicos 4. Equidad en la calidad de servicios públicos 5. Otro.
	Sobre el hombre providencial	El representante del pueblo	El candidato se denomina a sí mismo a lo largo de sus intervenciones como el representante del pueblo
		Un ethos de autenticidad	El candidato emplea alguna de las siguientes frases “Hago lo que digo”, “soy como tal como ustedes me ven” o “No tengo nada que esconder”

4.4 Procedimiento de recogida y análisis de datos

El análisis descriptivo parte de la obtención de un vocabulario, a través de una tabulación de palabras frecuentes que asociadas al contexto responden a las dimensiones y categorías previamente establecidas en el instrumento de trabajo. Este procedimiento lexicométrico se llevó a cabo a través del programa AntConc y de la revisión de cada uno de los discursos emitidos por los candidatos, a través de las transcripciones de cada uno de los debates a analizar, analizando la correspondencia del significado en el contexto de la intervención, y así poder establecer del número total de repeticiones de cada palabra seleccionada cuantas conservaban su pertenencia a la dimensión y categoría con las que habían sido clasificadas.

Esto siguiendo algunas de las operaciones propuestas por Romero, Alarcón y García (2018) tales como:

- a) Creación y depuración de un corpus. Tras la elección de un tema de estudio y la realización de la búsqueda, selección, revisión y análisis de los documentos, se crea un corpus con el conjunto de segmentos de textos seleccionados para la muestra (Romero et al, 2018). En este caso de las transcripciones de los debates, se extrajeron los discursos emitidos por cada uno de los candidatos punteros. Posteriormente, después de ejecutar el programa, se eliminan de la tabulación de palabras los símbolos y palabras poco relevantes para el estudio como: artículos, conjunciones, pronombres, preposiciones, números y puntuaciones (Romero et al, 2018).
- b) Creación del vocabulario. A través de un código de programación (el programa AntConc en nuestro caso), se crea automáticamente el vocabulario del corpus, el cual se reduce al conjunto de palabras con frecuencia superior a tres (Campo, 2000 en Romero et al, 2018).
- c) Lematización del corpus. Consiste en homogeneizar y sustituir palabras que tienen significados equivalentes por una unidad léxica, cuya raíz es equivalente al conjunto de palabras seleccionadas (Franco, 2002 en Romero et al, 2018)

5. Resultados

Para comenzar con el análisis correspondiente, de cada una de las transcripciones de los debates extraje las intervenciones de cada uno de los candidatos, generando una carpeta de textos para cada uno de ellos, pudiendo así analizar de manera particular las participaciones pertinentes para el presente análisis, posteriormente, a través del programa AntConc, se obtuvo el listado de todas las palabras empleadas por cada uno de los candidatos, del mismo dos palabras que correspondiera a cada una de las dimensiones del populismo establecidas en el instrumento de trabajo y que tuvieran el mismo significado textual que contextual.

5.1 Debates 2006, Felipe Calderón

En el caso de Felipe Calderón, de un listado de 6670 palabras empleadas en toda su participación entre ambos debates, se obtuvieron 1655 diferentes, siendo, después de las preposiciones más comunes, la palabra “México” la de mayor repetición y la palabra “últimos” la menos empleada. Para el análisis de la primera dimensión posterior a la revisión de la frecuencia de palabras y su uso contextual se seleccionó la palabra México y su plural mexicos para el análisis de la misma obteniendo una relación de 13/6670, para el análisis de la segunda dimensión denominada Rompimiento con el orden anterior y/o el statu quo las palabras seleccionadas para dicho análisis fueron PRI y Partido REvolucionario Institucional, así como Autoritario y autoritarismo, con una relación de 7/6670, 2/6670, 3/6670 y 2/6670 respectivamente, para la tercera dimensión las palabras seleccionadas fueron mejor, mejorar, oportunidad y su plural oportunidades, presentando una relación de 13/6670, 2/6670, 3/6670 y 5/6670, respectivamente, por último para la dimensión denominada, Sobre el hombre providencial, el candidato emite pocas sentencias al respecto, cada una en un contexto diferente, lo que impidió generar una relación en el empleo de palabras mayor a una repetición, por lo cual esta dimensión se ha determinado ausente en su discurso.

5.1.1 Dicotomía “los de arriba” vs “los de abajo”

Después de la revisión de frecuencia de uso de las palabras, se procedió a hacer una clasificación de las mismas para cada una de las categorías de análisis del libro de códigos, realizando para la primera dimensión denominada: dicotomía los de arriba vs los de abajo, una selección inicial de palabras cuyos significados podían encontrarse dentro de ella, sin embargo, al dirigirnos a través de AntConc a la oración en la que eran empleadas y confirmando su contexto en el párrafo en el que fueron expresadas dentro del texto de la participación del candidato, más la revisión del significado dado en la interlocución con la moderadora o los demás candidatos, se seleccionaron finalmente la palabra México, con su plural Méxicos y su gentilicio plural “mexicanos” dentro de esta categoría así como la palabra trabajador y su femenino trabajadora.

La primera empleada en frases como “Por lo primero, voy a bajar la tasa de Impuestos Sobre la Renta, porque los mexicanos que producen, que invierten, que trabajan, que generan otros empleos no deben pagar más impuestos de los que se pagan en otras partes del mundo, eso nos permitirá tener más inversión y más empleo que es lo que busco”, señalamiento expresado en diversas ocasiones para separar a la población entre favorecidos económicamente y los demás, planteamiento referido sobre todo en el primer debate en el apartado dedicado a hablar de política hacendaria.

“Dos Méxicos, el México próspero y el México del agravio y para ello voy a hacer proyectos detonadores de desarrollo regional”, expresada en el segundo debate, lo cual la ubica dentro del indicador denominado propuestas focalizadas a uno de dos sectores contrastantes” (Calderón, 2006).

Del mismo modo al hablar de los diversos temas del debate el candidato señala en repetidas ocasiones que están dirigidas a la clase trabajadora del país, aunque no hace una referencia literal al pueblo o los de abajo, es bastante clara

su postura en ambos debates al usar la conceptualización de clase trabajadora donde el significado de la misma ha sido excedida, englobando en ella diversos sectores de la población, como los campesinos, microempresarios y trabajadores de grandes empresas.

5.1.2 Rompimiento con el orden anterior y/o el statu quo

Para esta dimensión las palabras seleccionadas fueron PRI, Partido Revolucionario Institucional y autoritario o autoritarismo. Como sabemos el presidente en funciones al momento del proceso electoral pertenecía al mismo partido que el candidato puntero, por lo cual no existió en momento alguno un señalamiento de culpabilidad de las demandas no atendidas de la población hacia este, en todo momento fueron dirigidas al partido que ejerció el poder en el periodo anterior, como se puede ver en las siguientes oraciones.

“Yo resumiría que el problema del narcotráfico es el fruto de la corrupción que su partido estableció en México como una institución durante 70 años. emitido en el primer debate” (Calderón, 2006)

“No me importa si fue un policía estatal o federal o si fueron quienes azuzaron a trabajadores inocentes hacia la violencia para defender a líderes corruptos, que como siempre se ocultan en el Partido Revolucionario Institucional. expresado en el segundo debate” (Calderón, 2006).

“Ya no es el México autoritario, ahora es un México democrático. Ya no es el México de las crisis recurrentes, ahora hay un México estable. emitido en el primer debate” (Calderón, 2006).

5.1.3 Presencia de demandas sociales insatisfechas que se establecen dentro de una cadena equivalencial

Es importante comentar respecto a esta dimensión que, los debates responden a un formato en el que se busca contrastar las propuestas de los candidatos respecto a la resolución de problemas y/o necesidades del país por lo cual, los tópicos seleccionados en cada uno de ellos responden a problemáticas sin resolver en el país por lo tanto de manera implícita ya asumen que existen demandas insatisfechas, lo importante de nuestro análisis cualitativo al respecto es identificar cómo son expresadas dichas demandas o soluciones por parte de los candidatos, por lo cual para esta dimensión se seleccionaron las palabras mejor o mejorar, y oportunidad y su plural oportunidades.

“Si queremos reducir la inseguridad, si queremos tener mejor salud a través de una vía preventiva, si queremos tener mejores mexicanas y mexicanos, vamos a meterle fuerte al deporte”(Calderón, 2006).

“Voy a invertir mejor lo que tenemos. Voy a invertir el dinero en lo que verdaderamente necesitas, voy a invertir en escuelas y en universidades de calidad para tus hijos; voy a invertir en salud, no sólo para seguir con el Seguro Popular, sino voy por un seguro médico para todos, porque mi objetivo es que ningún mexicano esté sin médicos, sin medicinas y sin tratamiento y voy a empezar con todos los niños que nazcan cuando yo sea Presidente de la República” (Calderón, 2006).

“En esencia, lo que te propongo como reforma del Estado es una reforma del poder público, del gobierno y del Congreso para que te rinda cuentas, para que funcione mejor y para que sea capaz de llegar a acuerdos en beneficio de México y de todos los mexicano” (Calderón, 2006).

“De lo que se trata es de construir un México justo, con igualdad de oportunidades para todos, donde la ley no se quede al mejor postor ni sea capricho del gobernante.” (Calderón, 2006).

5.1.4 Sobre el hombre providencial

Al referirnos a los debates es inherente que cada candidato realiza su participación buscando persuadir al elector por su proyecto de nación, considerándose a sí mismo como la mejor opción para gobernar, el candidato no se incluye en momento alguno como parte de la ciudadanía, como parte del “pueblo” por lo cual no existe esta relación de hombre providencial que exalta los valores de la población, manteniéndose de igual manera alejado de un ethos de autenticidad, aunque en alguna oración hace énfasis a que es un hombre honesto y que su patrimonio está a la vista de todos, sin nada que esconder, el número de veces que es enunciado no permite establecer una relación para determinar una palabra identificable dentro de esta dimensión.

Aunque en las diversas intervenciones del candidato existe al menos una oración que puede clasificarse dentro de tres de las cuatro dimensiones del discurso populista, estas no reúnen una frecuencia significativa como para considerarse como representativas del mismo.

5.2 Debates 2012, Enrique Peña Nieto

Antes de ir al análisis cualitativo sobre el discurso del candidato Enrique Peña Nieto en los debates oficiales camino a la elección presidencial, es importante comentar que para 2012 el formato de los debates cambió, en apariencia con la intención de incrementar la interacción entre candidatos, lo que derivó en una mayor duración de los mismo y por ende en espacios mayores para los pronunciamientos respectivos de los discursos de los candidatos, quedando esto evidente en la cantidad de palabras emitidas por el sujeto de análisis en cuestión las cuales llegaron a ser 8688, 2018 más que el candidato puntero de la elección inmediata anterior, del universo de palabras, se extrajo un listado de 1767 palabras diferentes, siendo de igual manera la palabra México con 88 repeticiones

la de mayor presencia, de este listado de palabras nuevamente se hizo una búsqueda de palabras en contexto, la cual para la primera dimensión del populismo en el discurso del candidato nos arrojó un resultado de 0/8688 por lo cual se determinó que no existía presencia de esta dimensión; para la segunda dimensión denominada Rompimiento con el orden anterior y/o el statu quo, la búsqueda de palabras en contexto nos arrojó una frecuencia de 1/8688 para diversas palabras, pero nunca mayor, lo que imposibilitó obtener una relación directa de dos palabras coincidentes en número de repeticiones y uso contextual; para la tercera categoría Presencia de demandas sociales insatisfechas que se establecen dentro de una cadena equivalencial, se obtuvo una frecuencia de 8/8688 para la palabra seguridad y su antónimo inseguridad y de 3/8688 para empleo y su antónimo desempleo; para la última categoría denominada Sobre el hombre providencial, se obtuvo una frecuencia de 14/8688 para la palabra compromiso, su plural compromisos y su pasado comprometí.

5.2.1 Dicotomía “los de arriba” vs “los de abajo”

Aunque Peña Nieto comparte con Calderon la palabra México como la más usada, esta tiene un significante diferente, mientras que en el caso de Calderón si se emplea en varias ocasiones como referente para hacer notar una dicotomía entre dos sectores de la población, en el caso de Peña, aunque con mayor número de repeticiones, no es empleada en ocasión alguna para evidenciar una dicotomía entre “los de arriba” vs “los de abajo” o dos tipo de México.

En sus participaciones en ambos debates se hace presente que no todos los mexicanos gozamos de las mismas oportunidades ni recursos, lo que hace que no tengamos acceso a servicios de la misma calidad para todos y que, como veremos más adelante, se de paso a la existencia de demandas insatisfechas, pero no existe en momento alguno una dicotomía textual en las palabras expresadas por el candidato.

5.2.2 Rompimiento con el orden anterior y/o el statu quo

En el análisis de esta dimensión, el candidato en cuestión lanza afirmaciones diversas como las que se enuncian posteriormente, donde se señala que varias de las demandas insatisfechas que presenta la ciudadanía son responsabilidad directa del gobernante en funciones a la fecha del debate y de su antecesor, pertenecientes ambos al mismo partido político, representantes de una ideología de derecha, sin embargo no existen una palabra que se emplee en más de una ocasión para hacer referencia a la dimensión, lo cual imposibilita la parte cuantitativa del presente análisis y se descarta la presencia de esta dimensión en su discurso emitido como estrategia de comunicación política dentro de los debates.

Dentro de las oraciones mencionadas por el candidato, correspondientes a esta dimensión de análisis podemos encontrar algunas como las siguientes.

“Muchas gracias. Hay que tener presente que lamentablemente en los últimos cuatro años la condición de pobreza del país se ha agravado. Hoy tenemos a 12 millones más de mexicanos en condición de pobreza, y la mitad de ellos no alcanzan siquiera para comer, y en total suman 21 millones de mexicanos en pobreza extrema, en pobreza alimentaria” (Peña, 2012)

Creo que el campo mexicano en los últimos años no ha tenido la atención debida, y tengamos presente que ahí vive uno de cada cuatro mexicanos, 26 millones de mexicanos viven en el campo y dependen del campo. (Peña,2012)

Yo te pregunto a ti si a 12 años de haber dado pasos en la transición democrática de nuestro país, hoy estás mejor. La respuesta seguro estoy es que no, porque precisamente no hemos logrado que la igualdad de oportunidad de la democracia electoral que hoy vivimos se traduzca en una de mayores resultados. (Peña, 2012)

5.2.3 Presencia de demandas sociales insatisfechas que se establecen dentro de una cadena equivalencial

Para el análisis de esta dimensión del populismo se seleccionaron las palabras seguridad y su antónimo inseguridad ya que aunque tienen significados diferentes y opuestos su uso en las oraciones emitidas por el candidato tenían la misma finalidad, la otra palabra seleccionada fue empleo y su plural empleos además de su antónimo desempleo, de igual manera, por su utilización en el contexto de las oraciones emitidas por el candidato. ejemplo de lo dicho, son las siguientes expresiones del candidato.

“Es claro que el clima de violencia e inseguridad en nuestro país se ha incrementado y ha generado hoy en día entre las familias mexicanas realmente preocupación mayor, y ha puesto en riesgo su propia libertad” (Peña, 2012).

“En los últimos años, México y su economía han tenido el peor desempleo de los últimos 80 años; no hay suficientes empleos y los que hay no pagan bien. En los últimos cuatro años se han incrementado y se han sumado a las filas de la pobreza 12 millones más de mexicanos, y de ellos, la mitad no tienen o no les alcanza para comer”. (Peña, 2012).

“Es increíble que siendo vecinos de la primera potencia económica del mundo México tenga este pobre desempeño económico y eso va en perjuicio de los ciudadanos de nuestro país, que hoy no tienen mejores empleos y los que tienen pagan muy poco, son temporales y a veces no tienen ni siquiera la seguridad social”.(Peña, 2012).

Aunque estas no fueron las únicas demandas sociales insatisfechas identificadas en lo dicho por el candidato a lo largo de sus intervenciones en los debates, si fueron las de mayor repetición, sin embargo al realizar un contraste estadístico elemental entre la cantidad de repeticiones de las palabras

seleccionadas y la cantidad total de palabras emitidas por el candidato, estas no alcanzan a ser lo suficientemente representativas para poder determinar que esta dimensión del populismo se encuentra presente en sus discursos, como parte de su estrategia de comunicación dentro de los debates.

5.2.4 Sobre el hombre providencial

El candidato a lo largo de su campaña, y desde su periodo como candidato y posterior gubernatura del Estado de México, elaboró una línea discursiva en la cual cambia la palabra propuesta o promesa por compromiso, por lo cual al llegar a los debates se autodenomina como el candidato del compromiso, ante los ataques recibidos por los otros candidatos a lo largo del mismo, como se enuncia a continuación:

“Quiero decirle a Josefina, a quien realmente viene hablando e insistiendo en que se hable con la verdad, porque la campaña que viene promoviendo de manera agresiva contra la campaña de un servidor, no se sustenta en la verdad. Y la quiero invitar, Josefina, para que personalmente, usted y yo vayamos a verificar el cumplimiento de los 608 compromisos que hice en el Estado de México” (Peña, 2012).

“Segundo, tiene usted razón Andrés Manuel, soy el candidato del compromiso, lo fui como gobernador del Estado de México, me comprometí a cumplir compromisos en mi estado, y al término de mi gestión todos fueron cumplidos, y hay acreditación puntual, fehaciente, que así lo señala”. (Peña, 2012).

Sin embargo, aunque el candidato tiene cierto acercamiento con un ethos de autenticidad, indicador de esta dimensión, no hay alguna oración en la que use esta expresión como tal, sino que se queda en el empleo como sinónimo de propuesta, sumado a que el número de repeticiones de la palabra compromiso, contrastado contra el número total de palabras emitidas por el candidato no resulta significativo para determinar la presencia de esta dimensión en su discurso.

Peña Nieto en su estrategia de comunicación presentada en ambos debates oficiales, en los que participó como candidato a la presidencia, emite diversas sentencias que encajan en dos de las dimensiones del populismo, sin embargo lo hace de la misma manera que la mayoría de los candidatos participantes, de una manera circunstancial derivada de los tópicos seleccionados para cada uno de los debates y de la realidad de las circunstancias económicas y sociales que vivía el país en el 2012, por lo cual de los tres candidatos analizados es quien menos presencia de rasgos del discurso populista presenta, pero este no se encuentra completamente ausente.

5.3 Debates 2018, Andres Manuel López Obrador.

Al llegar a los debates de este año, se incrementó a 3 el número de los mismo y fue evidente el esfuerzo del INE por generar una mayor participación ciudadana, lo cual resolvieron incluyendo público en vivo quienes realizaron preguntas a los candidatos, además de dinámicas por redes sociales que focalizaron los temas de interés de la ciudadanía, los cuales fueron abordados por los moderadores en forma de preguntas para los candidatos, durante el tercer debate. Este nuevo formato en el que también los moderadores cobraron mayor relevancia generó que el candidato puntero emitiera 8714 palabras, solo 26 más que el candidato puntero de la elección anterior.

Para la realización del análisis cuantitativo se llevó a cabo el mismo proceso que con los dos sujetos de estudio anteriores, realizando como primer paso una extracción de sus intervenciones de las transcripciones de los debates, para después realizar el procesamiento de los mismos a través de AntConc, software que permitió la determinación de la cantidad de palabras emitidas en totalidad por el candidato, así como el listado de las mismas con su frecuencia, de este listado se seleccionaron dos palabras claves que concordaran con cada una de las cuatro dimensiones de análisis, para posteriormente observar su empleo

contextual por parte del candidato para determinar del número total de repeticiones cuales y cuantas eran concordantes con los intereses de la presente investigación.

Después de analizar el contexto de las palabras seleccionadas, para la primera dimensión denominada Dicotomía “los de arriba” vs “los de abajo” se obtuvo una frecuencia de 7/8714 para las palabras arriba, abajo y 4/8714 para las palabras rico, pobre; en el caso de la segunda dimensión Rompimiento con el orden anterior y/o el statu quo se seleccionaron las palabras corrupto, corrupción y corruptos, con una frecuencia de 14/8714, mafia con una frecuencia de 5/8714, y PRIAN 3/8714; para el análisis de la tercera dimensión del populismo se seleccionaron las palabras bienestar, desigualdad, pobres y pobreza, con una frecuencia de 10/8714, 3/8714, 11/8714, respectivamente; para la última dimensión denominada Sobre el hombre providencial, se seleccionaron las palabras pueblo y honesto cada una con una frecuencia de 7/8714 y 4/8714 respectivamente.

5.3.1 Dicotomía “los de arriba” vs “los de abajo”

El candidato es el primer sujeto de estudio que hace esta dicotomía de manera textual y contextual, por lo cual las palabras seleccionadas para el análisis de esta dimensión fueron tomadas de manera literal, seleccionando arriba y su antónimo abajo, las cuales fueron expresada en al menos una ocasión en cada uno de los tres debates, por otro lado se seleccionaron también las palabras rico y su antónimo pobre, empleadas por el candidato como uso de esta dicotomía, como podemos observar en las frases siguientes:

“Vamos a reducir los sueldos desde arriba porque vamos a aumentar los sueldos de los de abajo, y si esto es ser populista, que me apunten en la lista” (López, 2018).

“Se dan la gran vida los altos funcionarios públicos, sueldos hasta de 650 mil pesos mensuales. Vamos a bajar los sueldos de los de arriba porque vamos a aumentar los sueldos de los de abajo” (López, 2018).

“Sí se termina con la corrupción, insisto, y si hay un plan de austeridad republicana va a alcanzar el presupuesto. Vamos a bajar los sueldos de los de arriba porque vamos a aumentar los sueldos de los de abajo, van a ganar más los maestros, las enfermeras, los médicos”(López, 2018).

“No puede haber Gobierno rico con pueblo pobre” (López,2018).

“A la reconciliación, con una condición, que el Gobierno represente a todos, no como ahora, que sólo representa a una minoría rapaz, que el Gobierno represente a ricos y a pobres, que el Gobierno no esté al servicio de unos cuantos” (López, 2018).

5.3.2 Rompimiento con el orden anterior y/o el statu quo

Esta segunda dimensión de análisis también tuvo presencia dentro de las oraciones emitidas por el candidato en cuestión dentro de sus participaciones en los tres debates, claramente buscó diferenciarse con el orden anterior, con la particularidad de que no llevó sus señalamientos únicamente hacia el presidente en funciones al momento de la realización de los debates, sino que engloba en este sistema anterior a todos los gobiernos desde que se implementó un modelo económico neoliberal en el país, para distanciarse aún más del orden anterior, el lo califica como corrupto y denomina a todos aquellos que hayan sido partícipes de cualquiera de esos gobiernos como mafia del poder. Para el análisis de esta dimensión se emplearon las palabras corrupción, corrupto y su plural corruptos, además de mafia, neoliberal y PRIAN

Lo cual queda ejemplificado en las siguientes sentencias

“La corrupción es el principal problema de México, nada ha dañado más al país que la deshonestidad de los gobernantes” (López, 2018).

“El problema principal de México es la corrupción, se puede medir en los últimos 20 años, pasamos del lugar 60 en corrupción en el mundo al lugar 135, o sea, creció la corrupción en México, somos desgraciadamente y da pena, de los países más corruptos”(López, 2018).

“Vamos nosotros a llevar a cabo la cuarta transformación. Vamos a hacerlo para sacar a nuestro querido México del atraso en que se encuentra, en el atolladero en que lo han metido los políticos corruptos, sobre todo los de la mafia del poder, los del PRIAN” (López, 2018).

“Sí, el problema de México en lo económico tiene que ver con la falta de crecimiento. Durante todo el periodo neoliberal” (López, 2018).

“Ya las cosas están demasiado claras, son dos agrupamientos, lo que yo llamo el PRIAN, la mafia del poder, está aquí representada, y nosotros que significamos un cambio de verdad, una transformación para México” (López, 2018).

5.3.3 Presencia de demandas sociales insatisfechas que se establecen dentro de una cadena equivalencial

En este formato de debate, al estar pensado en fomentar la participación ciudadana, sobre todo en el tercer debate, los tópicos del mismo fueron extraídos desde los intereses de la ciudadanía por lo cual hablar de demandas insatisfechas, o preocupaciones de la sociedad como lo denominaron los moderadores fue una constante. En el caso de López Obrador hay una fórmula que ha repetido a lo largo de los debates en los que ha participado desde la primera ocasión en la cual contendió por la presidencia, en la cual expresa de manera general que, si hay pobreza es porque no hay empleo y si no hay empleo no hay bienestar y si no hay bienestar no hay paz, además de los constantes señalamientos a la corrupción como la madre de todos los males que aquejan al país, por lo cual para el análisis de esta dimensión se seleccionaron las palabras bienestar, desigualdad, pobres y pobreza.

“Yo creo que la violencia se desató en el país porque no ha habido crecimiento económico, desde hace 30 años, en términos reales. Si no hay crecimiento económico, no hay empleos, si no hay empleos, no hay bienestar. Y si no hay bienestar, no puede haber paz, ni tranquilidad” (López, 2018).

“Pienso que no se puede enfrentar el mal con el mal, el mal hay que enfrentarlo haciendo el bien y que tiene que haber crecimiento económico, que no ha habido en México, para que haya empleos, para que haya bienestar, para que haya paz y haya tranquilidad; y que no haya ladrones, pero no solo el ladrón callejero, el ladrón que más daña es el de cuello blanco, el político corrupto; esa es la peor plaga que afecta a nuestro país y la vamos a acabar” (López, 2018).

“Sí, la corrupción es la causa principal de la desigualdad social y económica en el país. Ése es el principal problema”(López, 2018).

“Yo lo que considero es que tenemos que atender las causas que originaron el problema de la inseguridad y de la violencia, sobre todo hay que combatir la pobreza. Dije desde hace algún tiempo, que, por el bien de todos, primero los pobres, han crecido los pobres en México durante el periodo neoliberal y han crecido los pobres que son jóvenes, porque no se les han dado opciones alternativas” (López, 2018).

5.3.4 Sobre el hombre providencial

Aunque el candidato no emite en estos tres debates textualmente que es el representante del pueblo, este indicador queda presente en diversos momentos cuando él asegura gobernará para todos, y se pone del lado de las mayorías al enunciar que no pertenece a la mafia del poder, resaltando los valores del pueblo que después si identifica con un ethos de autenticidad al remarcar que su mayor virtud es la honestidad. Por lo cual para el análisis de esta dimensión se seleccionaron las palabras pueblo y honestidad.

“En nuestro pueblo hay una gran reserva de valores culturales, morales, espirituales; el pueblo de México es bueno, es trabajador y es honesto, y vamos a regenerar la vida pública” (López, 2018).

“Lo dije y lo repito, tenemos un pueblo extraordinario, un pueblo trabajador, el pueblo de México es de los pueblos más trabajadores del mundo, esos dos elementos, nos falta uno, un buen gobierno, pero pronto, muy pronto va a haber un buen gobierno y entonces las cosas van a mejorar y vamos a poder gritar: “¡Viva México!” (López, 2018).

“Honesto, es lo que estimo más importante en mi vida, no soy corrupto”(López, 2018).

“Si fuese yo corrupto ya me hubiesen destruido los de la mafia del poder, que son los jefes de los candidatos, los verdaderos jefes, jefes de jefes, con excepción de ya saben quién. Entonces, sí soy honesto, por eso también, porque el pueblo no es tonto, tonto es el que piensa que el pueblo es tonto” (López, 2018).

Aunque López Obrador hace uso de todas las dimensiones del populismo en repetidas ocasiones y claramente fue la base de su estrategia de comunicación electoral durante toda su campaña, estas no cuentan con la frecuencia suficiente para poder determinar que el uso del discurso populista fue su estrategia de comunicación para los debates presidenciales de 2018.

6. Conclusiones

Como hemos revisado ya en la literatura respecto a la importancia de los debates en las campañas electorales y retomando lo dicho por Tellez et al (2010), actualmente el debate televisado se ha posicionado como uno de los eventos más atractivos de campaña política en las elecciones generales o presidenciales de cualquier país (Tellez et al, 2010), y México sin duda no es la excepción.

Tras el recorrido sobre el contexto en el cual se han desarrollado y perfeccionado tanto las estrategias de comunicación en las campañas en nuestro país a partir de la presencia de la alternancia en el poder, como la evolución en los modelos y desarrollo de los debates presidenciales, que coincidentemente ambos eventos tuvieron como fecha de aparición el año de 1994, hemos podido ver como diversas estrategias permean en los discursos de los candidatos presidenciales, con la intención de cumplir su fin específico: ganar una contienda electoral (Benoit, 2007).

6.1 Estrategias de comunicación y modelos de debates de 2006 a 2018

Sin duda después de la salida del PRI de la presidencia de la república, es notable la evolución en las estrategias y medios de comunicación empleados por los candidatos dentro de sus campañas electorales. Los debates sin duda han sido una herramienta que se ha ido perfeccionando con el paso de los procesos.

En 2006 y 2012 vimos debates que se puede indicar que estos estuvieron cercanos al modelo francés por estructurarse con base en temas generales y por contar con moderador, que se limitó a regular los tiempos. No obstante, también experimentaron el despliegue mediático característico de los debates estadounidenses (Tellez et al, 2010), sin embargo como quedó acentado en el documental desarrollado en 2018 por el Instituto Nacional Electoral, estos fueron percibidos como aburridos para el espectador, lo cual desalentó el interés en ellos.

En 2012 vemos una notable evolución en el formato, era evidente el trabajo realizado en pro de generar una mayor interacción entre los candidatos que hiciera más dinámico lo que el espectador veía en sus pantallas y se buscó otorgar una mayor calidad en audio y video, además de la utilización de diversas herramientas atractivas visualmente para el público, además de ser visible la evolución en las estrategias de comunicación en los debates, los cuales dejaron de ser una replica de sus discursos de spots o de campaña para centrarse en el desempeño dentro del debate.

Para 2018 este esfuerzo iniciado en el proceso anterior, por realmente responder a la importancia de los debates, se ve realmente reflejado en el cambio de modelo, acercándose ahora al modelo alemán de varios candidatos, tomando también grandes rasgos del modelo estadounidense ya no solo en el despliegue mediático, sino también en lo correspondiente al modelo de moderación y generación de preguntas, respondiendo ahora sí de manera plena a la importancia de los debates para las campañas.

La evolución y cambios en el formato apremiaba a generar cada vez mayor interacción entre candidatos y de estos para con la ciudadanía, sin duda la consecución de estos objetivos sumó al desarrollo de mejores estrategias de comunicación dentro de ellas, pasando de 2006, de la mera extracción de discursos de los emitidos en la campaña general más algunos momentos de “ataques” entre candidatos, a un 2012 donde ya se veía una división estratégicamente desarrollada para que el candidato pudiera responder a los tópicos del debate, y de acuerdo al momento lanzar alusiones a sus contrincantes o defenderse de las mismas, sin improvisación, todo dentro de una estrategia central, para 2018 la preparación en los candidatos, exclusivamente para los debates, es evidente, cada uno listo para plantear la mejor respuesta a los tópicos de los tres debates, con momentos y elementos gráficos dispuestos para atacar y previniendo cualquier respuesta a temas de choque contra ellos, además de un claro objetivo discursivo que variaba entre posicionar al candidato en la mente de los electores hasta limpiar la imagen de los mismos o consolidar la victoria.

6.2 Populismo en los discursos emitidos en los debates, como estrategia de comunicación

Es importante resaltar que en todo momento, desde 2006 hasta 2018 los temas y tópicos seleccionados dentro de ellos ya enfrentan al candidato a las demandas no satisfechas en la población y a diferencias sociales, características propias del populismo, en la definición base para esta investigación, aportada por Laclau en 2005, dentro de estas demandas insatisfechas resaltaron en las preguntas de los moderadores temáticas respecto a la falta de atención al campo, solución a la inseguridad y falta de empleo, y sobre todo el combate a la pobreza, esto con la evidente búsqueda de brindar al ciudadano una verdadera posibilidad de contraste entre los proyectos de nación que cada uno de los candidatos presentaba en su temporalidad correspondiente para que se facilitara la elección en las urnas, sin embargo también dejaba en evidencia la profunda desigualdad y problemas no atendidos que enfrentaba el país en cada uno de los momentos de la realización de los debates materia de análisis.

México es un país de grandes diferencias entre su población las condiciones que se viven en el norte, el centro y el sur del país son muy diversas, económica y educativamente nuestra segmentación también es profunda, por lo que al ser tan diversos es fácil en todo momento encontrar demandas sociales no atendidas donde nace la identificación de la población al considerarse equivalentemente desatendidos por el poder, lo cual es otra de las características del populismo, la presencia de demandas sociales insatisfechas que se establecen dentro de una cadena equivalencial (Laclau, 2005), esto sumado a que existen clases políticas que gozan de privilegios independiente de su estatus eso incrementa el sentimiento de rompimiento con el statu quo, una más de las categorías para el análisis del discurso populista desarrollada por Charaudeau (2009), independientemente de quien lo enarbole en el momento, creándose un escenario fértil para el desarrollo de una estrategia discursiva que utilice como base el populismo, con la intención de generar la empatía y por ende la preferencia del electorado.

Este terreno fértil quedó evidenciado en diversos momentos, en 2006 en cada uno de los candidatos participantes, sin importar el partido al que representaban y por ende su corriente ideológica, existió al menos una frase que aludía a una de las categorías del discurso populista.

Para 2012 aunque López Obrador ya llegaba etiquetado como “populista”, como el mismo Quadri lo señala expresamente en un par de sus intervenciones, el discurso populista no es emitido exclusivamente por él, siendo el mismo Quadri quien emite diversas oraciones elementos propios del discurso populista, haciendo lo propio el candidato puntero, Enrique Peña Nieto, aunque en menor frecuencia.

En 2018 nuevamente López Obrador además de llegar señalado como populista y el mismo catalogarse de esa manera, en los discursos de todos los candidatos, incluyendo el de Závala que solo participó en el primero de los tres debates, se emplea al menos una oración que es identificable con alguna de las categorías del discurso populista, emitidas claramente con la intención de generar empatía a través de la pertenencia a sectores con demandas sociales insatisfechas dentro de un sistema de demandas equivalencial.

6.3 Populismo en los discursos de Calderón, Peña y Obrador, en los debates presidenciales.

Tras los resultados del análisis el discurso emitido por los tres candidatos punteros en los siete debates oficiales que se llevaron a cabo de 2012 a 2018 podemos concluir que el enfoque de Laclau para el análisis de los mismos ha sido el correcto, ya que cada uno de los candidatos respondía a una ideología partidista diferente, pertenecientes a corrientes de derecha, centro e izquierda respectivamente, por lo que queda evidenciado que el discurso populista no pertenece a una ideología en particular y las categorías para el análisis del discurso populista, desarrolladas por Charaudea retomadas para el desarrollo del instrumento de análisis de la presente investigación, pueden presentarse con igual oportunidad en cada una de ellas, siendo las circunstancias específicas del

contexto en el que se emplee cada una de las estrategias discursivas de cada candidato las que determinarán su mayor o menor empleo.

En el caso particular de los debates en México analizados, no podemos determinar abiertamente la presencia de populismo en los discursos emitidos por los candidatos punteros a la presidencia de la república, ni siquiera en el caso de López Obrador, ya que el número de repeticiones de las palabras seleccionadas dentro de cada una de las categorías de análisis planteadas en el instrumento de trabajo diseñado, no es lo suficientemente representativa, sin embargo si ha sido posible a través del instrumento diseñado para el análisis, describir el cómo ha sido empleado el mismo dentro de sus intervenciones en cada uno de los debates.

6.4 Reflexión sobre los hallazgos

En mi percepción, la imposibilidad de poder determinar la presencia del discurso populista, en el enfoque de análisis lexicométrico de la presente investigación, se deriva de la gran cantidad de tópicos a resolver y presentar dentro de un debate, ya que el candidato debe dejar presente en la mente del votante quien es la persona quien le habla, su trayectoria y cartas que lo acreditan como una opción viable al puesto por el que contiende, responder de manera puntual en un tiempo limitado a las preguntas en torno a las que gira el debate, que en su mayoría están enfocadas en las demandas sociales insatisfechas en la población que se busca gobernar, además de presentar a la vez un plan de gobierno sólido que incluya tópicos no incluidos en las preguntas específicas y destinar tiempo para responder alusiones directas o hacer señalamientos sobre las propuestas de los demás candidatos para contrastar la suya como la mejor.

Por tanto aunque se busca en el tiempo del que disponen dejar claras características como las que identifican el populismo o incluso a su ideología de partido o movimiento este resulta limitado para llevar a cabo tal labor. Al final solo podemos realizar un análisis descriptivo y exploratorio del populismo dentro de sus intervenciones en cada uno de los debates, e identificar las dimensiones del populismo propuestas por Charaudeau (2009) y las características descritas por

Laclau (2005), que tienen mayor presencia en sus discursos para determinar la forma en la que este es empleado.

concluyendo que en México las enormes diferencias y segmentaciones que existen desde la óptica que se quiera señalar, hacen que no exista una homogeneidad social y que prevalezcan las demandas sociales insatisfechas, que aunado a los malos resultados de los gobiernos, hacen que seamos un escenario fértil para el empleo de dimensiones del discurso populista, o del discurso populista en su totalidad, por lo cual espero que el presente análisis sirva a futuros votantes, para ver con otra perspectiva los debates e identificar con mayor eficiencia el mejor proyecto en pro de la localidad que a cada uno corresponda.

Por lo tanto considero que la presente investigación servirá como referencia para la identificación del discurso populista en los futuros candidatos a la presidencia de la república y analizar de manera particular si estos tienen un plan de nación que realmente esté interesado en resolver las demandas sociales insatisfechas, así como si de verdad es un representante de la ciudadanía o si solo es una persona que él o sus asesores dominan la teoría del discurso populista y ha sido empleada como estrategia de comunicación para buscar la simpatía de la mayoría de los electores

7. Referencias

- Acosta, M. (1995). *Los procesos electorales en los medios de comunicación: guía para el análisis de contenido electoral en México*. Universidad Iberoamericana: México, DF
- Barreto, I., Velandia, A., & Rincón, J. (2011). Estrategias metodológicas para el análisis de datos textuales: aplicaciones en psicología del consumidor. *Suma Psicológica* (18). Recuperado de <https://goo.gl/EQDJyG>
- Barrows, S. (1981) *Distorting Mirrors, Vision of the Crowd in Late Nineteenth Century France*. New Haven, Yale University Press.
- Benoit, W. (2007) Afunctional Analysis of the 2006 Canadian and 2007 Australian election debates. *Argumentation and Advocacy*, 44, pp 36-48.
- Canovan, M. (1981) *Populism*. Junction Books. Londres
- Cantavella, J., Bullough, R., Curiel, L., Blanco-Sieger, B., Mejia, C., Pittaro, E. (2008). Algunos aspectos lingüísticos de los debates electorales Zapatero-Rajoy 2008. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 14, pp. 79-98.
- Cea D'Ancona, M. Á. (s.f.). *Metodología Cuantitativa: Estrategias y Técnicas de Investigación Social*. SÍNTESIS SOCIOLOGÍA.
- Charaudeau, P (2009) *Reflexiones para el análisis del discurso populista*. Universidad de París. Centro de Análisis del Discurso. trad esp. Gentile A. *Discurso y Sociedad*.
- Charaudeau, P. (2012). El discurso de la propaganda. Un intento de tipologización. En Shiro, M.; Charaudeau, P.; y Granato, L. (Eds.), *Los géneros lingüísticos desde múltiples perspectivas: teorías y análisis*. Iberoamericana Vervuert. [Edición Kindle].
- Cho, J. (2009) Disentangling Media Effects from Debate Effects: The Presentation Mode of Televised Debates and Viewer Decision Making. En: *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 86 (2)

- Cisneros, J & Babbilli, A. (2020) Neopopulismo Trumpiano: la legitimización del caos y el nacionalismo como estrategia política en regímenes de derecha
- Conniff, M. (2003) Neo-Populismo en América Latina . Revista de Ciencia Política, 31-38.
- De la Torre, C. (2013) El populismo latinoamericano, entre la democratización y el autoritarismo. Nueva Sociedad, Fundación Friedrich Ebert. Buenos Aires, Argentina.
- Echeverría, M. & Chong, B. (2013). Debates presidenciales y calidad de la democracia. Análisis normativo de los debates mexicanos de 2012. Palabra Clave 16 (2), 341-365
- Flores, M. & Bonfiglio, J. (2018) Discurso sobre el populismo en México. Un estudio socio-pragmatico. Pragmatica Sociocultural 6, 99-130
- Freud, S. (1921) Group Psychology and the Analysis of the Ego. Trad. esp. Psicología de las masas y el análisis del yo, en Obras completas, Vol.18. Buenos Aires. Amorrortu
- Hermet, G (2003) El populismo como concepto. Revista de Ciencia Política, vol. XXIII, núm. 1, 2003, pp. 5- 18 Pontificia Universidad Católica de Chile Santiago, Chile
- Hernandez Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2006). El proceso de la investigación cualitativa. En *Metodología de la investigación* (pág. 356). México, D.F.: Mc Graw Hill.
- INE (2019). Documental “Crónica de un cambio” Debates Presidenciales México 2018. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=gFqCk0X-4Sw>
- Ionescu, G y Gellner, E. (1969) Populism, Its Meaning and National Characteristics, Londres, Macmillan. trad.esp. Populismo, sus significados y características nacionales. (1970) Buenos Aires. Amorrortu.
- Islas, I. (2020). Debates electorales presidenciales bajo la mirada deliberativa. Caso México 2012 y 2018. Revista Mexicana de Opinión Pública (28)

- Karam, T. (2005). Una introducción al estudio del discurso y al análisis del discurso. *Global Media Journal México*, 2(3), recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68720305>
- Kim, C., Khang, H. y Lee, Y. (2008). Functional Analysis of Televised Political Spots and Debates in Korean Presidential Elections, 1992-2008. En: *Korea Observer*, 39 (2), pp. 235-258.
- Laclau, E. (1987). Populismo y transformación del imaginario político en América Latina. *Boletín de estudios latinoamericanos y del caribe*. No 42
- Laclau, E. (2005). *La razón populista*. Fondo de Cultura Económica de Argentina, S.A. Buenos Aires.
- Le Bon, G. (1995) *The Crowd*, New Brunswick y Londres, Transaction Publishers. Con una nueva introducción por Robert A. Nye. Publicado originalmente en francés en 1895 como *La Psychologie des foules*. p. 53.
- Marín, B. (2003). Debates electorales por televisión. Em S. Berrocal (ed), *Comunicación política en televisión y nuevos medios* (pp. 207-243). Barcelona: Ariel.
- Marramao, G. (2020) *Sobre el Síndrome Populista. La deslegitimización como estrategia política*. Editorial Gedisa, S.A. Barcelona, España.
- McDougall, W. (1920) *The Group Mind*, Cambridge Inglaterra. Cambridge University Press. p. 23
- Meersohn, C. (2005). Introducción a Teun Van Dijk: Análisis de Discurso. *Cinta de Moebio*, (24),0. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10102406>
- Moscovici, S. (1986) *The discovery of masses*, en Carl F. Graumann y Serge Moscovici, *Changing Conceptions of Crowd Mind and Behaviour*, Nueva York-Berlín-Heidelberg-Tokio, Springer-Verlag. p. 11.
- Neuendorf, K.A. (2017). *The Content Analysis Guidebook*. Cleveland. SAGE.

- Panizza, F. (2009) El populismo como espejo de la democracia. Fondo de cultura economica. España. recuperado de <https://fce.com.ar/wp-content/uploads/2020/11/Panizza.pdf>
- Páramo, M. (2010). Análisis cualitativo de discursos grupales asistido por programa de software textstat: valoración de su unidad en la exploración y relación de significados. *Liberabit* 14 (2)
- Romero, I., Alarcon, Y. & García, R. (2018) Lexicometría: enfoque aplicado a la redefinición de conceptos e identificación de unidades temáticas. *Biblios* (71), pp 68-80.
- Rospir, J.(1999). La globalización de las campañas electorales. EN A. Miñoz-Alonso y J. I. Rospir eds, *Democracia mediática y campañas electorales*. pp. 55-88.
- Sánchez, J. (2018). *Storytelling* del discurso populista en México. Un estudio longitudinal de los spots electorales de AMLO 2006, 2012 y 2018. Instituto de Ciencias de Gobierno y Desarrollo Estratégico. Puebla, México.
- Santander, P. (2011). Por qué y cómo hacer Análisis de Discurso. *Cinta de Moebio*, (41),207-224. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10119954006>
- Sarabia, J. (1999). *Metodología para la investigación en Marketing y dirección de empresas*. Ed. Pirámide, Madrid.
- Tarde, G. (1989) *Les foules et les sectes criminelles*, en *L'Opinion et la foule*, Paris Presses Universitaires. trad. esp. *La opinión y la multitud*, Madrid, Taurus, 1986.
- Téllez, N., Muñiz, C., y Ramírez, J. (2010) Función discursiva en los debates televisados. Un estudio transcultural de los debates políticos en México España y Estados Unidos. En *Palabra Clave*, 13 (2), pp 251-270.
- Terrazas, W. (2016). Análisis lexicométrico aplicado a las concepciones de aprendizaje. *Educar em Revista* 61, 241-255
- Tushet, M (2019) Varieties of populism. *German Law Journal*, 382-389.

Van Ginneken, J.(1992) Crowds, Psycology and Politics 1871-1899.
Cambridge University Press.