

# Historia y comunicación social

ISSN-e: 1988-3056

 EDICIONES  
COMPLUTENSE<https://dx.doi.org/10.5209/hics.92236>

## “Valores democráticos y comunicación ética frente a populismos y demagogias”. La encrucijada mediática e histórica de la nueva ola populista

Alberto Pena Rodríguez<sup>1</sup>, María Verónica de Haro de San Mateo<sup>2</sup>, Javier Juárez Rodríguez<sup>3</sup>

Los movimientos populistas y otros estilos demagógicos de hacer política y comunicar las ideas políticas en las democracias modernas, asociados a diversas ideologías de todo signo, han ido ocupando un espacio de influencia cada vez mayor en la esfera pública contemporánea. Aunque es un fenómeno que ha ido evolucionando a lo largo de la historia, su actual protagonismo y popularidad se puede asociar, entre otras causas, a la crisis económica de 2008 o la aparición disruptiva de las redes digitales y la pérdida de prestigio del periodismo tradicional, inmerso en un proceso de profunda transformación de su modelo de negocio. Como es manifiesto, los movimientos populistas están entre los fenómenos políticos más inquietantes y perturbadores del siglo XXI.

El filósofo José Luis Pardo, autor de *Estudios del malestar. Políticas de autenticidad en las sociedades contemporáneas* (2016), define el populismo como “prometer una cosa que sabes que no puedes cumplir con el propósito de obtener una ventaja”, estableciendo un acertado símil entre el populismo político y el sensacionalismo mediático: “El populismo es a la política lo que el sensacionalismo a los medios de comunicación”. Según su razonamiento, esta dinámica política cuya retórica se basa actualmente en estrategias identitarias (los de abajo contra los de arriba, etc.), busca mantener una “tensión social” en el marco de una guerra cultural que está afectando a la propia estructura jurídica del Estado de Derecho y, en particular, a la libertad de expresión (*El Mundo*, 29 diciembre 2022).

En este sentido, parece evidente que ambos fenómenos se retroalimentan de algún modo. Y que, por tanto, hay que observar también desde esta perspectiva el impacto de las campañas que los emisores populistas difunden en la esfera mediática, hoy dominada, además, por un ecosistema comunicativo digital con una gran capacidad de agitación y movilización en la opinión pública.

Pero no debe olvidarse que el uso que hacen los populismos de los nuevos medios y las redes digitales y sus (aparentemente) innovadoras técnicas persuasivas, aunque en otra dimensión técnica y sociocultural, reproducen dinámicas similares a las de otras épocas históricas, cuando apareció, por ejemplo, el cine, la radio o la televisión. Y que el resurgir de la propaganda manipuladora, el agitprop, la desinformación y las *fake news*, son un nuevo episodio dentro de un proceso que se ha iniciado hace mucho tiempo.

Lo que ha significado un cambio verdaderamente brutal y disruptivo ha sido el uso masivo y compulsivo de soportes electrónicos inteligentes y móviles, que proveen universalmente a sus usuarios de todos los medios y redes digitales las 24 horas, con un poder de moldeamiento cognitivo y una monitorización jamás vistos.

Ciertamente, han surgido nuevos y poderosos instrumentos comunicativos. Pero el uso estratégico de las narrativas emocionales y su escenificación, mediante discursos agitadores que apelan al *pueblo* al cual dicen encarnar para enardecer a las masas como una forma de legitimación superior e intimidación de los adversarios, rima con la historia, y más concretamente con la historia de la propaganda.

Para constatarlo, no hay más que releer a Lippman, Lasswell, Bernays, Ellul, Domenach, Pizarroso Quintero o a João de Almeida Santos, autor del texto teórico introductorio de este número monográfico. También a Ortega y Gasset y su clásica obra *La rebelión de las masas*, que relaciona el ocaso de las democracias liberales y la aparición de los totalitarismos con el desprecio por las élites, el conformismo social y – subrayamos – *la ignorancia de la historia*. Resulta muy reveladora su mención al hecho de que el “hombre-masa” intenta imponer violentamente sus ideas al que piensa diferente en una deriva hacia la barbarie.

En este nuevo escenario, los populismos y sus estrategias demagógicas han ido ocupando un espacio crítico de influencia y excitación colectiva. A veces con reacciones violentas que producen perplejidad, tal y como ha

<sup>1</sup> Universidad de Vigo  
E-Mail: alberto@uvigo.ga  
ORCID: 0000-0001-8667-6287

<sup>2</sup> Universidad de Murcia  
E-Mail: mvdeharo@um.es  
ORCID: 0000-0002-6972-1354

<sup>3</sup> Universidad Complutense de Madrid  
E-Mail: javijuvar@ucm.es  
ORCID: 0000-0001-9441-8229

ocurrido en el asalto de las masas contra la sede de los tres poderes del Estado en Brasilia el 8 de enero de 2023. Como es obvio, el autoritarismo nacionalpopulista del bolsonarismo, que se ha apropiado de los símbolos de la nación y que hace campaña a favor de un delirante golpe militar, es un alarmante nuevo reflejo del otrora inimaginable asalto al Capitolio de Estados Unidos el 6 de enero de 2021, alentado por Donald Trump y el movimiento *Alt-Right*. Es interesante aquí remarcar el rol de Steve Bannon, exdirector del portal de noticias *Breitbart News*, ideólogo principal del trumpismo y uno de los promotores del populismo de extrema derecha.

Se observa, pues, que una corriente de movimientos populistas autoritarios recorre las democracias de Occidente, contagiada en algunos casos por una pulsión revolucionaria (como ya ocurrió hace un siglo con la Marcha sobre Roma del movimiento fascista italiano, por citar un momento histórico referencial), que intenta deslegitimar o vaciar de poder las instituciones democráticas para subvertir o alterar el orden legal, incluyendo golpes o autogolpes. Y, en el actual contexto geopolítico, como ya se ha demostrado, es importante resaltar la intervención del aparato de propaganda del Kremlin para intentar desestabilizar a las democracias occidentales.

El populismo como estrategia en sus diferentes formatos ideológicos es, por tanto, un fenómeno que ha evolucionado a lo largo de la historia, y su actual arraigo popular se puede relacionar, entre otras causas (como ya han teorizado diversos autores) con el encadenamiento de varias crisis (la gran recesión de 2008, la crisis de la modernidad, las desigualdades sociales, la corrupción o la pandemia), pero también hay palmarios síntomas de una pérdida de influencia del periodismo tradicional.

Por sus indiscutibles efectos perversos en el funcionamiento de la democracia a través de una visión oportunista y simplificadora de los problemas sociales, así como una actitud transgresora hacia las normas de convivencia en el marco de la *res publica* junto a su habilidad persuasiva para seducir e inducir ciertos consensos, el populismo del siglo XXI está generando un gran interés en la comunidad científica.

De hecho, en los últimos años, están apareciendo grupos de investigación interdisciplinar y transnacionales que estudian este tema intentando analizar de modo particular la crucial importancia de las técnicas narrativas y mediáticas de las organizaciones o liderazgos populistas, que explicarían en buena medida su rápida expansión y conquista de poder institucional. En el contexto iberoamericano, cabe mencionar el pionero Observatorio do Populismo do Século XXI (<https://observatoriodopopulismo.com/>), fundado en 2020.

La capacidad de agitación del populismo y sus dinámicas de crispación y polarización ideológica inducida, están produciendo un gran desasosiego en algunas sociedades occidentales que se creían inmunes a este tipo de discursos asociados a emisores políticos de países con frágiles estructuras institucionales o falta de cultura democrática. Con el objetivo de imponer una agenda pública y un clima de opinión favorable, los populismos intentan crear sus propios canales y medios de *información* (léase propaganda) para evitar la mediación periodística (y la consiguiente argumentación racional y crítica sobre sus ideas) con los ciudadanos.

Democracias consolidadas, como la británica o la estadounidense, con opiniones públicas sólidas e informadas a través de medios de comunicación periodísticos de gran prestigio profesional, se han visto contagiadas y desbordadas por el impacto de discursos populistas y demagógicos, como ocurrió en la campaña del Brexit o en la victoria electoral de Donald Trump en 2016, cuya estrategia retórica consiguió crear un vínculo emocional con los electores que se sentían ignorados, cansados o abandonados por los líderes y partidos políticos tradicionales, como explica Roderich Hart en su obra *Trump and us. What he says and why people listen* (2020).

En el caso de Trump, hasta que le cancelaron la cuenta (hoy tiene su propia red, denominada alegóricamente *Truth Social*) *Twitter* se convirtió en un instrumento eficaz para difundir sus mensajes políticos, que mezclaban percepciones subjetivas, emociones trufadas de prejuicios, actitudes racistas o misóginas, opiniones cargadas de impulsividad sobre asuntos complejos de política nacional o internacional, y ataques a medios críticos a golpe de *tweet*.

Por vez primera en la historia, un presidente de los Estados Unidos (un plutócrata representante de un *reality show* disfrazado de antisistema) se comunicaba de manera directa con la ciudadanía, sin conferencias de prensa, sin intermediaciones. Lo que podría significar un avance democrático en la comunicación (sin filtros) entre el presidente y la ciudadanía, se convirtió en un ejercicio de manipulación, con una violencia retórica y divisiva nunca vista en la democracia norteamericana. Lo inquietante y turbador eran su tono, con frecuencia intimidatorio o amenazante, y su desprecio por los hechos, haciendo un uso sistemático de la desinformación, como ha demostrado la pionera plataforma *PoliFact*, que informa de bulos y mentiras políticas.

En algunos casos, como el impensable ataque al Capitolio de Estados Unidos, alentado por el propio líder del Partido Republicano tras negarse a reconocer la victoria en las urnas de su oponente Joe Biden en 2020, los movimientos populistas, arrastrados por una pulsión revolucionaria, en algunos casos intentan deslegitimar y vaciar de poder las instituciones democráticas por medio de autogolpes u operaciones de ingeniería social que buscan subvertir o alterar el orden constitucional mediante el uso planificado y masivo de la propaganda a través de redes o plataformas digitales.

Otro caso paradigmático, igualmente inconcebible en el marco de la UE, fue el golpe institucional contra la democracia española del movimiento secesionista catalán, que se sirvió de una amplia red de entidades públicas y privadas en el exterior, como el Diplocat, para la proyección de lo que algunos líderes separatistas calificaron como “la revolución de las sonrisas” (para conocer la fundamentación política y moral del independentismo, léase a Ovejero, 2021), y cuyo objetivo era persuadir a instituciones culturales, medios, intelectuales

o gobiernos extranjeros para conseguir su apoyo para la legitimación internacional del proceso separatista, como nos muestra la obra de Juan Pablo Cardenal *La telaraña. La trama exterior del proceso* (2020). No debe olvidarse tampoco que la dimensión transnacional del populismo independentista, como la del trumpismo (con ayuda de Steve Bannon), tiene vínculos con la guerra híbrida emprendida por el Kremlin contra Occidente, como han analizado, entre otros, David Alandete (2019).

Generalmente, mediante una estrategia de agitprop y liderazgos caudillistas, los movimientos populistas suelen insistir en que su legitimidad emana de una voluntad popular auténtica y suprema mientras intentan crear percepciones que disfrazan los hechos objetivos a través de la difusión de mensajes emocionales, relatos (*storytelling*) o dialécticas de “distracción masiva” (Salmon, 2016) que favorecen sus intereses. Mientras tanto, cuestionan el ejercicio profesional del periodismo (señalando o intimidando a periodistas o intelectuales críticos) como reproductores del pensamiento hegemónico de las elites dominantes, intentando promover una reacción contrahegemónica, de insubordinación, de estilo gramsciano (Almeida Santos, 2012 y 1987).

Para ello utilizan técnicas retóricas como la orquestación, la simplificación, la transfusión, la repetición, la exageración, la desinformación o los bulos, entre otras. Es decir, mediante el uso de las reglas clásicas de la propaganda política los discursos populistas han hallado un fértil caldo de cultivo en internet y la comunicación transmediática, empleando algoritmos, el big data y la robotización para persuadir y manipular de forma muy eficaz y sofisticada a través de la viralización masiva o la segmentación de audiencias.

La demostrada capacidad desestabilizadora del populismo y los discursos demagógicos para agitar y movilizar difundiendo discursos que apelan a los sentimientos y emociones más elementales (como el miedo o la ira), y que consiguen, frente a la verdad factual o la argumentación racional, imponer encuadres o percepciones alternativas (lo que hoy se conoce con el neologismo de *posverdad*), ha venido a legitimar de algún modo la mentira política como una herramienta de persuasión válida en detrimento de la honestidad como valor fundamental del liderazgo político (Pena Rodríguez, 2021).

Así, pues, el discurso informativo tradicional y el debate político sosegado y responsable se han visto contaminados por dinámicas comunicativas simplificadoras estimuladas por determinados emisores que pretenden inocular en la opinión pública falsas percepciones para moldearla a su antojo. Como ya explicó Hannah Arendt en su clásica obra *Verdad y mentira en la política* (reeditado por Alianza como *La mentira política*, 2022), los hechos y las opiniones deben estar basados inexcusablemente en verdades factuales. Sin información objetiva, no existe la libertad de información y opinión, un valor esencial de la democracia. Otros autores como João de Almeida Santos (*Homo Zapiens*, 2019), que teorizó sobre el “hechizo” televisivo, o Giovanni Sartori (*Homo videns*, 1998), que acuñó el término de “videopolítica”, ya anticiparon la progresiva erosión y sustitución en las democracias occidentales de un debate público basado en argumentos racionales por un uso cada vez más abusivo y unidireccional de campañas políticas emocionales a través de los medios audiovisuales.

A la luz de la regresión democrática que suponen algunos de los métodos y estrategias comunicativas utilizadas por los movimientos populistas, es oportuno reflexionar sobre el pasado y el presente de este fenómeno. Con frecuencia, los discursos populistas, además de socavar o poner en cuestión algunos valores de la democracia deliberativa moderna, cuyos fundamentos podemos encontrar en las obras de Habermas *Teoría de la acción comunicativa* (2010) y *Verdad y justificación* (2008), intentan deslegitimar los medios de comunicación tradicionales y el ejercicio ético y profesional del periodismo (basado en valores como la imparcialidad, la racionalidad, la honestidad intelectual o la pluralidad de fuentes, entre otros), cuya función es vital para proteger el derecho fundamental de los ciudadanos a recibir una información veraz. Porque sin verdad no hay libertad ni, por tanto, se puede sostener una verdadera democracia.

## Referencias bibliográficas

- Alandete, D. (2019). *Fake news. La nueva arma de destrucción masiva*. Barcelona: Deusto.
- Almeida Santos, J. (1987). *O princípio da hegemonia em Gramsci*. Lisboa: Vega.
- \_\_\_ (2012). *Media e poder. O poder mediático e a erosão da democracia representativa*. Lisboa: Nova Vega.
- \_\_\_ (2019). *Homo Zapiens. O feitiço da televisão*. Lisboa: Parsifal PT.
- Arendt, H. (2022 [1971]). *La mentira política*. Madrid: Alianza.
- Bernays, E. (2008 [1927]). *Propaganda*. Tenerife: Melusina.
- Cardenal, J. P. (2020). *La telaraña. La trama exterior del proceso*. Barcelona: Ariel.
- Domenach, J. M. (1968 [1950]). *La propaganda política*. Buenos Aires: Eudeba.
- Ellul, J. (1969 [1967]). *Historia de la propaganda*. Caracas: Monte Ávila Editores.
- Habermas, J. (2011 [1982]). *Teoría de la acción comunicativa. Complementos y estudios previos*. Madrid: Cátedra.
- \_\_\_ (2018 [1999]). *Verdad y justificación. Ensayos filosóficos*. Madrid: Trotta.
- Lasswell, H. (1928). “The function of the propagandist”. En: *The International Journal of Ethics*, nº 38, p. 258-268.
- Lippman, W. (2003 [1922]). *La opinión pública*. Madrid: Cuadernos del Langre.
- Pardo, J. L. (2016). Entrevista en el diario *El Mundo*, 29-12-2022. <https://tinyurl.com/2543z85k>
- Pizarroso Quintero, A. (1992). *Historia de la propaganda. Notas para un estudio de la propaganda política y de guerra*. Madrid: Eudema, 2ª edición.
- Pardo, J. L. (2016). *Estudios del malestar. Políticas de la autenticidad en las sociedades contemporáneas*. Madrid: Anagrama.

Ortega y Gasset, J. (1954). *La rebelión de las masas*. Madrid: Revista de Occidente.

Ovejero, F. (2021). *Secesionismo y democracia*. Madrid: Página Indómita.

Pena Rodríguez, A. (2021). “¿La mentira cotiza al alza en el discurso político? En: *The Conversation*, edición de mayo.

<https://tinyurl.com/hj8nxbpd>

Roderich H. (2020). *Trump and us. What he says and why people listen*. Cambridge University Press.

Salmon, C. (2016). *Storytelling. La máquina de fabricar historia y formatear las mentes*. Madrid: Ediciones Península.

Sartori, G. (1998). *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Barcelona: Taurus.