

Populismos y construcción de narrativas en tiempos de Covid-19.

Msc. Angel Rodríguez Soler¹

Lic. Mayra Margarita Bárzaga García²

MsC. Orietta E. Hernández Bermúdez³

Dra. Sunamis Fabelo Concepción⁴

RESUMEN:

El año 2020 ha estado marcado por una serie de tendencias en el plano de la comunicación política, que han estado relacionadas de una manera u otra. Por una parte se han exacerbado narrativas populistas de corte nacionalista, xenófobo, y por otra, estas han formado parte del terrible escenario mundial marcado por la pandemia de la Covid-19. El discurso populista de derecha como estilo comunicacional, tomando en consideración su evolución histórica en Europa y su manifestación en América Latina y Estados Unidos de América permite establecer determinados puntos de contacto que explican la capacidad de movilización política de este fenómeno, así como sus puntos de contacto, a pesar de las diferencias y matices que les distinguen. Teniendo en cuenta estos elementos es posible entender cómo el contexto de la Covid-19 ha venido a formar parte de estas narrativas y potenciado una serie de mensajes acorde con determinados intereses políticos. De manera que, la Comunicación Política no solo ha sido protagonista de este escenario, sino que marcará en gran medida las coordenadas de lo que ya se vislumbra como “nueva normalidad”.

¹ Angel Rodríguez Soler, es Máster en Historia Contemporánea y Relaciones Internacionales (2011, UH). Licenciado en Historia (2007, UH). Investigador y Profesor del Centro de Investigaciones de Política Internacional (CIPI), donde es miembro del Equipo de Investigaciones sobre Comunicación, Política y Relaciones Internacionales. Ha desarrollado varias investigaciones y asesorías sobre estudios europeos y de comunicación política. (E-mail: angelsoler@gmail.com)

² Profesora e Investigadora del Centro de Investigaciones de Política Internacional (CIPI). Licenciada en Historia y Filosofía en el Instituto Superior Pedagógico “Enrique José Varona”. Especialista en metodología de investigación prospectiva. Miembro del Equipo de Investigaciones sobre Comunicación, Política y Relaciones Internacionales y del equipo de América Latina y el Caribe. (E-mail: mayramarbg17@gmail.com)

³ Máster en Relaciones Internacionales (2015, Habana. Instituto Superior de Relaciones Internacionales Raúl Roa). Licenciada en Sociología (2007, Universidad de la Habana). Es Investigadora Agregada y Profesora Asistente del Centro de Investigaciones de Política Internacional (CIPI). Ha desarrollado investigaciones sobre movimientos Sociales, Fuerzas Políticas, Migraciones y estudios comunicacionales. (Email: orietta82@yahoo.es)

⁴ Sunamis Fabelo Concepción, es Doctora en Ciencias Históricas, Máster en Historia Contemporánea y Relaciones Internacionales y Licenciada en Filosofía. Realizó sus estudios en la Universidad de La Habana. Actualmente es Investigadora y Profesora Titular en el Centro de Investigaciones de Política Internacional, donde además es Jefa de Proyectos y Coordinadora general del Equipo de Investigaciones sobre Comunicación, Política y Relaciones Internacionales. (E-mail: sunamisfabeloc@yahoo.es)

Introducción

Los estudios sobre populismo en la actualidad son muy variados y versan sobre respuestas a muchas interrogantes en torno a un concepto sumamente repetido pero aún sin definir y que su significado responde a mínimas nociones difusas o imprecisas.

Es necesario tener en cuenta algunas claves que siempre están presentes al hacer estudios sobre EE.UU. Una de ellas es que se compara con Europa o incluso, en menor medida, con América Latina, ya sea por su condición de potencia y heredera de la cultura y democracia europea durante su formación y desarrollo, y por su condición de colonia al igual que los segundos, pero con derroteros totalmente diferentes. A ello hay que sumarle que los estudios comparativos se vuelven frecuentes debido a la repetición de ciertos fenómenos en sus esencias aunque con variantes nacionales. Los estudios sobre el populismo no son la excepción pues es en estos dos escenarios donde más se observa su emergencia, teniendo en cuenta las nociones mínimas.

Un gran problema que enfrenta la academia es cómo estudiarlo, cómo definirlo, cómo establecer sus dimensiones, y cómo ponderar un enfoque o una teoría sobre otra. De igual manera se impone un reto a la hora de hacer estudios de casos, y el fenómeno en Estados Unidos se torna algo enriquecedor al no ser casi ninguno de sus ejemplos tan altisonantes como los más conocidos mundialmente.

A los efectos del presente ensayo, se tomará como definición de populismo la brindada por el investigador Ernesto Domínguez López (2020), en su aproximación al estudio del fenómeno en Estados Unidos: "El populismo es un fenómeno político complejo de doble naturaleza: por una parte es una forma de acción política crítica del orden político establecido y que rompe con las instituciones formales e informales que lo articulan, y que cuenta con un marco discursivo típico utilizado por actores que pueden ser de diversa naturaleza, según el contexto específico –partidos, líderes, movimientos-; por otro, un núcleo ideológico limitado que establece las líneas conceptuales que rigen el discurso y la praxis populistas: el pueblo como depositario de valores esenciales, opuesto a una élite que se apropia ilegítimamente de los beneficios del orden imperante, y la soberanía popular como la base del orden legítimo." (p. 20).

Además, en el ensayo se pretende abordar la dimensión histórica del populismo así como también la comunicativa. El arribo en 2016 de Donald Trump al gobierno de Estados Unidos propició que las propuestas racistas, xenófobas, proteccionistas y nacionalistas con un fuerte discurso demagógico se hallen contenidas en un estilo de

comunicación peculiar que no solo encontró lugar en la Casa Blanca, sino que también comenzó a ganar simpatía popular en Estados Unidos hasta llegar a influir significativamente en la polarización política que presenta esa sociedad hoy. El presente ensayo tiene por objetivo analizar el discurso populista de extrema derecha como estilo comunicacional, tomando en consideración su manifestación y principales tendencias en Estados Unidos. A partir de estos elementos se exponen algunos de los factores comunicacionales que han condicionado el reforzamiento del mismo en Estados Unidos durante la administración de Donald Trump.

Populismo y derechización. Principales factores comunicacionales

El populismo es, sin dudas, un concepto en disputa, difícil de definir, no solo por sus matices, sino tomando en consideración las diversas experiencias regionales, nacionales, históricas y culturales.

Aunque los trabajos sobre populismo son numerosos, el principal debate en la materia es sobre la relación entre populismo y democracia. Al respecto, pueden identificarse de manera general dos grandes escuelas: por un lado, la escuela tradicional, que indica que el populismo, en todas sus manifestaciones, resulta perjudicial para la democracia. Este enfoque parte de la idea clásica, elaborada por teóricos como Gino Germani (1971) y Torcuato Di Tella (1977). Entre los “tradicionalistas” pudieran ubicarse, además de los clásicos, a autores como Sussane Gratius (2007), Ludolfo Paramio (2006), Roger Bartra (2013) y Flavia Freidenberg (2008), así como enfoques varios, como la teoría formalista, la estructural-funcionalista y la desarrollista (Moscoso, 1990). Aunque esta escuela abandonó, de la perspectiva clásica, la crítica económica y la tesis de la transición de una sociedad a otra, conservó otros elementos centrales: i) el populismo sigue siendo producto de una sociedad específica, sólo que ahora es una con pocos derechos, instituciones inestables y una pobre división de poderes; ii) se mantiene como un fenómeno antielitista; iii) se caracteriza por la participación indispensable y, hasta cierto punto, maquiavélica, de un líder carismático que basa sus aspiraciones políticas en hablar en nombre del pueblo y en caracterizar a la oposición como “la elite” y “los otros”; iv) el populista basa su fuerza en el apoyo popular derivado de su carisma y de políticas clientelares y, v) el término “populismo” sigue teniendo una connotación despectiva para describir una forma de hacer política. El populismo aparece como una tentación, una vía fácil para solventar los problemas económicos y de representación, que terminará en catástrofe (Garciamarín Hernández, 2018).

Por el otro lado, existe la llamada escuela radical, que encuentra elementos democratizadores en el populismo, a pesar de no descartar versiones autoritarias. Se divide en quienes encuentran elementos democratizadores en el populismo (Peruzzoti, 2013; Mudde y Rovira, 2012), y quienes consideran que forma parte de la democracia (Arditi, 2004, 2005, 2011; Canovan, 1999; Paniza, 2005). De esta forma, el populismo se confirma como una opción de democracia radical (Laclau y Mouffe, 1987), en la que “muchos” se muestran frente a “pocos”, redefiniendo la contienda política, poniendo a consideración la misma noción de pueblo y mostrando una estrategia política en los bordes del liberalismo (Arditi, 2011). Es esto lo que genera “desagrado” hacia el populismo: para que este pueda realizarse necesita de la participación de uno o varios líderes o “intervenciones populistas” en términos de Kazin (1998), que puedan construir la distinción entre “el pueblo” y la “élite” y “representar verdaderamente” al pueblo, es decir, todo lo que repudia la escuela tradicional y que “derivará en autoritarismo y catástrofe” (Garciamarín Hernández, 2018).

De cualquier forma se trata de un debate en plena evolución en nuestros días. Sin embargo, puede decirse que, en los últimos años, desde el punto de vista comunicacional, este estilo centra su atención en enmascarar las causas reales de la crisis sistémica multidimensional a partir de la descalificación del otro, sea cual fuere. En ese contexto tiene un lugar especial la crisis de los partidos de izquierda y derecha y la desconfianza de los ciudadanos hacia las instituciones políticas. El eje populista de nueva derecha, extrema derecha o derecha alternativa como también se le ha llamado, aunque en cada caso refiere diversos matices, sí ha constituido una tendencia internacional que está representada por el Brasil de Jair Bolsonaro, el gobierno de Donald Trump o las fuerzas políticas de extrema derecha que han emergido en los últimos años en el espectro político europeo, entre los que se destacan figuras como Marine Le Pen, Victor Orban, Matteo Salvini, entre otros.

Dentro de la multiplicidad de elementos que articulan este fenómeno merece particular atención el análisis del populismo de derecha como estilo comunicacional, teniendo en cuenta que se trata de una dimensión distintiva de este fenómeno, en los nuevos tiempos, elemento diferenciador el cual se convierte en su principal variable de éxito. Según define Antón-Mellón y Hernández-Carr, se trata de un método o estilo de actuación política que se utiliza para lograr un particular tipo de movilización social, normalmente en situaciones de crisis económica y, sobre todo, de crisis política por procesos de deslegitimación de las elites; estilo construido con gran presencia de la demagogia, utilizada como palanca para acceder al poder (Sánchez, 2019).

Es así que, por ejemplo, puede decirse que, tanto Bolsonaro como Trump comparten un estilo de liderazgo autoritario, exacerbando determinados rasgos de la personalidad y dinámicas de comportamiento muy particulares, con la religión como un elemento central de la política, no solo para ellos sino también para sus seguidores. Al igual que Trump, y los europeos Salvini u Orban, el brasileño se pone en un lugar de representatividad del pueblo frente a lo que identifica como las elites progresistas. Asimismo representa un nuevo tipo de líder con un discurso particularmente antinmigrante y xenófobo. Estos elementos entre otros permiten incluirlo como representante de la nueva y polémica tendencia política, que puede ser identificada, de manera general, aunque no definitiva, como “populismo de extrema derecha o derecha radical”.

Teniendo en cuenta estos elementos y la diversidad de análisis y experiencias consultadas, los estudios realizados sobre los factores comunicacionales que han condicionado el reforzamiento de la influencia de las fuerzas populistas de derecha en Europa, Estados Unidos y América Latina y el Caribe, entre 2016 y 2020(Colectivo de autores, 2020), han permitido establecer, hasta el momento, determinados puntos de contacto a partir de los cuales estas fuerzas políticas articulan sus narrativas y generan sus mensajes. Aunque no puede homogenizarse la historia y evolución de este fenómeno en las distintas regiones, así como tampoco entre los países, sí es posible identificar algunos rasgos comunes en la concepción de sus mensajes.

Uno de ellos está relacionado con la construcción y fomento de una demanda nacionalista, dirigida a ciertos sectores estratégicos de la sociedad como los jóvenes y aquellos grupos sociales representantes y portadores de los más altos valores nacionalistas. Para ello ha sido fundamental aprovechar el contexto de crisis mundial de los últimos años, lo cual también ha propiciado el desgaste de las fuerzas políticas tradicionales y su discurso en la búsqueda de soluciones efectivas. En muchos casos presentan a estos públicos como “los olvidados del sistema”, que no se sienten representados ya en sus instituciones ni en el curso político que su país ha tomado o donde se ha estancado. Manejan un discurso válido para la población que vivió o contó el pasado glorioso de bonanza económica entre la década del 50 o 60 aproximadamente, y los jóvenes, hijos de la crisis y que representan el futuro por construir.

Dichos grupos son instigados desde la retórica de estos nuevos actores políticos contra las instituciones y partidos tradicionales que perciben como la causa de todos

sus males. Sus demandas son de diversa naturaleza, pero se entremezclan y confunden fácilmente, teniendo en cuenta el factor emocional que las mueve.

En ese sentido es válido destacar la manipulación de las emociones (humillación, odio y miedo). Explotan resentimientos prolongados de frustración y buscan canalizarlos a través de exacerbar insatisfacción, inseguridad, incertidumbre, xenofobia, exponiendo así muchas de las problemáticas que aquejan a la sociedad de manera directa, con una visión realista-pesimista y no como lo han hecho las fuerzas políticas tradicionales, es decir, sobre una base optimista e idealista.

Otra de las características que distingue este discurso es que no existe un cuestionamiento al sistema en sí mismo, sino a las elites, las instituciones, los líderes que lo representan. Se construye un concepto de pueblo basado en posiciones antiestablishment. Desde la perspectiva comunicacional, la división “nosotros-ellos” y la creación del “enemigo necesario”, han devenido en el establecimiento de dos ejes divisorios simultáneos: el primer eje es la elite vs. pueblo y el segundo eje, los nacionales vs. los diferentes.

En cuanto al manejo de las redes sociales, así como los sitios web, debe destacarse que aprovechan la sobrexposición informativa a la que está expuesta la mayoría de la sociedad en los nuevos tiempos y la utilizan a su favor. En ello sobresale la amplia generación y transmisión de fakenews, estrechamente relacionado con los llamados hechos alternativos y la posverdad. La fragmentación de los públicos así como de los mensajes es un elemento esencial en la articulación de las narrativas que apoyen determinados objetivos.

En este escenario de lo que se trata es de la despolitización del mensaje de la derecha, lo cual la presenta mucho más alternativa y atractiva. La satanización del progresismo, socialismo y comunismo, son vistos como una amenaza constante asociada a los gobiernos de izquierda.

Se ha consolidado una tendencia profundamente revisionista de la historia y con ello su reinterpretación y desmontaje, resemantizando desde los cimientos de la Nación valores simbólicos útiles a los objetivos de estas fuerzas populistas.

Otro elemento importante a tener en cuenta es el rechazo a “lo políticamente correcto”. En ese sentido se destaca la aparición de nuevos líderes carismáticos, con una agenda política abierta, que se va construyendo sobre la marcha. Se trata de mantener el mensaje, entre la flexibilidad que supone esto y apropiarse de nuevos temas que van surgiendo o se promueven, se entremezclan y confunden las

demandas. Se trata de la habilidad de dar explicaciones simples, comprensibles y convincentes para el ciudadano común, a problemas complejos.

La manipulación de la religión en función de intereses políticos por parte de estas fuerzas se ha convertido en una tendencia. Se destaca la manipulación de diversas instituciones religiosas, sobre todo protestantes, evangélicas y su capacidad de proselitismo en función de los intereses de estas nuevas fuerzas política. Para ello se basan en la agenda moral y la defensa de los valores familiares tradicionales.

Estos factores comunicacionales han sido utilizados de una forma u otra en el contexto de la pandemia de la Covid-19, para articular determinadas narrativas y generar mensajes afines sobre el enfrentamiento y manejo de la crisis, lo cual ha propiciado una politización de este complejo escenario y una polarización en la gestión del mismo.

El populismo en Estados Unidos

El populismo ha constituido parte consustancial de la historia de Estados Unidos. Sin embargo, cuestiones interesantes que saltan a la vista son las modulaciones y expresiones que adquieren en este escenario. Lógicamente, esto ocurre con todos los procesos políticos pues sus dimensiones están condicionadas por las características de los actores y de las sociedades que los originan.

Estados Unidos fue precisamente uno de los escenarios originales de dicho concepto con el “Partido del pueblo” a finales del siglo XIX, que sin problemas de ningún tipo asumió el apelativo de “populista” (García Jurado, 2012). Su historia resulta muy peculiar, al ser muy difícil enmarcarlo en uno de los extremos del espectro político y estudiarlo atendiendo a los modelos analíticos y divisiones existentes, es decir, izquierda-derecha; lo cierto es que este fue un partido “grassroots”, esencialmente agrario, que albergó en su seno a granjeros, fundamentalmente sureños, que abogaron por recuperar el status quo perdido como consecuencia del tránsito de una Norteamérica agrícola y con capitalismo premonopolista, a una nación industrial en pleno auge del imperialismo y con proyecciones extracontinentales (Laclau, 2005; García Jurado, 2012; Domínguez López, 2020).

Muchas fueron las demandas de este partido, sobre todo en las elecciones de 1892 donde tuvo la oportunidad de concurrir, todas dirigidas contra la corrupción, los monopolios, y en favor de una mayor democratización de todos los órdenes de la sociedad. Desde entonces y a raíz de su impacto, el significado del populismo en Norteamérica adquirió en buena medida el sentido que preserva en la actualidad en

ese contexto: la mayor participación del pueblo en las decisiones de Estado es decir, el descenso de las decisiones de gobierno a estratos más amplios de la población (Hofstadter, 1960; Miller, 1996, en Charles W. Calhoun; García Jurado, 2012).

Sin embargo, existen otros ejemplos en Estados Unidos que han sido tildados de populistas, tanto de izquierda como derecha. Entre ellos pueden citarse dentro de los primeros a Frankling Delano Roosevelt, Barack Obama, Bernie Sanders o también otros movimientos sin liderazgos como las Panteras Negras y el movimiento "Occupy Wall Street" (Ryan, 1988; Foner, 2011, p. 861-884; Kuttner, 2018). Dentro de los segundos puede citarse a una figura que adquirió gran éxito en las elecciones de 1968 al ganar en las presidenciales varios estados del sur profundo como tercer candidato: George Wallace (Domínguez López & Barrera Rodríguez, 2018). Varios años antes deben citarse a figuras como el senador federal y gobernador de Louisiana Huey Long (demócrata), el padre católico Charles Caughlin, el expresidente Donald Trump, y la maquinaria política que constituye el Tea Party (Taggart, 2000, p.38; Piper, 2010; Heppen, 2010; Foner, 2011, p.874-875; Domínguez López, 2020).

Tal como se aprecia en los ejemplos antes mencionados, existe una heterogeneidad entre los líderes y grupos, aunque sin dudas, todos tienen un elemento en común que salta a la vista cuando se ahonda en sus respectivos contextos históricos. Estos son la apelación al pueblo y el depositar en ellos cuanto beneficio se lograra en la gestión estatal, así como una búsqueda constante de cambio y reacción, en algunos casos con gran altisonancia y originalidad, pero siempre en contra de los consensos mayoritarios.

El populismo en EE.UU en ocasiones se ha tornado difuso por las características de su población y del sistema político y electoral. Sin embargo, ha sido precisamente el populismo de derecha el que más éxito relativo ha tenido. Ello se debe a que la sociedad norteamericana, desde su génesis y en la concepción de su construcción, ha sido profundamente conservadora, elitista, y con un elevado nivel de racismo que ha logrado superponerse, en cuanto a enfoque y autopercepción ciudadana, a la división clasista de la sociedad.

Muchos autores plantean que evidentemente han existido manifestaciones populistas a lo largo de la historia estadounidense como resultado de los imperativos de su contexto histórico (Kazin, 2017). No obstante, sugieren que la presencia de este fenómeno es mucho más marginal que lo que se pretende hacer ver (Taggart, 2000; Domínguez López, 2020). Debe decirse que la cierta moderación que ha caracterizado el espectro político en EE.UU, las pocas diferencias de fondo que en las últimas décadas han caracterizado a los dos partidos dominantes, el bipartidismo en sí mismo

, y el consenso social en torno a la salvación del sistema por encima de marcas políticas, son variables que dan idea de una existencia objetiva de populismo, pero como forma de hacer política o estilo comunicacional, cuya relevancia en sí pasa a un segundo plano. Es decir, es un accidente o consecuencia del contexto más que una ideología o partido definido.

Paul Taggart decía algo interesante sobre el populismo norteamericano. Según él, si se buscan ejemplos de populismo en la política de EE.UU se encontrarán; pero si se analiza el populismo a nivel mundial, el aporte de dicho país sería más bien modesto (2000, p.27). La gran excepción que más se acerca a las nociones sobre populismo las ostenta precisamente Donald Trump, debido a la reacción tan evidente y controvertida que supuso ante el establishment, pero sobre todo, por la imagen, discurso y propuestas ofrecidas a diversos sectores del electorado.

Populismo de derecha en América Latina

En América Latina el populismo ha ido mostrando su capacidad de resistencia a desaparecer, madurando en terrenos apropiados como las crisis políticas e institucionales, así como las crisis económicas y sociales que acaban siendo ideales para que germinen, crezcan, se desarrollen e incluso muten los populismos.

Al mirar hacia América Latina, nos encontramos que; en Argentina, suelen llamarse populistas todos los presidentes que fueron electos, incluido Mauricio Macri; en México, junto a Lázaro Cárdenas, cuyo gobierno encarnó la expresión más radical de la ideología de la Revolución mexicana, se menciona a Andrés Manuel López Obrador, acusado a diario de proponer “soluciones mágicas” a los problemas del país.

En Perú, se coloca en la misma casilla a Víctor Raúl Haya de la Torre, político e ideólogo socialdemócrata, y a Alberto Fujimori, uno de los adalides del neoliberalismo en la región.

En Venezuela, Carlos Andrés Pérez y Hugo Chávez (también Nicolás Maduro) se relacionan uno al lado del otro sin el menor pudor.

En Chile se registra a Salvador Allende y a Michelle Bachelet. En Ecuador relacionan a José María Velasco Ibarra y a Rafael Correa; en Brasil, a Getulio Vargas, Lula da Silva y Dilma Rousseff; en Costa Rica, a Rafael Ángel Calderón Guardia, y en Puerto Rico, a Luis Muñoz Marín.

La tipificación de los procesos derechistas latinoamericanos en términos de populismo es más imprecisa que en otras partes del mundo. En esta región el concepto tenía un

significado histórico de mejoras sociales, democratización o soberanía, que se ha disuelto por completo. Con el mismo mote de populismo se alude en la actualidad a procesos tan variados como contrapuestos. Desde Nicolás Maduro, hasta López Obrador, pasando por Bukele, Moreno y Bolsonaro que, a su vez, son catalogados como populistas.

Desde 2015, comienza a tomar fuerza un populismo de derecha del espectro político, reforzado por la emergencia a escala internacional de fenómenos similares, como el encarnado por Donald Trump en Estados Unidos.

Este es un populismo caracterizado, entre otros rasgos, por un elemento concreto: el rechazo a la clase política en el poder, representada, en el caso de América Latina por el progresismo en algunos países o hacia los partidos tradicionales, a los que consideran muy alejados de las bases.

Es importante destacar que en América Latina este auge de la derecha populista se manifiesta como gestora de la restauración conservadora y de la acción golpista.

La ofensiva contra los gobiernos del progresismo tomó fuerza desde 2014, después de la reunión de los representantes de los partidos políticos de derecha tradicionales en Atlanta, en la que deciden tomar acciones mancomunadas la oligarquía regional y el Departamento de Estado, para luchar contra gobiernos y políticos del progresismo; acudiendo al lawfare contra los líderes y a la utilización del descrédito de sus partidos, encaminándose a su deslegitimación y a la construcción de “fuerzas de derecha radical populista”

Claudio Katz caracteriza la última “ola populista de derecha” en América Latina con los siguientes rasgos:

-A semejanza de Europa y Estados Unidos su estilo comunicacional se construye sobre el autoritarismo y la intolerancia, pero, en lugar de canalizar el descontento contra el neoliberalismo y las políticas de austeridad, expresan una respuesta reaccionaria al ciclo progresista. Por eso asume la modalidad clásica de mensajes enfurecidos contra la izquierda.

-A diferencia de sus pares de Estados Unidos y Europa, el populismo regional defiende un neoliberalismo económico explícito. Promueve ese programa en oposición a la propia tradición desarrollista de la derecha regional, retomando el tradicional servilismo al imperialismo yanqui.

-Otro debate que ha resurgido es la caracterización del fascismo. Una vieja tesis niega la posibilidad de su presencia en América Latina. Sostiene que esa modalidad política es imposible en la periferia, desconociendo las distintas formas que asumió el fascismo dependiente. Esa variante tuvo su apogeo en la guerra fría y no en los años 30 y alcanzó gran incidencia con el pinochetismo y el uribismo.

El populismo actual de derecha mantiene rasgos históricos, especialmente en el servilismo de las élites y mimetiza rasgos del populismo tecno comunicacional estadounidense y europeo. La coyuntura económico-político-social de la región ha sido propicia para su expansión, como sostén de una oligarquía regional parasitaria, corrupta, aún muy dependiente del capital global.

Causas del avance del populismo de derecha en América Latina.

En América Latina se acentúa lo que los teóricos denominan como la “captura corporativa del Estado” (Durand, 2019; Cannon, 2018; Stefanoni, 2018); ciclo que en su criterio comenzó en los años 90, interrumpido por el progresismo a partir de 1998 con la victoria de Hugo Chávez en Venezuela y que recomienza a partir del 2016 con el “giro conservador” con la elección de Mauricio Macri en Argentina.

Utilizamos esta conceptualización porque consideramos que este ciclo de “captura del Estado” viene acompañado y aupado, en la actualidad, por el populismo de derecha; condicionado por la recuperación política y el acelerado fortalecimiento económico de las fuerzas del mercado sobre el Estado y las clases mayoritarias (antes beneficiadas, en el ciclo del progresismo, con políticas redistributivas de un Estado robusto, con orientación nacionalista).

Características del ciclo actual de “Captura del Estado” en América Latina.

1.- “Captura económica”: Concentración del poder económico en el sector privado, y a su interior en unas cuantas grandes corporaciones, que controlan la producción de los bienes y servicios esenciales, de la tierra más rentable y de las principales fuentes de materias primas exportables; al mismo tiempo que se precariza el trabajo, se reduce la capacidad de negociación de los sindicatos de trabajadores y se hace más difícil articular a las organizaciones de la sociedad civil.

2.-“Captura mediática del Estado” (poder instrumental y discursivo de las corporaciones mediáticas): Generan los discursos procorporativos, y definen la agenda mediática nacional e internacional; “convenciendo” a los ciudadanos, de que las decisiones que impulsan a través del Estado son las adecuadas para su bienestar; en

detrimento de una institucionalidad “débil” y una democracia cada vez más diluida y decepcionante.

3.-“Captura cognitiva o cultural”: Discurso “persuasivo” de las corporaciones en función de la cohesión ideológica acerca de que el mercado capitalista es la única opción para el desarrollo (Kwak, 2014)

Es importante destacar que este discurso “persuasivo” es componente activo de la producción de sentidos e implica orientar el comportamiento social, para construir estrategias políticas que reafirmen, subviertan, deconstruyan o construyan las relaciones de poder por la derecha populista.

Otro componente de la captura cognitiva es la utilización por las corporaciones de ONGs y Fundaciones para internalizar en los ciudadanos/votantes el discurso de la “gobernanza” económica, medio ambiental, ciudadana y el “empoderamiento” de las mujeres, los indígenas, los emprendedores, entre otros; promovidos por la USAID, NED y otras agencias; que en la práctica resulta desmovilizador y contribuye, a su vez, a la construcción de un “sentido común” en defensa de las corporaciones y el individualismo del ciudadano promotor y defensor del mercado.

4.-Relación “carnal” entre las élites económico-mediáticas, las élites políticas-mediáticas y el poder decisorio del Ejecutivo y la Presidencia: Se traduce en mayor influencia de las élites económicas en las decisiones de política pública; con una tendencia a legislar por decreto y en secreto logran protecciones y privilegios, hacen más desigual el sistema tributario, generan poder de veto, de bloquear leyes; lo cual se complementa con su penetración por medio del lobby y la puerta giratoria, una vez formados los gobiernos y elegidos los parlamentos.

En realidad, el poder mediático, que también pasa por acentuados procesos de concentración en América Latina (Becerra y Mastrini, 2017), fortalece el poder corporativo, y viceversa, porque potencia todavía más el poder instrumental-discursivo de conjunto sobre el Estado y la sociedad de los grupos de poder económico nacional y las transnacionales. De allí que no falten autores que consideren que las “campañas mediáticas”, detectadas en varios estudios de caso, para presionar desde afuera al Estado o convencer a la sociedad, sea otro instrumento importante de la captura del Estado (Cortés e Itriago, 2018).

5.- Ejercicio de la “dominación” sistémica por consenso o por la represión:

5.1.- El ejercicio de la “dominación” por consenso proviene, entre otras, de las inversiones masivas de las corporaciones en mercadeo, la creación de redes mediáticas y de publicidad; incluyendo la omnipresencia de marcas y logos que inducen a la dependencia psicológica de un modo de pensar y de ser de la vida cotidiana. Se trata de un “aparato ideológico” privado de nuevo tipo, propio del capitalismo del siglo XXI; que combina la visión de los medios de comunicación de masas, los programas de las escuelas de negocios y los programas sociales de las corporaciones, las ONGs y las fundaciones; financiadas éstas últimas, a su vez, por las corporaciones y por el Departamento de Estado.

A esta visión, que no es nueva, pero si cada vez más asumida en el deber ser y pensar ciudadano, se le añade la ideología de inspiración shumpeteriana, una de las vertientes de la Escuela de Viena, que pretende presentar a los informales y autoempleados como “emprendedores” de negocios; presentándolos como “los nuevos triunfadores”, los “héroes del desarrollo” del siglo XXI (Córdova, 2011)

Este voluntarismo de derecha ha logrado instaurar el “sentido común” de que los éxitos individuales es lo que importa, de que en el capitalismo “todos tienen oportunidades”, que no hay nada más adecuado que el mercado para autorrealizarse; contribuyendo a su vez a la dispersión de la clase trabajadora, privilegiándose en los ciudadanos la “sobredimensión” de sus derechos individuales, por encima de los derechos colectivos o sociales.

En suma, a nivel discursivo hay toda una propuesta política e ideológica donde se desarticulan el trabajo y las lógicas de instituciones comunitaristas, (por ejemplo, están en peligro las tradiciones comunitarias indígenas, según señala Gudynas), y de las organizaciones sociales, ciudadanas y gremiales, pues se fortalece el consumo individualista y los derechos individuales, y se habla recurrentemente de un potencial personal de éxito en los negocios de los individuos “emprendedores”, naturalizando al capital como el único sistema económico capaz de lograrlo.

5.2.- “Dominación” por represión: En esta visión, además del aparato represor del Estado, las corporaciones también desarrollan sus propias fuerzas de seguridad, que los proveen de inteligencia y, dependiendo de los casos, hasta de capacidades represivas. A veces estas funciones de seguridad privadas funcionan coordinadamente con las funciones estatales del mismo tipo debido a la puerta giratoria: las corporaciones contratan a personal de inteligencia y contrainsurgencia para dirigir sus cuerpos de seguridad, o se basan en convenios de cooperación

empresarial-policial, en tanto el monopolio de la violencia lo tiene formalmente el Estado (Durand, 2019)

6.- Otra de las causas del avance populista en la región es la crisis de los partidos políticos, tanto de derecha como de izquierda. En la actualidad se asiste a un alejamiento entre representantes y representados, lo cual se evidencia en fuerte desconfianza hacia la “clase política”, descreimiento hacia los partidos y las tradicionales vías de participación, así como escasa confianza en los gobiernos.

De hecho, solo en torno al 40 % de la población latinoamericana se muestra satisfecha con la “calidad democrática” de sus respectivos países, según un estudio de la consultora chilena Latino barómetro Opinión Pública Latinoamericana 2018.

Al responder a la pregunta abierta de esta encuestadora de cuál es el problema más importante del país, según los encuestados, son básicamente dos en América Latina: las penurias económicas (35%) y la delincuencia (19%).

Importante destacar que la tasa de percepción de justicia en la distribución de la riqueza cae de 25% en 2013 a 16% en 2018.

En las preguntas relacionadas con la democracia desde 2010 se percibe un aumento de manera sistemática de aquellos ciudadanos que se declaran “indiferentes” al tipo de régimen, aumentando de 16% en 2010 a 28% en 2018. Esta lejanía del tipo de régimen va acompañada con un alejamiento de la política, de no identificación en la escala izquierda - derecha, de la disminución de los que votan por partidos, y finalmente en la propia acción de ejercer el derecho a voto. Se trata de un conjunto de ciudadanos que abandonan lo colectivo para refugiarse en su individualismo, rechazan lo establecido y rompen los esquemas. Son ciudadanos más bien desencantados y frustrados. Este contingente de desafectados de los gobiernos, las ideologías y la democracia son la fuente mayor en el surgimiento de populismos en la región, no son una novedad y hace años que se observa su crecimiento.

No menos significativo es el hecho que la tercera alternativa de este indicador, que recoge las actitudes de quienes prefieren un régimen autoritario, no presenta variaciones muy significativas a lo largo del tiempo, permaneciendo entre un máximo de 17% en siete años diferentes a un mínimo de 13% en 2017, recuperándose a 15% en 2018. A medida que disminuye la edad, hay más indiferencia hacia la democracia ya que aumenta el autoritarismo. En la edad entre 16 y 40 años el 49% se manifiesta indiferente a la democracia y el 28% no rechaza al autoritarismo.

Una de las causales puede ser que el 45% de los encuestados responde que la democracia en sus respectivos países presenta grandes problemas. Como consecuencia, la satisfacción con la democracia disminuye constantemente, de un 44% en 2008 hasta un 24% en 2018.

A la pregunta ¿Para quién se gobierna? Entre 2006 y 2018 aumenta de 61% a 79% los que dicen que se gobierna “para unos cuantos grupos poderosos en su propio beneficio”. Es en total un aumento de 18 puntos porcentuales.

Por lo que no es una sorpresa que sólo el 32% de los encuestados respondan que están satisfechos con la gestión de sus respectivos gobiernos.

En relación a la confianza en las principales instituciones de la democracia y la sociedad, al mirar los resultados resumidos aparece la Iglesia en primer lugar con 63% y luego todas las otras instituciones con casi veinte puntos porcentuales menos.

Le siguen las FFAA con 44%, la policía con 35%, la institución electoral 28%, el poder judicial 24%, el gobierno 22%, el congreso 21% y los partidos políticos sólo con un 13%. La percepción del aumento de la corrupción no cede. En 2017 un 62% de los latinoamericanos decían que la corrupción había aumentado, en 2018 es 65%.

A la pregunta sobre la percepción de involucramiento en la corrupción de múltiples actores políticos y sociales; el 51% de los latinoamericanos creen que “todos o casi todos” los parlamentarios están involucrados en actos de corrupción. El 50% cree que los presidentes están involucrados, el 47% cree que los concejales y el gobierno local están involucrados.

Estos datos sustentan, en parte, las movilizaciones sociales en 2019 protagonizadas por la clase media emergente, campesinos, indígenas y otros actores (las que han tenido lugar en Chile, Argentina, Ecuador, Bolivia, Brasil Honduras o Guatemala) que presionan para conseguir estados más eficaces y efectivos que canalicen sus demandas hacia mejores servicios públicos (transporte, seguridad, educación y salud) y mayor transparencia.

Esta respuesta a la crisis de representación de los partidos políticos se traduce en el continuo proceso de desconexión entre estos y su electorado tradicional; en la “cartelización” de estos partidos al ser casi indistinguibles ideológicamente entre sí y en la interpenetración entre Estado y partidos, al adscribirse estos más al sistema político y sus beneficios corporativos que a las verdaderas necesidades de sus representados.

Estas percepciones ciudadanas son impulsores para que el sistema acuda a líderes populistas de derecha “en defensa propia”; en favor de su maltrecha “democracia” y de la golpeada hegemonía estadounidense, que acude a la “dominación monroista” como la respuesta del Sujeto Hegemónico en su actual disputa geopolítica con China y Rusia.

Rasgos de la “democracia populista de derecha” en América Latina:

1.- Incremento del autoritarismo y la intolerancia frente a las fuerzas políticas de oposición, de derecha y de izquierda.

Utilizan el pretexto de la seguridad para desplegar un disciplinamiento demagógico de la sociedad, frente a la violencia social y la protesta contra las medidas de austeridad dictadas por el FMI. Promueven formas de violencia para militar y no descartan la posibilidad y la implementación del golpismo.

Manipulan como punto central de la campaña contra los líderes y gobiernos progresistas el tema de la corrupción. Los medios de comunicación y Redes Sociales son los encargados de instaurar el “sentido común” de que los gobiernos del progresismo fueron corruptos. Utilización del lawfare como pretexto para la persecución judicial y política de los líderes y sus organizaciones.

2.- Los populistas de derecha de América Latina cuentan también con la cobertura religioso-financiera de las Iglesias Evangélicas.

3.- Utilización de estereotipos en la construcción del “nosotros” mediante la política de la posverdad; caracterizada por el papel central de las redes sociales, las operaciones de difamación, el desprecio a la deliberación racional y a la realidad fáctica, el predominio de lo emocional sobre lo reflexivo, o de las pasiones sobre el conocimiento experto. Se toma como verdadero solo lo que “siento” como tal porque se asocia la libertad individual a poder opinar y hacer lo que nos plazca, a pronunciarse libérrimamente sobre el mundo “a pesar de los hechos”

3.- Construcción e internalización de un sentido común e imaginario conservador por los medios corporativos y los estados, sustentado en:

3.1.- Apropiación de los conceptos libertad y democracia.

3.2.- La deslegitimación de la izquierda como sinónimo de “dictadura”, “corrupción” (la narrativa mediática de la “lucha contra la corrupción” ha desempeñado un papel fundamental en esto)

3.3.-La primacía de los valores morales frente a las ideologías (no se trata de derecha o izquierda, dicen, sino de tener valores, en este caso mientras más conservadores, mejor).

Así, la izquierda pasó de ser un rival político, al cual había que irle a ganar elecciones o la disputa ideológica, a ser algo a eliminar y negar en sí mismo.

Las derechas, crearon un sentido según el cual, izquierda es sinónimo de ideologización, presentando esta última como algo “malo” en sí misma, homologándola semánticamente e ideológicamente con “chavismo” “castrismo” y “dictadura” o bien, desde una visión centrada en los valores morales, con “ideología de género”, “homosexualismo” y antivalores. Y, entonces, el discurso se centra en que se requiere desideologizar, o lo que es lo mismo, eliminar todo vestigio de izquierda.

Las derechas, en ese marco, han logrado presentarse como lo no ideológico, es decir, lo legítimo. Entonces vemos cómo desde narrativas conservadoras profundamente ideológicas, se nos dice en medios de comunicación y por mensajes en redes sociales que erradicar ideologías es como una suerte de restauración democrática o “apertura”. Por otra parte, proclaman que si el pensamiento es de derechas/conservador no es ideología: es “racionalidad” o valores.

El populismo de derecha se presenta como el abanderado de la desideologización. Es la guerra ideológica de la derecha “desideologizada” contra la izquierda “ilegítima” en una supuesta defensa de los valores “democráticos” burgueses.

3.4.- Los líderes populistas han encontrado en las redes sociales la forma de estar en contacto especialmente con sus bases y no necesariamente con los que muestran ser independientes. El uso directo de las redes les permite comunicar permanentemente sin la intermediación de los medios tradicionales.

El estilo comunicacional del populismo de derecha en América Latina

El estilo comunicacional del populismo de derecha tiene como centro las emociones y como escenario fundamental los medios de comunicación y redes sociales. Para poder comprender sus características fundamentales es necesario partir del análisis de elementos básicos desde el punto de vista comunicacional, como la palabra, el discurso y el escenario en que se desarrolla.

De acuerdo con Patrick Charaudeau, en su artículo “Reflexiones para el análisis del discurso populista” :Toda palabra que es proferida en un espacio público circula entre tres instancias: una instancia de producción, una instancia de recepción y una de

instancia de mediación y su sentido depende del juego que se establece entre dichas estancias.

En consecuencia, el discurso político es un lugar de verdad capciosa, el espacio para simular, donde no es la verdad lo que cuenta, sino su veracidad, por sus condiciones de dramatización que exigen que los valores sean presentados de forma dramática para conmover al público de manera positiva o negativa, ya sea para incorporarlo al proyecto que se defiende o para disuadirlo de seguir un proyecto adverso, este escenario se compone de tres momentos discursivos:

1-Probar que la sociedad se encuentra en una situación social juzgada desastrosa y que el ciudadano es la víctima.

2- Determinar la fuente del mal y su responsable (adversario)

3-Anunciar finalmente que la solución puede ser aportada y quien puede ser su portador.

Es decir, que el discurso político, paulatinamente crea la narrativa de un escenario de crisis propicio para construir, de acuerdo con los intereses de quien lo sostiene, al adversario político. En un último momento, como acto de cierre, identifica solución y al portador de la misma.

Algo similar ocurre con el discurso populista, que suele ser visto como una transformación del contrato político, como una estrategia de manipulación, en la medida en que maneja las mismas categorías que el discurso político, pero en exceso, un exceso que juega sobre la emoción en detrimento de la razón política, emoción capaz de engañar al pueblo sin que este sospeche. Se aplica para escenificar:

1- Una descripción catastrófica de la situación social de la que es víctima el pueblo.

2- Una denuncia de los culpables, entre los cuales se encuentran la clase política, las elites aisladas del pueblo, las instituciones que han perdido toda autoridad y la burocracia, fuente de todos los males.

3- La exaltación de valores.

4- La aparición de un hombre/mujer providencial, carismático, visionario, capaz de romper con el pasado y que será el salvador de la sociedad

En el caso particular del discurso populista de derecha, los oradores se apropian del discurso progresista y lo transforman en función de sus intereses, procurando conseguir legitimidad y apoyo. Como recursos discursivos, invocan a la irracionalidad y al caos atendiendo a las particularidades del país y el contexto histórico.

El estilo comunicacional del populismo de derecha en América Latina al menos en la última década se trata en esencia de la guerra ideológica de la derecha “desideologizada” contra la izquierda, contra el progresismo. Bajo estas condiciones los gobiernos pueden masacrar a sus pueblos y ello se entiende como una lucha necesaria para garantizar el respeto a la democracia, la mano dura imprescindible para evitar el regreso de la corrupción.

Todo es válido en la lucha contra el progresismo, de acuerdo con la narrativa de los gobiernos de derecha, una victoria electoral de la izquierda es sin dudas un fraude monumental, un mandato extendido y autoritario de la derecha es cuando menos necesario para mantener la democracia y por supuesto un mandato prolongado de la izquierda es una dictadura corrupta. Así se manipula el sentido común del pueblo.

Con el avance de las fuerzas de derecha en el continente americano, en los últimos años de acuerdo con el investigador Paolo Cossarini: desde los medios de comunicación privados, se ha venido instalando un imaginario conservador que tiene tres ejes claves:

- apropiarse de los conceptos libertad y democracia

- la deslegitimación de la izquierda como constitutivo de “dictadura”, “corrupción” (la narrativa mediática de la “lucha contra la corrupción” ha desempeñado un papel fundamental en esto) y “castro-chavismo bolivariano”

- la primacía de los valores morales frente a las ideologías (no se trata de derecha o izquierda, dicen, sino de tener valores).

Con este estilo discursivo, como nueva forma de hacer política, la derecha ha logrado que la izquierda -entiéndase partidos, organizaciones y hasta simpatizantes de esa corriente ideológica- sean identificados por la sociedad como corruptos, inmorales, enemigos de la democracia, la ley y el orden. De esta forma justifican la necesidad ya no solo de ganarles en las elecciones sino de proscribirlos, negarlos, eliminarlos, sin reparar en las estrategias para conseguir este fin.

Se presenta al adversario político como “el enemigo absoluto”. Un ejemplo claro de ello, pudo apreciarse en Argentina en tiempos de Macri. Según este mandatario, por

un lado, había que evitar a toda costa que Argentina tomara el camino de Venezuela, es decir la marcha “al autoritarismo antidemocrático”. Por el otro había que impedir el regreso de la corrupción kirchnerista y de los daños causados por el populismo, De este modo el discurso político se transformó en un discurso moral, donde cualquier medio era legítimo para evitar el regreso de un adversario moralmente repugnante.

Un concepto central en el discurso populista de derecha es “el pueblo”, en contraposición con “la élite”. Este pueblo no es el demo, o sea, todos los ciudadanos, sino una parte, pues cada líder tiene su pueblo. Generalmente relata la lucha de los pobres contra las inservibles y poderosas élites, bastante parecido a la estructura del discurso religioso de la lucha del bien contra el mal.

Algo similar ocurre con la externalización del enemigo como un intruso o un obstáculo, en el caso de América Latina, esta figura se concentra en el progresismo y la izquierda. Este discurso de satanización del enemigo, con algunas características del estructuralismo parsoniano, no muestran las insuficiencias del sistema, como la causa de la crisis, no es el capitalismo, sino individuos que lo corrompen. Moviliza, manipula y estimula así en las emociones del pueblo el rechazo hacia esos adversarios.

Dado que esta estrategia comunicacional surge en una época de crisis social, el líder, generalmente no tiene un programa político, sus mensajes, en ocasiones muy superficiales e irrealizables solo critican la gestión anterior y prometen romper con las practicas del pasado, acabar con la corrupción y devolver su poder “al pueblo”. El discurso tiene una elevada carga simbólica. Se habla de la decadencia moral de la nación de la pérdida de referencias identitarias, particularmente de la identidad nacional, de la perdida de civismo y por lo tanto del relajamiento del vínculo social.

En este contexto, a nivel simbólico es interesante reflexionar las implicaciones de la campaña electoral. Sin una plataforma definida, sin un discurso ideológico establecido, el triunfo de Nayib Bukele, en El Salvador, se podría ver como el triunfo de los descontentos con el sistema de partidos políticos. Sin embargo, este análisis se queda corto. Es una expresión del pensamiento individualista neoliberal, porque no hay una apuesta a un proyecto construido colectivamente.

El discurso “apolítico” y “apartidario” no hicieron sino fortalecer una de las premisas con las que funciona el ciberpopulismo de derecha: una visión individualista, descomprometida y mercantilizada de la política. La promoción, en los hechos, del voto nulo, presentado como un acto supremo de rebelión y de libre pensamiento individual, se queda en el momento de la negatividad de la dialéctica, crea el vacío en

el espacio político, que viene a llenar el proyecto neoliberal extremo. Este tiene manejos discursivos que, por así decirlo, engullen o fagocitan el discurso progresista y lo metabolizan a su favor

El orador populista: utiliza el nosotros, que abarca al orador, a su partido, a sus partidarios, al pueblo, un yo, que se afirma como potente, voluntario, que se asume y se compromete totalmente, un él de teatralización, auto designándose como el protagonista de una búsqueda de salvación. Su discurso se estructura según el orden narrativo de un relato en tres tiempos: estigmatización de un mal, proceso de purificación, transformación radical e inmediata de la sociedad (milagro). No sorprende que, en ciertos países, el populismo está acompañado por el éxito de sectas pentecostistas y evangélicas

En este caso se encuentra Jair Messias Bolsonaro, el primer presidente con un discurso abiertamente pentecostal que es llevado por el voto popular al Palacio del Planalto. El 28 de octubre de 2018, su primera aparición pública después del anuncio de su victoria tomó la forma de una oración evangélica dirigida por el pastor Magno Malta, que fue transmitida en vivo en las pantallas de televisión. El presidente electo pronunció un discurso en el que puso explícitamente su mandato bajo la supervisión de Dios, recordando su lema de campaña: "Brasil por encima de todo, Dios por encima de todos". Este eslogan, contó, "fui a buscarlo en lo que muchos llaman la caja de herramientas para reparar a hombres y mujeres, es decir, la Santa Biblia".

Sin embargo, sería imposible completar, una caracterización del discurso populista de derecha en América Latina sin hacer énfasis en el escenario natural en que se desarrolla: las redes sociales y medios de comunicación, dado su posibilidad de situar el objeto de debate público y visibilizar determinados antagonismos. Las redes se convierten en tribunas desde las que se estimula una visión individualista, descomprometida y mercantilizada de la política.

Por tanto, los medios de comunicación, así como las redes sociales, tienen la capacidad de inclinar la balanza a favor de cierta hegemonía. Durante los últimos acontecimientos políticos han ocupado precisamente un lugar predominante en cuanto a la generación de opinión pública. La naturaleza de los mensajes: cortos y emocionales hacen que Twitter sea una de las plataformas más utilizadas, pues facilita además una comunicación directa, donde el líder lleva las riendas, evita responder preguntas y es libre de imponer temas.

Por su parte WhatsApp, ha sido sin lugar a dudas protagonistas de las movilizaciones y elecciones presidenciales por lo menos en la última década. La utilización de las redes sociales y la recepción de noticias por medios alternativos a los tradicionales es una característica del escenario político en que se desarrolla el estilo comunicacional del populismo de derecha.

Tengamos en cuenta que las redes sociales, a diferencia de los medios de comunicación masivos, se adaptan y se dirigen a seguidores específicos reafirmando ciertas preocupaciones sociales y sistemas de creencias de acuerdo con el prisma ideológico de los receptores de información. Además, la multiplicación de las fakenews, el empleo de bots falsos con el fin de visibilizar discursos y candidaturas a través de las redes sociales, así como para posicionar noticias o los trending topics, potencian la transmisión de preocupaciones sociales y discursos que resitúan el debate político en ámbitos muy concretos.

El principal riesgo que ello conlleva es cómo afecta su impacto en las masas de población más despolitizadas, ya que son más permeables a las fakenews. Por tanto, los efectos condicionantes que las redes sociales despliegan sobre sus usuarios están lejos de una emancipación informativa. Tal y como afirma Castells, la comunicación es el espacio en el que se construyen las relaciones de poder.

De este modo, la articulación discursiva quedaría condicionada por las demandas sociales que emergen a partir de los medios de comunicación y las redes sociales. Esto nos permite deducir entonces que, aquellos medios con más capacidad para transmitir determinadas noticias y debates, -generalmente en manos de la derecha y las élites - tienen aún una importante influencia a la hora de formar una opinión pública cuyas preocupaciones puedan ser proyectadas en la población. El problema teórico que genera, es que su articulación solo atenderá a los antagonismos más destacados por la opinión pública, mientras que otras demandas continuarán pasando desapercibidas.

Conclusiones

Populismo es un concepto en disputa, por la naturaleza ambivalente de sus rasgos y por la diversidad de intencionalidades con que se utiliza para calificar a un líder, tanto por la academia, como por el sistema político, al adjudicarle rasgos que pueden ser característicos tanto de la derecha, como de la izquierda.

Es insuficiente, en todos los sentidos, la tríada: Líder-Pueblo-Discurso anti establishment para concluir que se está en presencia de un populista; debemos ir más

allá y tener en cuenta elementos que van desde la contextualización histórica y sus especificidades por regiones y países, hasta su componente instrumental, analizando por quiénes y con cuales intenciones se utiliza en la política.

En el discurso político populista se maneja como la causa de todos los males al establishment, por lo que la construcción política del populismo gira en torno a ese tema; sin tener en cuenta el sistema en sí mismo, sino las consecuencias estructurales e inevitables del sistema capitalista, obviando que la causa de la crisis es el sistema como tal.

Pese a la contención de ciertos radicalismos por parte de las distintas expresiones del populismo norteamericano, especialmente el trumpismo, en comparación con los radicales derechistas de Europa o los de izquierda de América Latina, el populismo estadounidense desde sus orígenes revive la democracia al tiempo que la niega. Esto se debe a una selección del pueblo soberano a partir de matrices racistas, que si en el pasado excluían a una pequeña minoría, en la actualidad supone la discriminación de minorías en aumento y la supremacía de un grupo racial cada vez menos mayoritario en términos porcentuales.

En América Latina el auge de la derecha populista se manifiesta como gestora de la restauración conservadora y de la acción golpista; expresan una respuesta reaccionaria al ciclo progresista y mantiene rasgos históricos, especialmente en el servilismo de las élites y mimetiza rasgos del populismo tecno comunicacional estadounidense y europeo. La coyuntura económico-político- social de la región ha sido propicia para su expansión, como sostén de una oligarquía regional parasitaria, corrupta, aún muy dependiente del capital global.

La “captura mediática y la cognitivo-cultural”, al unísono con la “captura del Estado” por las corporaciones, intentan generar la cohesión ideológica alrededor del discurso de que el mercado capitalista es la solución a la satisfacción de las necesidades de los ciudadanos; esta producción de sentidos pretende orientar el comportamiento social en función del apoyo a las estrategias políticas que sustentan a la derecha populista en la construcción de sus relaciones de poder.

Los rasgos del populismo de derecha en América Latina son similares a los de Europa y Estados Unidos, en una suerte de mimetismo neocolonialista los líderes populistas latinoamericanos los imitan en el incremento de la intolerancia y el autoritarismo frente a las fuerzas políticas de la oposición; la utilización de la cobertura religioso-financiera de las Iglesias Evangélicas; el papel central de las redes sociales en la política de la

post verdad; el predominio de lo emocional sobre lo reflexivo; la deslegitimación de la izquierda y su conversión en sinónimo de “ideologización” argumentando, a su vez, la necesidad de desideologizar el discurso apelando a los valores morales para ello; pretendiendo legitimar su discurso como no ideológico, cuando ha sido todo lo contrario en sus intentos por asegurar su dominación sistémica por consenso.

El populismo de derecha se auxilia para promover su discurso ideológico, defensor de la naturalización del sistema capitalista como única alternativa posible, de los tanques pensantes, las fundaciones, ONGs, sistema educacional, sistema de los medios de comunicación, redes sociales, nuevas tecnologías de la comunicación; financiadas y aupadas por el mismo establishment que pretenden cuestionar, las corporaciones, agencias del Departamento de Estado y el “capitalismo de la vigilancia”

Referencias bibliográficas

Acosta, Yoan Karell (2019): La proyección conservadora en la prensa estadounidense en torno al “socialismo” demócrata: un análisis crítico de discurso (Documento de Trabajo).

Alejo, A. (2018). Donald Trump y el nativismo blanco. Revista CIDOB d'afersinternacionals, (119), pp. 185-207.

Arditi, Benjamín (2004): “Populism as a Spectre of Democracy: a Response to Canovan”, *Political Studies*, 52(1): 135-143.

Arditi, Benjamín (2005): “Populism as an Internal Periphery of Democratic Politics” en Panizza, Francisco (eds.) *Populism and the Mirror of Democracy*, Londres: Verso.

Arditi, Benjamín (2011): *La política en los bordes del liberalismo*. Barcelona: Gedisa. Canovan, 1999.

Canovan, Margaret (1999): “Trust the people! Populism and the two faces of democracy”, *Political Studies*, 47(1): 2-16

Castro Mariño, Soraya y Margaret E. Crahan (2018): “La política de la administración Trump hacia Cuba: rupturas y continuidades”, *Donald J. Trump y las relaciones Cuba Estados Unidos en la encrucijada*, Editorial Orfila, México.

Colectivo de autores (2020): *Medios, comunicación y derecha internacional* (Documento de Trabajo).

Chomsky, Noam (2016): "Trump es el triunfo de una sociedad quebrada", en La Jornada, www.jornada.unam.mx, 24 de febrero.

Domínguez López, E. y S. Barrera Rodríguez (2018): Estados Unidos en transición, cambios, resistencia, realineamientos, La Habana: Editorial de Ciencias Sociales.

Domínguez López, E. (2020). El populismo en Estados Unidos: Una propuesta teórica. Centro de Estudios Hemisféricos y Sobre Estados Unidos, Universidad de La Habana. Inédito.

Duverger, M. (1974). Los partidos políticos. México D. F: Fondo de Cultura Económica.

El Economista (2020): El Partido Republicano se ha inclinado hacia el populismo y el antiliberalismo, www.economist.com.

Foner, E. (2011). Give Me Liberty! An American History (3rd Edition), New York y Londres: W. W. Norton & Company.

Freidenberg, Flavia (2008): "El Flautista de Hamelin: liderazgo y populismo en la democracia ecuatoriana" en Carlos de la Torre, y Enrique Peruzzotti (eds.) El retorno del pueblo: populismo y nuevas democracias en América Latina. Ecuador: flacso Sede Ecuador.

García Jurado, R. (2012). Sobre el concepto de populismo. *Estudios* 10(103).

Garciamarín Hernández, Antonio (2018): Populismo en el siglo XXI: un análisis comparado entre Asia y América Latina (Tailandia, Corea del Sur, Venezuela y Bolivia). *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, Universidad Nacional Autónoma de México, Nueva Época, Año xiii, núm. 233, mayo-agosto, pp. 255-284, ISSN-2448-492X DOI: 10.22201/fcpys.2448492xe.2018.233.58980.

Heppen, J. (2010). The Electoral Geography of Class, Race and Religion in Huey Long's Louisiana, *Southern Studies: An Interdisciplinary Journal of the South*, 17(1), pp. 1-23.

Hofstadter, R. (1960). Populist Party Platform, en *Great Issues in American History*, (comp.), 2. New York: Vintage.

Kagarlitski, B. (2009). La rebelión de la clase media. La Habana: Ed. de Ciencias Sociales

Kazin, Michael (1998): *The Populist Persuasion: An American History*. Nueva York: Cornell University Press.

Kazin, M. (2017). *The populist persuasion: An American history (Edición Revisada)*. Ithaca y Londres: Cornell University Press

Kuttner, R. (2018). *Can Democracy Survive Global Capitalism?* New York: W. W. Norton & Company.

Laclau, Ernesto y Chantal Mouffe (1987): *Hegemonía y estrategia socialista*. México: Fondo de Cultura Económica.

Laclau, E. (2005). *La razón populista*. Buenos Aires: FCE

Michel, R. (2008). *Los partidos políticos*. Buenos Aires: Amorrortu

Miller, W. R. (1966). *Farmers and Third Party Politics*, en Charles W. Calhoun (ed.), *The Gilded Age. Essays on the Origins of Modern America*. SR Wilmington.

Moscoso, Carlos (1990): *El populismo en América Latina*. Madrid: Centro de Estudios Constitucionales.

Mudde, C. (2007). *Populist radical right parties in Europe*. Cambridge: Cambridge University Press.

Mudde, Cass y Cristóbal Rovira Kaltwasser (2012): *Populism in Europe and the Americas: Threat or Corrective for Democracy?* Cambridge: Cambridge University Press.

Panizza, Francisco (ed.) (2005): *Populism and the Mirror of Democracy*: Londres: Verso.

Paramio, Ludolfo (2006): "La izquierda y el populismo" Pedro Herrero (eds.) *La "izquierda" en América Latina*. Madrid: Pablo Iglesias, pp. 21-46.

Peruzotti, Ernesto (2013): "Populism in democratic times: populism, representative democracy, and the debate on democratic deepening" en De La Torre, Carlos y Cinthia Arnsón (eds.) *Latin American Populism in the Twenty First Century*. Washington: Woodrow Wilson: Johns Hopkins University Press.

