

La polarización en las democracias contemporáneas. Esbozo de un modelo analítico de comunicación política populista*

Polarization in contemporary democracies. Outline of an analytical model of populist political communication

Alberto Ruiz Méndez**

Universidad Nacional Autónoma de México, Colegio de Filosofía,
SUAYED, FFyL

Circuito Interior s/n, Ciudad Universitaria, Coyoacán,

C. P. 04510, Ciudad de México, México

Universidad Anáhuac México, Campus Norte,

Facultad de Humanidades y Filosofía

Av. Universidad Anáhuac núm. 46, Col. Lomas Anáhuac, C. P. 52786,

Huixquilucan, Estado de México

Editor: Rogelio del Prado Flores

Fecha de recepción: 7 de abril de 2021

Fecha de aceptación: 19 de mayo de 2021

alberto.ruiz@filos.unam.mx

<https://orcid.org/0000-0002-3802-2243>

<https://doi.org/10.36105/stx.2021n7.02>

RESUMEN

El objetivo de este texto es delinear un modelo de análisis de comunicación política populista a partir de los elementos de un proceso mixto de polarización política. Para desarrollarlo, primero se define qué debemos entender por polarización política, enseguida se describe su relación con los medios digitales de comunicación y, finalmente, se expone el estilo de comunicación política populista como factor que completa ese proceso mixto de polarización; lo anterior llevará a concluir que la polarización es inversamente proporcional a la estabilidad democrática y que el modelo de análisis nos permitiría identificar sus riesgos potenciales.

* Este texto forma parte de una investigación más amplia en el marco del PRO_INV_21_23 “¿Debilitamiento o consolidación de las democracias en América Latina? Problemas sociales, comunicativos, políticos y económicos para la siguiente década” avalado por la Coordinación de Investigación de la FFyL, UNAM.

** Doctor en Filosofía por la UNAM. Coordinador del Proyecto “¿Debilitamiento o consolidación de las democracias en América Latina?” Publicaciones recientes: Who are the subjects of justice in a globalized world? From the ‘unidimensional identity’ to the ‘diversity of identities’. En J. Rohbeck, D. Brauer, & C. Roldán, (Eds.) (2018). *Philosophy of Globalization* (pp. 153-166). Berlín: De Gruyter, y El mal y la injusticia pasiva en las democracias liberales. *Intersticios*, 2018, 22(49), 09-12.

Palabras clave: polarización, democracia, comunicación política, populismo, redes sociales.

ABSTRACT

The aim of this paper is to outline a model of analysis of populist political communication based on the elements of a mixed process of political polarization. To develop it, first we define what we mean by political polarization, then its relationship with the digital media is described and finally the populist political communication style is exposed as a factor that completes this mixed process of polarization; this will lead to the conclusion that polarization is inversely proportional to democratic stability and that the analysis model would allow us to identify its potential risks.

Key words: polarization, democracy, political communication, populism, social media.

INTRODUCCIÓN: UNA IDEA DE DEMOCRACIA

Si la situamos en el marco de la historia de los regímenes políticos, la democracia es un modelo muy joven, pues su expansión se dio a partir de 1945. Pero si la situamos en el de la historia de las ideas, sus raíces se remontan al siglo V a. C. en Atenas, Grecia. Esta peculiaridad de lo que entendemos por una moderna democracia liberal representativa se explica, en parte, porque su creación como modelo normativo y forma de organización social es intrincada. Si atendemos la historia de las ideas (Held, 2007; Águila, 2016), encontramos tanto fuertes argumentos en contra (Aristóteles, 2011) como fervientes defensores (Tocqueville, 2020). Esta diversidad valorativa sobre la democracia hizo que autores como Weber (2014), Schumpeter (2016) y Offe (2005), sin alejarse del legado filosófico, prefirieran tomar la senda de las dinámicas concretas que se estaban formando en las noveles sociedades democráticas del siglo XX para definirla y caracterizarla.

Debido a este enmarañado camino, autores como Norberto Bobbio (1986) y Michelangelo Bovero (2002) han propuesto definiciones mínimas de democracia que nos permitan, por un lado, explicar sus elementos aportados por diferentes tradiciones de pensamiento y, por otro lado, exponer su dinámica e identificar los retos a los que se enfrenta. En este trabajo partiré de la propuesta de Bobbio (1986), según la cual la democracia es: “un conjunto de reglas (primarias o fundamentales) que establecen quién está autorizado para tomar las decisiones colectivas y bajo qué procedimientos” (p. 14). Quienes toman esas decisiones

son los ciudadanos, es decir, el conjunto de la población que cumple con ciertos requisitos para alcanzar este estatus. La regla fundamental es la regla de la mayoría, según la cual las decisiones que afectan a toda la población son vinculantes por haber sido aprobadas por la mayoría de los que las toman. Finalmente, además del procedimiento establecido para tomar decisiones –las elecciones, por ejemplo–, es necesario que quienes lo hagan cuenten con alternativas suficientes para hacer una elección ponderada y con respeto a los derechos y libertades propios y de los demás.

Al enfatizar el *quién* –los ciudadanos– y el *cómo* –las reglas de procedimiento para tomar decisiones– en su definición mínima, Bobbio nos está recordando que las democracias contemporáneas están construidas sobre dos pilares: la idea de la soberanía popular, es decir, el poder que tienen las personas para decidir quiénes son sus gobernantes, y la idea de Estado de derecho, es decir, el conjunto de normas que definen los límites a los que está sujeto el ejercicio del poder. Pero el filósofo italiano es consciente de que no basta con los elementos formales para garantizar la consolidación y estabilidad de una democracia, es necesario que aquellos sean fortalecidos por una serie de valores practicados por los ciudadanos: la tolerancia entre las diversas ideas que caracterizan a una democracia plural, la no violencia en la resolución de los conflictos, la fraternidad al reconocer que tenemos un destino común y el libre debate de ideas para la renovación gradual de la sociedad (Bobbio, 1986).

Ahora bien, esta definición mínima o normativa no significa que las democracias sean perfectas, sus elementos están en una constante dinámica de aciertos y errores. Con relación a los últimos, por ejemplo, Bobbio señala que la democracia prometió el control ciudadano del poder, sin embargo, ha sido cooptada por los partidos políticos, las oligarquías y los poderes fácticos, provocando que el ciudadano se aleje de la participación; además, Bobbio identificó tres obstáculos para el desarrollo democrático: la tecnocracia, el crecimiento del aparato burocrático y la falta de resultados positivos; a pesar de estos errores y obstáculos, el filósofo italiano parece estar convencido de que los valores y el contenido mínimo de la democracia son nuestro mejor punto de partida para hacerles frente porque, a pesar de todas las dificultades que han ocasionado, “las falsas promesas y los obstáculos imprevistos [...] no han sido capaces de ‘transformar’ un régimen democrático en un régimen autocrático” (Bobbio, 1986, p. 31). Desde mi punto de vista, actualmente estamos siendo testigos de una dinámica de polarización política que está poniendo en riesgo el libre debate de ideas para la renovación gradual de la sociedad, al convertir ese debate en un juego de suma cero que amenaza la estabilidad democrática.

POLARIZACIÓN POLÍTICA

Debemos estar de acuerdo con Bobbio en que uno de los valores definitorios de la democracia es el libre debate de las ideas; sin este elemento, el gobierno sería una dictadura que impondría su visión del mundo, los ciudadanos seríamos súbditos y la libertad para escoger una forma de vida sería una ilusión. Este libre debate supone un amplio conjunto de posturas morales, religiosas, filosóficas, políticas, la mayor parte del tiempo irreconciliables entre sí. Al enfocarnos en el ámbito político, en nuestro tiempo encontramos una sociedad polarizada, entendida como la distancia ideológica entre candidatos, partidos y votantes (Sartori, 1976), es decir, como un resultado más de la dinámica democrática; así como en un momento determinado puede haber diálogo y consenso, en otro habrá polarización debido a la heterogeneidad de las posiciones políticas.

Desde esta perspectiva, la polarización puede ser benéfica para la democracia (Campbell, 2016) porque les proporciona a las personas trazos claros de quiénes son los actores políticos y qué ideas defienden. Incluso se puede ver a la polarización como un concepto “neutral” (Slater, 2016), es decir, como la descripción de las diferencias “naturales” entre los agentes políticos. Para esta perspectiva empírica, la polarización puede entenderse como una brecha entre polos opuestos (Lozada, 2014) que es construida más por una percepción que por una tendencia de identificación ideológica con los extremos por parte de la ciudadanía (Rojas, 2018), es decir, la polarización es el resultado de concebir, por ejemplo, a los partidos políticos como “enemigos”, sin que ellos mismos se presenten como tales en su lucha por el voto de los ciudadanos.

Pero esta perspectiva empírica de la polarización, como epifenómeno de las dinámicas sociales, puede ser cuestionada con eventos históricos recientes como la llegada de Donald Trump al poder, el resultado afirmativo en el Brexit y el triunfo del no a los acuerdos de paz en Colombia. Estos acontecimientos disruptivos pusieron en duda la labor de la cohesión institucional para ofrecer un clima de debate y reflexión, revelando así que la hegemonía del contenido mínimo democrático está debilitada, pues las personas ya no parecen confiar en los procesos formales para tomar decisiones y prefieren responder a los discursos que les proponen soluciones tajantes sin el libre debate de ideas, es decir, optan por alimentar el fenómeno de la polarización política que domina el discurso público.

La polarización política ya no es un fenómeno empírico, es decir, deja de ser parte de la inherente pluralidad democrática, cuando, por un lado, los actores políticos rechazan participar bajo las reglas del juego democrático y, por otro lado, cuando advertimos que la pluralidad se va alineando hacia dos tendencias que convierten a la política en una zona de conflicto y no de diálogo. Centrados en este segundo aspecto, la polarización política

ocurre cuando “la multiplicidad normal de diferencias en una sociedad se va alineando marcadamente a una sola dimensión que elimina las diferencias en lugar de reforzarlas y las personas van percibiendo a la política y a su sociedad en términos de ‘Nosotros’ y ‘Ellos’” (McCoy, 2018, p. 18).

Las opiniones divergentes y radicales son parte de toda sociedad, siempre habrá personas que eleven su particularidad a la universalidad y pretendan que el mundo se ajuste a sus ideas, pero la peculiaridad de la polarización política se encuentra en dos ámbitos, en primer lugar, que las diferencias políticas se alinean dentro de dos campos identitarios que son excluyentes –los que votaron por Trump y los que no, los que pensaron que estaríamos mejor con López Obrador y los que no opinaban igual– y en dicha alineación se cierra el diálogo y la posibilidad de acuerdos, porque la identidad e intereses se definen en oposición al otro grupo. En este sentido, es necesario partir del hecho de que “el rasgo característico de una severa polarización es de naturaleza relacional y política, es decir, suprime las diferencias internas y aglutina al grupo opositor en una sola diferencia que es usada como una connotación negativa para identificarle como el ‘otro’” (McCoy, 2018, p. 18).

Y en segundo lugar, la polarización política, como proceso que rompe con el libre debate de ideas, se refuerza con una “significativa dimensión afectiva” (McCoy, 2018, p. 19) que se extiende a diversos ámbitos de la vida más allá de lo político. La dimensión afectiva atribuye características físicas, ideológicas y comportamientos considerados negativos a uno de los bandos y se presentan como diferencias irreconciliables. El reflejo de esa dimensión está presente en los medios digitales de comunicación (Facebook, Twitter, por ejemplo), pues en ellos proliferan las publicaciones que, al destacar ciertas “cualidades negativas” del grupo identitario enemigo, propician una reacción divisiva en el usuario: te identificas conmigo o con ellos. De acuerdo con Londoño (2020) y Waisbord (2020), la dinámica propia de los medios digitales de comunicación hace necesario interrogarnos hasta dónde son un factor determinante para reforzar la dimensión afectiva de la polarización. Veamos.

MEDIOS DIGITALES DE COMUNICACIÓN Y POLARIZACIÓN POLÍTICA

¿La polarización que encontramos en las redes sociales es producto de la dinámica inherente a éstas o aquella encuentra en las redes un medio para manifestarse, en otras palabras: las redes sociales polarizan a las personas o las personas reflejan su polarización a través de las redes? Esta dicotomía ha guiado los análisis realizados en materia de comunicación política y polarización, brevemente se describen dos posturas que se han presentado como respuestas.

Por un lado, encontramos una línea de interpretación que pone el énfasis en los fenómenos de comunicación que se han creado a partir de la proliferación de los medios digitales de comunicación como Facebook y Twitter. Para esta línea, lo que caracteriza a la comunicación en este ambiente es el consumo de contenidos que se ajustan a las filias de los usuarios, es decir, gracias a la amplia diversidad de contenidos, las personas van creando una “red social” basada en ideas afines tanto políticas como de cualquier otro tipo (Prior, 2007). En esta era globalizada, los algoritmos de las redes sociales logran que personas con ideas políticas afines se pongan en contacto sin importar en qué parte del mundo se encuentren; en consecuencia, se refuerzan las marcas de diferenciación de cada grupo que, al ver reflejadas sus ideas en la supuesta diversidad de su red social, no hacen más que confirmar su interpretación alternativa de los hechos como verdad, es decir, construyen una posverdad (Núñez, 2018) que incrementa la polarización política al posicionar una visión del mundo que no fomenta el libre debate de las ideas.

Este proceso se consolidó en los medios digitales de comunicación al “facilitar la proliferación de contenidos y el relativamente fácil acceso a la producción y distribución de contenidos [que son] ajustados a identidades políticas. La mayor diversidad abre la posibilidad de medios orientados a segmentos particulares de afiliación y simpatía política” (Waisbord, 2020, p. 257). Este proceso es lo que se conoce como “burbujas de filtro o cámaras de eco” (Valenzuela y Rojas, 2019; Sunstein, 2018 y Pariser, 2011), que se construyen cuando el usuario va eligiendo la información que le “gusta” y el algoritmo le mostrará información similar para que siga interactuando. Este proceso refuerza y polariza su identidad grupal al permitirle confirmar la verdad de sus creencias e ideologías pues encuentra el eco de ellas en imágenes, memes, fotos que publican otros usuarios a nivel global.

La segunda línea de interpretación de los fenómenos de comunicación en los medios digitales, que se presenta como una crítica a la anterior, pone el énfasis no en la forma en que el usuario construye su “red social” sino en la diversidad que se genera precisamente en ese proceso de construcción. Varios trabajos (Bruns, 2019; Bail *et al.*, 2018, y Lee *et al.*, 2014), muestran que entre más navegamos, más estamos expuestos a diversas ideas que nos pueden animar a interactuar ya sea porque estemos a favor o en contra de su contenido, sobre todo si éste se refiere a una coyuntura política relevante. Estos trabajos muestran que los usuarios con identidades políticas fuertes son los que difunden y consumen más información no sólo relacionada con ideas afines, sino que son proclives a “buscar información poco amigable con sus creencias, ampliando así el tamaño de su red, pues consideran estar seguros de su capacidad para contrarrestar dicha información” (Londoño, 2020, p. 15).

Esta última idea puede concluirse a partir de estudios que han mostrado (Urman, 2019 y Park, 2017) que los usuarios, a pesar de la amplitud de su red, crean lazos débiles, pero no

burbujas o cámaras que los encapsulen. Estos estudios muestran que cuanto mayor sea el número de interacciones, la red se amplía a través de la creación de información y la posibilidad de discusión pública. Enfocándonos en las expresiones políticas, entendidas como la habilidad de expresarse públicamente sobre temas políticos, se ha encontrado (Barnidge, 2018) que cuanto más heterogéneas sean las redes de una persona, ésta es más proclive a expresar sus opiniones, principalmente por tres razones: primera, frente a una opinión contraria realiza una “acción correctiva”; segunda, intenta persuadir a otros a cambiar su visión de las cosas; y tercera, considera que su identidad grupal no ha sido representada en el espacio público por lo que manifestarse en redes llena este vacío.

De tal suerte que, al pensar la relación entre los medios de comunicación digitales y la polarización, esta postura sugiere que no es la creación de una burbuja sino la exposición a la diversidad lo que intensifica las diferencias y deja poco espacio para el diálogo y el libre intercambio de ideas. La creación de redes amplias, pero con lazos débiles, es un proceso de mediación comunicativa con un alto impacto catalizador para el proceso de estímulo-respuesta divisorio que refuerza la polarización política. Este proceso, que se da a través de la publicación de memes, *gifs*, noticias, falsa información, actúa como incitación para el cambio o afirmación de las creencias a través de la participación activa de los usuarios. Por supuesto que nos gustaría que Facebook o Twitter fueran espacios para el libre debate de las ideas, pero las personas llegan con concepciones más o menos formadas de la política y con ellas se expresan a través del componente emocional que recurre al color de piel, la forma de vestir, el lugar dónde viven, la marca del automóvil que manejan para descalificar moral y políticamente al otro.

En este sentido, debemos reconocer que el proceso de mediación comunicativa que se da en los medios digitales de comunicación amplía la polarización hacia ámbitos más allá de la política porque refuerza las características grupales como “buenas, auténticas o verdaderas”, pero no podemos pensar que son el único factor que provoca la polarización política en el proceso de mediación comunicativa o que son una amenaza para la estabilidad democrática. A pesar de sus ventajas, la línea de interpretación que enfatiza la diversidad del contenido en los medios como el detonante de la interacción polarizada, sólo permite explicar su dinámica, pero no el contexto que la convierte en un fenómeno particular de las democracias actuales. Los medios digitales de comunicación son el escenario donde se refleja la polarización, pero no su causa; ésta se encuentra en la imbricación de “procesos mixtos [que] permiten explicar más convincentemente los flujos de des/polarización” (Waisbord, 2020, p. 255).

De momento, ese proceso mixto está construido sobre los siguientes elementos: primero, concebir a la polarización no como un fenómeno más entre otros, sino como una forma de polarización política que alinea las diferencias dentro de dos campos identitarios;

y segundo que esta polarización se refuerza a través de un proceso de mediación comunicativa que construye redes amplias, pero con lazos débiles, a través de los medios digitales de comunicación. Pero si los medios no son la causa, entonces nos falta el elemento que construye la dicotomía identitaria.

POPULISMO Y COMUNICACIÓN POLÍTICA

A finales de los años 90 del siglo XX, América Latina atravesó por una crisis sin precedentes derivada de las políticas económicas neoliberales implementadas con las directrices definidas por el Consenso de Washington (Morandé, 2016). Esta crisis originó demandas de justicia social que los gobiernos de aquellos años no pudieron solventar, lo que permitió el triunfo presidencial de políticos –Hugo Chávez, Evo Morales, Rafael Correa– cuyo discurso se basaba en la promesa de romper con el régimen neoliberal para consolidar un periodo de recuperación nacional en todos los sectores sociales. El triunfo del chavismo en las elecciones venezolanas de 1998 inauguró un nuevo ciclo populista en América Latina (O’Neil, 2016).

Si bien es cierto que en un primer momento estos gobiernos lograron avances positivos en materia de derechos, educación y combate a la desigualdad en sus respectivos países (Filmus, 2016), también lo es que han insistido en construir y reforzar una simplificación de los problemas mediante la oposición entre un arriba –una *élite* culpable de las crisis– y un abajo –un *pueblo* que ha padecido esas crisis–, con la finalidad de movilizar a su población objetivo contra los sectores que, desde el punto de vista de quien gobierna, impiden el desarrollo social. Esta simplificación es la característica fundamental del populismo y la marca que lo distingue de todos los demás discursos y estrategias políticas. Se requiere un estudio particular del populismo en cada país e incluso se requiere identificar sus usos políticos por grupos específicos (Pía Lara, 2019), sin embargo, un buen punto de partida para definirlo es la propuesta de Ernesto Laclau, quien entiende por *populismo* no “un tipo de movimiento –identificable con una base social especial o con una determinada orientación ideológica–, sino una *lógica política*” (Laclau, 2006, p. 150). Esta lógica política construye una comprensión de lo social en la que algunos elementos se encuentran dentro (los pobres) y otros elementos están afuera (las élites). Esta frontera entre lo que se encuentra dentro, la “equivalencia”, y lo que está afuera, la “diferencia”, hace posible la creación de un “sujeto político global” a través de “la construcción de fronteras internas y la identificación de un ‘otro’ institucionalizado. Siempre que tenemos esa combinación de momentos estructurales, cualesquiera que sean los contenidos ideológicos o sociales

del movimiento político en cuestión, tenemos populismo de una clase u otra” (Laclau, 2006, p. 151).

Aunque la definición de Laclau ha sido fructíferamente criticada (Mouffe, 2018 y Ardit, 2017), lo cierto es que sigue siendo ilustrativa sobre la formación de identidades políticas que conforman movimientos sociales críticos del sistema institucional que consideran injusto. Aquellas identidades pueden dar paso a diversas formas de movilización, pero son llamadas populistas cuando crean una frontera dicotómica que las distingue de cualquier otro tipo de movimiento social, principalmente porque el discurso populista, ya sea de derecha o izquierda, construye *un* pueblo, *su* pueblo al que representa y que, vía las elecciones, le otorga al partido o político populista legitimidad para actuar en su nombre. Este segundo momento del populismo –que no está desarrollado del todo en la teoría de Laclau– es lo que llamo *populismo institucionalizado* y ocurre cuando el movimiento populista identifica a un líder que, vía las elecciones, accede al poder consolidando un personalismo presidencial en el que se va restando autonomía a los distintos poderes del Estado o en donde el Congreso se vuelve un instrumento del gobierno en turno, porque el líder –Jair Bolsonaro, Andrés Manuel López Obrador, Donald Trump, por ejemplo–, es visto como una encarnación del pueblo que le otorga, vía las elecciones, un poder legítimo para tomar decisiones en su nombre.

El *populismo institucionalizado* significa entonces que la frontera dicotómica que dio origen al movimiento se mantiene a través del personalismo presidencial y éste entiende el ejercicio del gobierno como una herramienta para reforzar aquella frontera. Ahora bien, que los partidos o políticos busquen hablar en nombre del pueblo o representar sus intereses no es algo exclusivo del populismo, pero lo que distingue a esta forma de hacer política es su concepción del pueblo como un ente homogéneo con una voluntad que el líder populista entiende, interpreta y defiende ante cualquier otro grupo que atente contra los “intereses” del “pueblo bueno y sabio”; esto genera, entre otras cosas, un estilo de gobernar que utiliza los medios de comunicación para polarizar a la sociedad. Veamos.

En un estudio sobre el uso de Twitter como canal de comunicación presidencial, se encontró que “el uso personalista de Twitter enfoca la comunicación gubernamental en la figura del presidente, lo que encaja con el estilo populista de comunicación política” (Manfredi-Sánchez, Amado-Suárez y Wasibord, 2021, p. 81). ¿Pero cuál es ese estilo populista de comunicación política? El líder populista es carismático, es decir, conecta con su gente a través de mensajes y actitudes sencillas que permiten una comunicación sin intermediarios y recordemos que este líder dice saber lo que el pueblo quiere y cómo interpretarlo. A partir de estas dos características, su comunicación de los asuntos públicos, es decir, su comunicación política, se basa en la construcción de un discurso oficial cuyo objetivo es ocupar,

con su persona y mensaje, todo el espacio político para borrar el amplio espectro típico de una sociedad democrática sustituyéndolo con el mensaje de todo o nada, conmigo o en mi contra.

Para delinear el estilo de *comunicación política populista*, a continuación se describe esta dinámica enfocándola, por la cercanía y sus particularidades, en el caso del presidente mexicano Andrés Manuel López Obrador (AMLO).

Lo primero que llama la atención es que no recurre a los medios digitales de comunicación para difundir su discurso polarizante —como lo hizo en su momento Donald Trump o como sí lo hace Nyib Bukele en El Salvador— pero entonces, ¿cuál es el medio para ese discurso? Sus diarias conferencias matutinas a las que deben asistir todo tipo de medios de comunicación y cuyo objetivo es “saturar el espacio público para que no haya nadie más que lo ocupe [...] Todos los medios siguen sus dichos puntualmente, dominando así la conversación pública, con lo cual AMLO logra organizar el debate” (Elizondo, 2021, p. 70). Aunque este ejercicio puede ser un ejemplo innovador de transparencia y rendición de cuentas, lo cierto es que el espacio público es colmado de mentiras que saturan el proceso de mediación comunicativa e impiden el diálogo razonado. Se ha documentado que durante el periodo que va del 3 de diciembre de 2018 al 28 de agosto de 2020, López Obrador ha dicho un promedio de 73 mentiras en cada conferencia, es decir, un total cercano a las 32 mil (Estrada).

Por lo tanto, la primera característica del estilo de comunicación política populista de López Obrador es llenar el espacio público con la finalidad de dominar el discurso político imponiendo una narrativa que no se analiza en sus aristas, sino que se acepta en su forma dicotómica: lo que dice el presidente es verdad, lo que dicen lo demás es mentira. Esta característica genera un proceso de “dinamización de la comunicación polarizante” que puede describirse como la “combinación de liderazgos populistas con ecologías informativas, que incluyen medios tradicionales y digitales, susceptibles de ser utilizadas para explotar divisiones y resentimientos” (Waisbord, 2020, p. 256). Pero recordemos que esas divisiones y resentimientos no son políticas en un sentido tradicional —por ejemplo, las diferencias entre izquierda/derecha, socialismo/capitalismo—, se construyen a partir de una frontera dicotómica basada en un componente emocional que está en la base del movimiento populista y que el líder o partido institucionaliza al llegar al poder para mantener el discurso que le otorgó el triunfo electoral.

Si el medio por el cual López Obrador difunde su mensaje polarizante es la conferencia matutina, la segunda característica del estilo de comunicación política populista es el contenido de ese mensaje: un enemigo político; aunque no lo necesite, su construcción le permite mantener intacta la dicotomía fundacional del movimiento y con ella su legitimidad para gobernar. La crisis de los partidos políticos por los escándalos de corrupción durante el

sexenio anterior favoreció a López Obrador para ganar un amplio respaldo político y social que puede traducirse en una ausencia casi total de adversarios legítimos que le puedan hacer sombra en apoyo y aceptación popular (Buendía y Márquez, 2021). Pero para conservar su estrategia de polarización populista necesita opositores que lo muestren como el único intérprete legítimo del pueblo.

El que los políticos identifiquen adversarios a los cuales “eliminar” políticamente es algo hasta cierto punto normal, pero siempre es necesario poner en un contexto más amplio esa identificación para analizar el marco teórico-político que las sustenta, en este caso, es el populismo y su dicotomía identitaria. Este marco permitiría explicar por qué, además de los partidos políticos, la sociedad civil es vista como un enemigo. Organizaciones como Mexicanos Contra la Corrupción o movimientos como el feminista han sido blanco de ataques presidenciales porque en la lógica dicotómica populista toda persona, movimiento o institución que cuestione sus decisiones obedece a intereses perversos y es un adversario no sólo del gobierno sino del pueblo mismo. El caso de los medios de comunicación es emblemático.

Escudado en lo que se conoce como el “derecho de réplica” (Arroyo, 2018), López Obrador ha denostado frecuentemente a los medios de comunicación utilizando adjetivos como los siguientes: “fantoques”, “servidores de los conservadores”, “sabelotodos” y, en particular refiriéndose al periódico *Reforma*: “pasquín inmundo”. Toda nota que ofrezca una perspectiva crítica hacia su gestión gubernamental es comunicada como un ataque a él y a los intereses del pueblo, lo que implica minar la confianza y credibilidad de los medios de comunicación entre la ciudadanía pues, llenando el espacio público con estas expresiones, genera en las personas un sentimiento de animadversión hacia medios o comunicadores que presenten una postura crítica, opuesta o simplemente diferente a la oficial. La descalificación parece estar teniendo el efecto deseado, un estudio realizado por el Reuters Institute dio a conocer que la credibilidad en los medios de comunicación tradicionales mexicanos, en el periodo de 2017 a 2020, pasó del 50 al 39 por ciento (Reuters, 2020).

Pero el discurso presidencial que descalifica a los medios tiene un impacto más amplio que la pérdida de credibilidad entre la población. En marzo del 2021 la ONG Artículo 19, en su informe anual titulado *Distorsión: el discurso contra la realidad*, dio a conocer que han ido en aumento las “dinámicas de estigmatización, censura, violación de derechos humanos y el debilitamiento o abandono de las instituciones creadas para hacer contrapeso al poder” (Artículo 19, 2021). Para esta organización, los 692 ataques a la prensa durante el 2020 tienen una estrecha relación con la estrategia que utiliza el gobierno actual para controlar el espacio público y la comunicación política, a saber: alterar la percepción de la realidad a través de la distorsión del discurso. En su opinión, la actual administración muestra una “vocación

autoritaria” para controlar la información y así menguar la pluralidad. En este ambiente, el discurso presidencial ha contribuido a hacer de la prensa un enemigo y su estigmatización es interpretada tanto por autoridades como por particulares como un mensaje permisivo que los impulsa a amenazar, agredir y asesinar periodistas. Para esta organización no hay duda: si en nuestro país un periodista muere asesinado cada 13 horas, es porque hay una sistémica descalificación gubernamental hacia ellos.

El estilo de comunicación política populista y su distorsión del discurso “promueve una diversidad limitada y debilita los espacios para la expresión de las diferencias sociales y políticas [...] Esto refuerza la desinformación en tanto que expone a los públicos a visiones filtradas por intereses estrechos [y en consecuencia] La polarización profundiza la crisis de la comunicación pública como un espacio común de deliberación” (Waisbord, 2020, p. 274); el *populismo institucionalizado* necesita enemigos porque así consigue mantener la estrategia que le otorgó la legitimidad popular: una dicotomía identitaria fundacional que lo coloca por encima de todos los demás actores sociales.

El estilo de *comunicación política populista* es entonces una forma de discurso político que domina el espacio público imponiendo una narrativa sustentada en la creación de un enemigo político: los otros partidos políticos, la prensa, la sociedad civil, los empresarios, los abogados, y que satura el espacio público de comunicación a través de descalificaciones que refuerzan la frontera dicotómica del populismo; este estilo de comunicación política impide el libre debate de las ideas amenazando la estabilidad democrática y, por ello, es parte del proceso mixto de polarización actual. A continuación enlace sus componentes.

El populismo aviva los reclamos de justicia social de grupos marginados, si el político populista logra presentarle a esos grupos una *frontera dicotómica* entre un enemigo y los que se han visto afectados por ese enemigo, entonces los grupos sociales le otorgarán la legitimidad electoral necesaria para gobernar en su nombre, pero la frontera dicotómica implica una homogeneización de ambos bandos y entonces, aprovechando el *componente emocional* que es alimentado por el discurso dicotómico del populismo, en los medios digitales de comunicación se genera un *proceso de mediación comunicativa* en que la creación de redes amplias con lazos débiles refuerza ese componente emocional que califica al otro como un enemigo al que hay que “eliminar”; pero una vez que esta forma de populismo se ha institucionalizado, si el político populista practica una forma de comunicación que aprovecha la arquitectura de los medios tradicionales y digitales para llenar el espacio público con su discurso maniqueo que desincentiva el libre debate de las ideas, entonces estamos ante un estilo de *comunicación política populista* que termina por configurar el proceso mixto que nos lleva a la polarización política en la cual los procesos comunicativos se convierten en un juego de suma cero. ¿Qué tan dañino puede ser este juego para la democracia?

METODOLOGÍA

Para explorar esta idea se efectuó una investigación cualitativa-reflexiva sobre los tres conceptos eje: polarización, medios digitales de comunicación y populismo. En un primer momento se realizó un acercamiento a las posturas contemporáneas sobre polarización en las democracias; enseguida se evaluaron dos propuestas sobre la relación de los medios digitales de comunicación con el fenómeno de la polarización y, finalmente, se realizó un análisis crítico de las características teóricas del populismo como ideología política y como estrategia de comunicación política en el marco de la actual democracia mexicana. Para la realización del análisis crítico, la investigación se apoya en la dimensión normativa de la democracia –desarrollada en el apartado anterior–, que es utilizada como contrapunto conceptual para delinear un modelo de análisis de comunicación política populista que podría ayudarnos a determinar el potencial carácter desestabilizador de esa forma de comunicación para la democracia.

RESULTADOS: HACIA UN MODELO ANALÍTICO DE COMUNICACIÓN POLÍTICA POPULISTA

Al inicio de este trabajo mencioné que Bobbio consideraba que los obstáculos y problemas de la democracia no habían sido tan profundos e irresolubles como para transformar a una democracia en una autocracia. De momento, creo que podemos confirmar esta afirmación: en México no estamos ante una democracia autoritaria; pero no debemos olvidar un par de cosas: primera, la respuesta a las preguntas “quién decide” y “cómo decide” es democrática si y sólo si se apela a la diversidad y la pluralidad; y en segundo lugar, precisamente porque esas respuestas siguen en construcción, como escribió David Held (2007), “si bien hoy en día muchos estados pueden ser democráticos, la historia de sus instituciones políticas revela la fragilidad y vulnerabilidad de los arreglos democráticos” (p. 15).

En este sentido, un modelo de análisis de *comunicación política populista* debe servirnos para identificar en qué momento su dinámica puede debilitar al contenido mínimo de la democracia, es decir, sus reglas de procedimiento y sus valores. Al llamarlo “populista” no se trata de identificar a esa forma de hacer política como un elemento negativo por sí mismo para la democracia –como movimiento político de formación identitaria tiene una lógica históricamente importante en América Latina–, al adjetivarlo de esa forma se busca enfatizar el contexto en el que se está desarrollando la comunicación política en la actual coyuntura. Creo que tenemos buenas razones para identificar a nuestro gobierno actual

como populista, ello en sí mismo no es “malo o bueno”; lo será si intenta minar las bases democráticas que legitimaron su llegada al poder. El modelo de análisis de *comunicación política populista*, cuyos resultados tendrán que esperar futuras investigaciones, es un guía conceptual para analizar e interpretar la dinámica comunicacional de gobiernos populistas y sus posibles resultados.

Los ejes conceptuales de ese modelo son cuatro: identidades, dinámica relacional, dinámica comunicacional y discurso oficial, cada uno de ellos podría ser analizado desde el elemento político que configura el proceso mixto de polarización política y dicho análisis iniciaría con una pregunta detonante que, con base en las respuestas que se vayan obteniendo, ayudaría a determinar las alertas que nos pongan en guardia frente a las tentaciones autoritarias de gobernantes populistas. En este trabajo se ha reconstruido un proceso mixto de polarización en el marco del *populismo institucionalizado*, el siguiente esbozo de modelo analítico (Tabla 1) para el estilo de *comunicación política populista* pone en un solo lugar aquel proceso y tiene la intención de servir como herramienta heurística para analizar un proceso en cuya complejidad estamos inmersos.

TABLA 1. MODELO ANALÍTICO DE COMUNICACIÓN POPULISTA

EJE CONCEPTUAL	ELEMENTO POLÍTICO	PREGUNTA DETONADORA
Identidades	Frontera dicotómica	¿Existe un movimiento político y/o social que se alimente de una connotación negativa para identificar y diferenciarse de un “otro”?
Dinámica social	Componente emocional	¿La connotación negativa se apoya en la atribución de características físicas, ideológicas, personales y morales para la descalificación del “otro”?
Dinámica comunicacional	Redes amplias, lazos débiles	¿Los grupos identitarios interactúan de manera amplia pero no reflexiva a través de un discurso ya polarizado en lugares públicos o medios digitales de comunicación?
Discurso oficial	Visión maniquea	¿La polarización de los grupos identitarios es originada por un discurso “desde arriba” que estigmatiza a sus adversarios como enemigos del grupo identitario que dice representar?

CONCLUSIONES

A partir de los elementos descritos en este trabajo y condensados en este modelo, podemos concluir que la polarización política, producto del *populismo institucionalizado*, es inversamente proporcional a la democracia; Esta supone la observancia de procedimientos que garantizan el cumplimiento de las decisiones de la mayoría, mientras que aquella forma de ejercer el poder, basada en un estilo de *comunicación política populista*, asume la posición de una verdad que no necesita dialogar, ni consensuar y, por lo tanto, pone en riesgo el libre debate de ideas para la renovación gradual de la sociedad.

Partiendo del peor escenario posible, es decir, respondiendo afirmativamente a las cuatro preguntas, tendríamos como resultado una estrategia de gobierno que hace de la polarización política una amenaza para la estabilidad social; aunque no es el momento para decir si es el análisis correcto responder afirmativamente, a partir de los elementos descritos en este trabajo y condensados en este modelo, podemos concluir que polarización política producto del *populismo institucionalizado* conduciría a la construcción de una política del nosotros, es decir, al respaldo de decisiones políticas con base en su alineación a una sólo dimensión identitaria que favorece un “nosotros” por encima de los “otros”. Desde mi punto de vista es necesario seguir creando guías conceptuales para el análisis y crítica de aquella política y para la defensa de una democracia plural y libre.

REFERENCIAS

- Águila, R., Vallespín, F., Gabriel, J. A., García, E., & Rivera, A. (2016). *La democracia en sus textos*. Madrid: Alianza Editorial.
- Arditi, B. (2017). *La política en los bordes del liberalismo. Diferencia, populismo, revolución, emancipación*. Barcelona: Gedisa.
- Aristóteles (2011). *Política*. México: UNAM.
- Arroyo Kalis, J. A. (2018). El derecho de réplica: una aproximación teórica. En J. A. Magaña de la Mora, E. Roa Ortíz, & E. Ferrer Mac-Gregor (Eds.), *Derecho procesal constitucional en perspectiva histórica* (pp. 17-34). México: IJ-UNAM.
- Artículo 19. (2021). *Distorsión. El discurso contra la realidad*. Recuperado de: <https://articulo19.org/distorsion/> Consultado el 29 de marzo de 2021.
- Bail, C. A., Argyle, L. P., Brown, T. W., Bumpus, J. P., Chen, H., Hunzaker, M. F. ... Volfovsky, A. (2018). Exposure to opposing views on social media can increase political polarization. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 115 (37), 9216-9221. <https://doi.org/10.1073/pnas.1804840115>

- Barnidge, M., Huber, B., Gil de Zúñiga, H., & Liu, J. H. (2018). Social media as a sphere for 'risky' political expression: A twenty-country multilevel comparative analysis. *The International Journal of Press/Politics*, 23(2), 161-182. <https://doi.org/10.1177/1940161218773838>
- Bobbio, N. (1986). *El futuro de la democracia*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Bovero, M. (2002). *Una gramática de la democracia*. Madrid: Trotta.
- Bruns, A. (2019). *Are Filter Bubbles Real?* Cambridge, Reino Unido: Polity Press.
- Buendía y Márquez (2021). Encuesta de Aprobación Presidencial. Recuperado de: <http://buendia-y-marquez.org/aprobacion-2021-01/> Consultada el 28 de marzo de 2021.
- Campbell, J. E. (2016). *Polarized: Making sense of a divided America*. Princeton: Princeton University Press.
- Elizondo Mayer-Serra, C. (2021). *Y mi palabra es la ley*. México: Debate.
- Estrada, L. Conferencias matutinas de AMLO, SPIN-Taller de Comunicación Política. Recuperado de: <http://bit.ly/3hsg3mb>
- Filmus, Daniel. (2016), Una década de transformaciones en América Latina. En N. Trotta & P. Gentili (Comp.), *América Latina: la democracia en la encrucijada* (pp. 27-50). Buenos Aires: Editorial La Página.
- Held, D. (2007). *Modelos de democracia*. Madrid: Alianza Editorial.
- Laclau, Ernesto. (2006). *La razón populista*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Lee, J. K., Choi, J., Kim, C., & Kim, Y. (2014). Social media, network heterogeneity, and opinion polarization. *Journal of Communication*, 64(4), 702-722. <https://doi.org/10.1111/jcom.12077>
- Londoño Pardo, O. I., Mora Morales, F. A., & Torres Malaver, C. I., (2020). El papel de la mediación comunicativa entre la polarización y la democracia en Colombia. *Revista de Comunicación Política*, 2, 11-28. <https://doi.org/10.29105/rcp2-1>
- Lozada, M., (2014). Us or them? Social representations and imaginaries of the other in Venezuela. *Papers on Social Representations*, 23, 21.1-21.16. Recuperado de: <http://saber.ucv.ve/handle/123456789/13623>
- Manfredi-Sánchez, J. L., Amado-Suárez, A., & Waisbord, S. (2021). Twitter presidencial ante la COVID-19: Entre el populismo y la política pop. *Comunicar*, 29(66), 79-90. <https://doi.org/10.3916/C66-2021-07>
- McCoy, J., Rahman, T., & Murat, S. (2018) Polarization and the global crisis of democracy: Common patterns, dynamics, and pernicious consequences for democratic polities. *American Behavioral Scientist*, 62(1), 16-42. <https://doi.org/10.1177/0002764218759576>
- Morandé L., F. (2016). A casi tres décadas del Consenso de Washington. ¿Cuál es su legado en América Latina? *Estudios Internacionales*, 48(185), 31-58. <https://doi.org/10.5354/0719-3769.2016.44553>
- Mouffe, C. (2018). *Por un populismo de izquierda*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Offé, C. (2005). *Las nuevas democracias: Transición política y renovación institucional en los países post-comunistas*. Barcelona: Editorial Hacer.

- O’Neil, S. K. (2016), Latin America’s populist hangover. What to do when the people’s party ends. *Foreign Affairs*, 95(6).
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: How the new personalized web is changing what we read and how we think*. Nueva York: Penguin.
- Park, C. S. (2017). Unpacking the relationship between mobile phone usage patterns, network size, and civic engagement. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 7(2), 169–197. <https://doi.org/10.29333/ojcm/2596>
- Pía Lara, M. (2018), A conceptual analysis of the term ‘populism’. *Thesis Eleven*, 149(1), 31-47. <https://doi.org/10.1177/0725513618815770>
- Prior, M. (2007). *Post-broadcast democracy: How media choice increases inequality in political involvement and polarizes elections*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andl, S., & Nielsen, R. K. (2020). Digital News Report 2020. Oxford University: Reuters Institute for the Study of Journalism. Recuperado de: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf
- Rojas, H. (2018). Tendencias y desafíos en comunicación política. (Artículo inédito). Universidad Externado de Colombia.
- Rubio Núñez, R. (2018). Los efectos de la posverdad en la democracia. *Revista de Derecho Político*, 1(103), 191-228. <https://doi.org/10.5944/rdp.103.2018.23201>
- Sartori, G. (1976). *Parties and party systems: a framework for analysis*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Schumpeter, J. (2016). *Capitalismo, socialismo y democracia*. Madrid: Página Indómita.
- Slater, D. (2016). Polarization without poles: Oligarchy, populism, and democratic careening. Memo prepared for Polarized Politics Workshop, Georgia State University, Atlanta.
- Sunstein, C. R. (2018). *#Republic: Divided democracy in the age of social media*. Princeton: Princeton University Press.
- Tocqueville, A. de (2020). *La democracia en América*. México: FCE.
- Urman, A. (2019). Context matters: political polarization on Twitter from a comparative perspective. *Media, Culture & Society*, 42(6), 857-879. <https://doi.org/10.1177/0163443719876541>
- Valenzuela, S., & Rojas, H. (2019). Taming the digital information tide to promote equality. *Nature Human Behaviour*, 3, 1134–1136. <https://doi.org/10.1038/s41562-019-0700-9>
- Waisbord, S. (2020). ¿Es válido atribuir la polarización política a la comunicación digital? Sobre burbujas, plataformas y polarización afectiva. *Revista SAAP*, 14(2), 249-279. <https://doi.org/10.46468/rsaap.14.2.A1>
- Weber, M. (2014). *Economía y sociedad*. México: Fondo de Cultura Económica.

Esta obra está bajo Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0 Internacional.

