



Facultad de Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar

CARRERA DE COMUNICACIÓN

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE GRADO DE
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN**

TRABAJO DE TITULACIÓN

MODALIDAD:

Ensayo académico

TEMA:

Discurso populista en las campañas electorales

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Comunicación, opinión pública y democracia

AUTOR:

Mayerlin Leonela Cevallos Macias

TUTOR:

Lic. Gonzalo Pisco, Mg.

2025-1

TEMA:

DISCURSO POPULISTA EN LAS CAMPAÑAS ELECTORALES

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHO DEL AUTOR

Yo, Mayerlin Leonela Cevallos Macias, portador de la cédula de ciudadanía No. 1313649038, declaro que el presente trabajo de investigación y criterios emitidos, respetan rigurosamente en todo momento las normas éticas, previstas en la Ley de Propiedad Intelectual, asumo responsabilidad en lo referente a criterios, doctrinas, que contenga el trabajo de investigación, titulado: “Discurso populista en las campañas electorales” son de mi autoría, y autorizo a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, para que haga de la investigación o parte de ella, documento disponible para, consultas de investigación, según las normas de la Institución, cediendo y aprobando la reproducción de los derechos patrimoniales del trabajo, con fines de difusión pública, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción, no suponga ganancia económica, y realice los derechos que como autor me corresponden, con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a mi favor, de conformidad con lo establecido en los artículos 5, 6, 8, 19 de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento, en concordancia, con el Art. 144 de la Ley de Educación Superior.

Para constancia firmo a continuación.



Mayerlin Leonela Cevallos Macias
C.I. 131364903-8

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido y revisado el, trabajo de investigación bajo la autoría de la estudiante Mayerlin Leonela Cevallos Macias, legalmente matriculado/a en la carrera de Comunicación período académico 2025-1, cumpliendo el total de 400 horas, bajo la opción de titulación de Ensayo Académico, cuyo tema del proyecto o núcleo problémico es "Discurso populista en las campañas electorales".

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 29 de julio de 2025.

Lo certifico,



Lic. ~~Gonzalo Pisco Sánchez~~, Mg.
Docente Tutor(a)

Área: Ciencias Sociales

AGRADECIMIENTO

Expreso mi profundo agradecimiento a Dios, que me ha guiado y fortalecido durante todo este camino académico siendo quien me daba fuerzas de seguir cuando sentía que no podía avanzar y por ser mi compañero en momentos difíciles y de soledad.

A mis padres, que han sido mi inspiración y mayor apoyo por su intensa lucha y sacrificio para darme lo mejor de ellos. A mis hermanos por su constante aliento y comprensión, son ellos mis pilares fundamentales para que hoy pueda celebrar este logro.

A mis buenos amigos cercanos de mi vida diaria que me han demostrado su afecto y apoyo incondicional. Sus palabras de aliento, gesto de amistad y presencia han hecho una diferencia invaluable a lo largo de mi vida.

Agradezco a cada uno de mis catedráticos de mi querida carrera de Comunicación por sus enseñanzas impartidas en clases siendo claves para mi profesión y por cada uno de sus consejos que alegaban para que seamos mejores personas en esta vida.

De manera especial a mi tutor del ensayo académico Lic. Gonzalo Pisco por ser mi guía y consejero estratégico para mi trabajo de titulación. Cada uno ha dejado una huella imborrable en mi corazón y en mi camino hacia el éxito.

DEDICATORIA

En este día tan especial y el más esperado desde hace algunos años al fin llegó, quiero agradecer a mis padres por el esfuerzo que hicieron para ayudarme a cumplir uno de mis sueños y también a aquellas personas que me abrieron las puertas de sus empresas para poder financiar mis estudios. A mi abuela Rosa que desde el cielo me ha guiado en este camino, hoy honro tus enseñanzas y valores. También a mis hermanos les dedico este logro por el apoyo incondicional y a mí porque a pesar que no fue fácil lo logré con dedicación, esfuerzo y esperanza. Que estas palabras reflejen mi profundo agradecimiento a cada persona que estuvo presente de una u otra manera durante este viaje académico.

TABLA DE CONTENIDO

Resumen.....	7
Abstract.....	8
Introducción.....	9
Desarrollo temático.....	11
1. Origen y conceptualización del populismo.....	11
1.1. El populismo en Rusia y Estados Unidos en el siglo XIX.....	11
1.2. El populismo en la Alemania Nazi.....	13
1.3. Conceptualización del populismo.....	13
2. Populismo y democracia.....	15
3. Aproximación teórica a los discursos políticos.....	16
3.1. Discurso político y populismo.....	16
3.2. El discurso político y medios de comunicación.....	19
3.3 Presencia del populismo en los discursos políticos.....	21
4. Discurso populista en América Latina.....	22
4.1 El discurso populista en campañas electorales de Argentina.....	22
4.2 El discurso populista en Cuba y Venezuela.....	23
4.3 El discurso populista en Ecuador.....	24
Conclusiones.....	29
Referencias.....	31

Resumen

El discurso populista ha ido aumentando desde su aparición en Rusia en el siglo XIX. Por lo tanto, cada vez es más frecuente en las campañas electorales en los países de América Latina. Estos discursos critican rotundamente a las élites económicas y políticas prometiendo soluciones a los problemas que aquejan a una sociedad y así tener mejores días para los ciudadanos de la nación. La retórica populista en este contexto se caracteriza por la oposición entre la élite corrupta y el pueblo. Este ensayo académico tiene como objetivo analizar cómo el discurso populista, difundido a través de los medios de comunicación, tanto tradicionales como digitales, influye en el electorado durante las campañas electorales.

Los hallazgos de este ensayo evidencian que, los discursos populistas son elaborados y pre-producidos influyendo directamente sobre los votantes. Por ello, el populismo no siempre es bueno para la democracia de un país, debido a que puede llevar a pérdidas de libertad y concentración en el poder. De igual forma, se aclara que el populismo es una estrategia de comunicación que se convierte en una herramienta poderosa en la política contemporánea, especialmente en tiempos de crisis.

Palabras clave: campañas electorales, comunicación política, discurso populista, populismo.

Abstract

Populist discourse has been increasing since its appearance in Russia in the 19th century. Therefore, it is increasingly common in electoral campaigns in Latin American countries. These speeches roundly criticize the economic and political elites, promising solutions to the problems that afflict a society and thus have better days for the citizens of the nation. Populist rhetoric in this context is characterized by the opposition between the corrupt elite and the people. The purpose of this academic essay is to analyze how the populist discourse disseminated through different media, both traditional and digital, influences the electorate during times of electoral campaigns. The findings of this essay show that populist speeches are prepared and pre-produced, directly influencing voters. Therefore, populism is not always good for a country's democracy, because it can lead to losses of freedom and concentration of power. Likewise, it is clarified that populism is a communication strategy that becomes a powerful tool in contemporary politics, especially in times of crisis.

Keywords: electoral campaigns, political communication, populist speech, populism.

Introducción

En Rusia y Estados Unidos, en el transcurso del siglo XIX, surgieron líderes carismáticos que buscaban establecer un vínculo directo con el pueblo, a menudo utilizaban un lenguaje que resonaba con las preocupaciones y aspiraciones de las clases populares.

Para Arbuet (2016), al transcurrir el siglo XX el populismo se consolidó como una estrategia política distintiva en la región. Con el nacionalismo y los movimientos obreros, emergieron líderes emblemáticos que apelaron a las emociones de las masas. Tal es así que, se expandió por toda Latinoamérica y ha sido impulsado por crisis económicas, desigualdades sociales y una desconfianza creciente hacia las instituciones tradicionales.

Estos movimientos han apelado a una mezcla de fervor y polarización, desafiando las estructuras de poder establecidas a través de discursos que prometen cambios radicales y que suelen ser alimentados por medios de comunicación tradicionales y digitales.

Los líderes populistas durante las campañas electorales suelen utilizar estrategias de marketing político donde resaltan sus virtudes personales y crean una imagen redentora, a menudo los candidatos presentan propuestas atractivas que en algunos casos están desconectadas con la realidad del país, lo cual ocasiona una desconfianza entre sus votantes.

En la actualidad son muchos los países latinoamericanos donde el populismo se ha vuelto común, debido a que sus ciudadanos tienen carencias en el ámbito social y económico. Por ello, son influenciados por políticos que utilizan perfectamente el populismo para gobernar la nación a la cual representan. Sin embargo, en algunos casos se ha sustituido a la democracia por una dictadura.

El populismo en las campañas electorales de Sudamérica, incluyendo a Ecuador ha sido un fenómeno fuerte que se manifiesta a través de promesas de salvación y eslóganes que apelan a las emociones y necesidades de sus ciudadanos. En Ecuador, ha tenido un rol crucial entre la democratización y la inclusión de grupos o sectores excluidos.

En los últimos años, el populismo en Ecuador ha tenido un gran impacto en la política y la economía, debido a que sus ciudadanos se sienten agotados de que la realidad del país sea la misma de siempre, se plantea dar respuesta de ¿cómo influye el discurso populista en la configuración de las campañas electorales en América Latina y qué riesgos representa para sus sistemas democráticos?

Esta investigación tiene como objetivo analizar cómo el discurso populista, difundido a través de los medios de comunicación, tanto tradicionales como digitales, influye en el electorado durante las campañas electorales.

El presente ensayo académico se aborda, a partir de la revisión bibliográfica de la literatura existente, en fuentes académicas y especializadas, y aborda el populismo que existe en los discursos de los candidatos en las campañas electorales y que son emitidos por los diferentes medios de comunicación.

El ensayo concluye, entre otras cosas, que el discurso populista ya no es espontáneo, sino que se expresa como una estrategia prefabricada utilizada en campañas electorales con el objetivo de influir en las emociones de los votantes.

Desarrollo temático

1. Origen y conceptualización del populismo

1.1.El populismo en Rusia y Estados Unidos en el siglo XIX

El populismo tuvo su origen en el siglo XIX en Rusia, fue impulsado por los decembristas, que eran aquellos que habían participado en guerras napoleónicas en París entre los años de 1815 y 1821, donde también tuvieron el privilegio de estudiar a la revolución francesa como la inglesa (Arbuet, 2016, p. 2).

Sin embargo, el populismo tuvo que pasar por diferentes etapas desde su aparición en la política, porque cada vez llamaba la atención ver cómo con una buena estrategia de comunicación y utilizando los medios de aquella época, se podía manipular a grandes masas.

Para Arbuet (2016) en una primera etapa, surge en 1857, el nombre de Alexander Herzen, un militante socialista, que se lo considera como pionero del populismo al crear una estrategia comunicativa basada en la publicación de escritos y panfletos que difundían sus ideas y conectaban con intelectuales y revolucionarios, con el objetivo de promover reformas sociales en Rusia y Europa.

Según Arbuet (2016), tiempo después surge el movimiento populista socialista denominado los "Narodniki", que se oponía al capitalismo en defensa de los campesinos, pero fracasó por divisiones ideológicas y la falta de una base económica sólida, lo que llevó a la pérdida de confianza popular. En una tercera fase, emergió el populismo nihilista, que se oponía a las élites y estaba a favor del pueblo, aunque carecía de una visión clara y alternativa viable para el futuro.

Los hermanos Lenin representaron una gran parte de la historia de la revolución rusa. Sin embargo, el populismo ruso nunca confió en la clase obrera por su escasa organización y desarrollo. En cambio, se centró en el campesinado como la principal fuerza para el cambio

social. Además, los fracasos anteriores y el nihilismo generaron escepticismo que finalmente se inclinó a una socialdemocracia.

Por lo tanto, aunque el populismo puede ser tanto de izquierda como de derecha, en el siglo XX predominó en el socialismo, convirtiéndose en una corriente tradicional a nivel mundial.

Cabe recalcar que el populismo en este siglo no solo se dio en Rusia, sino también en Estados Unidos durante los últimos años de este siglo. Surgió principalmente como un movimiento significativo que buscaba dar voz a las preocupaciones que tenían los trabajadores y agricultores en un tiempo de cambio y desafío económico.

Mientras eso ocurría en Europa en ese tiempo, en América también se posesionaba el populismo. Los populistas estadounidenses experimentaban una angustia que no solo provenía de las dificultades económicas inmediatas, sino también de la incertidumbre por encontrar acomodo en un mundo dominado crecientemente por las grandes ciudades, los grandes bancos, los grandes empresarios, las grandes empresas ferroviarias, es decir, un entorno que desde cualquier perspectiva les resultaba amenazante (García, 2010, p. 18).

Retomando los orígenes y la evolución del populismo, es importante mencionar que desde mediados del siglo XX el término populismo ha sido empleado por liberales y conservadores, quienes critican tanto los totalitarismos como los líderes carismáticos de moda, sin conexión con un contexto histórico anterior, utilizándolo como un equivalente de demagogia.

“El populismo resume en buena medida el ambiente político, económico y social de las décadas precedentes” (García, 2010, p.8).

En pocas palabras, el populismo nació cuando el movimiento obrero a nivel mundial se encontraba en crisis y necesitaba soluciones urgentes. Además, Marx en su teoría apostaba por un socialismo campesino y no por uno que sea un proletariado (García, 2010).

1.2.El populismo en la Alemania Nazi

En la época de la Alemania nazi, el populismo se caracterizó por una combinación de nacionalismo extremo, un fuerte enfoque en la identidad nacional y la retórica antielitista que utilizó Adolf Hitler en su discurso que apelaba a las emociones durante su régimen dejando una huella histórica para siempre.

Según Ortiz-Arellano (2022) la propaganda de cartel como medio de comunicación en la segunda guerra mundial fue fundamental para manipular a las masas a través de sus mensajes que estaban escritos en ellos.

Hitler utilizó los medios de comunicación como instrumento para consolidar el poder de su mandato y controlar la narrativa pública, siendo así que pudo mantener su dominio y justificar crueldad de aquellos años.

Para Fernández (2024) Hitler implementaría la idea de que la influencia de los medios era tan considerable que podía transformar un asunto insignificante en un tema crucial para el Estado. Ya que tenía la habilidad de moldear la opinión pública y de captar las preocupaciones de las masas. Por lo tanto, podría decirse que los medios son, sin duda alguna, el componente más significativo y poderoso de la propaganda en cualquier nación.

Cabe destacar que, tanto la Alemania Nazi como Estados Unidos necesitaban reclutar soldados y usaron carteles persuasivos para convencer a la gente de unirse, estos apelaban a sus ideologías y a la urgencia de la guerra, mostrando a veces jóvenes idealizados para conectar con el público objetivo apto para el combate.

1.3.Conceptualización del populismo

Definir al populismo es algo complejo, ya que tiene un vínculo muy fuerte en el ámbito político y diversas interpretaciones ideológicas. Se entiende por “populismo” al fenómeno político que se caracteriza por representar al pueblo y estar en contra de la élite. En otros términos, “Este líder se presenta como uno más del pueblo (principio de identificación,

uno de los nuestros) que viene de fuera de la política (*outsider*) con la mejor de las disposiciones de representar y encarnar al pueblo que pretende gobernar” (Valenzuela et al., 2023, p.3). Por lo tanto, los líderes populistas son quienes se presentan como la voz auténtica de los ciudadanos, y prometen defender sus intereses contra una élite percibida como corrupta o desconectada de la realidad del pueblo. En sí, lo que pretende el populismo es devolver el poder a los ciudadanos y restablecer la soberanía de los mismo.

Para Ahedo (2023) existe una ambigüedad conceptual con el término del populismo que aún no ha sido bien definida. Sin embargo, argumenta que los políticos populistas buscan división social y política.

Actualmente existen problemas que se centran mayormente en lo económico y social en países de Latinoamérica, lo que da cabida a este tipo de estrategia que busca crear un vínculo fuerte entre el líder y el pueblo. Por esta razón, Barberá y Del Fresno (2019) argumentan que, "el populismo no surge de forma instantánea, es decir, han de darse una serie de elementos que signifiquen una ruptura populista" (p. 2). Mientras para Lava y Ibáñez (2024) manifiestan que, el nivel de populismo en el discurso de los partidos varía dependiendo de la posición que ocupan en su sistema político. Es decir, depende de qué posición se encuentre el líder si es de izquierda o derecha.

El populismo se lo podría analizar desde un enfoque ideacional que tiene una ideología delgada que separa a las sociedades entre el pueblo y las élites corruptas. “Desde la perspectiva ideológica de izquierda, el populismo promueve la estatización de la economía y el aumento del gasto social: considera que sólo la acción planificada del Estado logrará satisfacer las necesidades del pueblo” (Valenzuela et al., 2023, p.5). En otras palabras, se basa en la idea de que un líder representa al pueblo y se encuentra en lucha contra las élites.

Cabe recalcar que el populismo ha estado presente desde el siglo XIX y ha sido estudiado desde diferentes ámbitos en las ciencias sociales. “Desde sus orígenes, el

populismo ha contado no solo con respaldo teórico sino también filosófico, y que esto ha derivado, de conjunto con otros factores, en que todavía cuenta hoy con cierto respaldo desde la academia” (Peña, 2022, p.2). Ciertamente el populismo ha perdurado en el tiempo mediante la combinación de apoyo teórico, filosófico y su capacidad para adaptarse a contextos sociales cambiantes. Más allá de sus definiciones, el populismo tiene una intención estratégica relacionada con la percepción, las emociones y las acciones de los votantes.

Se considera específicamente que las corrientes populistas persiguen transformar la manera en que los miembros de la sociedad logran imaginar una mejor vida en su país.

Sobre todo, aquellos que se sienten mayormente marginados y excluidos de la política convencional.

2. Populismo y democracia

El populismo puede traer dudas sobre la estabilidad y calidad de la democracia de un país, a pesar de que puede surgir como respuesta a injusticias sociales, frecuentemente lleva a la erosión de principios democráticos, concentrando el poder y reduciendo libertades civiles.

Para Tejada (2024) los países que han sido dirigidos por líderes y movimientos populistas han disminuido el nivel y la calidad de su democracia, y en el peor de los casos, han terminado en regímenes totalitarios.

Resulta pertinente reconocer la fragilidad de las democracias ante el populismo, que, aunque se presenta como solución a problemas sociales, a menudo resulta ser la pérdida de libertades y concentración de poder. Por ello, es aconsejable que los ciudadanos se mantengan informados y comprometidos para defender las instituciones democráticas y asegurar una democracia sólida y efectiva.

El populismo cada vez se ha hecho más común a nivel mundial, es muy utilizado por políticos para persuadir a su gente, sobre todo durante el tiempo que dura la campaña

electoral. Según Urbinati y Rossello (2022) consideran que el populismo no representa una forma de democracia directa, ya que carece de elementos directos en su estructura.

Una de las estrategias más comunes de los líderes populistas es ganarse la aceptación del pueblo a través de sus discursos, en los cuales culpan a las elites de todos los daños o males ocasionados en el país.

Para Sánchez-Prieto (2021), en sociedades complejas, la democracia directa se vuelve impracticable y problemática debido a sus características que pueden ser antipluralitas, especialmente si se intenta concretar el mito social de la voluntad general.

Por otro lado, Colotta y Durán (2021) argumentan que en un régimen democrático es más efectivo cuando predomina la corriente que va del representado al representante, en lugar de la inversa, es decir, cuando los intereses y deseos de los ciudadanos son los que guían a sus representantes. Siendo así que, bajo las reflexiones que realizan las investigadoras citadas, miran al populismo como algo positivo, ya que puede ser una herramienta para la participación democrática en las sociedades plurales.

Para Morán (2021) el populismo no se puede categorizar únicamente como algo negativo ni completamente positivo. En su naturaleza tanto de movimiento como de institución, representa una respuesta variable a los retos que ha planteado la democracia de masas desde sus inicios, especialmente en América Latina. Por ello, la autora considera que el populismo complejo y ambivalente, surge como respuesta a los desafíos de la democracia de masas, especialmente en América Latina.

3. Aproximación teórica a los discursos políticos

3.1. Discurso político y populismo

El discurso populista en las campañas electorales contemporáneas tiende a enfocarse en la polarización, la simplificación de problemas complejos, la crítica a las élites políticas y económicas, así como en la promesa de soluciones rápidas y directas a los desafíos que

enfrenta la sociedad. Es decir, el líder se presenta como la voz del pueblo y rechaza a la élite en su totalidad, prometiendo trabajar en beneficio para el pueblo y solventar las necesidades que aquejan a sus habitantes.

Según el académico, asesor electoral y político J. Mendoza (comunicación personal, 20 de noviembre de 2024), en sus inicios el discurso populista formaba parte de un estilo, porque era espontáneo, sin embargo, con el tiempo debido a la estrecha relación con el campo de la comunicación se convirtió en una estrategia de las campañas electorales, dejando atrás el ser un estilo y la espontaneidad, para dar paso a la actuación y a una narrativa preelaborada o preproducida. Cuyas líneas temáticas y argumentales obedecen a un patrón que forma parte de un plan estratégico de comunicación, en el que la sensibilidad y la emotividad del votante son dos elementos claves a ser atrapados por parte del discurso populista del político.

Es por ello, que los políticos optan como retórica siendo excesivamente emocional y simplista porque busca conectar con los ciudadanos a través de promesas y pronunciando un tipo de eslogan simple de fácil recordación. Es decir, “Todos los gobiernos han usado sofisticados sistemas de propaganda política, pero el Populismo los maximiza, creando símbolos y relatos míticos que justifiquen su acción de gobierno y los separe de las oligarquías políticas gobernantes en sus países hasta la fecha” (Fernández, 2020, p. 7).

Dentro de estos existen los discursos de odio que son aquellos que culpan a los gobiernos pasados de todos los males de un país, los cuales son difundidos por los medios tradicionales y digitales. Para Martínez y Sánchez (2023) el discurso de odio ofrece, fundamentalmente la eliminación del “otro” para restaurar un orden idealizado del pasado. El lenguaje ofensivo promete borrar a ese “otro” considerado negativo, yendo más allá de la confrontación propia del debate político.

En un entorno global, se ha evidenciado un incremento en la aceptación de figuras políticas de tendencia populista en algunos países, lo cual ha suscitado un renovado interés en

comprender la mecánica y estrategias comunicativas que respaldan a estas corrientes. “Un populismo de izquierda aparece como un síntoma de la tensa articulación entre dos tradiciones: el liberalismo político (con sus derechos individuales, división de poderes) y la democracia” (Retamozo, 2019, p. 2).

La presencia del populismo se encuentra tanto en la derecha capitalista como en la izquierda socialista y se justifica al considerar la adopción de ciertas características discursivas comunes. Estableciéndose una dicotomía entre el pueblo y las élites, además, se produce una identificación entre el líder y el pueblo a través de un uso pronominal y también en la emergencia de un momento populista, generado a raíz de una crisis institucional y política de representación, da lugar a un nuevo discurso, una retórica renovada que busca superar la globalización, neoliberalismo, entre otros aspectos. Retamozo (2019), señala que:

La referencia al pueblo y a la soberanía es un terreno de disputa central y la tarea política por excelencia. Pero mientras el populismo de derecha enarbola una soberanía nacional, de los “verdaderos nacionales”, el populismo de izquierda se propone construir un pueblo que enfrente a la oligarquía a partir de su pluralidad (p. 3).

A menudo, la derecha considera que la izquierda es populista debido a su tendencia a influir en la clase obrera y popular. Por otro lado, la izquierda ve a la derecha como populista por su capacidad de manipular a las clases medias y a sectores populares menos politizados, utilizando discursos que apelan a emociones básicas como el miedo. En resumen, en ambas perspectivas, el populista es percibido como el "otro", quien se expresa a través de una retórica simplificada y esencialista que como se menciona anteriormente busca conectar con el pueblo.

Los discursos populistas siempre han estado presentes en nuestras vidas, por ejemplo, en la época de Adolf Hitler como líder de su partido socialista llegó a influenciar grandes

masas a través de la propaganda emitida en los medios de comunicación de Alemania. Según Villarte (2020) argumenta que Joseph Goebbels suele pasar de desapercibido, pero fue quién se desempeñó como ministro de Propaganda del Tercer Reich durante la gobernanza de Hitler, teniendo un papel crucial en la difusión de ideología nazi y la manipulación de opinión, ya que Goebbels tenía una habilidad muy fuerte en la oratoria y utilizó sus discursos de odio que movilizó a grandes masas para que apoyaran al régimen nazi.

Para Villarte (2020), Joseph Goebbels ayudó mucho a Hitler a elaborar una serie de estrategias que fueron clave en el triunfo de Hitler y la ferviente devoción que parte del pueblo alemán le demostró durante los años en los que el partido nazi gobernó Alemania. Mientras que Fernández (2024) argumenta que “Adolf Hitler, durante todo su mandato, se caracterizó por su gran capacidad de persuasión y su gran oratoria, esto junto con el asombroso sistema propagandístico ideado por Goebbels” (p.14). Ambos autores coinciden que Hitler gracias a su buena oratoria y a las buenas estrategias de comunicación política que tuvo, pudo mantenerse en el régimen durante muchos años, ya que persuadió a grandes masas en Alemania.

La efectiva y estratégica propaganda nazi de Goebbels y la grandiosa capacidad de oratoria de Hitler, fueron quizá, las principales herramientas que le permitió a Hitler, adoctrinar a miles y millones de ciudadanos alemanes. Nunca antes, se había podido evidenciar la exitosa fusión de la comunicación política, la propaganda, los medios de comunicación y la capacidad de oralidad y de persuasión en las masas, como se logró ejecutar en la Alemania nazi y en Europa, antes de la segunda guerra mundial.

3.2.El discurso político y medios de comunicación

Los medios de comunicación han tenido un rol protagónico en el surgimiento, crecimiento y posicionamiento del populismo; desde siempre han estado conectados a la política o a la comunicación política, ya que tienen la capacidad o característica de poder

manipular a grandes masas. Para Varão (2023) esta realidad se fortaleció en el siglo XIX, gracias a la imprenta del alemán Johannes Gutenberg, la humanidad contaba con medios de comunicación como los periódicos o los panfletos, cuya penetración e impacto eran muy fuertes en esas fechas.

Para el siglo XX los medios de comunicación evolucionaron y se diversificaron, con la aparición de la radio en 1920, posteriormente el cine, la televisión, la fotografía, el teléfono, el telégrafo fueron un boom en esos años, las personas tenían un acceso a la información diferente que en el siglo pasado marcando un antes y después en sus vidas y en la comunicación de masas.

Según Varão (2023) los medios de comunicación desde el siglo XIX hasta la actualidad han sido fundamentales para la propaganda política, porque a través de estos se persuade grandes masas a nivel mundial.

Los medios de comunicación o los mass media, juegan un papel fundamental en los discursos populistas, ya que son una herramienta de información, pero también de propaganda, publicidad, marketing o difusión, que impacta significativamente en la opinión pública. Es decir, “El periodismo y los medios de comunicación convencionales también aportan a la polarización porque, en la mayoría de los casos, no mantienen la relativa imparcialidad y el terreno neutral que la ética informativa impone” (Romero-Rodríguez et al., 2021, p.5). Por consiguiente, los medios tanto comerciales como públicos terminan tomando una postura partidista donde sus actores populistas siempre serán señalados en el medio como la mejor opción para el pueblo

Cuando una persona refuerza sus actitudes populistas, tiende a percibir que la información proveniente de los medios de comunicación no concuerda con sus puntos de vista. Además, este incremento en actitudes populistas amplía la discrepancia entre la percepción de congruencia con la opinión pública y la hostilidad atribuida a los medios (Romero-Rodríguez

et al., 2021). De manera que, muchas personas han dejado de creer en los medios de comunicación porque perciben que estos manipulan la información de acuerdo con la posición partidista que tomen, afectando a la percepción pública y contribuyendo a la polarización en el discurso político.

3.3 Presencia del populismo en los discursos políticos

Según De Almeida (2023) considera que el populismo siempre está presente en los discursos políticos y que se opone al liberalismo, en otras palabras, existe el antiliberalismo.

Para captar la diversidad social y el sentir de las masas es clave una figura carismática que se asemeje a la figura clásica del monarca, que personifica y da voz a una especie de nación-pueblo.

Las vertientes populistas de derecha o de izquierda, se fundamentan principalmente en su rechazo a la estructura liberal de la democracia representativa.

Mila et al. (2022) coincide que ambas corrientes hacen uso del populismo en sus discursos políticos, con los líderes que apelan a las emociones del electorado a través de una narrativa de “nosotros” contra “ellos”. Esto facilita la movilización de las masas, que a menudo eclipsan propuestas políticas concretas y se centran en la confrontación con adversarios políticos.

En los debates presidenciales, lejos de propuestas y soluciones, se suelen priorizar ataques directos hacia los oponentes lo que también dificulta la construcción de un diálogo constructivo sobre los problemas sociales y económicos. Ejemplo de este tipo de estrategias se notaron en los discursos de Jair Bolsonaro y Lula Da Silva en Brasil, así como los de Gabriel Boric y José Antonio Kast en Chile.

Para Mila et al. (2022) este fenómeno en América Latina no es un reflejo de las tensiones económicas y sociales presentes en la región. Se han convertido en escenarios donde los candidatos, en lugar de presentar soluciones detalladas, priorizan ataques directos

hacia sus oponentes. Esto no solo refuerza la polarización, sino que también dificulta la construcción de un diálogo constructivo sobre los problemas sociales y económicos que enfrenta la región.

4. Discurso populista en América Latina

4.1 El discurso populista en campañas electorales de Argentina

Para Peña (2022) en América Latina el populismo llegó a mediados de la década de los años cuarenta, las primeras evidencias de su presencia se observaron en Argentina y Brasil. Desde su aparición y durante todo este tiempo cada vez es mayormente utilizado por los políticos en tiempo de campañas electorales, buscando conectar con la ciudadanía y la obtención de votos del electorado. Sin embargo, podríamos decir que el populismo en la región es una pandemia a la cual la mayoría de los políticos recurre para “ganarse” el respaldo de la gente.

Durante los años de 1940 se destacaron los gobiernos de Juan Domingo Perón en Argentina y Getúlio Vargas en Brasil quienes fueron unos de los pioneros en la región, ya que compartieron populismo, políticas laborales, intervención estatal, liderazgo carismático, nacionalismo y resistencia a la oposición en los 40 donde buscaban una transformación social y económica en sus países (Peña, 2022).

La desigualdad que enfrenta América Latina da cabida a que el populismo sea más fuerte en la región, en el cual los gobiernos populistas presentan proyectos de inclusión a los más pobres. A finales del siglo XX e inicios del siglo XXI los ejecutivos empezaron a gobernar bajo el neopopulismo, es decir promueven una política en contra de la élite establishment tradicional y partidos.

Según Retamozo (2025) Argentina desde las últimas dos décadas el populismo ha tenido una constante presencia y adaptación en el contexto social, económico y político. Su eficacia se centra en su capacidad para interpretar el malestar social, ofreciendo

soluciones simples a problemas complejos. Siendo así que, va construyendo una narrativa emocional y polarizante que impacta profundamente en el electorado.

Para Retamozo (2025) el discurso utilizado en las elecciones de 2023 del actual presidente de Argentina Javier Milei logró resonancia en el electorado, centrándose en criticar al Estado, cuestionando su eficiencia y responsabilizándolo por regulaciones consideradas ilegítimas, injustas o excesivas.

Milei en su discurso utilizó el término de “La Casta”, haciendo referencia a los enemigos del pueblo o grupos privilegiados como políticos, empresarios, políticos o sindicalistas que hacen daño a la nación, prometiendo acabar con ellos.

4.2 El discurso populista en Cuba y Venezuela

El populismo ha estado presente desde las últimas décadas en Latinoamérica, siendo la segunda región a nivel mundial luego de Europa donde el socialismo se ha arraigado especialmente en países como Cuba y Venezuela que han pasado momentos duros por sus gobiernos totalitarios.

Para Martínez (2022) el discurso del expresidente de Venezuela Hugo Chávez, se caracterizó por su retórica nacionalista, presentándose como la voz de los excluidos, lo cual generó movilización de masas. Hugo Chávez implementó políticas redistributivas financiadas con ingresos petroleros, sin tomar en cuenta los límites presupuestarios, lo cual condujo a una crisis económica. Mientras que, Nicolás Maduro, enfrentando una economía en crisis, aumentó el autoritarismo y se apoyó en una alianza cívico-militar para mantenerse aun en el poder.

Según Dilla (2023) en Cuba la llegada de Fidel Castro y el Che Guevara en 1959 fue cuando se estableció una base del populismo en la isla, ellos crearon la “Revolución Cubana” la cual iba en contra de la dictadura de Fulgencio Batista, ya que apelaba a los intereses de los ciudadanos.

Para Dilla (2023) la “Revolución Cubana” a través del discurso de Fidel Castro que prometía un cambio y mejores días para el país ganó acogida de los cubanos. El discurso creó un “Nosotros” y “Ellos” que fortalecía la identidad nacional y movilizó a la población en torno a un enemigo común, lo cual es característico del populismo.

Cabe destacar que el populismo, aunque se presente como representativo de los intereses del pueblo muchas veces silencia voces que están en desacuerdo y desaparece la democracia.

4.3 El discurso populista en Ecuador

Para De la Torre (2021), los populistas que intentan polarizar a un país culpan a las élites y a las instituciones gubernamentales, de ser ellos la causa de los problemas de la población o el pueblo como suelen decir. Esta visión genera inevitablemente respuestas polarizadas del bando opuesto que tilda a los populistas y a sus seguidores de ser nocivos para la democracia.

Dicha perspectiva puede aplicarse también al contexto ecuatoriano reciente, donde la polarización entre “Correísmo” y “anticorreísmo” ha sido un eje central del debate político desde la aparición del ex presidente Rafael Correa en la escena electoral hasta el día de hoy.

Esto también ha marcado la discursividad de un pro y un anticorreísmo aún en muchos movimientos sociales no necesariamente políticos partidistas, aunque históricamente podría decirse que no es el único caso de polarización.

Sobre aquello el comunicólogo y especialista en información contemporánea y docente de la Universidad Andina, Pablo Escandón (comunicación personal, 13 de mayo del 2025) sostiene que desde su origen como “Alianza País” el movimiento RC5 ha trabajado un discurso populista disfrazado de popular y progresista, teniendo como punto focal la figura de un líder mesiánico, moralmente superior y lleno de virtudes, con lo cual se convirtió al ex

presidente Rafael Correa Delgado en un nuevo Velasco Ibarra, Febres Cordero o Assad Bucaram, personajes de la derecha popular que dominaron la escena política entre los años 60 al 90.

El citado docente sostiene además que “bajo el enunciado del *correazo a la vieja política*, Alianza País no fue un partido porque criticaba a la institucionalidad obsoleta de los partidos políticos, de esa manera se desmarcó de lo viejo y de estar más cercanos a las bases y a la gente y no depender de una jerarquía partidista, que respondía a élites económicas y de caciques en regiones”.

Para Alemán et al. (2024) el populismo ha evolucionado las últimas dos décadas en el Ecuador adaptándose a contextos sociales y políticos cambiantes. Siendo así que, se ha manifestado con un rasgo distintivo en las campañas electorales. Los líderes han utilizado un lenguaje que resuena con las emociones y las desilusiones del pueblo, creando una narrativa de "nosotros contra ellos" que polariza a la sociedad.

Esta estrategia ha sido totalmente efectiva en campañas donde los candidatos se presentan como salvadores del pueblo, utilizando la identificación de enemigos como parte central de su discurso que se difunde por medios tradicionales y digitales.

Sobre esto el magíster en comunicación y marketing político, periodista y docente universitario Andrés Jaramillo (comunicación personal, 15 de mayo del 2025) considera que la evolución ha sido evidente en la primera década de los 2000, ya que el populismo se articulaba desde discursos televisivos, cadenas nacionales, tarimas y medios impresos. Sin embargo, a partir de 2013 y con más fuerza desde 2017 con la ayuda de las redes sociales se transformó el escenario porque actualmente el populismo ya no necesita un partido sólido ni un medio tradicional, sino que, basta con tener un celular, un equipo digital y un mensaje emocional y dicotómico.

El citado docente sostiene que “Los nuevos populistas algunos de derecha y otros de izquierda han aprendido que en Tik Tok, Instagram o X (antes Twitter), los mensajes polarizantes, emocionalmente cargados, con enemigos claros y promesas fáciles generan engagement. La diferencia principal con los medios tradicionales es la velocidad y horizontalidad: el líder puede “hablar” directamente al ciudadano sin intermediarios, pero también sin filtro ni responsabilidad”.

Según Soler (2020) el populismo contemporáneo mantiene elementos clásicos como el liderazgo carismático, la oposición a las élites y la apelación directa al pueblo, pero ahora con nuevas estrategias comunicacionales y una mayor presencia en las instituciones del Estado.

El discurso político que han difundido los líderes de diferentes partidos a través de los medios de comunicación tradicionales y digitales han ayudado a convencer o cambiar la forma de pensar de la ciudadanía al momento de elegir por quién votar.

Para el sociólogo, asesor político, docente universitario de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí y magister en gobernabilidad y gerencia política Wilmer Suárez (Comunicación personal, 19 de mayo de 2025), actualmente las redes sociales se han convertido en el nuevo escenario del discurso político, potenciando temas de confrontación y violencia mediante algoritmos emocionales. A diferencia de los medios tradicionales, estas plataformas brindan a los usuarios una sensación de "control" sobre la información que consumen y comparten. Sin embargo, en Ecuador, como en muchos otros países, la falta de educación digital afecta tanto a la ciudadanía como a los medios, que rara vez realizan verificaciones de hechos.

El mencionado asesor político considera que “las campañas privilegian los ataques personales y los contenidos falsos, alimentando el contexto de desinformación masiva que

influye en la opinión pública y muy probablemente afecta la decisión de los electores. De manera que las estructuras de poder de los partidos no han cambiado, los cambios han sido en estratégicos y tácticos en tiempos de campaña”.

En Ecuador el populismo ha tomado fuerza los últimos años debido a que los representantes de los diferentes partidos han utilizado los discursos populistas como una estrategia para llegar al poder, tomando a los medios de comunicación en general como un vehículo que persuade a grandes masas.

Para Bull y Sánchez (2020) los gobiernos de los expresidentes Rafael Correa en Ecuador y Hugo Chávez en Venezuela, ambos utilizaron un discurso maniqueísta que divide a la sociedad en "el pueblo" y "las élites". Este enfoque retórico no solo movilizó a las masas, sino que también estableció un vínculo emocional entre el líder y sus seguidores.

Durante el mandato de Chávez, él se presentó como un salvador nacional, lo que le permitió legitimar sus políticas y deslegitimar a sus adversarios. Mientras que Correa, aunque empleó estrategias similares, se centró más en un enfoque tecnocrático, lo que debilitó su conexión directa con el pueblo.

La entrevista que se mantuvo con los profesionales en política y comunicación coinciden que el populismo desde las últimas dos décadas en Ecuador ha tomado fuerza a través de los discursos que son emitidos por los diferentes medios de comunicación, entre ellos hacen énfasis que los medios digitales han sido un canal perfecto para cambiar la percepción de la ciudadanía respecto a un candidato.

De acuerdo con la perspectiva de los expertos consultados y la bibliografía revisada, sin duda el discurso populista en el Ecuador se presenta como un fenómeno adaptable en el tiempo. Esta capacidad se combina con su persistencia en las últimas décadas. Conforme a los expertos y a la literatura científica consultada, hay una matriz clásica en la discursividad

política. Sin embargo, ha sabido transformarse sobre todo en el modo de las estrategias comunicacionales orientadas a detonar las emociones de desencanto político en la población e influir en su decisión electoral.

El populismo ecuatoriano se ha distinguido principalmente por la polarización social, creando una división entre "el pueblo" y "las élites" o "la política tradicional". Líderes como Rafael Correa han sido presentados como salvadores de la nación, culpando a las instituciones por los problemas del país. Esta dicotomía genera reacciones polarizadas en la sociedad.

La evolución del populismo ha cambiado con el auge de las redes sociales. Antes se usaban medios tradicionales. Sin embargo, se considera que desde 2013 y más aún en el 2017, las plataformas como Tik Tok e Instagram permiten ahora a los líderes comunicarse directamente con el público. Esto ha intensificado el uso de mensajes polarizantes y emocionalmente cargados, generando un alto nivel de interacción.

Sin embargo, el cambio de estrategias de campaña, no impiden que las estructuras de poder de los partidos se mantengan similares. Alcanzar el poder mediante un discurso populista persuasivo, no dejará de ser el objetivo. Además, la falta de educación digital en la ciudadanía y medios de comunicación que raramente verifican hechos, permite que las campañas se centren en ataques personales y desinformación, afectando la opinión pública y las decisiones de los electores.

Conclusiones

En relación con el objetivo central del presente ensayo analizar cómo el discurso populista, difundido a través de los medios de comunicación, tanto tradicionales como digitales, influye en el electorado durante las campañas electorales, se llega a las siguientes conclusiones:

El discurso populista actualmente se centra en la polarización, en simplificar problemas complejos, criticar a las élites políticas, económicas y prometer soluciones rápidas y directas a los problemas que aquejan a los ciudadanos de la nación, lo cual no difiere en su esencia manifestada históricamente.

El discurso populista ya no es espontáneo, sino que se expresa como una estrategia prefabricada utilizada en campañas electorales con el objetivo de influir en las emociones de los votantes. Dicha estrategia comunicacional con más ataques que propuestas en sus contenidos, hace necesario estudiar más sus implicaciones utilitarias para ganar la simpatía de los ciudadanos y sus efectos en la democracia.

Respecto al rol de los medios de comunicación en la discursividad populista, desde el siglo XIX hasta los actuales momentos, éstos siguen siendo fundamentales en la propaganda política difundida a través de ellos, persuadiendo a grandes masas en todo el mundo.

De otro lado, la llegada de las redes sociales ha transformado el discurso político. Plataformas como Tik Tok, Instagram y X (anteriormente Twitter) han permitido que la comunicación sea directa entre líderes y ciudadanos a través de mensajes polarizantes. Sin embargo, eso ha puesto en mayor evidencia el divisionismo y la intolerancia donde los usuarios solo asumen posturas y opiniones similares a las propias o que son exacerbadas intencionalmente por determinados liderazgos políticos.

Los medios de comunicación públicos y privados suelen adoptar posturas partidistas que favorecen a actores populistas y las redes sociales se han convertido en el nuevo escenario de estas actitudes políticas, intensificando la confrontación y la violencia mediante algoritmos emocionales. Aquello se produce también por la falta de educación digital que afecta a la ciudadanía y a los propios medios de comunicación, ya que durante las campañas políticas suelen difundir ataques personales con contenido falso, que influyen en la opinión pública y en las decisiones de los votantes.

Los hallazgos obtenidos en este ensayo podrían ayudar a entender cómo el discurso populista ahora apela a canales digitales para ser más efectivo y conquistar grandes masas. Esto amerita seguir investigando las evoluciones del discurso junto con la tecnología y las nuevas inserciones de la inteligencia artificial.

Referencias

- Ahedo, U. (2023). Populismo, un concepto y una palabra controvertida. *RIPS: Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas*, 22(1), 1-15.
<https://doi.org/10.15304/rips.22.1.8278>
- Alcívar, C., y Albert, J. (2021). EL SOCIALISMO DEL SIGLO XXI Y LAS NUEVAS DEMOCRACIAS. *Revista Científica ECOCIENCIA*, 8 (4), 16-28.
<https://doi.org/10.21855/ecociencia.84.440>
- Alemán, E., Ávila, C., y Guerrero, X. (2024). El discurso populista y su relación con la polarización política. Análisis del debate de la primera vuelta en las elecciones presidenciales del ecuador 2021. *Revista de Comunicación Política*, 6.
<https://doi.org/10.29105/rcp.v6i1.61>
- Andino, B. (2020). El nosotros y los otros en los discursos del presidente ecuatoriano Lenin Moreno durante 2018. *Comunicación y medios*, 29(41), 29-41.
<http://dx.doi.org/10.5354/0719-1529.2020.55926>
- Arbuet, C. (2016). El populismo, una invención rusa. *Prácticas de Oficio* (2), 1-10.
https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/179224/CONICET_Digital_Nro.b28346f6-0d34-4192-b402-e63759de7585_B.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Barberá, R., y Martín del Fresno, F. (2019). Una aproximación al populismo en la figura de Donald Trump. *Vivat Academia*, (146), 113–135.
<https://doi.org/10.15178/va.2019.146.113-135>
- Bull, B. y Sánchez, F. (2020). Élités y populistas: los casos de Venezuela y Ecuador. *Iberoamericana*, 49(1), 96–106. <https://doi.org/10.16993/iberoamericana.504>
- Chavero, P. (2021). Nuevos líderes, ¿nuevos discursos? Análisis en Twitter de la campaña electoral de Andrés Arauz en Ecuador (2021). *Cultura, Lenguaje y Representación*, 26, 107-126. <http://dx.doi.org/10.6035/clr.5826>

- Colotta, M., y Durán, M. (2021). La democracia, el desacuerdo y el populismo en el siglo XXI. Bolivia y la refundación del estado. *Comillas Journal of International Relations*, 20, 31-50. <https://doi.org/10.14422/cir.i20.y2021.003>
- de Almeida, J. (2023). El discurso populista. *Historia y Comunicación Social*, 28(2), 259-266. <https://doi.org/10.5209/hics.92237>
- de la Torre, C. (2021). Polarización, fragmentación y competencia en las democracias liberales. *Ecuador Debate*, 112: 67-72. <http://hdl.handle.net/10469/17477>
- Dilla, H. (2023). Los espectros de la Revolución Cubana y la izquierda latinoamericana. *Nueva Sociedad*, (304), 49-59.
https://static.nuso.org/media/articles/downloads/3.TC_Dilla_304.pdf
- Fernández, L. (2024). El impacto de la propaganda nazi en la cultura alemana: 1933-1945. [Tesis de grado, Universidad de Oviedo]. Repositorio Institucional de Oviedo.
<https://hdl.handle.net/10651/72895>
- Fernández, P. (2020). La retórica del discurso populista. *Revista Refracción* (1). 1-21.
https://revistarefraccion.com/wp-content/uploads/2020/06/n%C2%BA1_Fernandez-Riquelme.pdf
- Lava, D., y Ibáñez, M. (2024). Campaña andaluza de 2022 en Twitter e Instagram: Discursos populistas, temáticos y de odio de los candidatos. *Revista ICONO 14. Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes*, 22(1).
<https://doi.org/10.7195/ri14.v22i1.2041>
- García Jurado, R. (mayo-agosto 2010). Las raíces del populismo. Los movimientos populistas del siglo XIX en Rusia y Estados Unidos. *Argumentos*, 23 (63), 267-288.
[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-57952010000200011&lng=es&tlng=es.](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-57952010000200011&lng=es&tlng=es)

- Martínez, A. (2023). Populismo en América Latina: el eterno retorno. *Ciencia Política*, 17(34), 19–44. <https://doi.org/10.15446/cp.v17n34.99074>
- Martínez, F. y Sánchez, P. (2023). Discursos de odio: aportes semióticos para su conceptualización. *Methaodos: Revista De Ciencias Sociales*, 11(1), 1-15. <https://doi.org/10.17502/mrcs.v11i1.672>
- Micovic, M., Alsina, A., y Anaya, R. (2020). Análisis argumentativo de los debates electorales en la campaña 28-A: la construcción del enemigo. *Revista Latina de Comunicación Social*, (76), 189-207. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2020-1443>
- Mila, A., Yasuhiro, K., Soengas, J., y Lara-Aguiar, J. (2022). Polarización política, populismo y discursos antagónicos en américa latina: análisis de los debates presidenciales de Chile (2021), Colombia (2022) y Brasil (2022). *MARCO (Marketing Y Comunicación Política)*, 8. <https://doi.org/10.15304/marco.id8948>
- Morán, S. (2021). El populismo o los populismos. Actualidad y particularidades del concepto en América Latina. *América Latina Hoy*, 87, 29-44. <https://doi.org/10.14201/alh.22677>
- Ortiz-Arellano, E. (2022). Carteles de Estados Unidos de América y la Alemania nazi en 1942: propaganda y guerra. *Revista Espiga*, 21 (44), 151-173. <https://doi.org/10.22458/re.v21i44.4466>
- Peña, R. (2022). El populismo y su dimensión constitucional en América Latina. *Astrolabio: Revista Internacional de Filosofía*, 25, 35-50. <https://raco.cat/index.php/Astrolabio/article/view/402875>.
- Retamozo, M. (2021). ¿Es posible un populismo de izquierda y democrático?. *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*, 66(243), 431-435. <https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2021.243.69323>

- Retamozo, M. (2025). El populismo antipopulista de Javier Milei. Demandas, discurso y política de la derecha radical en Argentina. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 253, 51-74. <http://dx.doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2025.253.87496>
- Romero-Rodríguez, L., Tejedor, S., y Pabón, M. (2021). Actitudes populistas y percepciones de la opinión pública y los medios de comunicación: Estudio correlacional comparado entre España y Colombia. *Revista Latina de Comunicación Social*, 79, 43-66. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2021-1507>
- Sánchez-Prieto, J. (2021). Democracia y creatividad. El nuevo horizonte de la política en el siglo XXI. *Revista Española De Sociología*, 30(1), 08. <https://doi.org/10.22325/fes/res.2021.08>
- Soler, L. (2020). Populismo del siglo XXI en América Latina. Estado y Comunes, *Revista de Políticas y Problemas Públicos*, 1(10), 17–36. https://doi.org/10.37228/estado_comunes.v1.n10.2020.146
- Tejada, L. (2024). El Populismo del Siglo XXI y los Mecanismos que Destruyen la Democracia. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(2), 4558-4586. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i2.10880
- Urbinati, N. y Rossello, D. (2022). Desafíos para la democracia: El populismo como una Nueva forma de gobierno. *Centro de estudios públicos*, 600, 2-18. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/360600167_Desafios_para_la_Democracia_El_populismo_como_una_nueva_forma_de_gobierno
- Valenzuela, K., Rodríguez-Virgili, J., y López, F. (2023). El populismo en las campañas electorales: análisis de los spots en las elecciones presidenciales de 2015 y 2019 en Guatemala. *Revista de Comunicación*, vol. 22,473-474. <https://doi.org/10.26441/RC22.1-2023-3069>

Varão, R. (2023). We, the narodniks: Russian populism, political propaganda, and the press in the 19th century. *Estudios Históricos*, 36 (78), 6–28.

<https://doi.org/10.1590/S2178-149420230102>

Villarte Ros, M. (2020). *Joseph Goebbels y Donald Trump, los demagogos con más éxito*

[Tesis de pregrado, Universidad Zaragoza] Zagan Repositorio Institucional de

documentos. <https://zagan.unizar.es/record/95281>