

Populismo, desinformación y polarización política en la comunicación en redes sociales de los presidentes populistas latinoamericanos

Populism, Misinformation and Political Polarization in Social Media Communications by Latin America's Populist Presidents

Sergio Rivera Magos*
Gabriela González Pureco**

Recibido el 2 de octubre de 2023
Aceptado el 10 de noviembre de 2023

Resumen

Este artículo presenta los resultados de una investigación que examina la presencia de populismo, desinformación y polarización en la comunicación de cinco líderes políticos latinoamericanos identificados como populistas: Alberto Fernández (Argentina), Luis Arce (Bolivia), Gustavo Petro (Colombia), Nayib Bukele (El Salvador) y Andrés Manuel López Obrador (Méjico). Utilizando una metodología que combina la extracción de datos de redes sociales con el análisis de contenido, se analizan las narrativas populistas, las estrategias de desinformación y la polarización presentes en la comunicación de estos presidentes. Los resultados revelan la presencia constante y significativa de populismo en su comunicación, caracterizado por referencias al pueblo virtuoso y a la voluntad general, así como el uso recurrente de la dicotomía pueblo y élite. Además, se identifica que la desinformación es una característica importante en la comunicación de estos líderes, representando más del 50% de su contenido. Esto incluye el uso de contenido engañoso, conexiones falsas y discursos de odio, que a menudo se utilizan para validar y difundir información falsa que respalde la narrativa populista. La polarización emerge como

* Doctor en Comunicación por la Universidad Rey Juan Carlos (España). Docente-Investigador en la Universidad Autónoma de Querétaro (UAQ). sergio.rivera@uaq.mx. ORCID: 0000-0002-2995-1147

** Doctorante en Gestión Tecnológica e Innovación en la Universidad Autónoma de Querétaro (UAQ). gabriela.gonzalez.pureco@uaq.mx. ORCID: 0000-0001-8449-0868

una tendencia dominante en la comunicación de estos líderes, caracterizada por el uso constante de términos como ellos y nosotros, así como la expresión de emociones políticas como justicia, alegría o ira.

Palabras clave

populismo; desinformación; polarización, política; redes sociales.

Abstract

This article presents the results of research that examines the interplay between populism, disinformation, and polarization in the communication of five Latin American political leaders identified as populists: Alberto Fernández (Argentina), Luis Arce (Bolivia), Andrés Manuel López Obrador (Mexico), Gustavo Petro (Colombia), and Nayib Bukele (El Salvador). Using a methodology that combines data extraction from social media with content analysis, the populist narratives, disinformation strategies, and polarization present in the communication of these leaders were analyzed. The findings reveal the constant and significant presence of populism in the communication of these leaders, characterized by references to the virtuous people and the general will, as well as the recurrent use of the dichotomy people and elite. Furthermore, it is identified that disinformation is a significant feature in the communication of these leaders, representing more than 50% of their content. This includes the use of deceptive content, false connections, and hate speech, often employed to validate and disseminate false information that supports the populist narrative. Polarization emerges as a dominant trend in the communication of these leaders, characterized by the constant use of terms like they and we, as well as the expression of political emotions such as justice, joy, or anger.

Keywords

Populism; Disinformation; Polarization; Politics; Social Media.

Introducción

En la última década, América Latina ha sido testigo de un crecimiento de tres fenómenos interconectados que han sacudido los cimientos de la democracia en la región: el populismo, la desinformación y la polarización política (McCoy, 2022; Naím, 2022; Vélez, 2020). Estos factores se han consolidado como los principales riesgos para la estabilidad de las democracias latinoamericanas, generando desafíos cruciales para la calidad de la gobernanza y la convivencia política en la región.

Los movimientos populistas en América Latina han ganado terreno a través de una atractiva promesa: dar voz y poder a aquellos históricamente olvidados, difamados o marginados por el *status quo*. Sin embargo, el consenso general sostiene que este compromiso rara vez, o nunca, se cumple en la práctica. Estos movimientos suelen simplificar el espacio público mediante una narrativa populista que se articula a partir de tres elementos centrales: la creación de una separación entre *ellos* y *nosotros* promovida por el líder, un discurso centrado en la moral y la invocación constante al *pueblo virtuoso* y la *voluntad general* (Ruiz, 2020).

La literatura reciente ha demostrado que existe una conexión inherente entre populismo, desinformación y polarización política (Llorca et al., 2021; Magallón Rosa, 2022; Monsiváis-Carillo, 2023; Naím, 2022; Saiz, 2020). Estas dos últimas estrategias, la desinformación y la polarización, se han convertido en herramientas recurrentes en la construcción de la narrativa populista. Por un lado, la comunicación oficial de los líderes populistas no busca necesariamente corresponder con los hechos, sino que representa un modelo de estrategia comunicativa que con frecuencia se adentra en la desinformación oficial. Por otro lado, el populismo, por su naturaleza polarizadora, genera dinámicas de conflicto intergrupal mediante estrategias de inclusión y exclusión (Naím, 2022).

Para profundizar en la relación intrincada entre populismo, desinformación y polarización en América Latina, esta investigación se propone analizar la presencia de una narrativa populista, las formas de desinformación y la polarización presente en la comunicación de cinco líderes latinoamericanos definidos como populistas: Alberto Fernández (Argentina), Luis Arce (Bolivia), Gustavo Petro (Colombia), Nayib Bukele (El Salvador) y Andrés Manuel López Obrador (Méjico). Metodológicamente, la propuesta comprende la extracción de datos de Twitter y Facebook mediante una herramienta de análisis web para posteriormente aplicar un análisis de contenido que identifica la presencia o ausencia de las categorías conceptuales mencionadas, así como las relaciones existentes entre ellas.

La investigación que aquí presentamos se estructura en torno a tres categorías conceptuales operacionalizadas en variables cualitativas, lo que permitirá un análisis profundo y detallado de los vínculos y patrones emergentes entre populismo, desinformación y polarización en la comunicación de líderes políticos en América Latina.

Populismo, desinformación y polarización: los desafíos de la política contemporánea en América Latina

En el escenario político contemporáneo, el populismo ha emergido como un fenómeno que redefine las dinámicas tradicionales de la movilización social y la construcción del poder. Ernesto Laclau (2007) propuso una definición que destaca la naturaleza compleja y multifacética del populismo, entendiéndolo como la movilización de una cadena de demandas heterogéneas unificadas en un significante vacío. Este significante vacío actúa como un punto focal que busca la máxima extensión, dividiendo el campo social al construir una dicotomía fundamental: el *pueblo* y el *otro* (Laclau, 2007). Los líderes populistas se erigen como críticos de las élites establecidas, desafiando el *status quo* con el propósito de representar al pueblo, tienden a adoptar una postura antipluralista, proclamando que solo ellos tienen la auténtica capacidad de encarnar la voluntad popular, y quizás de manera más controvertida, los líderes populistas tienden a etiquetar a sus opositores como *enemigos del pueblo* (Werner, 2017).

El populismo se caracteriza por su capacidad de movilizar y conectar emocionalmente con las masas, apelando a sus prejuicios y aspiraciones. Una de sus características más destacadas es la simplificación del espacio público a través de tres elementos centrales: *a) la identificación de un enemigo claro, b) la adopción de un discurso moralizador y c) la invocación del pueblo virtuoso y la voluntad general* (Ruiz, 2020).

Los líderes populistas, en su búsqueda por conectar con los públicos, suelen ser figuras carismáticas que se presentan como los únicos representantes legítimos del pueblo. En este contexto, buscan concentrar el poder en el ejecutivo, a menudo a expensas de las libertades civiles y políticas, lo que puede llevar a la erosión de la legalidad y la cancelación de los sistemas de pesos y contrapesos (Carrión, 2022). Para avanzar en sus agendas políticas, los populistas adoptan un enfoque polarizador que divide la sociedad en dos campos opuestos, caracterizados por la lealtad inquebrantable hacia el líder o la consideración como enemigos de aquellos que se oponen a sus políticas (Roberts, 2022). Este proceso de polarización se ve agravado por la difusión de desinformación política.

El populismo puede considerarse como una respuesta a un déficit de representación y a la necesidad de articular las demandas insatisfechas de la población (Sánchez de Loria Parodi, 2018). Sin embargo, es importante destacar que el populismo es un concepto polémico y su definición es objeto de debate en la literatura académica. La falta de consenso en torno a una definición precisa ha dado lugar a una diversidad de interpretaciones y enfoques, lo que a menudo genera confusión (Leiras, 2015).

El término se ha aplicado en contextos muy diversos, desde movimientos políticos y líderes carismáticos hasta regímenes y discursos políticos. La literatura sobre populismo destaca su diversidad: algunos son impulsados por ideales regeneradores y democráticos, incluyendo a sectores marginados (*populismos de*

izquierdas) principalmente en América Latina; en contraste, otros, conocidos como *populismos de derechas*, se asocian con tendencias excluyentes, promoviendo la xenofobia y el racismo, debilitando así la esencia democrática, por ejemplo, en Estados Unidos y la Unión Europea (Gratius y Rivero, 2018; Zulianello y Gahner Larsen, 2021).

Una definición sustantiva del populismo, propuesta por Waisman (2018), lo caracteriza como un régimen político específico que se distingue por su nacionalismo extremo en economía y su concepción plebiscitaria de la democracia. Esta definición subraya las preferencias institucionales opuestas a la economía de mercado y la democracia republicana basada en la separación de poderes.

En línea con esta perspectiva, Flavia Freidenberg (2007) considera que los populismos representan una práctica que bordea los límites de la democracia, ya que, si bien obtienen un apoyo popular en las urnas, a menudo socavan los poderes institucionales para consolidar el poder del líder, incluso mediante acciones ilegales. A pesar de las autoafirmaciones democráticas de algunos movimientos populistas, Mario Federici (2018) advierte que es difícil categorizarlos como regímenes o expresiones políticas plenamente democráticas debido a sus tendencias autoritarias. Estas tendencias se vuelven más evidentes cuando los líderes populistas utilizan la comunicación política para construir una imagen simbólica del gobierno o del líder, centrando sus esfuerzos en la propaganda y la manipulación de la percepción pública.

El populismo, caracterizado por su movilización de demandas heterogéneas, representa un fenómeno complejo y multifacético. Su esencia se forja en la simplificación del espacio público mediante la identificación de un enemigo claro, el discurso moralizador y la invocación del *pueblo virtuoso*. Esta estrategia, aunque puede surgir como respuesta a la insatisfacción popular, contribuye a la polarización, erosionando las libertades civiles. Además, los líderes populistas a menudo recurren a tácticas autoritarias y desinformación para consolidar su poder, planteando desafíos significativos para la democracia contemporánea.

La relación entre populismo, desinformación y polarización es un tema de creciente interés en la ciencia política y la investigación académica (Monsiváis-Carrillo, 2023; Naím, 2022; Rebollo-Bueno y Ferreira, 2023; Vélez, 2020; Waisbord, 2020). Estos tres elementos están intrínsecamente conectados y se retroalimentan mutuamente, lo que contribuye a la complejidad de entender cómo funcionan en conjunto. En primer lugar, el populismo como fenómeno político se caracteriza por su capacidad para movilizar y conectarse emocionalmente con las masas. Una de las claves utilizadas por los líderes populistas en su comunicación es la simplificación de problemas complejos. Esto a menudo implica la presentación de una narrativa que divide el mundo político en dos campos: *nosotros* y *ellos*. En este contexto, la desinformación desempeña un papel importante, ya sea para desvirtuar al *no pueblo* o para tergiversar la realidad adaptándola a su narrativa.

Desinformación oficial

La *desinformación* puede definirse como la difusión deliberada de información falsa o engañosa con la intención de influir en la percepción pública y en la opinión de la audiencia (Hameleers et al., 2022). Los líderes populistas a menudo recurren a la desinformación como una estrategia para mantener la lealtad de su base y desacreditar a sus adversarios políticos. Esta desinformación puede tomar muchas formas, desde afirmaciones falsas sobre eventos políticos hasta teorías de conspiración elaboradas.

La *desinformación*, definida como una forma de propaganda que busca manipular la opinión pública mediante la mentira o la tergiversación de la realidad, ha surgido como una preocupación creciente en el contexto político actual (Hameleers et al., 2022). Este fenómeno se encuentra intrínsecamente vinculado al populismo y tiene un impacto significativo en la integridad de las democracias contemporáneas.

El resurgimiento del populismo a nivel global ha coincidido con un aumento en la proliferación de la desinformación. Los líderes populistas han utilizado la desinformación como una herramienta estratégica para difundir sus mensajes y consolidar su apoyo político (Waisbord, 2018). La desinformación se convierte así en un elemento esencial de la estrategia comunicativa populista, al permitir la creación de una narrativa que busca desacreditar a los oponentes políticos y presentar al líder populista como el único defensor de la *verdad* (Caramani, 2017).

Además de su papel en la promoción de líderes populistas, la desinformación también es utilizada por regímenes no democráticos como una herramienta para influir en la opinión pública y mantener el control sobre la sociedad (Global Americans, 2021). Esta táctica se extiende más allá de la propaganda y medias verdades, incluyendo afirmaciones falsas que tienen como objetivo manipular o dañar a otros actores políticos (Hameleers et al., 2022). En este contexto, la lógica maniquea del populismo, donde la *verdad* y la legitimidad son definidas por el líder, se combina con la desinformación para crear una narrativa polarizadora y divisiva.

La relación entre el populismo, la desinformación y la polarización es preoccupante en términos de la integridad democrática. Estos fenómenos fomentan la polarización política y socavan la confianza en las instituciones democráticas (Monsiváis-Carrillo, 2023; Waisbord, 2020). La desinformación utilizada por los líderes populistas a menudo tiene como objetivo atacar a sus oponentes políticos, difamarlos y cuestionar su legitimidad. Esto no sólo debilita la confianza en los actores políticos, sino que también afecta la calidad del debate público al desviar la atención de los temas reales hacia teorías de conspiración y acusación infundadas.

Además, la desinformación puede reforzar el mensaje populista al crear un sentido de urgencia o crisis, lo que lleva a un mayor apoyo al líder populista. Esta estrategia puede manipular las emociones y la percepción de la realidad de la población, lo que dificulta la toma de decisiones políticas basadas en la evidencia y el análisis crítico. Por último, la desinformación también puede ser utilizada para silenciar a los críticos y opositores. Los líderes populistas a menudo recurren a

tácticas de desprestigio, intimidación e incluso criminalización de quienes se atrevan a cuestionar su autoridad. Esto crea un ambiente hostil para la participación ciudadana y debilita aún más la calidad de la democracia.

Lo que es particularmente preocupante es que, en el contexto de una narrativa populista, la veracidad de la información a menudo pasa a un segundo plano. La comunicación oficial de los líderes populistas no tiende a una representación precisa con los hechos, sino a la construcción de la narrativa necesaria para mantener y movilizar a su base de seguidores. En este sentido, la desinformación oficial se convierte en una herramienta efectiva para reforzar la percepción del mundo según la narrativa populista, sin importar su relación con la realidad.

Polarización populista y populismo polarizador

La polarización, por su parte, es una consecuencia directa de la estrategia polarizadora adoptada por los líderes populistas (Monsiváis-Carrillo, 2023; Naím, 2022; Rebollo-Bueno y Ferreira, 2023). Al dividir a la sociedad en *nosotros* y *ellos*, crean un clima político en el que se exacerbán las diferencias y se fomenta el conflicto intergrupal. Esta dinámica de polarización puede conducir a la fragmentación y la hostilidad en la sociedad, lo que dificulta la búsqueda de soluciones consensuadas a los problemas políticos.

La polarización política es un fenómeno que se ha vuelto cada vez más evidente en la política contemporánea, y su conexión con el populismo es innegable. Ambos conceptos están estrechamente relacionados, ya que el populismo, por naturaleza, es intrínsecamente divisivo y polarizador. Esta polarización, que abarca diferentes dimensiones, plantea desafíos significativos para la salud de la democracia y la cohesión social.

El concepto de polarización puede entenderse como un proceso que simplifica la política al dividir a la sociedad en dos campos opuestos. En este contexto, la polarización afectiva se ha identificado como una dimensión cualitativamente diferente de la polarización entre los coincidentes (Iyengar et al., 2012; Mason, 2015). La polarización se fundamenta en teorías de la identidad social y de la psicología social. Estas teorías sugieren que las personas tienden a formar vínculos con miembros de su propio grupo y a mantener opiniones positivas hacia ellos, mientras que desconfían y tienden a estereotipar negativamente a los miembros del grupo opuesto (Tajfel y Turner, 1979). La psicología de la polarización se convierte en un elemento crucial, ya que involucra mecanismos como la deshumanización, la despersonalización y la utilización de estereotipos que contribuyen a la generación de aversión emocional, miedo y desconfianza hacia los individuos pertenecientes al grupo contrario. A medida que la polarización partidista afectiva aumenta, adquiere características tribales de conflicto intergrupal, donde los miembros se vuelven ferozmente leales a su *equipo* y mantienen fuertes prejuicios contra el otro grupo (Green et al., 2002).

Sarsfield (2023) identifica una conexión significativa entre el uso de encuadres específicos por parte de los políticos populistas y la generación de polarización. En particular, las referencias a una élite corrupta emergen como un factor clave que activa la polarización en la sociedad. Los líderes populistas construyen su narrativa en torno a la idea de un *pueblo virtuoso* que está siendo oprimido por una élite corrupta y maligna (Hawkins et al., 2019). Esta narrativa es inherentemente polarizadora, ya que crea una división entre el *pueblo virtuoso*, definida según los términos del líder populista, y la élite o establecimiento, que es retratada como el enemigo del pueblo. Esta polarización se manifiesta de diversas maneras, como la creación de chivos expiatorios dentro de la élite a quienes culpan de los problemas, el uso de retórica divisiva de *nosotros contra ellos* que fomenta la identidad de grupo interno y externo, y la explotación de llamados emocionales (Hawkins et al., 2019; McCoy y Somer, 2019).

El populismo polarizador es una preocupación contemporánea de gran alcance, ya que está asociada con la erosión de la democracia en el siglo XXI. Esta polarización no se limita a diferencias ideológicas, sino que se convierte en un conflicto fundamental entre *el pueblo* y la *élite*, lo que dificulta la cooperación política y la búsqueda de soluciones consensuadas a los problemas. Los líderes populistas a menudo utilizan la desinformación y estrategias de deslegitimación de sus oponentes para consolidar su apoyo y perpetuar la polarización.

En última instancia, la polarización populista y la polarización afectiva en la sociedad generan divisiones profundas en la sociedad basadas en la emoción. La justicia como un sentimiento (Casanova, 2007) subyace en gran medida en esta dinámica, ya que la percepción de que un grupo es injustamente oprimido o perjudicado por otro puede alimentar la polarización y la división.

El populismo, la desinformación y la polarización política en América Latina convergen en un contexto que ha dado forma a la dinámica política en la región. Estos fenómenos se han convertido en elementos interconectados que han impactado de manera importante en la política y la sociedad de varios países de América Latina.

Populismos en América Latina

El populismo en América Latina ha encontrado condiciones propicias en la idiosincrasia y la historia de la región. Esta modalidad de populismo se ha caracterizado como *inclusiva* en contraste con los populismos excluyentes de otras partes del mundo. En América Latina, los líderes populistas a menudo se presentan como defensores del pueblo contra las élites y utilizan un discurso centrado en la justicia social y la inclusión (Federici, 2014). Esta inclusividad puede ser una estrategia para ganar apoyo popular y fomentar la polarización.

A principios del siglo XXI, la región experimentó la primera ola progresista, en la que líderes populistas como Hugo Chávez, Lula da Silva, Néstor Kirchner y otros

llegaron al poder. Esta ola progresista reintrodujo las discusiones sobre populismo y liderazgo político. Durante este periodo, los líderes populistas a menudo utilizaron un discurso emotivo y apelaron a las emociones de la esperanza y la justicia para movilizar a sus seguidores y presentar a las élites como obstáculos para el cambio deseado (Nieto Carrillo et al., 2016). Esto creó una división en la sociedad entre quienes apoyaban a estos líderes y aquellos que desconfiaban de sus agendas.

La aparición del populismo en América Latina también está relacionada con condiciones específicas del contexto, como los problemas de flujos culturales y humanos descontrolados, la seguridad y la identidad. Estos factores han contribuido a la aparición de líderes populistas que se presentan como la solución a estos problemas, creando una narrativa de nosotros contra ellos y fomentando la polarización (Leiras, 2015).

La narrativa populista en América Latina a menudo se basa en la construcción de antagonismos, presentando a un enemigo común, ya sea una élite corrupta o un grupo específico. También se ha utilizado la retórica de la conspiración para movilizar a la base de apoyo y presentar a los opositores como una amenaza constante. Estos elementos de la narrativa populista contribuyen a la polarización al crear divisiones profundas en la sociedad (Retamozo, 2014).

El populismo, la desinformación y la polarización política en América Latina están intrincadamente interconectados. Los líderes populistas utilizan estrategias emocionales y retórica polarizadora para movilizar a sus seguidores, creando una dinámica de nosotros contra ellos. Esto ha llevado a la desinstitucionalización y la polarización política en la región, lo que a su vez ha impactado en la estabilidad política y la cohesión social en varios países latinoamericanos. El desafío para la región es encontrar formas de promover un debate político más constructivo y fortalecer las instituciones democráticas en medio de estos desafíos.

Una ventana reveladora para comprender los efectos de estos fenómenos es el Índice de Democracia (The Economist, 2023). En países como Argentina y Colombia, con puntuaciones que los colocan en la categoría de *Democracia deficiente*, se observa un terreno fértil para el populismo, donde la insatisfacción con el sistema puede alimentar líderes carismáticos que se erijan como críticos de las élites establecidas. En naciones como México, El Salvador y Bolivia, clasificados como *Régimen híbrido*, categoría situada entre el autoritarismo y la democracia, donde la falta de una democracia plena deja espacio para estrategias políticas más flexibles, incluyendo el populismo (The Economist, 2023).

Argentina

El populismo en Argentina ha sido una constante en la política del país desde mediados del siglo XX, y el actual presidente, Alberto Fernández, no es ajeno a esta dinámica. La historia del populismo argentino está marcada por líderes carismáticos como Juan Domingo Perón y, más recientemente, los Kirchner —Néstor Kirchner y Cristina Fernández de Kirchner, políticos argentinos que han ejercido

cargos presidenciales en Argentina—, quienes han utilizado un discurso que apela a las masas urbanas y se centra en la justicia social y la inclusión de los sectores populares (Navascués, 2018).

El populismo en Argentina ha tenido varias facetas a lo largo de los años, desde el populismo de derecha hasta el populismo de izquierda. En el caso de Alberto Fernández, su gobierno se asocia más con el populismo de izquierda, ya que ha implementado políticas estatistas y de intervención estatal en la economía, así como la estatización de recursos naturales (Iglesias y Lucca, 2020).

La llegada de Alberto Fernández al poder ocurrió en un momento de grave crisis económica y política en Argentina, lo que se alinea con la teoría que explica la emergencia de gobiernos populistas en tiempos de crisis (Díaz, 2020). Su retórica inicial se centró en palabras clave como pluralismo, ética y unidad, y buscó presentar una visión inclusiva y solidaria para abordar los desafíos económicos y políticos del país (Iglesias y Lucca, 2020).

La retórica del Estado también ha sido una característica destacada en el discurso de Alberto Fernández, especialmente en respuesta a la crisis económica heredada de la administración anterior. La pandemia de COVID-19 amplió aún más el papel del Estado en la gestión de la crisis, fortaleciendo la identidad estatista del gobierno (Cantamutto y Schorr, 2022). Sin embargo, el discurso de Alberto Fernández no se presenta como un populismo dicotómico en su representación de oponentes, sino que adopta una posición más pluralista y consensualista, buscando construir puentes y alcanzar una definición plural de la concepción democrática (Secul, 2021). Su objetivo ha sido lograr la igualdad a través de la ética, la unidad y la distancia con sus adversarios políticos.

Alberto Fernández y su gobierno en Argentina se insertan en la tradición del populismo argentino, aunque su retórica y enfoque político se han adaptado a las circunstancias cambiantes y la necesidad de abordar los desafíos económicos y políticos del país. Su gobierno ha buscado consolidar una visión socialdemócrata desde una perspectiva peronista, utilizando la figura de Néstor Kirchner y otros líderes populares para forjar un entendimiento con su base de apoyo y distanciarse de sus rivales políticos en un momento de crisis.

Bolivia

En Bolivia el populismo ha desempeñado un papel destacado en la política del país, especialmente bajo el liderazgo de Evo Morales y, más recientemente, con el presidente Luis Arce. Después del golpe de Estado en noviembre de 2019 y el gobierno interino de Jeanine Añez, el Movimiento al Socialismo-Instrumento Político por la Soberanía de los Pueblos (MAS-IPSP) regresó al poder con una victoria electoral del 55.1% de los votos, encabezada Por Luis Arce y David Choquehuanca. Este regreso al poder ocurrió en un momento de alta polarización política, agitación social y una crisis económica global debido a la pandemia de COVID-19 (Quiroga y Pagliarone, 2023).

A diferencia de Evo Morales, Luis Arce adoptó un enfoque más orientado hacia la gestión pública y la planificación económica en lugar de presentarse como un líder carismático directamente vinculado a las luchas colectivas. Su liderazgo se basó en la capacidad de gestionar la crisis económica y restablecer la institucionalidad democrática, más que en una narrativa populista de *pueblo movilizado* (Casullo, 2019). Mientras Evo Morales se identificaba directamente con diversos sectores de la población y apelaba constantemente a su pueblo, Arce adoptó un perfil más técnico y administrativo.

El discurso de Arce también se caracterizó por su moderación, con referencias menos apasionadas a los sectores marginados y antagonismos menos marcados en comparación con Morales. Sus adversarios políticos se redujeron principalmente a los protagonistas del gobierno de facto de 2019 (Molina, 2020). A diferencia de Morales, quien enfatizaba la *refundación* y el *proceso de cambio*, Arce destacó la importancia de la democracia y la estabilidad económica.

Es importante señalar que las dinámicas políticas y las bases de apoyo de ambos líderes populistas también difieren. Evo Morales gobernó con un enfoque en su papel como líder histórico y político, con la capacidad de movilizar amplios sectores sociales y mantener su imagen como un referente clave en la historia boliviana (Casullo, 2019).

En resumen, mientras Bolivia ha experimentado un populismo político bajo el liderazgo tanto de Evo Morales como de Luis Arce, sus enfoques y estilos de liderazgo difieren en términos de retórica, identificación con el pueblo y el manejo de la política en un contexto de crisis y polarización. Arce ha adoptado un enfoque más pragmático y técnico en la gestión del país, mientras que Morales se destacó por su carisma y su papel central en las luchas populares.

Colombia

En Colombia el populismo político ha adquirido una relevancia significativa en el contexto del actual presidente Gustavo Petro y su movimiento representado por el Pacto Histórico. Petro, un político de izquierda de 62 años, se ha destacado como un orador carismático y opositor enérgico. Su carrera incluye un papel destacado como senador, donde denunció la corrupción y se enfrentó al entonces presidente y populista de derecha, Álvaro Uribe, así como a políticos con presuntos vínculos con grupos paramilitares y narcotraficantes. Estas denuncias llevaron a que algunos miembros de su familia tuvieran que exiliarse debido a amenazas (McCoy, 2022).

La retórica de Gustavo Petro en su presidencia ha sido caracterizada por la identificación de enemigos y la defensa apasionada de sus posiciones. Enfrentamientos políticos y manifestaciones han sido interpretados como divisiones entre la clase media alta y su gobierno, o como una lucha contra el poder económico en nombre de la dignidad del trabajador (Sampayo et al., 2023). Esta estrategia discursiva busca crear un enemigo que justifique acciones contundentes y, en algunos casos, puede llevar a la polarización política.

El populismo, en este contexto, se manifiesta en la creación de una narrativa simplista que divide la sociedad en buenos y malos, donde aquellos que no están alineados con Petro son etiquetados como enemigos o incluso paramilitares. Esta dinámica puede contribuir a la polarización política al intensificar las tensiones y socavar la cooperación entre diferentes sectores de la sociedad (Sampayo et al., 2023).

Por su parte, en el contexto político colombiano actual, el populismo encarnado por Gustavo Petro se manifiesta a través de una retórica polarizante que busca identificar enemigos y justificar acciones en nombre de un propósito. Esto puede tener implicaciones tanto en la desinformación como en la polarización política, desafiando la construcción de un debate público basado en la cooperación y el diálogo.

El Salvador

El populismo en El Salvador ha experimentado un auge significativo bajo el liderazgo del actual presidente Nayib Bukele. Bukele, quien asumió la presidencia en 2019, ha establecido un estilo de gobierno que combina elementos populistas con una fuerte presencia en las redes sociales. Su ascenso al poder marcó un cambio significativo en la política salvadoreña y ha generado debates sobre el estado de la democracia en el país.

Nayib Bukele se presentó como un líder *antisistema*, distanciándose de las administraciones anteriores y utilizando un discurso populista para ganar apoyo popular. Durante su campaña presidencial, Bukele aprovechó las redes sociales para difundir mensajes sencillos y directos que resonaron con una parte importante de la población, especialmente entre los jóvenes. Su enfoque en la lucha contra la corrupción y la promesa de un cambio real atrajeron a muchos votantes desencantados con la política tradicional (Oppman, 2020). Sin embargo, una vez en el cargo, Bukele ha sido objeto de críticas por su estilo de liderazgo autoritario y su tendencia a gobernar a través de decretos ejecutivos. Ha utilizado las redes sociales de manera agresiva para comunicar sus decisiones y desacreditar a la oposición, lo que ha generado preocupaciones sobre la concentración de poder y la erosión de las instituciones democráticas (Ramos y Rivera, 2022).

Además, Bukele ha ampliado la presencia militar en la administración pública y ha tomado medidas controvertidas, como el despliegue de fuerzas de seguridad en el Congreso para presionar a los legisladores a votar a favor de sus propuestas. Estas acciones han generado críticas tanto a nivel nacional como internacional y han levantado interrogantes sobre el respeto a la separación de poderes y la independencia del sistema judicial.

El presidente Bukele también ha utilizado las redes sociales para difundir desinformación y propaganda, lo que ha contribuido a una polarización creciente en la sociedad salvadoreña (Baires Quezada, 2019). Su estilo de gobierno ha ge-

nerado un fuerte apoyo entre sus seguidores, pero también una oposición cada vez más dividida y tensa.

En resumen, el populismo de Nayib Bukele en El Salvador es un populismo punitivo (Raziel, 2023) que ha reconfigurado la política del país, combinando elementos de cambio y promesas de lucha contra la corrupción con un estilo de liderazgo autoritario y una fuerte presencia en las redes sociales. Si bien ha mantenido un sólido apoyo popular, su gobierno plantea desafíos para la salud de la democracia y la calidad del debate político en El Salvador.

México

La llegada de Andrés Manuel López Obrador (AMLO) a la presidencia de México en 2018 marcó un cambio significativo en la política del país. AMLO, un político de izquierda, prometió un gobierno de cambio y lucha contra la corrupción. Sin embargo, su mandato ha estado marcado por el uso de un discurso populista, la propagación de desinformación y la erosión de las instituciones democráticas, lo que ha generado una creciente polarización en la sociedad mexicana (Estrada, 2022).

AMLO se ha caracterizado por su estilo de liderazgo personalista y populista. Establece un vínculo directo con sus seguidores y se presenta como el defensor de un pueblo virtuoso en constante lucha contra las élites corruptas. Esta visión maniquea de la política le ha llevado a utilizar la desinformación como arma para desacreditar a sus críticos y adversarios políticos (Monsiváis-Carrillo, 2023).

El gobierno de AMLO ha sido acusado de propagar miles de datos falsos o engañosos con el objetivo de socavar la credibilidad de sus opositores (Estrada, 2022). Esta estrategia de desinformación ha contribuido a debilitar el debate político y dificultar el diálogo entre las diferentes fuerzas políticas en México.

Además de la desinformación, el gobierno de AMLO ha debilitado las instituciones democráticas y ha ampliado la presencia militar en la administración pública. Estas medidas han erosionado la democracia en el país y han generado preocupaciones sobre el respeto al orden constitucional y la división de poderes (Sánchez-Talanquer y Greene, 2021).

En este contexto, México se ha vuelto un terreno fértil para el populismo y la polarización política. La larga historia de desigualdad y corrupción en el país ha creado un ambiente propicio para el discurso antisistema de AMLO. Además, el sistema político fragmentado dificulta la oposición a los ataques de los líderes populistas.

El presidente AMLO ha utilizado las cuentas oficiales de la Presidencia de la República en redes sociales, especialmente Twitter, de manera agresiva para difundir propaganda y desinformación. Su cuenta de Twitter, con más de 10 millones de seguidores, se ha convertido en un espacio clave para la expansión de su narrativa, que emite a diario desde sus conferencias matutinas.

En resumen, la presidencia de Andrés Manuel López Obrador en México ha estado marcada por el populismo, la desinformación y la polarización política. Estos elementos han debilitado las instituciones democráticas como el Instituto Nacional Electoral (INE) y el Instituto Nacional de Acceso a la Información (INAI), lo que plantea desafíos importantes para el futuro de la democracia en el país.

En los últimos años, los fenómenos del populismo, la desinformación y la polarización política han influido de manera importante en la vida política de Argentina, Bolivia, Colombia, México y El Salvador. Cada uno de estos países ha experimentado su propio conjunto de desafíos y dinámicas en relación con estos temas, pero existen algunas tendencias generales que merecen ser destacadas.

El populismo en América Latina durante la cuarta oleada o del nuevo milenio se ha caracterizado por ser catalogado como *inclusivo*. Esta distinción marca una diferencia con respecto a sus contemporáneos en el viejo continente, donde prevalecen los populismos de derecha y excluyentes (Serrafero y Eberhardt, 2022). El populismo en América Latina, en su versión inclusiva, tiende a apelar a amplios sectores de la sociedad, en lugar de centrarse en una base ideológica o étnica específica. Los líderes populistas de esta región suelen presentarse como defensores de las clases marginadas, los trabajadores y las minorías, prometiendo soluciones a problemas socioeconómicos y luchando contra la corrupción y las élites políticas (Serrafero y Eberhardt, 2022). Este enfoque inclusivo puede llevar a la construcción de coaliciones políticas diversas y la movilización de una base electoral amplia.

A lo largo de este recorrido conceptual y contextual se hacen evidentes las diferencias entre régimen y versiones de populismo en América Latina; sin embargo, la articulación entre desinformación, polarización y populismo está presente en todos los casos. Independientemente de la variación en las formas de populismo, estos líderes tienden a recurrir a tácticas de desinformación (difusión de información falsa o engañosa) y polarización (creación de divisiones en la sociedad) como parte de su estrategia política. Por lo que el análisis de la comunicación de los líderes populistas de Argentina, Bolivia, Colombia, El Salvador y México permitirá identificar las constantes en cuanto al uso de estas estrategias y abonar a una comprensión más profunda de cómo funcionan estas estrategias en la región.

Metodología

para analizar la presencia de populismo, desinformación y polarización en la comunicación de cinco líderes políticos latinoamericanos identificados como populistas: Alberto Fernández (Argentina), Luis Arce (Bolivia), Andrés Manuel López Obrador (Méjico), Gustavo Petro (Colombia) y Nayib Bukele (El Salvador) se utilizó una metodología que combina la extracción de datos de redes sociales con el análisis de contenido.

Selección de casos

La elección de los casos se basó en una combinación de factores demográficos, políticos y su clasificación en el Índice de Democracia de The Economist (2023). Se seleccionaron cinco presidentes de países latinoamericanos que abarcan diferentes niveles de democracia: Argentina y Colombia, clasificados como *democracia deficiente*, y México, El Salvador y Bolivia, catalogados como *régimen híbrido*. Esta diversidad en la categorización democrática permite una comprensión más completa de cómo los líderes en diferentes contextos políticos y democráticos emplean estrategias de comunicación populista, desinformación y polarización.

Extracción de datos

Dada la centralidad de las redes sociales en la comunicación política contemporánea, y la literatura que sostiene que éstas favorecen la proliferación de populismo, desinformación y polarización (Colussi et al., 2023; Hameleers et al., 2022), se recopilaron y analizaron publicaciones de Twitter y Facebook. Para la conformación de la muestra se seleccionaron los post de los presidentes de Argentina, Bolivia, Colombia, El Salvador y México con más engagement, en un periodo comprendido del 1 de julio al 31 de agosto del 2023. Mediante la herramienta de análisis web, Fanpage Karma se extrajeron los 25 post de ambas cuentas oficiales de cada uno de los presidentes, teniendo un total de 125 post analizados los cuales fueron concentrados en una hoja de cálculo de Excel.

Análisis de contenido

El análisis de contenido es una herramienta esencial en la investigación de la comunicación política y social, que permite examinar de manera sistemática y objetiva las manifestaciones retóricas y discursivas presentes en el discurso político (Benete, 2013). En este estudio, se aplicó un análisis de contenido para examinar en profundidad los mensajes en redes sociales. Se categorizaron las publicaciones según indicadores predefinidos de populismo, desinformación y polarización. Este proceso permitió identificar la presencia de estos fenómenos, proporcionando una base sólida para comparar y contrastar los casos. El análisis se realizó de manera sistemática, a través de un libro de códigos (vea anexos) considerando tanto el contenido explícito como las posibles implicaciones subyacentes.

Categorías de análisis

- *Populismo*: Se analizaron las referencias a elementos característicos del populismo, como las menciones a ellos y nosotros, el discurso centrado en la moral, las referencias al pueblo virtuoso y la voluntad general (Ruiz,

2020). Se identifica cómo se utiliza el populismo en el discurso político y cómo contribuye a la polarización y la desinformación.

- *Desinformación*: Se analizaron las estrategias de desinformación presentes en el discurso político, incluyendo la conexión falsa, contenido engañoso, contenido manipulado y contenido fabricado. También se identificará la presencia de hostigamientos y discursos de odio. En esta categoría se recupera el modelo de desinformación de la Unión Europea (2020) que presenta la desinformación como un fenómeno complejo en el marco de herramientas técnicas y dinámicas sociales, propias de la tecnología digital.
- *Polarización*: Se examinaron las referencias a grupos internos y externos (Van Dijk, 2016) así como las actitudes afectivas o sentimientos presentes en su comunicación a partir de las emociones básicas que retoma Rivera et al. (2022) para el análisis de narrativa política, agregando la justicia como un sentimiento (Cassanova, 2007) en respuesta a la fuerte presencia de la indignación en el populismo latinoamericano.

Tabla 1. Modelo de análisis

categoría	populismo	desinformación	polarización
variables	referencias a ellos y nosotros. discurso centrado en la moral. referencias al pueblo virtuoso y la voluntad general.	conexión falsa contenido engañoso contenido manipulado contenido fabricado hostigamientos discurso de odio	grupos internos y externos. actitudes afectivas (sentimiento)

Fuente: Elaboración propia a partir de Ruiz, 2020; Unión Europea, 2020; Van Dijk, 2016; Rivera et al., 2021.

Una vez aplicado el análisis de contenido se interpretaron los datos a través de un método comparativo para identificar patrones, diferencias y similitudes entre los casos. Se consideró la retórica populista, la presencia de desinformación y la polarización en las publicaciones de redes sociales de los presidentes seleccionados. Este enfoque permitió evitar generalizaciones precipitadas, capturando la riqueza de la diversidad regional y contextual. Además, facilitó la identificación de factores comunes y específicos que contribuyen a la efectividad del populismo en distintos entornos políticos.

Resultados

En este apartado de presentan los resultados generales, así como por cada uno de los presidentes, se identifican patrones y tendencias en el discurso político en relación con el populismo, la desinformación y la polarización. Se utilizan herramientas estadísticas descriptivas para validar o no la afinidad electiva presente entre el populismo, la desinformación y la polarización, así como para comprender las relaciones existentes entre estos y el papel de las dinámicas de comunicación horizontales y en red propias de plataformas digitales como un factor elemental en la expansión de estos fenómenos.

De manera general se observa la presencia de elementos discursivos populistas en el 75% de los posts analizados, principalmente las referencias al pueblo (35%). El 51% de las publicaciones contienen desinformación, principalmente contenido engañoso (27%) y el 87% presenta algún tipo de polarización, siendo la referencia al grupo de pertenencia “nosotros” las más frecuente (38.4%). Los sentimientos más presentes en la comunicación de los líderes analizados es la justicia (32%) y la alegría (25%).

Tabla 2. Publicaciones con elementos populistas, desinformación y polarización

MÉXICO- Andrés Manuel López Obrador	33.9%
ARGENTINA - Luis Alberto Fernández	23.7%
COLOMBIA- Gustavo Petro	20.3%
BOLIVIA- Lucho Arce	18.6%
EL SALVADOR - Nayib Bukele	3.4%

Fuente: Elaboración propia.

En total el 47% de las publicaciones contienen a la vez populismo, desinformación y polarización, de las cuales casi el 70% fue de Twitter. El 33.9% fue emitido por el presidente mexicano, seguido del mandatario de Argentina (23.7%), el presidente que menos recurre a estas estrategias fue Nayib Bukele de El Salvador (3.4%).

Luis Alberto Fernández (Argentina)

El análisis de la comunicación del presidente de Argentina, Luis Alberto Fernández, en las plataformas de redes sociales, Facebook y Twitter muestra la presencia de elementos relacionados con el populismo (60%), la desinformación (56%) y polarización (64%).

Tabla 3. Publicaciones con elementos populistas, desinformación y polarización de Luis Alberto Fernández.

ARGENTINA - Luis Alberto Fernández						
POPULISMO	60%	DESINFORMACIÓN	56%	POLARIZACIÓN		
Discurso centrado en la moral	8%	Conexión falsa	12%	Ellos	32%	Ira
Referencias a ellos y nosotros	32%	Contenido engañoso	28%	Noso-tros	20%	Justicia
Referencias al pueblo virtuoso y a la voluntad general	20%	Discurso de odio	16%			Espe-ranza
						4%

Fuente: Elaboración propia.

Se presentan principalmente referencias a ellos y nosotros (32%) en su discurso el grupo externo se compone de empresarios y de organizaciones económicas internacionales, a quienes se les señala como los culpables de la crisis económica. Sus mensajes contienen contenido engañoso (28%) sobre todo respecto a temas económicos y recurre al sentimiento de justicia (32%) de manera recurrente.

Contenido engañoso. *A los empresarios y gobernadores que se quejan por tener que darle una suma fija a sus trabajadores: es hora de distribuir. La Argentina creció 16% en los dos últimos años, piensen en la gente en vez de en su bolsillo (...)*¹

1 <https://www.facebook.com/474313574064192/posts/838186081010271>

Luis Arce (Bolivia)

En el caso del mandatario de Bolivia son menos presentes los elementos de populismo (24%), desinformación (11%) y polarización (24%). En la muestra analizada no están presentes referencias a la moral y las referencias al pueblo únicamente aparecen en el 11% de sus mensajes, estos contienen palabras como *Bolivianos*, *pueblos*, *nuestro* y *región*.

Tabla 4. Publicaciones con elementos populistas, desinformación y polarización de Luis Arce

BOLIVIA- Lucho Arce							
POPULISMO	24%	DESINFORMACIÓN	11%	POLARIZACIÓN			24%
Discurso centrado en la moral		Conexión falsa	3%	Ellos	2%	Alegria	6%
Referencias a ellos y nosotros	13%	Contenido engañoso	2%	Nosotros	14%	Justicia	11%
Referencias al pueblo virtuoso y a la voluntad general	11%	Discurso de odio	6%			Esperanza	7%

Fuente: Elaboración propia.

Las referencias al grupo de pertenencia son más frecuentes (14%) y el sentimiento de justicia (11%) es el más utilizado por Luis Arce.

Referencias a nosotros: *No tenemos la menor duda que la unidad de nuestras organizaciones sociales se impondrá ante cualquier afán de división y desestabilización. Agradecemos el respaldo incondicional de las hermanas y hermanos de la Federación Sindical Única de Trabajadores Campesinos de #Pando.* ²

² <http://www.twitter.com/1222273871488917504/status/1697441696244539619>

Gustavo Petro (Colombia)

El análisis de la comunicación de Gustavo Petro muestra que los elementos de polarización (22%) son más utilizados, que el populismo (20%) y la desinformación (11%). Se presentan referencias a ellos y nosotros (15%), principalmente al grupo externo (10%) representado por criminales y paramilitares. El sentimiento más recurrente es de justicia (14%).

Tabla 5. Publicaciones con elementos populistas, desinformación y polarización de Gustavo Petro

COLOMBIA- Gustavo Petro							
POPULISMO	20%	DESINFORMACIÓN	11%	POLARIZACIÓN 22%			
Discurso centrado en la moral	2%	Conexión falsa	2%	Ellos	10%	Amor	1%
Referencias a ellos y nosotros	15%	Contenido engañoso	3%	Nosotros	6%	Alegría	1%
Referencias al pueblo virtuoso y a la voluntad general	3%	Discurso de odio	7%			Ira	4%
						Justicia	14%
						Espereanza	2%

Fuente: Elaboración propia.

Sentimiento de Justicia. *Para dar garantía de no repetición, no podemos permitir que el crimen ascienda al poder, tenemos que aislar el poder del crimen y entregarle el poder a la sociedad. Lo que tenemos que hacer es profundizar la Democracia, poner la Democracia en movimiento. Para dejar que los criminales asciendan al poder hay que quedarse en silencio y para impedirlo hay que ser rebelde: Pdte. 3*

³ <http://www.twitter.com/49849732/status/1697354027473019059>

Nayib Bukele (El Salvador)

El presidente del Salvador es el que menos recurre a estrategias de populismo (12%) y desinformación (6%). Respecto a la polarización se encuentra en la media (24%) de los líderes analizados. En su casa la estrategia más utilizada son las referencias al pueblo virtuoso y a la voluntad general. Expresa en el 5% de sus mensajes contenido engañosos, relacionado sobre todo con aspectos legales y el sentimiento más frecuente en la alegría, utilizada para dar buenas noticias al pueblo salvadoreño. Llama la atención la frecuencia con la que su comunicación es compartida en inglés respondiendo a la comunidad de salvadoreños que se encuentran en Estados Unidos y a la comunidad internacional.

Tabla 6. Publicaciones con elementos populistas, desinformación y polarización de Nayib Bukele

EL SALVADOR - Nayib Bukele							
POPULISMO	12%	DESINFORMACIÓN	6%	POLARIZACIÓN			24%
Discurso centrado en la moral	1%	Conexión falsa		Ellos		Amor	2%
Referencias a ellos y nosotros	3%	Contenido engañoso	5%	Nosotros	1%	Alegría	22%
Referencias al pueblo virtuoso y a la voluntad general	8%	Discurso de odio	1%				

Fuente: Elaboración propia

Contenido engañoso. RT: *For the first time in the history of mankind we do have a president that not only represents its own country El Salvador but also a larger audience around the world, the bitcoiners. El Salvador is bitcoin country! Paso a paso #bitcoin #bitcoinart.*⁴

En el caso de Bukele llama la atención además la interacción que tiene en plataformas digitales con empresas de tecnología e influencers, más allá de con medios de comunicación y otros actores políticos.

⁴ <https://twitter.com/nayibbukele/status/1695537588440797351>

Andrés Manuel López Obrador (Méjico)

El presidente mexicano destaca por el uso de estas estrategias, el análisis de su comunicación muestra la presencia del populismo y la polarización en el 92% de sus mensajes, y de elementos de desinformación en el 80%. Los sentimientos más recurrentes son la justicia (44%) y la esperanza (32%). Asimismo, el 68% de sus mensajes contienen contenido engañoso.

Tabla 7. Publicaciones con elementos populistas, desinformación y polarización de Andrés Manuel López Obrador

MÉJICO- Andrés Manuel López Obrador							
POPULISMO	92%	DESINFORMACIÓN	80%	POLARIZACIÓN			92%
Discurso centrado en la moral	24%	Conexión falsa	8%	Ellos		Alegría	8%
Referencias a ellos y nosotros		Contenido engañoso	68%	Nosotros	84	Ira	8%
Referencias al pueblo virtuoso y a la voluntad general	68%	Discurso de odio	4%	TOTAL		Justicia	44%
						Esperanza	32%

Fuente: Elaboración propia.

Contenido engañoso. *Vamos hacia la autosuficiencia energética. Por el bien de todo primero los pobres.*⁵

A partir del análisis de la comunicación en Facebook y Twitter de líderes latinoamericanos, se han identificado tendencias y relaciones existentes entre populismo, desinformación y polarización en su estrategia de comunicación. Estos resultados muestran cómo estas tres dimensiones están interconectadas en el discurso político de la región. El populismo es una característica destacada en la comunicación de estos líderes, representando una parte significativa de su contenido. Esto se manifiesta a través de referencias al *pueblo virtuoso* y la *voluntad general*, así como menciones recurrentes de *nosotros* y *ellos*. El populismo se utiliza como una herramienta para movilizar a la base de seguidores al establecer una dicotomía entre *nosotros* (el *pueblo virtuoso*) y *ellos* (a menudo, la élite o la oposición, los criminales o corruptos).

5 <https://www.facebook.com/watch/?v=316712227602643>

La desinformación es una característica importante en la comunicación de estos líderes, representando más de la mitad de su contenido. Esto incluye el uso de contenido engañoso, conexiones falsas y, en algunos casos, discursos de odio. Se observa una relación entre el populismo y la desinformación, ya que el primero a menudo se utiliza para validar y difundir información falsa que respalde la narrativa populista. La polarización es una tendencia dominante, representando casi la totalidad de su contenido. Utilizan términos como *ellos* y *nosotros* de manera constante, así como mensajes que contienen emociones como justicia, alegría o ira en un contexto político. Existe una fuerte relación entre el populismo y la polarización, ya que el primero se basa frecuentemente en la creación de una dicotomía entre el *pueblo virtuoso* y sus *adversarios*, lo que contribuye a la polarización.

Conclusiones

Este estudio sobre populismo, desinformación y polarización en la comunicación de líderes latinoamericanos revela patrones constantes en la estrategia de comunicación política en la región. Los resultados muestran que los líderes latinoamericanos analizados utilizan estrategias de populismo para movilizar a su base de seguidores y crear una identidad política definida por la dicotomía entre *nosotros* y *ellos*. La desinformación se utiliza para respaldar esta narrativa populista, difundiendo información falsa que apoya la visión del líder. La polarización, por su parte, es una estrategia clave para mantener y movilizar a esa base de seguidores al presentar una clara división entre el pueblo y el “no pueblo” y generar emociones como la alegría o la ira.

Aunque los cinco líderes políticos analizados muestran elementos de populismo en su comunicación, existen diferencias significativas en el grado de prominencia del populismo. Por ejemplo, en México, Andrés Manuel López Obrador (AMLO) se destaca por su 92% de contenido populista, mientras que, en Bolivia, Luis Arce presenta un 24% y en El Salvador, Nayib Bukele un 12%. Estas diferencias reflejan la diversidad de enfoques y estrategias de comunicación en la región. Asimismo, aunque todos los líderes políticos analizados recurren a la desinformación y a la polarización, también existen diferencias en el enfoque. Por ejemplo, Gustavo Petro en Colombia se enfoca más en la polarización que en la desinformación, mientras que AMLO en México combina de manera intensiva el populismo, la desinformación y la polarización en su comunicación.

El estudio también muestra a Twitter como una arena central para la difusión de populismo, desinformación y polarización. En sus 280 caracteres la plataforma se presenta como el espacio propicio para mensajes simplificados y emotivos que refuerzan narrativas populistas. La plataforma, al facilitar la propagación rápida de información, se convierte en el escenario ideal para la conformación y expansión de discursos políticos extremos que alimentan la polarización y la desinformación.

A pesar de estos hallazgos, es crucial reconocer las limitaciones inherentes al análisis. La omisión de la medición de las reacciones y comentarios de los usuarios constituye un déficit importante, ya que la interacción en línea puede ser un indicador clave de la efectividad y la influencia de la narrativa populista y la desinformación. La ausencia de este componente impide una evaluación completa de cómo estas estrategias afectan la percepción pública y contribuyen a la polarización. Además, aunque se abordaron cinco países diferentes, la muestra no es completamente representativa de la diversidad regional, y la falta de aplicación a eventos políticos específicos limita la contextualización de los resultados.

Aunque este estudio buscó abordar cinco países diferentes para establecer coincidencias y diferencias, queda pendiente la aplicación de este análisis a una muestra más amplia tanto de publicaciones como de mandatarios y regiones; así como la selección a partir de eventos políticos relevantes en común, por ejemplo, procesos electorales o informes de gobierno, en los que la presencia de elementos de populismo, desinformación y polarización tiende a agudizarse.

Por otra parte, casos particulares como el de Nayib Bukele, reflejan cómo el populismo y la desinformación han evolucionado en la era digital, utilizando herramientas de entretenimiento, narrativas simplificadas y una comunicación directa a través de las redes sociales para llegar a una audiencia más joven y conectada. Estas nuevas formas de populismo y desinformación requieren de nuevos conceptos que den respuesta a los desafíos que plantean para la calidad de la democracia y la participación cívica en la era digital.

Referencias

- Baires Quezada, R. (2019). *Las noticias falsas de la campaña presidencial*. Fáctum. <https://www.revistafactum.com/noticias-falsas-campana/>
- Bernete, F. (2013). *Conocer lo social, estrategias de construcción y análisis de datos*. Fragua.
- Caramani, D. (2017). Will vs. Reason: The Populist and Technocratic Forms of Political Representation and Their Critique to Party Government. *American Political Science Review*, 111(1), 54-67. <https://doi.org/f9wm3>
- Carrión, F. (2022). *A Dynamic Theory of Populism in Power: The Andes in Comparative Perspective*. Oxford University Press.
- Casanova, C. A. (2007). La concepción de la justicia en la obra Teoría de los sentimientos morales, de Adam Smith. *Revista Chilena de Derecho*, 34(3). <https://doi.org/10.4067/s0718-34372007000300004>
- Cantamutto, F. y Schorr, M. (2022). El gobierno de Alberto Fernández: balance del primer año de gestión. Una mirada desde la economía política. *E-l@Tina. Revista Electrónica de Estudios Latinoamericanos*, 20(78), 66–95. <https://www.redalyc.org/journal/4964/496469251006/html/>

- Casullo, M. (2019). Líder, héroe y villano: los protagonistas del mito populista. *Nueva Sociedad*, 282, 57-78. <https://nuso.org/articulo/lider-heroe-y-villano-los-protagonistas-del-mito-populista/>
- Colussi, J., Toscano, G. B. y Silva, F. G. F. (2023). «¡Juramos dar la vida por la patria!»: Bolsonaro como influyente y agente de polarización política. *Análisis Político*, 36(106), 113-132.
- Díaz, C. (22 de diciembre de 2020). La constelación populista. *Revista Zoom*. <https://revista-zoom.com.ar/la-constelacion-populista/>
- Estrada, L. (2022). *El imperio de los otros datos*. Grijalbo.
- Fabbrini, S. (2009). *El ascenso del Príncipe democrático. Quién gobierna y cómo se gobiernan las democracias*. Fondo de Cultura Económica
- Federici, M. (2014). Populismo y constitucionalismo. *Academia Nacional de Ciencias Morales y Políticas*. <https://www.ancmyp.org.ar/user/FILES/Federici.I.14.pdf>
- Freidenberg, F. (2022). Las reformas electorales en América Latina: una evaluación de los procesos de cambio de reglas de juego. En F. Freidenberg (Coord.), *Reformas electorales en América Latina* (pp. 3-24). Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM - Instituto Electoral de la Ciudad De México.
- Global Americans (2021). *Medición del impacto de la información falsa, la desinformación y la propaganda en América Latina. Identificación de fuentes, patrones y redes que propagan las campañas de desinformación extranjeras*. Global Americans. https://theglobalamericans.org/wp-content/uploads/2021/11/2021.11.03-Global-Americans_Reporte-Desinformacion.pdf
- Gratius, S. y Rivero, A. (2018). Más allá de la izquierda y la derecha: populismo en Europa y América Latina. *CIDOB d'Afers Internacionals*, 119, 35-62. <https://www.jstor.org/stable/26511421>
- Green, D. P., Palmquist, B. y Schickler, E. (2002). *Partisan hearts and minds: Political parties and the social identities of voters*. Yale University Press.
- Hameleers, M., Van Der Meer, T.G. y Dobber, T. (2022). ¡No creerás lo que acaban de decir! Los efectos de los deepfakes políticos incorporados como vox populi en las redes sociales. *Social Media+ Sociedad*, 8(3).
- Hawkins, K.A., Carlin, R.E., Littvay, L., Rovira Kaltwasser, C. (Eds.). (2019). *The ideational approach to populism: Concept, theory, and analysis*. Routledge.
- Iglesias E. y Lucca , J. (2020). *La persistencia de la Argentina de Cambiemos*. Universidad Nacional del Rosario.
- Iyengar, S., Sood, G. y Lelkes, Y. (2012). Affect, not ideology. A social identity perspective on polarization. *Public Opinion Quarterly*, 76(3), 405-431.
- Laclau, E. (2007). *La razón populista*. Fondo de Cultura Económica.
- Leiras, S. (2015). Qué es la cosa llamada populismo. *Academia Nacional de Ciencias Morales y Políticas*. <https://www.ancmyp.org.ar/user/files/Leiras.I.15.pdf>
- Llorca, E., Fabregat-Cabrera, M.-E. y Ruiz-Callado, R. (2021). Desinformación Populista en Redes Sociales: la Tuitosfera del Juicio del Procés. *Observatorio (OBS*)*, 15(3). <https://doi.org/10.15847/obsOBS15320211835>
- Lucca, J. B. (2020). Antinomias del discurso de Alberto Fernández sobre el Covid-19. *Temas y Debates*, 107-114.

- Magallón Rosa, R. (2022). De las fake news a la polarización digital. Una década de hibridación de desinformación y propaganda. *Más Poder Local*, 50, 49–65. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8612104.pdf>
- Manin, B. (1997). *Los principios del gobierno representativo*. Alianza.
- McCoy, J. (2022). Reflections on Populism and Polarization in Latin America, and Consequences for Democracy. *Desafíos*, 34(2). <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/desafios/a.11307>
- McCoy, J., & Somer, M. (2019). Toward a Theory of Pernicious Polarization and How It Harms Democracies: Comparative Evidence and Possible Remedies. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 681(1), 234-271. <https://doi.org/10.1177/0002716218818782>
- Molina, F. (2020). Los primeros pasos de Luis Arce en el laberinto boliviano. *Nueva Sociedad*. <https://nuso.org/articulo/luis-arce-Evo-Morales-Bolivia/>
- Monsiváis-Carrillo, A. (2023). Populismo, desinformación e integridad electoral en México. *Elecciones*, 22(25). 151–182. <https://doi.org/10.53557/elecciones.2023.v22n25.05>
- Naím, M. (2022). La revancha de los poderosos. *Debate*.
- Naím, M. (4 de febrero de 2017). El populismo: manual para usuarios. *El País*. https://elpais.com/internacional/2017/02/04/actualidad/1486229375_873986.html
- Navascués J. (2018). Populismo y escritores. El caso de Argentina. *Nuestro tiempo*, (718). <https://nuestrotiempo.unav.edu/es/grandes-temas/populismo-escritores-caso-argentina>
- Nieto Carrillo J., Escárzaga F. y Günther, G. (2016). *Los gobiernos progresistas latinoamericanos : contradicciones, avances y retrocesos*. Universidad Autónoma Metropolitana. <https://biblioteca.clacso.edu.ar/Mexico/dcsh-uam-x/20201028041553/Los-Gobiernos-Progresistas.pdf>
- Oppman, P. (20 de mayo 2020). ¿Salvador o autoritario? El presidente “millennial” de El Salvador desafía a las cortes y al Congreso en la respuesta al coronavirus. CNN. <https://cnnespanol.cnn.com/2020/05/21/salvador-o-autoritario-el-presidente-millennial-de-el-salvador-desafia-a-las-cortes-y-al-congreso-en-la-respuesta-al-coronavirus/>
- Quiroga, V. y Pagliarone, F. (2023). Populismo y liderazgo en el ciclo político boliviano. Evo Morales y Luis Arce en perspectiva. *Cuestiones de Sociología*, 28. <https://www.cuestionessociologia.fahce.unlp.edu.ar/article/download/cse152/17686?inline=1>
- Ramos, C. y Rivera, C. I. (2022). Redes sociales y populismo: Un análisis contemporáneo. En *Proceedings del Congreso Internacional sobre Ciencia Política* (pp. 123-135). Editorial Académica.
- Raziel, Z. (20 agosto 2023). El autoritarismo de Nayib Bukele contagia la política latinoamericana. *El País*. <https://elpais.com/internacional/2023-08-20/el-autoritarismo-de-nayib-bukele-contagia-la-politica-latinoamericana.html>
- Rebollo-Bueno, S. y Ferreira, I. (2023). Desinformación y polarización en la publicidad política de la extrema derecha en España y Portugal. *Estudos em Comunicação. Communications Studies*, (36), 115-132.
- Retamozo, M. (2014). Populismo en América Latina: desde la teoría hacia el análisis político. Discurso, sujeto e inclusión en el caso argentino. *Colombia Internacional*, 82, 221–258. <http://journals.openedition.org/colombiaint/12854>

- Roberts, K. (2022). Populism and Polarization in Comparative Perspective: Constitutive, Spatial and Institutional Dimensions. *Government and Opposition*, 57(4), 680-702. <https://doi.org/10.1017/gov.2021.14>
- Ruiz A. (2020). ¿Por qué funciona el populismo?: El discurso que sabe construir explicaciones convincentes de un mundo en crisis. *Foro Internacional*, LX, 4(242), 1476-1481. <https://doi.org/10.24201/fi.v60i4.2675>
- Saiz, E. (2020) Crisis de las democracias: una conjugación entre desinformación, desconfianza, polarización política y populismo. *Gestión y Finanzas*, 5(3), pp. 47-56.
- Sampayo, A., Franco, A., Cante, F., Cárdenas, U., Fonseca, S., Castillo, M. y Jaramillo, M. (2023). *Gustavo Petro vs. Rodolfo Hernández. ¿Dos populismos encontrados?* Universidad del Rosario. <https://doi.org/10.12804/urosario9789585001428>
- Sánchez de Loria Parodi, H. (2018). Notas sobre el populismo a la luz del pensamiento tomista. En M. Carvallo (Comp.), *Populismo: pasado, presente y futuro* (pp. 77-92). Academia Nacional de Ciencias Morales y Políticas
- Sánchez-Talanquer, M. y Greene, K. (2021). Is Mexico Falling into the Authoritarian Trap?. *Journal of Democracy*, 32(4), 56-71. <https://doi.org/kc9t>
- Serrafero, M. D. y Eberhardt, M. L. (2022). ¿Populismo en la Argentina reciente?: Un análisis histórico político de las presidencias kirchneristas de comienzos del Siglo XXI. CONICET. <http://hdl.handle.net/11336/164936>
- Sarsfield, R. (2023). Entre el pueblo bueno y la élite corrupta. Narrativa populista y polarización afectiva en las redes sociales en México. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 35. <https://doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2023.35.85518>
- Secul, E. (2021). El significante “populismo” en el discurso político de Alberto Fernández. *Repositorio UNLP*. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/136458>
- Tajfel, H. y Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. En W. G. Austin y S. Worchel (Eds.), *The social psychology of intergroup relations* (pp. 33-37). Brooks/Cole.
- The Economist. (1 de febrero de 2023). The world's most, and least, democratic countries in 2022. *The Economist*. <https://www.economist.com/graphic-detail/2023/02/01/the-worlds-most-and-least-democratic-countries-in-2022>
- Unión Europea (2020). *Action plan against Disinformation, Social Committee and the Committee of the Regions*. European Union External Action: The Diplomatic Service of the European Service. https://eeas.europa.eu/sites/default/files/action_plan_against_disinformation.pdf
- Vaca, M. (10 diciembre 2021). Bolivia: el camino de una crisis política que polariza al país. *France 24*. <https://www.france24.com/es/programas/enlace/20211210-bolivia-crisis-politica-polarizacion-economia>
- Van Dijk, T. (2016). Análisis Crítico del Discurso. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, (30), 203-222. <https://doi.org/10.4206/rev.austral.cienc.soc.2016.n30-10>
- Vélez, J. E. S. (2020). Crisis de las democracias: una conjugación entre desinformación, desconfianza, polarización política y populismo. *Revista Gestión y Finanzas*, 3(5).
- Quiroga, V. y Pagliarone, F. (2023). Populismo y liderazgo en el ciclo político boliviano. Evo Morales y Luis Arce en perspectiva. *Cuestiones de Sociología*, 28. <https://www.cuestionessociologia.fahce.unlp.edu.ar/article/download/cse152/17686?inline=1>

- Waisbord, S. (2020). ¿Es válido atribuir la polarización política a la comunicación digital? Sobre burbujas, plataformas y polarización afectiva. *Revista Saap*, 14(2), 248-279.
- Waisbord, S. (2018). The elective affinity between post-truth communication and populist politics. *Communication Research and Practice*, 4(1), 17-34. <https://doi.org/gk7tdm>
- Waisman, C. (2018). *La Economía Política del Populismo Sur y Norte* [Conferencia]. Jornadas Populismo Comparado: América Latina, Europa y EE.UU. Buenos Aires, Argentina. <https://www.ancmfp.org.ar/contenido.asp?id=968>
- Werner, J. (2017). *¿Qué es el populismo?*. Grano de Sal. <https://www.perlego.com/book/1915906/qu-es-el-populismo-pdf>.
- Zulianello, M. y Gahner Larsen, E. (2021). Populist parties in European Parliament elections: A new dataset on left, right and valence populism from 1979 to 2019. *Electoral Studies*, 71, 102312–102312. <https://doi.org/10.1016/j.electstud.2021.102312>

Anexo 1

Libro de Códigos para el análisis de Publicaciones en Redes Sociales: Populismo, Desinformación y Polarización

Este libro de códigos proporciona una guía detallada para analizar mensajes en redes sociales en relación con el populismo, la desinformación y la polarización. Los indicadores especificados permiten una evaluación estructurada y sistemática de los elementos clave presentes en el discurso político digital.

Categoría	Variable	Indicadores
Populismo	Referencias a “Ellos y Nosotros”	Menciones explícitas a grupos diferenciados como “nosotros” (generalmente asociado al pueblo virtuoso) y “ellos” (a menudo, la élite o la oposición). Ejemplo: “Nosotros, el pueblo, merecemos un gobierno que nos represente, no como ellos, que solo buscan su propio interés.”
	Discurso Centrado en la Moral	Presencia de argumentos morales, juicios de valor o declaraciones éticas en el discurso político. Ejemplo: “La honestidad y la integridad son los valores fundamentales que nosotros representamos.”
	Referencias al Pueblo Virtuoso y la Voluntad General	Menciones al “pueblo virtuoso” y expresiones relacionadas con la “voluntad general” a través de palabras como el pueblo, gentilicios de su nación (argentinos, bolivianos, colombianos, mexicanos o salvadoreños). Ejemplo: “El destino de los mexicanos está en manos del pueblo, somos la voluntad general que guiará nuestro camino.”

Categoría	Variable	Indicadores
Desinformación	Conexión Falsa	<p>Relaciones inexistentes entre conceptos, eventos o actores, con el propósito de crear una percepción distorsionada de la realidad.</p> <p>Ejemplo: “Ellos financian el caos en nuestro país, vinculando a grupos pacíficos con actos violentos.”</p>
	Contenido Engañoso	<p>Presentación de información de manera que pueda inducir a error o malinterpretación.</p> <p>Ejemplo: “Datos económicos que demuestran nuestro éxito, omitiendo las estadísticas que muestran problemas persistentes.”</p>
	Contenido Manipulado	<p>Presencia de elementos visuales o textuales que han sido alterados para transmitir un mensaje distorsionado.</p> <p>Ejemplo: Imágenes manipuladas que presentan eventos de manera diferente a como realmente ocurrieron.</p>
	Contenido Fabricado	<p>Creación y difusión de información completamente falsa, sin base en hechos reales.</p> <p>Ejemplo: Inventar eventos o declaraciones que nunca ocurrieron para respaldar una narrativa.</p>
	Hostigamientos	<p>Utilización de lenguaje ofensivo o amenazante hacia individuos o grupos específicos.</p> <p>Ejemplo: “Atacar a opositores políticos con insultos y comentarios difamatorios.”</p>
	Discurso de Odio	<p>Expresiones que promueven la discriminación, la violencia o el menosprecio hacia ciertos individuos o comunidades.</p> <p>Ejemplo: “Incitar al odio contra una minoría étnica con discursos de odio.”</p>
Polarización	Grupos Internos y Externos	<p>Menciones y percepciones de grupos internos y externos en el discurso político.</p> <p>Ejemplo: “Dividir la sociedad entre ‘nosotros’, los verdaderos patriotas, y ‘ellos’, los traidores.”</p>
	Actitudes Afectivas (Sentimientos)	<p>Identificación y cuantificación de actitudes afectivas presentes, incluyendo emociones básicas (alegría, ira) y la adición de la justicia como un sentimiento relevante.</p> <p>Ejemplo: “Generar ira y frustración hacia ‘ellos’ para movilizar a la base política; apelar a la justicia para respaldar las demandas del pueblo.”</p>