



VI. Democratización y comunicación alternativa

Neopopulismo: Una amenaza para la democratización de la comunicación alternativa

Neo-populism: A threat to the democratization of alternative communication

Maria-Fernanda-Guadalupe Chaparro-Cornejo
Universidad San Ignacio de Loyola, Perú
mfgcc2002@gmail.com

Luis-Alonso Serra-Cortez
Universidad San Ignacio de Loyola, Perú
luisalonsosc22@gmail.com

Julissa-Verónica Mostacero-Anaya
Universidad San Ignacio de Loyola, Perú
veronica.mostacero.anaya@gmail.com

Resumen

El presente estudio busca establecer el riesgo que el avance de regímenes neopopulistas significa para la democratización de los medios de comunicación alternativos. A fin de evidenciar esta relación, se desarrollarán conceptos clave; y se utilizará como ejemplo la cinta cinematográfica «No mires arriba», de modo que se señalen las afectaciones principales que puede tener este tipo de gobiernos para la masificación del acceso a la producción de información.

Abstract

This study seeks to establish the risk that the advance of neo-populist regimes poses to the democratization of alternative media. In order to demonstrate this relationship, key concepts will be developed and the film "Don't Look Up" will be used as an example, in order to point out the main effects that this type of government can have on the massification of access to the production of information.

Palabras clave / Keywords

Neopopulismo; democratización; comunicación alternativa; No mires arriba; información; medios.
Neopopulism; democratization; alternative communication; Don't look up; information; media.

1. Introducción

En un mundo globalizado, donde la tecnología ha tomado gran relevancia; los medios de comunicación se han visto diversificados, naciendo una nueva categoría definida como «alternativa». Estos permiten que el mundo entero se conecte en cuestión de segundos, derribando barreras como la distancia o distintos idiomas, y democratizando las posibilidades de encontrar receptores para una agenda mediática distinta a la programada por los medios tradicionales. Tal expansión ha facilitado al público un mayor repertorio informativo, pues ya no deben limitarse a los medios tradicionales para obtener datos. Así, diferentes actores que han influido sobre la discursiva mediática, como los gobiernos, se han visto en la necesidad de adaptarse a las nuevas tendencias de acceso a la información.

Considerando las nuevas corrientes políticas, en dónde la mayoría de los gobernantes legitiman su posición en la aprobación de la población, encontramos que las administraciones se ven en la necesidad de expandir el alcance de su mensaje. En regímenes como los denominados neopopulistas, al buscar mantener la simpatía del pueblo, se promueven mensajes no viables en la realidad nacional, que se alinean a necesidades inmediatas, esperando evitar el descontento social a toda costa. Esta dinámica, que típicamente se limitaba a los medios de comunicación tradicionales, ahora está alcanzando a los medios de comunicación alternativos.

Los efectos de esta interacción están limitando los avances de la democratización de los medios alternativos. Al replicar los mensajes que preponderan en los tradicionales, se ralentiza el cambio de prioridades, pues se espera que sea la sociedad civil la encargada de definir la agenda global, sin imposiciones que respondan a los intereses de otras figuras.

Debido a la falta de avances en esta materia, es que se considera necesario realizar el presente estudio, que buscará desarrollar los precedentes de esta problemática y ejemplificar las consecuencias negativas que podría tener utilizando un escenario hipotético. Para tal fin, se utilizará como objeto de estudio la cinta «No mires arriba», en donde podemos encontrar una predicción de los efectos negativos que puede traer la falta de portales informativos objetivos.

Finalmente, se desarrollará la conclusión que se desprende de estos hallazgos, así como una reflexión sobre la importancia de contrarrestar las afectaciones negativas del neopopulismo en esta dinámica.

2. Metodología

El artículo está desarrollado con base en la metodología de investigación básica y descriptiva con el fin de desarrollar la hipótesis planteada. Además, se analiza una cinta para ejemplificar dicha relación. En ese sentido, el presente artículo recurrirá a las fuentes primarias y secundarias para la recolección de datos, así como, artículos de investigación, informes y revistas que abordan la aplicación de la investigación de tipo documental. Finalmente, para fines prácticos y de ejemplificación el artículo analiza contenido audiovisual específico.

3. Antecedentes

Para poder conocer las razones por las cuales el neopopulismo representa una amenaza para la democratización de la comunicación alternativa, es necesario definir los términos empleados. Sobre el neopopulismo, estableceremos las circunstancias bajo las cuales se desarrolló en América Latina. Según Conniff (2003) hubo tres períodos del populismo durante el siglo XX: el populismo temprano, el populismo clásico y finalmente el neopopulismo. Según el autor, el primero se desarrolló entre 1900 a 1920 y vio su origen en el cono sur; el segundo inició en la década de los 40, 50 y 60, viendo su fin con la llegada de los regímenes militares en los 70 y 80. Se creía que estos gobiernos autoritarios dieron fin al populismo, empero, luego de la transición democrática que muchos países latinoamericanos experimentaron en los 80 y 90, aparecería un nuevo movimiento denominado «neopopulismo» que tendría claras diferencias con la corriente clásica. Conniff (2003) señalaba que los neopopulistas renunciarían a la idea del intervencionismo económico y abrazarían una nueva doctrina económica denominada «neoliberalismo», en donde se disolvería el protagonismo de sectores, como los sindicatos y la clase obrera, que habrían jugado un papel primordial en los regímenes populistas clásicos, para pasar a la búsqueda de apoyo de todas las clases.

Esta nueva doctrina contaba con diferencias bastante claras respecto al populismo temprano y al populismo clásico debido a tres motivos: ineficacia política, lo cual se tradujo en corrupción y burocracia; falta de seguridad, con la aparición de guerrillas e incremento de crímenes; y mal rendimiento económico, plasmado en desempleo y crisis económicas (Conniff, 2003). Para el autor, el neopopulismo también apareció como respuesta a la añoranza que los ciudadanos sentían por el populismo clásico, movimiento que brindó bonanza económica, una rápida industrialización, consolidación de los sindicatos, fortalecimiento de los derechos laborales y era personificado por un líder carismático capaz de unificar los deseos del pueblo, apelando al sentir ciudadano. Además, la imagen de estos líderes se veía beneficiada por aspectos que los ayudarían a consolidar su poder, influencia y base de apoyo, como fue el surgimiento del marketing político, la masificación de los medios de comunicación, y el deterioro de la influencia de las cúpulas militares.

Aproximándonos ahora al concepto de comunicación alternativa, emplearemos la definición desarrollada por Corrales-García y Hernández-Flores (2009). Las autoras definen a los medios alternativos como todas las plataformas que surgen de la necesidad de comunicar la realidad de la vida en sociedad. Señalan que su fin es alentar la concientización para conseguir la retroalimentación continua entre estas plataformas y su audiencia. Este tipo de comunicaciones pueden nacer dentro de sistemas de dominación, donde los ciudadanos comunes no tienen acceso al funcionamiento de las comunicaciones tradicionales, pues estas son influenciadas por grupos de poder que priorizan sus intereses por sobre la responsabilidad de informar. Según Lewis (1995) la comunicación alternativa puede entenderse como toda aquella opción que se presente para sustituir los medios de comunicación tradicional. Existen ciertas diferencias entre las comunicaciones alternativas y tradicionales: los medios tradicionales fueron concebidos sin la presencia de innovaciones tan útiles como el Internet. Así, se limitaron por muchos años a repartir la información a través de los periódicos,

televisión y radio. Según Macaroff (2010: 3) «La mayoría de los medios de comunicación se concentran en pocos grupos que producen el contenido que la sociedad procesa cotidianamente, siendo prácticamente el vehículo más importante de la información...».

Estas premisas sobre control de la discursiva de los medios de comunicación no se aplican con la misma intensidad en los medios alternativos. El acceso a estos se ha masificado, y si bien se presentan líneas informativas que responden a intereses gremiales, la sociedad civil puede emplear las distintas plataformas para compartir información. Esto ha permitido la aceleración del proceso globalizador, formando una suerte de ciudadanía global, capaz de informarse sobre lo que ocurre al otro lado del globo en cuestión de segundos.

4. Estudio de caso

Encontramos en la cinta cinematográfica «No mires arriba» un ejemplo de las consecuencias negativas que un régimen de este tipo puede tener. La historia relata como dos astrónomos descubren la existencia de un meteorito de gran magnitud que impactará contra la tierra en 6 meses. Luego de reportar el suceso con las autoridades pertinentes, consiguen una reunión con la presidenta en la Casa Blanca; sin embargo, la presidenta se muestra indiferente ante un suceso con potenciales consecuencias devastadoras. Ante esta actitud, los protagonistas intentarán por todos los medios posibles advertir a la humanidad del peligro inminente en el que se encuentran. En su camino encontrarán distintas estructuras de poder que no están interesadas en difundir la información en su real magnitud, sino que buscarán utilizarla como mejor convenga para sus propios intereses.

La primera estructura que identificamos es la estatal. En un primer momento, la presidenta y sus asesores deciden no liberar la información, retrasando la respuesta a la crisis; e incluso intentando impedir que los protagonistas compartan sus hallazgos. Los intereses que guiaban su accionar no buscaban el bien común; sino que, por el contrario, responden a las necesidades particulares del gobierno de turno: los funcionarios trazaron un plan para presentar la noticia de modo que la administración pudiera elevar su aprobación, esperando subir en las encuestas al acercarse nuevas elecciones. De igual manera, los medios de comunicación tradicionales pueden jugar un papel crucial en esta dinámica. Cuando a los astrónomos se les facilitó un segmento en el programa televisivo estelar, fueron orientados a seguir el ánimo de los presentadores y evitar mencionar datos cuantitativos, de modo que logren conectar con el público, pues los aspectos considerados «serios» no logran capturar la atención del público. Por ello, a pesar de haber obtenido la información de primera mano y verificada por otros especialistas, estos medios intentaban presentar la noticia como un hecho manejable, suavizando las consecuencias. Obtener la primicia resultaba más importante que comprender la inminencia del problema y cuestionar cuáles eran los planes de gobierno para enfrentarlo. Ante esta situación, se esperaría que los medios alternativos ofrezcan una plataforma que permita a la sociedad civil dar prioridad a los temas urgentes, pero se comprueba con la respuesta de las masas que estos espacios terminan siendo dirigidos por el sensacionalismo: el alarmismo de la astrónoma fue ridiculizado en redes sociales, mientras su compañero recibía halagos por su apariencia física y manejo de escena. Cuando el

gobierno decide desplegar esfuerzos para reaccionar ante la crisis, ocurre un cambio de enfoque al intervenir una esfera de poder económico, representada por el fundador de la empresa BASCH. Este informa a la presidenta que la composición del meteoro se valoriza en 140 billones de USD. Se decide abortar la misión ante estos hallazgos y se inicia a proyectar lo que inicialmente era una situación aterradora como una oportunidad de mejora, al alegar que las ganancias que se obtendrán acarrearían beneficios socioeconómicos. Esto también afectó la línea discursiva de los medios tradicionales, quienes prontamente replicaron el mensaje esperanzador que traía el nuevo plan para el meteorito.

Es de esta forma que observamos como varios actores logran intervenir en la línea informativa, y como la influencia de un gobierno que busca a toda costa la aprobación de las masas puede desnaturalizar la utilidad de los medios alternativos, que inicialmente buscaban ser una plataforma dirigida por la ciudadanía, y no por los detentadores de poder originales. Estos terminaron siendo un espacio más para replicar noticias sensacionalistas, orientando la atención del público a hechos triviales. La democratización implica transparencia, por ende, no existiría censura por parte de los gobernantes o los que concentran el poder, sin embargo, según Cerutti (2009) el populismo implicaría la manipulación de las masas. Esta característica también es propia del neopopulismo, teniendo en cuenta que este nació en respuesta a la demanda de un nuevo populismo con algunas variaciones en su estructura. Esta manipulación de masas para legitimarse podría significar atentar contra la libertad de expresión y de prensa al difundir información que no se alinee al discurso del régimen.

5. Conclusión

A pesar de la masificación de los medios de comunicación alternativos, aún existe un largo camino por recorrer para poder difundir información a todos los rincones del mundo, erradicando la mercantilización del discurso. Acorde a lo señalado por Kaplún (2005: 54) «la comunicación circula en múltiples espacios y ámbitos formales e informales: reuniones y asambleas, plazas y calles, fiestas y juegos, casas y mercados». Esta contribución nos permite concluir que la comunicación no se reduce a los medios masivos, sino que abarca incluso las interacciones persona a persona. Así, si queremos democratizar la comunicación, se debe iniciar desde los niveles locales. Esta práctica debe darse basándose en el respeto y la tolerancia, a fin de que prime un enfoque educativo en la democratización de medios, en donde se desarrollará el pensamiento crítico de los actores. Otro aspecto clave en el proceso de democratización es promover una cultura de medios para prevenir la desinformación. Esta se desarrolla dando a conocer a la población que las noticias deben atravesar un proceso de verificación para ser masificadas, pues no toda la información es veraz. Esto permitirá la promoción de la transparencia y objetividad.

6. Reflexiones

El estudio nos permite discernir que los medios de comunicación masivos y las redes sociales, ahora globalizadas, son fuente no solo de información, sino también de opinión. Ello

implica que quienes se encargan de proveernos noticias tienen el poder de asignar nuevas prioridades. Tal poder es compartido con todo grupo que tenga influencia sobre lo que dictaminan los medios, incluyendo al sector gubernamental y grupos de poder económico. Por todo esto, en la época de la posverdad y el sensacionalismo, es necesario que seamos críticos con la información que llega a nosotros. Debemos tener la capacidad de separar los datos objetivos de la línea discursiva que pueden promover los medios. Solamente así podremos formar una opinión libre de sesgos externos, lo que nos acercará más a un diálogo y debate fundamentado entre pares, devolviendo al público la capacidad de establecer las prioridades de la agenda nacional y global.

Referencias

- Antonio, O. J. (2005). Más allá del consenso de Washington: una agenda de desarrollo para América Latina. *Serie estudios y perspectivas*, 26. <https://bit.ly/2LLs7nS>
- Bartra, R. (2008). Populismo y democracia en América Latina. *Letras libres*, 10(112), 48-53. <https://bit.ly/3RytIQD>
- BBC News Mundo (Ed.) (2017, 12 January). *Qué es la «posverdad», el concepto que puso de moda el «estilo Trump» en Estados Unidos*. <https://bbc.in/2EonM5j>
- Brody, R. (2022, 6 January). La cruda demagogia de «No mires arriba». *The New Yorker*. <https://bit.ly/3Qw8JY5>
- Conniff, M.L. (2003). Neopopulismo en América Latina. La década de los 90 y después. *Revista de Ciencia Política*, 23(1), 31-38. <https://bit.ly/3Ruloen>
- Cerutti Guldberg, H. (2009). *Populismo. Conceptos y fenómenos fundamentales de nuestro tiempo*. IIS-UNAM. <https://bit.ly/2RGHyw9>
- Corrales-García, F.C., & Hernández-Flores, H.G.H. (2009). La comunicación alternativa en nuestros días: un acercamiento a los medios de la alternancia y la participación. *Razón y palabra*, 70. <https://bit.ly/3L2MyHR>
- Kaplún, G. (2005). *Cuatro ideas obvias para democratizar la comunicación*. <https://bit.ly/3RytB23>
- Lewis, P. (1995). *Medios de comunicación alternativos: La conexión de lo mundial con lo local*. <https://bit.ly/3TRP7k9>
- Macaroff, A. (2010). *¿Es posible democratizar la comunicación? Debates sobre los medios públicos y privados en Ecuador*. Flacsoandes. <https://bit.ly/2MKLKuN>

REDES SOCIALES Y CIUDADANÍA

CIBERCULTURAS PARA EL APRENDIZAJE

Editores

Ignacio Aguaded
Arantxa Vizcaíno-Verdú
Ángel Hernando-Gómez
Mónica Bonilla-del-Río

REDES SOCIALES Y CIUDADANÍA: CIBERCULTURAS PARA EL APRENDIZAJE

Colección *Redes sociales y ciudadanía*
N. 2 *Ciberculturas para el aprendizaje*
Primera Edición, octubre 2022

Editores

Ignacio Aguaded
Arantxa Vizcaíno-Verdú
Ángel Hernando-Gómez
Mónica Bonilla-del-Río

Comité Científico

Dr. Ángel Hernando-Gómez
Dr. Octavio Islas
Dra. Paula Renés-Arellano
Dr. Abel Suing
Dr. Marco López-Paredes
Dr. Diana Rivera-Rogel
Dr. Julio-César Mateus
Dr. Osbaldo Turpo-Gebera
Dra. Patricia de-Casas-Moreno
Dr. Antonio-Daniel García-Rojas
Dra. Natalia González-Fernández
Dra. Antonia Ramírez-García
Mg. Sabina Civila
Mg. Rigliana Portugal
Mg. Mónica Bonilla-del-Río
Mg. Arantxa Vizcaíno-Verdú
Mg. Odiel Estrada-Molina

Grupo
Comunicar
Ediciones

AlfaMed



Esta publicación no puede ser reproducida, ni parcial ni totalmente, ni registrada en/o transmitida por un sistema de recuperación de información, en ninguna forma ni formato, por ningún medio, sea mecánico, fotocopiado, electrónico, magnético, electroóptico o cualquier otro, sin el permiso previo y por escrito de la editorial.

Patrocinan



Universidad
de Huelva

Depósito Legal: H 325-2022
ISBN: 978-84-937316-9-4
ISSN 2952-1629
DOI: <https://doi.org/10.3916/Alfamed2022>

DERECHOS RESERVADOS © 2022 de esta edición:

Grupo Comunicar Ediciones
Mail box 527. 21080 Huelva (España)
Administración: info@grupocomunicar.com
Director: director@grupocomunicar.com
www.grupocomunicar.com

Diseño: *Arantxa Vizcaíno-Verdú*
Traducción inglés: *Emily Rookes*

Impreso en *Estigraf*, Madrid (España)



Este trabajo se ha elaborado en el marco de Alfamed (Red Euroamericana de Investigación en Competencias Mediáticas para la Ciudadanía), con el apoyo del Proyecto I+D+i (2019-2021), titulado «Youtubers e Instagrammers: La competencia mediática en los prosumidores emergentes», con clave RTI2018-093303-B-I00, financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades de España y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), y del Proyecto I+D+i (2020-2022), titulado «Instagrammers y youtubers para el empoderamiento transmedia de la ciudadanía andaluza. La competencia mediática de los instatubers», con clave P18-RT-756, financiado por la Junta de Andalucía en la convocatoria 2018 (Plan Andaluz de Investigación, Desarrollo e Innovación, 2020) y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).



Con el sugerente título de «Redes sociales y ciudadanía. Ciberculturas para el aprendizaje» presentamos en este texto una ingente obra colectiva de investigaciones, propuestas, reflexiones, estudios y proyectos en el emergente ámbito de la educación mediática.

Con 151 capítulos de 298 autores únicos se ofrece una panorámica general en un mundo postpandemia global con un análisis poliédrico del complejo entramado educocomunicativo que vivimos. Educadores, comunicadores y educocomunicadores, así como profesionales de los más diversos ámbitos de las ciencias sociales abordan aproximaciones complejas, apegadas a la práctica, sobre la sociedad actual, no solo haciendo una radiografía, más o menos amplia, sino también realizando propuestas educocomunicativas que mejoren los parámetros de convivencia con los medios.

Presentamos en el texto aportaciones de 17 países euroamericanos, que conforman la Red de investigadores Alfamed con un amplio número de trabajos: Perú (104), España (59), Ecuador (25), Brasil (23), México (21), Chile (18), Colombia (18), Bolivia (5), Italia (4), Costa Rica (4), Cuba (4), Argentina (4), Paraguay (3), Portugal (2), República Dominicana (2), Uruguay (1), y Eslovaquia (1).

Esta obra enciclopédica que conforma la tercera de la Colección Alfamed del Grupo Comunicar Ediciones se subdivide en siete grandes bloques temáticos: I. Prosumers (Instagrammers, youtubers y tiktokers), II. Redes sociales y escuela, III. Ciberciudadanía, ética y valores, IV. Alfabetización mediática y formación de profesores, V. Audiencias y ciberconsumo crítico, VI. Democratización y comunicación alternativa, y VII. Nuevas tendencias: fake news, datificación...



Grupo
Comunicar
Ediciones

AlfaMed



Universidad
de Huelva