

La definición de 'populismo': ¿qué puede aportar la semiótica?

Defining 'populism': How can Semiotics contribute to the debate?

Sebastián Moreno Barreneche

(pág 69 - pág 79)

A pesar de que el populismo es una noción clave para entender la política actual, desde un punto de vista académico aún no hay consenso respecto a qué significa el concepto. El objetivo de este artículo es mostrar algunos puntos en los que semiótica podría contribuir a la tarea de clarificación conceptual. Mientras que en la primera sección del artículo presento el debate y los diferentes enfoques que compiten en el intento de explicar el concepto, en las dos siguientes muestro cómo este debate puede verse beneficiado con un aporte desde la semiótica. Este artículo debe ser concebido como un intento de tender un puente entre la semiótica y el debate conceptual sobre el populismo en ciencias políticas.

Palabras clave: Populismo, semiótica, discurso, política, ideología

Although populism has become a key notion to understand the current political scenario, from a theoretical point of view it is still not clear what this concept means. The goal of this paper is to show some issues in which semiotics could contribute to the task of conceptual clarification. While in the first section I discuss the debate and the various accounts that compete in trying to explain what populism is, in the following two sections I show how this debate can profit from a contribution from semiotics. This paper is to be regarded as an attempt to build a bridge between semiotics and the conceptual debate on populism within political sciences.

Keywords: Populism, semiotics, discourse, politics, ideology

Sebastián Moreno Barreneche es profesor encargado del curso de grado 'Cultura y sociedad contemporánea' en la Universidad ORT Uruguay, así como de las unidades vinculadas con teorías sociales en el curso 'Sistema internacional contemporáneo'. Graduado en Filosofía y en Comunicación social, cursó estudios de posgrado en Austria, Suiza, Alemania e Italia. morenobarreneche@gmail.com

Recibido 17/10/2019 Aprobado 1/11/2019

1. INTRODUCCIÓN

Durante los últimos años, la palabra ‘populismo’ se ha establecido como una de las nociones clave para describir la actualidad política a lo largo y ancho del mundo, refiriendo a fenómenos tanto del extremo derecho como izquierdo del espectro político. A pesar de esta proliferación de apariciones del término en la bibliografía especializada y en medios de prensa, desde un punto de vista académico aún no hay consenso respecto a qué significa el concepto, y diferentes enfoques compiten en el intento de brindar una definición que incluya una serie de características esenciales. Así, hay quienes consideran al populismo como una ideología (Mudde 2004, Stanley 2008), como un discurso (Laclau 2005a, Stavrakakis 2004, de Cleen 2017), como un estilo de comunicación política (Jagers & Walgrave 2007, Moffitt & Tormey 2014) y como un *frame* interpretativo (Aslanidis 2015), entre otros. Como afirma Panizza (2005: 1), se ha vuelto un cliché comenzar a escribir sobre populismo lamentándose la falta de claridad conceptual existente.

Si bien en la literatura se encuentra cierto consenso respecto a algunas de sus características esenciales (Mudde 2018), como ser el hecho de que se trata de un fenómeno relacionado con las categorías de ‘el pueblo’/‘la gente’ y ‘la élite’, el debate se caracteriza por una ‘cacofonía conceptual’ (Müller 2015: 81), una situación que debería ser superada debido al importante rol que la claridad conceptual juega en las ciencias sociales, ya que los análisis empíricos parten siempre de las definiciones (Conge 1988: 248). La situación se complejiza debido a que el concepto de populismo ha sido extensamente utilizado, incluso para referir a fenómenos que se ubican en polos opuestos del continuum de la ideología política: por eso se puede hablar de una naturaleza ‘camaleónica’ del populismo (Aslanidis 2015). Por otra parte, el concepto ha sido utilizado con frecuencia como una forma de denigrar a los oponentes políticos (Stavrakakis 2017), ya que por lo general se le atribuye una connotación de ser una amenaza de la democracia (Müller 2015: 80). A raíz de estos hechos, algunos autores consideran que el concepto ha perdido su valor analítico y que se ha vuelto insignificante (Moffitt & Tormey 2014: 382).

Entre los varios enfoques en pugna, el discursivo, basado en los trabajos de Ernesto Laclau, ha despertado gran atención entre académicos, principalmente focalizándose en la *estructura* del discurso populista en lugar de en su contenido: conceptos como ‘significante’, ‘actores’ y ‘relación antagonónica’ son centrales desde esta perspectiva, lo que abre las puertas a una mirada semiótica, hasta el momento casi ausente en el debate. Algo similar ocurre con los enfoques que consideran al populismo un estilo de comunicación política y un *frame*, ambas categorías que, debido a su naturaleza, implican procesos de significación y comunicación, lo que, siguiendo a Eco (1976), daría lugar a un escrutinio desde la semiótica. Como argumentaré más adelante, lo mismo sucede con el enfoque ideológico, aunque esta relación no resulte tan intuitiva *a priori*.

El objetivo de este artículo es mostrar cómo en el debate sobre el populismo habría cabida para la semiótica, específicamente a través del examen de aquellos aspectos en los que la disciplina podría realizar una contribución a la clarificación conceptual sobre este fenómeno. Mientras que en la primera sección del texto presento la esencia del debate y los diferentes enfoques que compiten, en las dos secciones siguientes muestro cómo en el debate hay aspectos que se beneficiarían de un análisis desde la semiótica. En síntesis, el

artículo debe ser concebido como un intento de tender un puente entre la semiótica y el debate conceptual sobre el populismo en ciencias políticas, lo que probaría una vez más el carácter esencial de nuestra disciplina como la perspectiva adecuada para el análisis de los procesos de atribución de sentido en la esfera social.

2. EL DEBATE SOBRE QUÉ ES EL POPULISMO

Durante los últimos años, el populismo ha sido definido desde diferentes enfoques. En esta sección presento de manera resumida algunos de ellos, prestando particular atención al corrimiento que se ha dado en la argumentación desde el plano del contenido (el populismo como ideología) al plano de la forma (el populismo como estilo político).

El primer enfoque, que representa el paradigma teórico dominante en el debate, es el que concibe al populismo con una ideología (Mudde 2004, Stanley 2008). Según Mudde, el populismo consiste en una ideología que concibe a la sociedad como fundamentalmente dividida en dos grupos: el pueblo y la élite (Mudde 2004: 543). Ambos grupos, internamente homogéneos, están en conflicto —son antagonistas— y, para la ideología populista, la balanza en esta disputa debería inclinarse hacia el lado del pueblo, ya que para el populismo la política debería ser una expresión de su *voluntad general* (2004: 543).

Aquí radica el núcleo normativo de la ideología populista, así como su criterio de legitimidad: la voluntad popular como el valor máximo a preservar a nivel político. Mudde sostiene que el populismo es una ideología 'delgada' —*thin-centered*—, lo que explica que pueda ser fácilmente combinada con otras ideologías 'duras' como el comunismo, el nacionalismo y el socialismo (2004: 544), ubicadas en distintos puntos del espectro político que va de derecha a izquierda. Más allá de esta dicotomía entre dos grupos antagónicos y el criterio normativo de la voluntad general, no parece haber mucho más que pueda ser establecido como característico del populismo a nivel de contenido.

Otro enfoque es el que concibe al populismo como un discurso. Por lo general, el punto de partida de sus representantes es la constatación de que no existen rastros de coherencia ideológica entre los partidos considerados como populistas (Aslanidis 2015: 2), lo que lleva a pensar que las características esenciales del populismo deban ser buscadas en la *forma* y no en el contenido (Laclau 2005a: 44). En este sentido, el enfoque discursivo se centra más bien en cómo el populismo construye la categoría del 'pueblo' a través del discurso en base a un antagonismo con 'la élite' (de Cleen 2017: 5) mediante el empleo de una lógica discursiva apoyada en la alteridad, fomentando así una 'política del antagonismo' (Stanley 2008: 95). La figura de referencia para este enfoque es Ernesto Laclau, según quien "un movimiento no es populista por presentar en sus políticas o ideología contenidos reales que pueden ser identificados como populistas, sino por presentar una lógica particular de articulación de esos contenidos, sean cuales sean" (2005a: 34).

El foco de atención está, para el enfoque discursivo, en la *lógica de articulación* que da estructura al discurso populista, lo que conduce a prestar particular atención a los 'sig-

nificantes vacíos' (Laclau 2005a: 44) empleados, que son provistos de contenido concreto dependiendo de las características del contexto político dentro del que son invocados (Aslanidis 2015: 11). Quienes conciben al populismo como un discurso consideran, entonces, que lo que define al populismo es una lógica particular de articulación, independiente de los contenidos en juego (Laclau 2005a: 44).

Este desplazamiento del foco desde el contenido hacia la forma radica en una concepción particular sobre el rol que el lenguaje y el sentido juegan en la construcción de la realidad política. Pytlas (2016) propone que la acción política debe ser concebida como una 'disputa por el significado'. Según el autor, "toda actividad política está motivada por el esfuerzo de crear una convicción consistente acerca del atractivo y la efectividad de un producto político dado como la mejor respuesta tanto a los intereses materiales como a las ideas y valores de los electores" (2016: 58).

Dentro de este enfoque, la comunicación entre los actores políticos y el electorado juega un rol central, ya que es en ese proceso dinámico donde se construye activamente el sentido. Así, de Cleen (2017) sugiere que, al estudiar cómo los proyectos políticos intentan 'fijar el significado' y hacer que sus visiones prevalezcan, la teoría del discurso facilita la comprensión de cómo estos actores "producen una estructura de sentido –'*structure of meaning*'– a través de la articulación de elementos discursivos ya existentes" (de Cleen 2017: 2). Por 'articulación' se debe entender cómo es que se unen elementos discursivos para construir una estructura de sentido que sea "más o menos original" (2017: 2). De Cleen define al populismo como "un discurso centrado en torno a los puntos nodales 'pueblo' y 'élite', en el cual los significados de 'pueblo' y 'élite' son construidos a través de un antagonismo vertical entre 'el pueblo', concebido como un gran grupo desvalido de poder, y 'la élite', un grupo pequeño e ilegítimamente poderoso" (2017: 5).

También dentro del enfoque discursivo pero desde una postura más cercana al paradigma cognitivista, el populismo ha sido concebido como un *frame*, es decir, un esquema mental específico de interpretación de la realidad social. Este es el enfoque defendido por Aslanidis (2015), quien reconoce el aporte de Mudde al debate pero considera que basar la definición de populismo en el concepto de ideología no es un paso seguro (Aslanidis 2015: 1). Como alternativa, el autor sugiere que es el discurso, concebido desde la perspectiva del análisis de *frames* (Goffman 1974), el candidato adecuado para articular la discusión (2015: 1). Según Aslanidis (2015: 12), dado que la realidad "puede ser presentada y aprehendida de diversas formas, los *frames* permiten la selección de una perspectiva específica para interpretar la experiencia".

El concepto de *interpretación* desempeña un rol central en este enfoque, ya que la realidad es interpretada en base a estos marcos de referencia. Según Aslanidis, concebir el populismo como un fenómeno discursivo "resuena mejor con los aspectos cognitivos del mensaje populista" (2015: 11), ya que de este modo se abarcan sus aspectos tanto discursivo como cognitivo, ambos esenciales a la hora de comprender los *efectos* que el discurso populista pretende producir en el electorado. En su análisis del enfoque de Mudde, Aslanidis considera que "si dejamos de lado la innecesaria cláusula ideológica, [...] el populismo se vuelve modestamente un discurso que invoca la supremacía de la soberanía popular para

afirmar que las elites corruptas están defraudando al 'pueblo' de la autoridad política que le es legítima" (Aslanidis 2015: 9). En síntesis, el populismo sería *un discurso anti-élites en nombre* de y a favor del pueblo soberano (Aslanidis 2015: 9).

Finalmente, otro enfoque en pugna es el que concibe al populismo como un estilo de comunicación política (Jagers y Walgrave 2007, Moffitt y Tormey 2014), una propuesta que expande aún más el desplazamiento del foco del contenido hacia la forma. Moffitt y Tormey, por ejemplo, basándose en el concepto de mediatización de la política, se enfocan en el estilo empleado por los actores considerados populistas, por lo que afirman que el populismo consistiría en "un repertorio de características performativas en diferentes situaciones políticas, utilizadas para crear relaciones políticas" (2014: 394). En este sentido, el foco de la definición conceptual debería depositarse en la *relación* entre el líder populista y el pueblo, es decir, en cómo éste 'actúa' –'performs'– su rol.

Los autores consideran que este estilo se caracteriza por tres elementos comunes: la referencia al pueblo, la sensación de crisis, colapso o amenaza, y un estilo basado en las malas formas –'bad manners'– o incorrección política (2014: 382). Por su parte, Jagers y Walgrave (2007: 322-324) proponen que el populismo es un estilo de comunicación política que consiste en una alusión al pueblo, ya que los actores políticos pretenden hablar en nombre de éste, mostrando cierta cercanía con él. Volveré sobre este punto más adelante.

Concluyo así la primera sección del artículo, consistente en una aproximación al debate actual en ciencia política respecto a qué es el populismo. El lector interesado podrá profundizar en los diferentes enfoques remitiéndose a la bibliografía citada. Procederé ahora a sugerir en qué puntos es que la semiótica puede contribuir a este debate.

3. ALTERIDAD, CONFLICTO Y VALORES

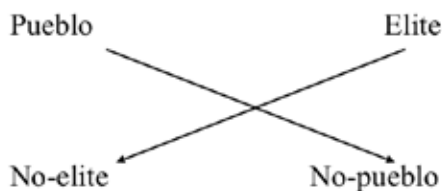
Según Umberto Eco, siempre que haya procesos de significación y comunicación en juego habrá lugar para una mirada desde la semiótica (1976: 44), por lo ésta podría ser definida como la disciplina que pretende entender el funcionamiento de los procesos de sentido en la vida social (Lorusso 2015: 1), manejando como objeto de estudio el desordenado y variado fenómeno de la cultura (Eco 1976: 51). Es evidente entonces por qué la política no puede dejar de ser estudiada por esta disciplina, especialmente a la luz de su conceptualización como una disputa por el significado (Pytlas 2016). Por lo general, los semióticos concuerdan en la idea de que gran parte de la cultura puede ser modelada como un texto, se trate de signos, discursos, objetos, prácticas o formas de vida (Fontanille 2008), entre otros. Según Marrone (2011: v), por 'texto' se debe entender, en un sentido amplio, toda configuración de sentido que pueda ser percibida empíricamente de alguna manera: desde un discurso político hasta el recorrido que hace un individuo al utilizar el metro de una ciudad (Floch 1990). ¿Qué podría aportar la semiótica, entonces, al debate sobre qué es el populismo?

Comencemos por los elementos de consenso. A pesar de no haber acuerdo respecto al *género* al que el populismo pertenece, por lo general los enfoques en disputa concuerdan

respecto a ciertas de sus características esenciales. En primer lugar, la idea de que, para el populismo, la sociedad está dividida en dos grupos: el pueblo, al que se lo caracteriza como noble, y la élite, a la que se caracteriza como corrupta.

Giovanna Cosenza (2018: 5) afirma que “en la comunicación política contemporánea sucede cada vez más que hechos, eventos, situaciones nacionales e internacionales complejas y borrosas son reducidos a *fórmulas binarias*, para las que la realidad se vuelve una contraposición entre un *nosotros* compacto y carente de diferencias y contrastes, y un *ellos* también representado como homogéneo”. Como ya fue mencionado, para el populismo ambos grupos son concebidos como internamente homogéneos, lo que los transformaría en una suerte de ‘comunidades imaginadas’ (Anderson 1983), en tanto existe una idea de comunión basada en un discurso excluyente, que plantea la oposición entre un ‘ellos’ y un ‘nosotros’. Desde una perspectiva semiótica: ¿por qué el continuum del plano del contenido es recortado de esta manera? ¿Tiene sentido concebir a ‘la élite’ como un grupo externo al ‘pueblo’? ¿Cuáles son las marcas denotativas y connotativas atribuidas a ambos grupos? ¿No es el significativo ‘pueblo’ una burda generalización que tiende a simplificar la complejidad de la realidad social?

En este sentido, según Mudde “el pueblo en la propaganda populista no es ni real ni inclusivo, sino un subconjunto mítico y construido del total de la población” (2004: 546). Por su parte, Jagers y Walgrave añaden que el populismo considera al pueblo como un grupo *monolítico*, sin diferencias internas (2007: 322). Al respecto, la semiótica dispone de una amplia caja de herramientas para explicar las estrategias utilizadas por los enunciadores para construir a los actores en los procesos discursivos. Así, resultaría esencial analizar los procesos de actorialización que se desarrollan en el discurso populista: ¿en base a qué juego de oposiciones se construye a cada uno de los actores? ¿A partir de qué estrategias de enunciación? Recurriendo al cuadrado semiótico (Floch 1990), se podría pensar en lo siguiente:



En este cuadrado se puede ver que las categorías empleadas para referir al orden social no son solo dos, sino cuatro: a nivel social, no ser parte del ‘pueblo’ no necesariamente implica una pertenencia a la categoría de la ‘élite’, así como se puede no ser miembro de la ‘élite’ sin pertenecer al pueblo. Respecto a estas pertenencias, ¿en qué medida las categorías empleadas en el discurso se definen en base a la existencia de otras?

Desde la semiótica se podría estudiar la construcción tanto de Sujeto como de su Anti-Sujeto, prestando especial atención al Objeto de valor en cuestión y a las consiguientes sintaxis y semántica discursivas. No es casual que Laclau, en el prefacio de su libro *La razón populista*, escriba que su trabajo “se interroga centralmente sobre la lógica de formación de las identidades colectivas” (2005: 9), la cual responde claramente a procesos semióticos en los que se recorta el plano del contenido de determinada manera —dando lugar a un ‘ellos’ y a un ‘nosotros’— y, a través del empleo de mecanismos de enunciación y de producción signíca, se construye un artificio en el plano de la expresión, que luego será interpretado según las competencias enciclopédicas de los receptores (Eco 1976).

Avanzando un paso más: ¿en qué medida el líder populista es presentado metonímicamente como una parte de la categoría ‘el pueblo’? Crevelli (2018: 5) propone que el populismo presupone un modelo de colectividad en el que se desdibujan las fronteras entre los ciudadanos-electores y los representantes electos, instaurando entre ambos “una suerte de analogía o de mimetismo” (Crevelli 2018: 6). De hecho, según Landowski (2018: 3), gran parte del ‘arte’ de los líderes populistas consiste en hacer de su relativa falta de experiencia en política una virtud, enfatizando la identidad de ser un ciudadano ‘común y corriente’, cercano a la gente.

Estos roles temáticos merecen un análisis semiótico, en tanto son fiel reflejo de lo que Cosenza (2018: 5) denomina ‘personalización de la política’, consistente en “reducir a una sola voz, la de un/a líder, la *polifonía* de temas, puntos de vista e intereses que inevitablemente existen en un partido, una coalición o cualquier agregación política o social” (Cosenza 2018: 6).

Una segunda característica de las atribuidas al populismo que ha encontrado consenso es la idea de conflicto: el populismo maneja una concepción de la sociedad en la que dos grupos están en disputa respecto a su legitimidad política. Como afirma Panizza, es la relación antagonica en sí misma la que *constituye* a los actores: “tanto ‘el pueblo’ como su ‘otro’ son constructos políticos, constituidos simbólicamente a partir de su relación de antagonismo” (2005: 3). Así, el autor propone que el antagonismo es “un modo de identificación en el que la relación entre su forma (el pueblo como signifiante) y su contenido (el pueblo como significado) es posible en base al mismísimo proceso de nombrar” (2005: 3), proceso consistente en definir tanto quién forma parte del pueblo y quiénes de sus ‘enemigos’. Esta construcción de los ‘personajes’ del relato a partir de un conflicto y de una serie de oposiciones permitiría un análisis semiótico, especialmente si se atiende a la premisa estructural de lo *polémico*: habría lugar entonces para la postulación de un programa narrativo canónico, en el que un Sujeto lucha contra un Anti-Sujeto por la posesión de un Objeto de valor. Según Landowski (2018: 2), este relato se apoyaría en una crisis ‘fiduciaria’: lo que ha sucedido es una pérdida de confianza por parte de los electores en los políticos y en las instituciones.

Fiel a la tendencia general a la simplificación que se puede apreciar actualmente en el lenguaje con el que los actores políticos se dirigen a sus electorados de referencia (Cosenza 2018: 5), en su presentación del conflicto el populismo maneja una visión *maniquea* de

la sociedad, oscilante entre dos extremos que representan una dicotomía sumamente simplista: lo ‘bueno’ y lo ‘malo’. Este continuum permite al populismo hacer visible su axiología. En las marcas connotativas asociadas a las categorías ‘pueblo’ y ‘élite’, en el discurso populista hay una clara valorización: mientras que el primero es por lo general presentado como ‘puro’ y ‘noble’ (marcas asociadas a la bondad), las élites poseen connotaciones de ‘corrupción’ e interés propio (Aslanidis 2015: 10), marcas asociadas con la ‘maldad’. Esta axiología responde a una concepción específica que el populismo maneja sobre el sistema de valores que debería imperar a nivel social, un sistema de valores extremadamente simplista que, como vimos, se basa en un eje que oscila entre el bien y el mal.

Así, la oposición ‘nobleza’/‘corrupción’ refleja una cierta normatividad respecto a la ‘buena’ organización de la esfera política, particularmente en relación a quiénes tienen el legítimo derecho a participar en la toma de decisiones. Este eje conceptual se relaciona con la *legitimidad de la autoridad política*, el Objeto de valor presentado en el discurso populista.

4. DISCURSO, ESTILO DE COMUNICACIÓN, IDEOLOGÍA

Veamos ahora en qué medida la semiótica puede arrojar claridad sobre los diferentes enfoques sobre qué es el populismo. Comencemos por el caso más fácilmente relacionable con nuestra disciplina: aquél que lo concibe como un discurso. Como es sabido, la semiótica emplea una metodología que tiene por unidad de análisis al texto en un sentido amplio (Marrone 2011), entendiendo bajo este concepto, como se señaló, cualquier configuración de sentido que sea pasible de ser empíricamente percibida. Los discursos en sentido restringido caen dentro de esta categoría en tanto articulaciones de sentido orientadas a lograr ciertos efectos en los destinatarios. Como vimos, según el enfoque discursivo, el populismo produce una ‘estructura de sentido’ (de Cleen 2017) y, siempre que haya sentido en juego, la semiótica tendrá algo que decir. Así, en los estudios empíricos focalizados en el análisis del discurso que son desarrollados en ciencia política, la semiótica puede hacer un aporte sustancial, particularmente a partir de la creación de tipologías basadas en cuadrados de oposiciones y diferencias, pero también prestando atención a las estrategias de enunciación, particularmente a cómo se desarrolla el *débrayage* en el discurso populista: qué actores, qué lugares y qué tiempos son enunciados en el discurso (Greimas y Courtès 1979).

También sería interesante realizar un examen semiótico respecto al tipo de *contenido* empleado en el discurso populista, así como a sus efectos en la audiencia. Respecto al primer punto, Landowski propone que los contenidos empleados por los líderes populistas por lo general “requieren una competencia enciclopédica mínima” (2018: 5), lo que vuelve aún más necesaria la mirada semiótica sobre cómo se recorta el plano del contenido a partir de oposiciones simplistas, así como a través de qué estrategias de enunciación es que se conforma el plano de la expresión. Por su parte, Sedda y Demuru (2018: 19) señalan que el discurso populista se destaca, entre otros atributos, por su *negatividad*, es decir, por el hecho de manejar una filosofía del “estar en contra de”. Como se puede apreciar, el enfoque discursivo requiere un cuidadoso escrutinio tanto del plano del contenido como del de la expresión para comprender de manera cabal la propuesta de sentido respecto a la estructuración del mundo que se ofrece al destinatario.

Respecto a la dimensión de los efectos del discurso populista, al estudiar los efectos que un determinado discurso tiene sobre una audiencia es fundamental entender cómo se desarrolla el proceso de interpretación, porque es precisamente allí que el sentido es creado dinámicamente, a partir de una serie de interacciones que generan sentido. Este es un aspecto central a tener en cuenta al estudiar el discurso político en general, y aquí también la semiótica tiene mucho que aportar, tanto desde la perspectiva de los procesos de interpretación de los textos (Eco 1976, 1979, Escudero-Chauvel 2017a), como de los efectos que estos producen a nivel pasional (Greimas y Fontanille 1991, Landowski 2018). Es aquí que el concepto de *frame* entra en juego: en tanto estructuras cognitivas, los *frames* ofician como macro-relatos que dan sentido a los acontecimientos aislados a través de su posicionamiento dentro de un sistema de sentido. Este tipo de estructuras también puede ser estudiado desde un punto de vista semiótico, en tanto constructos que desempeñan un papel de mediación en la relación del sujeto con su entorno (Goffman 1974, Eco 1997, Lakoff 2004).

Al examinar la definición que considera al populismo como un estilo de comunicación política, la semiótica también puede hacer su aporte: al enfocarnos en las *performances* dentro de la esfera política, tanto el análisis del 'guión' que guía la *performance* (por ejemplo, el entramado de los hechos históricos en una narrativa particular) como los aspectos referentes al plano de la expresión invitan a una reflexión semiótica. Landowski (2018) propone que uno de los elementos centrales del populismo es la forma particular de la *mise en scène* que los actores populistas llevan a cabo, consistente en dos factores: por un lado, el presentarse públicamente como personas comunes y corrientes; por otro, el tipo de vínculo de cercanía que intentan establecer con su auditorio (2018: 2). Respecto al primer punto, el estudio de cómo los líderes populistas manejan la dimensión corporal (vestimenta, gestualidad, forma de hablar, forma de comportarse) en sus estrategias de enunciación es central, ya que se podría afirmar que el populismo busca, como afirma Crevelli (2018: 3), "generar el efecto de sentido de una ruptura con los modos tradicionales de presentar el cuerpo en el sistema político", principalmente a través de la forma en que el cuerpo se hace visible y del manejo de las normas lingüísticas (Crevelli 2018: 4). Según propone el autor, en lugar de esconder o neutralizar el cuerpo del líder a través del respeto de lo que se considera 'normal' en política, "se elige mostrarlo de un modo enfático y provocador" (Crevelli 2018: 5). Aquí, la semiótica podría hacer una gran contribución. Respecto al segundo punto mencionado por Landowski, según Jagers y Walgrave (2007: 323) el populismo utilizaría como principal herramienta de cercanía con el pueblo el hecho de *hablar sobre* el pueblo, una estrategia de enunciación que puede ser claramente explicada por la semiótica a la luz del proceso de actorialización mencionado antes.

Quizá el enfoque que considera al populismo como una ideología sea el que parece *a priori* más problemático de vincular con la disciplina, ya que la ideología no sería un concepto perteneciente al paradigma semiótico (Escudero Chauvel 2017b). Sin embargo, al analizar los procesos de *semiosis*, es fundamental tener en cuenta la relación entre ideología y discurso. De hecho, la ideología ha desempeñado un rol importante en el pensamiento semiótico del siglo XX (Escudero Chauvel 2017b), aunque durante las últimas décadas la disciplina haya estado (quizá demasiado) focalizada en encarar sus objetos de manera descriptiva y analítica. De todas formas, su finalidad crítica es innegable: Eco dedica la

última sección del *Tratado de Semiótica General* a la ideología, a la que presenta como el umbral superior de la disciplina (Escudero Chauvel 2017a). Así, comprender los procesos de sentido dentro de una cultura implicaría siempre atender a los juicios tanto veritativos como normativos que componen el sistema de creencias de esa cultura. Al estudiar el populismo, tanto la segmentación del continuum del contenido en ciertas unidades culturales ('pueblo', 'élites') así como las connotaciones atribuidas a éstas dejan entrever una cierta ideología, y aquí la semiótica tiene mucho para decir.

5. CONCLUSIÓN

El objetivo de este artículo fue mostrar cómo en el actual debate sobre qué es el populismo habría lugar para una contribución desde la semiótica, mostrando algunas líneas posibles de investigación. Posiblemente el lector haya pensado en otras, lo cual sería un gran aporte al objetivo que motivó la redacción de este texto: generar una base para el intercambio en el seno de la semiótica respecto a cómo la disciplina puede contribuir al debate conceptual en ciencia política, ya que creo firmemente que el trabajo interdisciplinario entre semióticos y cientistas políticos puede ser muy fructífero, por no decir necesario. Siguiendo a Floch (1990: 4), la semiótica está en una posición de facilitar “una interdisciplinariedad real y eficaz”. Si la política es concebida como una ‘disputa por el sentido’, un estudio desde la semiótica, tanto desde una mirada analítica como crítica, resulta crucial.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANDERSON, B. (1983) *Comunidades imaginadas*. México: Fondo de Cultura Económica.
- ASLANIDIS, P. (2015) “Is Populism an Ideology?”, *Political Studies*, 2015.
- CERVELLI, P. (2018) “La comunicazione politica populista: corpo, linguaggio e pratiche di interazione”, *Actes semiotiques*, 121, disponible en: <http://epublications.unilim.fr/revues/as/6017>
- CONGE, P. (1988) “The Concept of Political Participation. Toward a Definition”, *Comparative Politics*, Vol. 20 (2).
- COSENZA, G. (2018) *Semiotica e comunicazione politica*. Roma-Bari: Laterza.
- DE CLEEN, B. (2017) “Populism and Nationalism”, en Rovira Kaltwasser, C. et al. (eds.) (2017) *Handbook of Populism*. Oxford: Oxford University Press.
- ECO, U. (1997) *Kant y el ornitorrinco*. Barcelona: Lumen.
- (1979) *Lector in fabula*. Barcelona: Lumen.
- (1976) *Tratado de semiótica general*. Barcelona: Lumen.
- ESCUDERO CHAUVEL, L. (2017a) “La Ideología en *Tratatto di Semiotica Generale* de Umberto Eco. Una puesta en perspectiva”, *deSigniS*, 26: *Semiotica e ideología*.
- (2017b) “El regreso de un concepto controvertido”, *deSigniS*, 26: *Semiotica e ideología*.
- FLOCH, J.-M. (1990) *Sémiotique, marketing et communication*. París: Presses Universitaires de France.
- FONTANILLE, J. (2008) *Pratiques sémiotiques*. París: Presses Universitaires de France.
- GOFFMAN, E. (1974) *Frame Analysis*. Boston: Northeastern University Press.
- GREIMAS, A. J. y COURTÉS, J. (1979) *Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*. París: Hachette.
- GREIMAS, A. J. & FONTANILLE, J. (1991) *Sémiotique des passions*. París: Seuil.
- JAGERS, J. & WALGRAVE, S. (2007) “Populism as Political Communication Style”, *European*

Journal of Political Science, 46 (3), 319-345.

LACLAU, E. (2005a): "Populism. What's in a Name?", en Panizza, F. (ed.) (2005) *Populism and the Mirror of Democracy*. Nueva York: Versus.

(2005b) *La razón populista*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

LAKOFF, G. (2004) *Don't Think of an Elephant!* Vermont: Chelsea Green.

LANDOWSKI, E. (2018) "Populisme et esthésie. Présentation", Actes Sémiotiques, 121. Disponible en: <http://epublications.unilim.fr/revues/as/6021>

LORUSSO, A. M. (2015) *Cultural Semiotics*. Londres: Palgrave/Macmillan.

MARRONE, G. (2011) *Introduzione alla semiotica del testo*. Roma-Bari: Laterza.

MOFFITT, B. & TORMEY, S. (2014) "Rethinking Populism", Political Studies, 62(2).

MUDDE, C. (2018) "How populism became the concept that defines our age", The Guardian, 22 de noviembre. Disponible en: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/nov/22/populism-concept-defines-our-age>

(2004) "The Populist Zeitgeist", Government and Opposition 39(4).

MÜLLER, J.-W. (2015) "Parsing Populism", Juncture 22(2), 80-89.

PANIZZA, F. (ed.) (2005) *Populism and the Mirror of Democracy*. New York: Versus.

PYTLAS, B. (2016) *Radical Right Parties in Central and Eastern Europe*. Londres: Routledge.

SEDDA, F. y DEMURU, P. (2018) "Da cosa si riconosce il populismo. Ipotesi semiopolitiche", Actes Sémiotiques, 121. Disponible en: <http://epublications.unilim.fr/revues/as/5963> > Document créé le 31/01/2018

STANLEY, B. (2008) "The Thin Ideology of Populism", Journal of Political Ideologies, 13 (1).

STAVRAKAKIS, Y. (2017) "How did 'populism' become a pejorative concept? And why is it important today? A genealogy of double hermeneutics", POPULISMUS Working Papers, 6.

(2004) "Antinomies of Formalism: Laclau's Theory of Populism and the Lessons from Religious Populism in Greece", Journal of Political Ideologies, 9 (3).