

Antonio Gaspar Galán
Universidad de Zaragoza

EL POPULISMO, ENTRE LA ESFERA SOCIAL Y LA ESFERA DISCURSIVA¹

Populism: Public Sphere and Discursive Practices

Abstract

The noun “populism” and the adjective “populist” are controversial terms and difficult to define from the political and social point of view, which has led to numerous controversies. In the present contribution, we analyse these terms from a discursive perspective, using theoretical assumptions that are characteristic of the analysis of discourse and the pragmatics, in order to establish what the conditions and consequences of the discursive use of these terms are. For this we use a corpus of jobs made up of statements extracted from the Spanish press of the year 2018.

Keywords: populist strategy, populist discourse, Spanish politics, Spanish press

Resumen

El sustantivo “populismo” y el adjetivo “populista” son términos controvertidos y difíciles de definir desde el punto de vista político y social, lo que ha dado lugar a numerosas controversias. En la presente contribución, analizamos estos términos desde una perspectiva discursiva, utilizando presupuestos teóricos propios del análisis del discurso y de la pragmática con el fin de establecer cuáles son las condiciones y las consecuencias de la utilización discursiva de dichos términos. Para ello utilizamos un corpus de empleos conformado por enunciados extraídos de la prensa española del año 2018.

Palabras clave: estrategia populista, discurso populista, política española, prensa española

¹ Esta contribución forma parte de los resultados del proyecto FFI2016-77192-R financiado por el Ministerio de Economía, Industria y Competitividad del Gobierno de España.

Introducción

Sin duda alguna, el término *populismo* está de moda en el ámbito político y su utilización ha experimentado un crecimiento exponencial en los medios de comunicación en los últimos años. Una rápida consulta de dos bases léxicas de la Real Academia Española corroboran esta percepción: el *Corpus diacrónico del español* (CORDE), “corpus textual de todas las épocas y lugares en que se habló español, desde los inicios del idioma hasta el año 1974”, ofrece 13 referencias de empleo del término; la versión anotada del CREA, *Corpus de referencia del español actual* en textos publicados entre 1975 y 2004, contiene 296 referencias de uso, la primera del año 1977, la última del 2000.

En 2016, *populismo* fue considerada “palabra del año” por la Fundación del Español Urgente (FUNDEU) debido a su presencia mediática y hoy en día la prensa utiliza los términos *populismo* o *populista*² de manera prácticamente cotidiana: en el año 2018, hemos documentado más de 1200 empleos de los dos términos en la versión digital de los tres periódicos españoles con mayor alcance (*El Mundo*, *El País* y *La Vanguardia*).

Nuestra contribución pretende realizar un análisis cualitativo de este corpus desde la perspectiva del análisis del discurso, evaluando la utilización pragmática del término. Nuestra pretensión es aportar luz sobre esta cuestión sin valorar posicionamientos políticos, ni comportamientos sociales, cuyo análisis es más propio de otras perspectivas teóricas. En cualquier caso, esfera social y esfera discursiva están indisolublemente unidas, por lo que partimos de la base de que el espacio público es un espacio que se conforma discursivamente y de que todo cuanto existe en él pasa por la mediación del lenguaje.

1. La resignificación del término: de qué hablamos cuando hablamos de populismo

Como decimos, es evidente que el uso del término va en aumento, pero también que su valor semántico se ha visto alterado y ha adquirido unos tintes peyorativos que no tenía en su origen. La tercera edición revisada del *Diccionario manual e ilustrado de la lengua española* (1985) define el *populismo* como: “Doctrina política que *pretende defender* los

² Dadas las especiales características apreciativas que aporta el sufijo *-ismo* en la conformación de sustantivos abstractos, vamos a considerar de manera conjunta en nuestro corpus los términos *populista* y *populismo*.

intereses y aspiraciones de un pueblo”. La 23ª edición (2014), modifica dicha definición para poner de relieve una connotación peyorativa: “Tendencia política que *pretende atraerse* a las clases populares. U. m. en sent. despect.”³.

Esta connotación peyorativa forma parte de un proceso de resignificación que ha modificado la significación que tenía el término en su origen referida a una ideología política concreta. Varios ejemplos extraídos del CREA y referidos a periódicos españoles ilustran esta transformación:

El País, 1986: “El apoyo a los procesos democratizadores del Cono Sur, ya sustentado por el populismo de Adolfo Suárez, se ha mantenido, con toda lógica”.

El País, 1989: “Populismo de boquilla”.

El Mundo, 1994: “La música de Manolo Tena, que finalmente ha alcanzado el lugar que se merece en el pop español invocando el ardor amoroso nacional, rezuma un populismo sano”.

El Mundo, 1995: “Si es verdad que Castilla hace y deshace a España, aún conserva González, gracias al populismo y la diligencia de Bono, la mitad de la planicie”.

ABC, 1997: “No son fáciles de reconocer, en cambio, en Almunia, las dotes de populismo y cordialidad comunicativa que se reclaman de un candidato”.

Los usos citados muestran que en los años 80 y 90 existen ya varios tipos de populismo: un populismo sano (lo que implica la existencia de una subclase de populismo insano), un populismo de boquilla (frente a un populismo de corazón), un populismo que impulsa procesos democratizadores, un populismo que es necesario para el triunfo en el ámbito político y que es parejo a la cordialidad comunicativa, etc.

En el transcurso de las tres décadas que van desde esos años hasta la actualidad, la palabra ha recorrido un largo camino, de suerte que es capaz de caracterizar con una connotación peyorativa partidos y líderes políticos de todo el espectro ideológico. Los ejemplos del corpus que hemos analizado referidos al año 2018, ponen de manifiesto que los partidos calificados de populistas mantienen posiciones antagónicas en cuestiones claves como la inmigración, el racismo, el nacionalismo, etc.

³ La cursiva de las dos definiciones es nuestra.

Los estudios dedicados a definir el populismo y su presencia en el panorama político contemporáneo también señalan una serie de características que, a nuestro juicio, pueden ser aplicadas en general a partidos de todo el espectro político y, en el caso particular del ámbito español, a partidos que nunca han sido calificados de populistas. Así, J.-W. Müller (2016), uno de los más recientes, define el populismo mediante varias características entre las que se cuentan la invocación a una mayoría silenciosa del pueblo (retomando la célebre expresión de Richard Nixon), la práctica de un clientelismo de masas y la tendencia a hacerse con los resortes del Estado y a alimentar una hostilidad social en contra de los medios de comunicación. Estrategias que han sido utilizadas repetidamente en el ámbito español por partidos que no son calificados de populistas: el PP utilizó el recurso a la mayoría silenciosa para desacreditar las manifestaciones de Barcelona a favor de la independencia; y la tendencia a acaparar los resortes del Estado, a practicar un clientelismo de masas o a provocar hostilidad social se han dado en repetidas ocasiones de la mano de partidos tanto progresistas como conservadores (PSOE, PP, CiU).

En este sentido, el corpus que hemos analizado pone de manifiesto que el calificativo de populista tiene unos límites referenciales muy poco definidos: en el ámbito español son calificados de populistas *Podemos*, la *CUP*, los *Comunes* de Ada Colau, *Esquerra Republicana*, *PdeCat*... También existen abundantes referencias a partidos extranjeros, como el *Movimiento Cinco Estrellas*, el *FN* de Le Pen (en la actualidad *Rassemblement National*), *Amanecer Dorado*, la *Liga Norte*, *Syriza*, *Alternativa por Alemania*. E incluso gobiernos, como los de Austria, Hungría, Polonia, Venezuela y recientemente México. Y hasta posiciones políticas, como es el caso de los defensores del “brexit”.

Sensu contrario, líderes y partidos políticos que no son considerados populistas presentan algunas de las características que se atribuyen en general al populismo: en el ámbito español, es el caso de UPyD, Ciudadanos o recientemente Vox, forjados en torno a una figura carismática. En similares circunstancias ha surgido la *République en Marche* de Macron, catalogado curiosamente de antipopulista por su férrea defensa de la Unión Europea.

En consecuencia, parece claro que, si el populismo se considera una ideología, su definición en términos políticos resulta complicada y da pie a consideraciones de toda índole: A. Touraine (1993) relaciona el populismo con las crisis y no con las orientaciones ideológicas; E. Laclau (2005) y Ch. Mouffe (2005) lo consideran una manera de construir lo

político; y P. Rosanvallon (2011) y J.-W. Müller (2016) lo catalogan como un síntoma de corrupción de la democracia.

A nuestro juicio, para abordar el populismo es necesario separar dos ámbitos que tienen una estrecha relación: el ámbito de la ideología política y el de la estrategia político-social encaminada a la obtención del poder. Compartimos pues la tesis de P.-A. Taguieff (2007: 31), en el sentido de que no existe una “ideología populista”, sino un “estilo político” compatible con todas las ideologías:

L'analyse comparative des programmes des diverses formations populistes permet d'établir que le phénomène populiste en Europe ne présuppose pas l'existence d'une cohérence doctrinale, qui serait le propre de l'« idéologie populiste » [...] Le populisme constitue un style politique fondé sur l'appel au peuple, ainsi que sur le culte et la défense du peuple, compatible en principe avec toutes les grandes idéologies politiques (libéralisme, nationalisme, socialisme, fascisme, anarchisme, etc.).

En consecuencia, el análisis del discurso, perspectiva desde la que abordamos esta cuestión, puede realizar interesantes aportaciones.

2. Esfera social y esfera discursiva

El discurso se inscribe en un espacio social en el que se encuentran determinadas las identidades de los participantes, las condiciones del mismo y los objetivos que lo inspiran, de suerte que esfera social y esfera discursiva están indisolublemente unidas.

El término populismo se aplica al ámbito político, espacio en el que participan tres instancias (Charaudeau: 2014, 43–47): *la instancia política*, cuyo objetivo es la conquista del poder en un contexto competitivo; *la instancia ciudadana*, que reivindica unas mejores condiciones de vida y decide con sus votos la suerte de las distintas opciones políticas; y *la instancia mediática*, que ejerce una función informativa y que se ve obligada a guardar un equilibrio inestable entre sus intereses económicos (captación de más público) y la necesidad de credibilidad (calidad de la información). Las tres interactúan en la esfera social siguiendo sus propios objetivos, lo que implica la puesta en marcha de distintas estrategias discursivas que, en el caso de la instancia política, pasan por la construcción de un *ethos* propio favorable y por la desacreditación del rival.

Es en este planteamiento en el que el término populismo encuentra todo su valor, pero no como planteamiento ideológico, sino como estrategia

discursiva de conquista y de defensa del poder. Como acabamos de señalar, nos da la sensación de que las características que en términos generales se reconocen en los postulados populistas son aplicables a partidos de todo el espectro político. El propio Charaudeau (2016: 37) pone de manifiesto en otro de sus trabajos el reciclaje de ideologías progresistas y conservadoras llevada a cabo por el populismo, definido como

Une stratégie de conquête ou d'exercice du pouvoir à travers un discours qui reprend la scénographie du discours politique en radicalisant les imaginaires : la dénonciation du désordre social est exacerbée en crise dont le peuple est victime ; la critique des responsables devient satanisation des coupables ; la défense des valeurs se fait dans un discours d'exaltation paroxystique ; et le leader se construit une image de sauveur providentiel.

En este sentido, podemos extraer dos ideas generales a propósito del término populismo:

A) La primera, que la utilización del término populismo/populista es algo que se produce en el marco de un sistema democrático, en el que la competencia por el poder es la base del propio sistema político y la heterogeneidad de opiniones está admitida. Como señalan C. Colliot-Thélène y F. Guénard (2014: 9) da la sensación de que el populismo no es algo ajeno a la democracia. Parece claro que no se utiliza el término para designar un referente situado en el interior de las fronteras cuando se trata de un régimen totalitario: en la España del dictador Francisco Franco, nadie calificó de populista al ministro de Información y Turismo, Manuel Fraga, por bañarse en la playa de Palomares para alejar la sospecha de contaminación radiactiva de las aguas tras la caída de varias bombas nucleares; sin embargo, una actuación similar de Arias Cañete, ministro de agricultura de varios gobiernos del Partido Popular que ingirió públicamente carne de vacuno con ocasión de la crisis de las vacas locas a comienzos del siglo XXI, mereció el calificativo de populista. En este sentido, hay implícita una exigencia de tolerancia del propio sistema político a la discrepancia interna que hace posible la utilización del término populista.

B) La segunda, que el populismo, siendo estrategia de defensa o de asalto al poder, forma parte de lo que, siguiendo a P. Bourdieu (1972), podríamos denominar *habitus* del campo político. En este sentido, se preguntaba E. Laclau (2005) si el populismo

¿es realmente un momento de transición derivado de la inmadurez de los actores sociales destinado a ser suplantado en un estadio posterior, o constituye más bien una dimensión constante de la acción política, que surge necesariamente (en diferentes grados) en todos los discursos políticos, subvirtiendo y complicando las operaciones de las ideologías presuntamente ‘más maduras’?

Es evidente que, en el campo de la política, los partidos compiten para alcanzar el éxito, lo que conlleva cerrar la entrada de intrusos, desacreditar a los competidores y ganarse la confianza de los electores en las urnas para llegar al poder. Y que la demonización de las reivindicaciones ajenas, de las diferencias, de los heterodoxos, son estrategias discursivas que forman parte del juego político en la actualidad. Como afirmaba recientemente M. Castells (2018: 26), “la lucha por el poder en las sociedades democráticas actuales pasa por la política mediática, la política del escándalo y la autonomía comunicativa de los ciudadanos”.

3. El término *populismo* en la esfera discursiva

Un análisis cualitativo de corpus utilizado pone de manifiesto varios hechos que resultan significativos desde el punto de vista del análisis del discurso:

1. El término se utiliza de manera casi exclusiva en el ámbito político. Fuera del ámbito de la confrontación política es prácticamente imposible encontrar un solo empleo del término “populismo”.

2. Dentro del ámbito político, el término se circunscribe al subámbito de las cuestiones económicas relativas a la organización social y a la relación del Estado con los individuos (bajada de impuestos, aumento de las subvenciones, etc.) y de organización político-institucional (consideraciones sobre la Unión Europea, sobre la organización estatal, etc.). No aparece sin embargo ligado a otros ámbitos como el religioso, el de las creencias, el de la cultura, el del deporte, etc.

3. Desde un plano enunciativo, queda meridianamente claro que casi nadie se autocalifica de populista. Especialmente en la actualidad, el término sirve generalmente para designar al interlocutor o a un tercero referencial. Para encontrar alguno de los escasos usos en el que el yo responsable del discurso se considere populista, hay que dirigirse a la política italiana (Salvini se ha autocalificado con orgullo de populista en repetidas ocasiones) o a enunciados en los que el término es utilizado

con una delimitación explícita de su significado para evitar cualquier ambigüedad sobreentendida. Así, *El País* del día 1 de julio de 2016 recoge unas declaraciones de Barack Obama en las que dice: “Me preocupo de los trabajadores para que tengan voz colectiva; de que los niños reciban una buena educación, de que haya un sistema tributario justo y de que los beneficiados por esta sociedad, como yo, paguen más para que otros puedan tener esas oportunidades... Con eso se podría decir que soy populista”.

4. El término es utilizado por políticos y por periodistas, lo que introduce consideraciones especiales en cada caso. En efecto, cuando los sujetos discursivos responsables de la utilización del término son actores políticos, su empleo tiene una clara intención peyorativa y está orientada a (des)calificar a rivales con los que se disputa la supremacía en el campo político territorial (espacio autonómico, espacio estatal o espacio europeo) o ideológico (la derecha, el centro o la izquierda). En este sentido, la mayoría de los políticos que utilizan el término pertenece al espectro ideológico de la derecha conservadora. Cuando los sujetos discursivos responsables de la utilización del término son periodistas, hay una estrategia de ocultamiento enunciativo y el referente es casi siempre alguien que pertenece a otro país. Así, la prensa española se refiere a Trump, Orbán, Grillo, etc., como populistas (*El Mundo*, 20 de enero de 2018: “Trump, o la vigente amenaza del populismo”; *El País*, 10 de abril de 2018: “Orbán, el ariete populista de la Unión Europea; *La Vanguardia*, 20 de enero de 2018: “Trump cumple un año como presidente conservador, populista y polémico”).

5. Hay algunos enunciados en los que los periodistas aplican el término a un referente que se encuentra dentro del ámbito español. Estos casos compartimentan la política interna española siguiendo los espacios autonómicos (política catalana, política andaluza, etc.) y el término casi siempre se aplica a partidos y políticos catalanes. En este sentido, populismo y nacionalismo son dos términos que aparecen unidos con frecuencia⁴.

6. Finalmente, la utilización del término conlleva simultáneamente dos consecuencias importantes que tienen que ver con las posiciones enunciativas y con su reflejo social.

⁴ Emparejamiento de conceptos que parece formar parte del repliegue identitario, que surge para hacer frente a la globalización. La revista *Questions internationales* dedica el número 83 al populismo y lo titula *Populismes et nationalismes dans le monde*. Curiosamente, en todos los ámbitos el nacionalismo recibe una consideración negativa por parte del discurso dominante, excepto en el ámbito deportivo, en el que se fomenta hasta hacer de la pertenencia a un Estado-Nación un símbolo identitario.

Por un lado, la institucionalización del enunciador, es decir, su legitimación, su entroncamiento en un sistema social como representante con poder, ya sea con poder para comentar, juzgar, informar, etc. como es el caso de los periodistas, ya sea con poder para representar a la mayoría de la ciudadanía en el caso de los representantes políticos. En este último supuesto, el poder para asignar a otros el calificativo de populista tiene como efecto inmediato la propia ubicación de quien descalifica en el subgrupo de los elegibles “fiables”, “responsables” y “serios”, mejor posicionados por tanto en el campo político de cara al proceso selectivo de unas elecciones.

Por otro lado, la marginalización del calificado, la consideración de que los sujeto o el partido político objeto de esa denominación no son apropiados para dirigir el sistema social. Como resultado, el sustantivo *populismo* y el calificativo *populista* tienen la fuerza discursiva de asignar posiciones dentro del campo político, de suerte que quien lo atribuye se autoubica en el centro político y quien lo recibe es desplazado hacia posiciones extremas (ya sea extrema derecha o extrema izquierda).

En lo que concierne a su significado, en el corpus que hemos analizado las connotaciones que encierra el término son abundantes y heterogéneas: realizar promesas que son imposibles de cumplir, no ser de fiar, no ser digno de representar a toda la ciudadanía y ostentar el poder, engañar a la gente para conseguir el poder a toda costa, no respetar las reglas democráticas y poner en riesgo el sistema político, estar contra una idea considerada fruto de un consenso institucional (Europa, globalización, inmigración, moneda única, políticas de austeridad, etc.) y no respetar la Constitución, bien en lo que concierne a la unidad territorial, bien en lo que concierne a la figura de la monarquía. El término ha ido perdiendo la concreción referencial que tenía en origen, de suerte que en la actualidad es aplicable a todo referente que el locutor considere negativo, por lo que se ha convertido en una alternativa válida para reemplazar otros términos de mayor precisión, lo que provoca que calificativos como *charlatán*, *demagogo*, *xenófobo*, e incluso *racista* o *fascista* tiendan a desaparecer del discurso político sustituidos por *populista*.

De esta manera, *populismo* ha dejado de ser categoría de análisis para convertirse en insulto, alcanzando tal grado de ambigüedad que es un significante sin referente, lo que lo hace útil para calificar peyorativamente cualquier situación o a cualquier persona, eliminando matices y agrupando bajo un mismo paraguas léxico referentes que son muy diferentes y que solo tienen en común la consideración peyorativa del enunciador.

Como señala J. Rancière (2005: 88), es evidente que cualquier forma de discrepancia con relación al consenso dominante puede acabar siendo considerada populismo. Pero a nuestro juicio esta circunstancia también oculta un riesgo considerable: el riesgo de eliminar de la cotidianeidad discursiva términos que definen con precisión la crudeza de su referente, de suerte que la sustitución de *fascista* por *populista*, por ejemplo, puede acabar convirtiéndose en una peligrosa estrategia discursiva que acabe reduciendo el fascismo a un asunto de populismo.

4. La instancia ciudadana en el discurso político

Las relaciones entre instancia política, instancia mediática e instancia ciudadana en el campo del discurso político y la consideración del populismo como estrategia de conquista o de defensa del poder, nos llevan a la necesidad de abordar el papel asignado a la ciudadanía, el tercero de los intervinientes en este entramado sociodiscursivo.

Dos posiciones extremas fijan los límites de la reflexión sobre la caracterización del pueblo en un sistema democrático: por un lado, tal y como la definió Platón en *Gorgias*, una actitud de desconfianza hacia el propio pueblo, ignorante y emotivo por naturaleza, por lo que resulta manejable por un orador experimentado; por otro, una actitud de plena confianza, en el sentido de que cualquier decisión que tome será correcta, puesto que al pueblo le compete designar a quienes deben ejercer el poder en un sistema democrático. Entre una posición y otra, existen abundantes matizaciones en el ámbito de la filosofía política (Sartori, 1993).

Ello abre un interrogante sobre las relaciones que se desarrollan entre todos los actores que intervienen en la esfera pública y que, a nuestro juicio, está en la base de la relación entre populismo y democracia y explica la disparidad de opiniones sobre el populismo por parte de los investigadores: ¿Es necesario primar la verdad del discurso, la *parresia* griega como valor político o por el contrario la articulación de un discurso retóricamente adecuado, puesto que al fin y al cabo el objetivo de la instancia política es obtener la confianza para detentar el poder? En otros términos, ¿la política debe ser pedagógica con el fin de formar al pueblo y evitar que sea “manejable por un orador experimentado” o estar orientada lisa y llanamente a la conquista y ejercicio del poder?

Entrar en esta cuestión rebasaría los límites de nuestra contribución, pero nos da la sensación de que en el campo político actual, cada vez más globalizado y mediatizado, y en el que la instancia ciudadana está sometida

a permanentes ejercicios de influencia, se está atribuyendo a la instancia política de manera exclusiva comportamientos disfuncionales que forman parte inherente del funcionamiento del propio campo y que también la instancia mediática contribuye a fomentar mediante actuaciones que pervierten el “fin ideal” que los medios de comunicación deben perseguir en una sociedad democrática.

Resulta evidente que la tendencia a la mixtificación de discursos que persiguen objetivos informativos, comerciales, políticos, humanitarios, etc., así como la inexistencia de una necesaria labor de pedagogía informativa, provocan que la instancia ciudadana tenga cada vez más problemas para identificar y separar el contrato de comunicación⁵ que se le plantea.

Para concluir

El populismo es sin duda una de las posibles estrategias políticas inherentes al sistema democrático y forma parte del *habitus* del campo político, aunque resulta evidente que su presencia discursiva aumenta cuando el sistema político pasa por una crisis de representatividad.

Si bien en su origen el término tenía un significado muy concreto referido a una ideología política, en las últimas décadas se ha producido un vaciado de su capacidad denotativa al tiempo que su capacidad connotativa ha aumentado considerablemente, de manera que sus límites referenciales son difusos, lo que lo convierte en un término válido para caracterizar negativamente cualquier referente al que se aplique. Su utilización tiene un doble efecto: en primer lugar, posiciona a los responsables enunciadorees como representantes y defensores del *statu quo* político o económico y les sitúa discursivamente en el centro político, dentro de los límites de “lo razonable” (de ahí que los enunciadorees sean casi siempre representantes políticos de centroderecha o centroizquierda); en segundo lugar, atribuye al referente designado como populista la consideración de persona o partido de riesgo para la sociedad y lo desplaza a posiciones extremas del espectro ideológico, con lo que limita sus posibilidades de acceso al poder.

En este sentido, las discusiones sobre la necesidad de una resignificación del término que lo libere de connotaciones peyorativas es poco menos que una misión imposible ya que, como señaló R. Barthes (1987), somos al mismo tiempo amos y esclavos de los signos, y nos da la sensación de que

⁵ Entendemos el concepto de contrato de comunicación, en el sentido definido en Charaudeau *et alii* (2002).

las discusiones sobre el valor referencial del término en nuestro espacio social mediatizado y globalizado conducen a un callejón sin salida. Más útil en cambio para el propio sistema democrático sería analizar las causas por las que un porcentaje cada vez mayor de población se siente excluida del sistema político, cuestiona su legitimidad y busca nuevas formas de participación y de organización social.

Bibliografía

- Bourdieu, P. (1972). *Esquisse d'une théorie de la pratique*. Genève-Paris: Droz.
- Barthes, R. (1978). *Leçon*. Paris: Seuil.
- Castells, M. (2017). *Ruptura. La crisis de la democracia liberal*. Madrid: Alizanza Editorial.
- Charaudeau, P. (1994). Le contrat de communication de l'information médiatique. *Le Français dans le monde*, numéro spécial. Paris: Hachette.
- Charaudeau, P. (2014). *Le discours politique. Les masques du pouvoir*. Limoges: Lambert-Lucas.
- Charaudeau, P. (2016). Du discours politique au discours populiste. Le populisme est-il de droite ou de gauche? In Corcuera, F. et al. *Le discours politique. Regards croisés*, pp. 32-43. Paris: L'Harmattan.
- Colliot-Thélène, C. & Guénard, F. (2014). *Peuples et populisme*. Paris: PUF.
- Corpus diacrónico del español*. CORDE, <http://corpus.rae.es/cordenet.html>
- Corpus de referencia del español actual*. CREA, <http://corpus.rae.es/creanet.html>
- Diccionario manual e ilustrado de la lengua española de la Real Academia Española* (1985), 6 vol. Madrid: Espasa-Calpe.
- Diccionario de la Real Academia Española* (2014), <https://dle.rae.es/?w=diccionario>
- FUNDEU, <https://www.fundeu.es/recomendacion/populismo-palabra-del-ano-2016-para-la-fundeu-bbva/>
- Mouffe, Ch. (2005). *On the Political*. New York: Routledge.
- Müller, J.-W. (2016). *Was ist Populismus? Ein Essay*. Berlin: Suhrkamp.
- Questions internationales*, 83. Janvier-février 2017. Dossier: *Populismes et nationalismes dans le monde*.
- Rancière, J. (2005). *La haine de la démocratie*. Paris: La Fabrique.
- Rosanvallon, P. (2011). Penser le populisme. *La Vie des idées*, 27 septembre 2011.
- Sartori, G. (1993). *Democrazia: cosa è*. Milán: RCS Rizzoli Libri.
- Taguieff, P.-A. (2007). *L'illusion populiste. Essai sur les démagogues de l'âge démocratique*. Paris: Flammarion.
- Touraine, A. (1993). *La voix et le regard*. Paris: Éditions du Seuil.