

# Populismo mediático. Definición, explicación, remedios\*

## Media Populism. A Definition, an Explanation, some Remedies

Mauro Barberis

### Autor:

Mauro Barberis  
Universidad de Trieste, Italia  
barberis@units.it  
<https://orcid.org/0000-0002-1913-0863>

Recibido: 21-2-2020

Aceptado: 14-4-2020

### Citar como:

Barberis, Mauro, (2021). Populismo mediático. Definición, explicación, remedios. *Doxa. Cuadernos de Filosofía del Derecho*, 44, pp. 131-143. <https://doi.org/10.14198/DOXA2021.44.05>

### Licencia:

Este trabajo se publica bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional.



© Mauro Barberis

### Resumen

Los populismos de hoy tienen poco que ver con los populismos «históricos» (ruso, estadounidense, latino-americanos): de hecho, son un fenómeno global y esencialmente mediático. Resumiendo los resultados de un libro mío reciente, aquí intento esbozar una definición de la palabra «populismo», una explicación del fenómeno populista, y algunos remedios.

**Palabras clave:** populismo; sistema de medios; democracia.

### Abstract

Current populisms have little to do with «historical» populisms (Russian, American and Latin-American): they are a global and an essentially mediatic phenomenon, indeed. By summarizing the results of a recent book of mine, here I try to outline a definition of the word «populism», an explanation of the populist phenomenon, and some remedies.

**Keywords:** populism; media system; democracy.

\* Trabajo presentado en una versión reducida al XXV Seminario italo-franco-luso-español de teoría del derecho (Génova, 8-9 noviembre 2019). Agradezco a María Cristina Redondo por la revisión del castellano.

*En nuestro futuro se dibuja  
un populismo cualitativo TV e internet,  
en el cual la respuesta emocional de un grupo seleccionado de ciudadanos  
puede ser presentada y aceptada como la «voz del pueblo»*

(U. Eco, *Il fascismo eterno*, 1995)

## 1. INTRODUCCIÓN

Como jurista, mi interés en el populismo surge de dos factores, uno metodológico y otro sustancial. El factor metodológico es la creciente insatisfacción con la teoría analítica «pura», que convierte el análisis del lenguaje en una coartada para no estudiar los aspectos empíricos y normativos de los problemas. El factor sustancial es el desafío traído a la democracia liberal y constitucional —el llamado estado constitucional— por las políticas de securización (Barberis, 2020a) y por su continuación, el populismo que llamé mediático.

En Occidente, advertimos la crisis sistémica que enfrentan nuestras democracias solo en 2016, después del referéndum sobre el Brexit y la victoria electoral de Donald Trump. Pero la crisis viene de mucho más lejos: al menos desde la pérdida de la centralidad del Parlamento y de la legislación que se remonta al menos a la primera guerra mundial<sup>1</sup>. Sea como sea, aquí hablaré solo de tres aspectos: uno analítico, la definición de «populismo», otro empírico, la explicación del fenómeno, y otro aun normativo, los posibles remedios.

## 2. DEFINICIÓN

La definición de la palabra «populismo», por cierto, no es más difícil que la de palabras como «juego», «cálculo» o «religión», pero se complica por no menos de cuatro razones. *Primero*, los especialistas del tema son a menudo científicos políticos empíricos, quienes parecen ignorar, por un lado, que no necesariamente hay algo común en todas las cosas que se llaman con el mismo nombre, por otro lado, que esto no impide proporcionar definiciones mínimas, incluso por género y diferencia, modeladas en los casos paradigmáticos del fenómeno (Mudde 2004; de la Torre, Mazzoleni, 2019).

En *segundo* lugar, los mismos científicos políticos, por las mismas razones, parecen ignorar que hay poco en común entre los populismos «históricos» (ruso, estadounidense, latino-americanos...) y los populismos de hoy. En particular, mientras los populismos históricos eran respuestas más o menos excepcionales a problemas locales

1. En SCHMITT, 1928, § 16, el autor ya decía (traducción de quien escribe): «Tal vez el Parlamento aún puede cumplir ciertas funciones útiles, pero realmente ya no es el representante de la unidad política del pueblo».

de modernización, democratización o industrialización, el populismo hodierno es un fenómeno global (Rovira Kaltwasser *et alii* 2017; Hienisch, Holtz-Bacha, Mazzoleni, 2017; de la Torre, 2019) y mediático (cfr. ya Eco, 2018, acerca del cual Azzolini 2019).

*Tercero*, muchos estudiosos del populismo todavía creen que se trata de una doctrina o ideología como las otras, ya sea fuerte, como socialismo, liberalismo o fascismo, o débil, como el nacionalismo, es decir un núcleo de ideas comunes declinadas de manera diferente por la izquierda y por la derecha (Mudde, 2004; 2013). En realidad, todo populismo siempre ha sido poco más que un estilo político (Moffit, 2016; De la Torre, 2019): es decir, un repertorio de técnicas de movilización sin pretensiones de coherencia doctrinal, pero terriblemente eficaz en los medios de cada época.

*Cuarto*, último y más importante, los diferentes medios –desde el discurso oral en el ágora griego, hasta las redes sociales actuales– no son solo herramientas utilizables por cualquier político: son el medio ambiente de la democracia. Por esta razón, no es suficiente un análisis lingüístico de la demagogia populista, sino es también necesario un enfoque antropológico de la forma de vida contemporánea, donde echa raíces el sentido común populista. Aquí defino «populismo» en términos de tres creencias típicas, utilizadas también como eslogan.

La *primera* creencia o eslogan populista es la *apelación al pueblo*, que explota el malentendido entre el sentido técnico-constitucional de «pueblo» (todos los ciudadanos de un país) y el sentido ordinario (la masa, el vulgo, la población). Para mostrar el truco, es suficiente reemplazar «pueblo» por «las masas», y el hechizo desaparece. Pero es importante reflexionar sobre el hecho de que la eficacia de este eslogan deriva del sentido común democrático: en particular de (la incompreensión de) el principio de la soberanía del pueblo.

Aquí son útiles dos intuiciones de Ernesto Laclau, quizás el más conocido de los teóricos del populismo: la metonimia populista y el significante vacío (cfr. Laclau 2005). La metonimia populista consiste precisamente en la confusión entre dos sentidos de la palabra «pueblo», el total y el parcial. Esta palabra es un significante vacío, a su vez, en el sentido que puede ser llenado con cualquier significado. Según Laclau, los políticos de izquierda deberían llenarlo con «los explotados», «los perdedores de la globalización» etcétera: iterando así la estafa populista.

La *segunda* creencia o eslogan populista, complementaria con respecto a la primera, es la *demonización de las minorías* o, en una palabra, el *anti-pluralismo* (Müller, 2016). El acto de apelación al pueblo tiene una dimensión performativa: constituye el mismo pueblo al cual se refiere, pero removiendo de su totalidad las partes contra las cuales la apelación está lanzada. Aquí el truco consiste precisamente en demonizar, por un lado, las élites, el *establishment*, las castas, y, por otro lado, los migrantes, los homosexuales y las minorías en general.

Ambas categorías son indicadas como blanco del resentimiento popular, y tal vez incluso asimiladas dentro de una sola conspiración contra el pueblo: por ejemplo, la supuesta sustitución étnica tramada por George Soros. De todas maneras, el pueblo constituido al remover sus minorías se convierte en un bloque único, homogéneo e

indiferenciado, que toda disidencia amenaza con romper. El anti-pluralismo, a su vez, amenaza con transformar la democracia en iliberal, es decir, en mi opinión, no democracia en absoluto.

De paso, mi opinión sobre los usos del término «democracia», expresada en trabajos posteriores pero ya implícita en el libro, es la siguiente. Si bien una definición léxica, que simplemente reconoce los usos reales del término, ciertamente admite que se pueda hablar de democracia populista, e incluso de democracia iliberal, una redefinición más exigente, solo débilmente normativa, bien puede asignar al término su significado principal, en Occidente, es decir de democracia liberal, representativa, constitucional y pluralista.

La *tercera* creencia o eslogan populista es la *representación directa* del pueblo a través de sus líderes (en los populismos históricos), y/o de los mismos medios (en los populismos actuales). Nadia Urbinati, quien acuñó la expresión «representación directa», habla de esta como de un *tertium quid* entre la democracia directa de los antiguos y la democracia representativa de los modernos. Sin embargo, Urbinati (2020, esp. pp. 251 ss.) cree que la mediación todavía se realiza a través de los líderes, como en los totalitarismos y en los populismos históricos.

En realidad, la personalización de la política en un líder no es una característica distintiva del populismo actual: toda la política, al menos a partir del siglo veinte, es personalizada y aún mediatizada, sin demasiadas diferencias entre populistas y no populistas. Como muestra uno de los mejores libros sobre estos temas (da Empoli, 2019) en el populismo de nuestros días hay una figura aún más importante que el líder, detrás del cual opera: el *spin doctor*, el mago de la propaganda o gurú de la comunicación<sup>2</sup>.

De todos modos, la llamada personalización, en la política contemporánea, se convierte en lo que los psicólogos cognitivos llaman una *heurística*: un atajo cognitivo para remediar la falta de información y sacar la politización de las masas. El pueblo populista no lee más periódicos o, menos aun, programas de partido, sino que sigue en vivo la vida del líder en Facebook. De la misma manera los creyentes medievales, poco más analfabetos que los fieles populistas, se educaban mirando las imágenes de la vida de los santos.

Dicho de otra manera, la diferencia entre los populismos históricos y los recientes, con respecto a la representación directa, no está en los líderes, quienes no difieren realmente de los líderes no populistas, sino en la supuesta desintermediación (así Chadwick, 2007). Supuesta porque, como ha mostrado Gabriele Giacomini, esta llamada relación directa, des-intermediada, entre el pueblo populista y sus líderes, se cumple en realidad a través de los medios, dentro del circuito híbrido televisión-internet-smartphone (Chadwick, 2017): es allí, hoy, que los populistas representan al pueblo (Giacomini 2016, pp. 177 ss.; 2018).

2. Al menos una vez, sin embargo, el *spin doctor* se ha convertido en el líder: quizás este es el caso del líder de Podemos, Pablo Iglesias.

Si alguien todavía cree que esta es una relación mas débil que la de entre los líderes del siglo veinte y las masas, debería tener en cuenta que «representar» quiere decir hacer presente al ausente (Schmitt 1928, § 16; Leibholz 1973; Urbinati, 2020, pp. 183 ss.). Pero el pueblo populista, en el entorno digital, ni siquiera está representado: está verdadera y continuamente presente (Han, 2013). Los representantes directos populistas están conectados a comunidades virtuales de millones de personas que expresan a través de ellos todos sus impulsos, prejuicios y obsesiones.

Este circuito mediático, lejos de ser meramente virtual, es bastante poderoso como para superponerse y reemplazar al circuito institucional, en cualquier caso, provocando un cortocircuito entre los dos. El peligro real del populismo digital no consiste en el hecho de que las personas sean manipuladas: desafortunadamente, en política lo son casi por definición. El riesgo es que las instituciones representativas sean reemplazadas por la red, es decir, por un circuito mucho más autorreferencial y sin garantías que los Parlamentos actuales.

Una última aclaración. Doy por sentado que «democracia» no significa solo gobierno del pueblo, como se ha siempre precipitadamente traducido el griego «*demokratia*». El pueblo, incluso el pueblo populista, nunca podrá gobernar: solo podrán hacerlo sus líderes y *spin doctor*, que deben considerarse las nuevas élites populistas (Anselmi, 2019). Desde hace dos siglos, y en Occidente, «democracia» significa el control del pueblo –en el sentido constitucional de la palabra, todos los ciudadanos– sobre el gobierno: la buena vieja democracia representativa, liberal, constitucional y pluralista (Pappas, 2019).

### 3. EXPLICACIÓN

De la ola populista actual se pueden proporcionar cuatro explicaciones –política, económica, psicológica, mediática– no alternativas, sino complementarias: cada una explica ciertos aspectos del fenómeno. Por lo tanto, se trata de una explicación (no mono-, sino) multi o pluri-causal y, como tal, demasiado compleja. También por esta razón insistiré en la explicación mediática en un grado sin precedentes en la literatura sobre el populismo, asumiendo deliberadamente el riesgo de que se confunda con una explicación mono-causal.

La *primera* explicación, común entre los científicos políticos, es *política*: la democracia parlamentaria, fundada en palabras mágicas como la soberanía del pueblo, está en crisis desde al menos un siglo (Levitsky, Ziblatt, 2018; Mounk, 2018; Mény, 2019). Con la primera guerra mundial, el centro de gravedad del régimen parlamentario ha pasado del Parlamento al gobierno, y de la ley al decreto (Bovero, 2015; Ferrajoli 2018). Después de Auschwitz, el totalitarismo se ha vuelto impresentable y ha sido reemplazado por gobiernos democráticos, pero legitimados de manera creciente mas por el consenso mediático que por las elecciones.

La *segunda* explicación, quizás la más común, es *económica*: el populismo es la reacción, por parte de los perdedores de la globalización, a las desigualdades crecientes en los países ricos (Revelli, 2017; 2019). Explicación casi obvia, quizás la más común, pero que necesita integraciones. ¿Por qué en las crisis anteriores confiábamos en los expertos, mientras que hoy creemos solo en nuestros smartphones? ¿Por qué hoy confiamos en las nuevas élites populistas, incluso cuando sospechamos que no hacen nuestros intereses, sino los suyos?

La *tercera* explicación, en efecto, es *psicológica*: las crecientes desigualdades producen resentimiento, como decía ya Friedrich Nietzsche. No solo la envidia económica de los pobres contra los ricos, sino el *thumós* platónico: el reclamo de ser respetados (Fukuyama, 2018). Nacido a la izquierda, el resentimiento pasa a la derecha, donde se redirige contra élites, intelectuales, migrantes. Como admitió una vez Arthur Finkelstein, el *spin doctor* de Viktor Orbán, el resentimiento es la vena aurífera principal del marketing populista (Da Empoli, 2019, pp.71-72).

La *cuarta* explicación, finalmente, es *mediática*: los propios protagonistas hoy reconocen que, sin Internet y el sistema híbrido de los medios, nunca habría habido la Brexit, la elección de Trump o el gobierno amarillo-azul en Italia. Elimine Internet, o hágalo controlar por el gobierno, como en los países no democráticos, y la ola populista perderá su condición necesaria, aunque no suficiente. En este sentido, la explicación mediática me parece la decisiva y nos autoriza a llamar los populismos actuales mediáticos, para distinguirlos de los populismos históricos<sup>3</sup>.

De hecho, solamente la explicación mediática da cuenta de al menos tres características distintivas de los populismos actuales. La primera es la supuesta *desintermediación*: palabra que –como muchas otras que se han vuelto esenciales para entender estos fenómenos– viene del marketing. *E-commerce* y *e-politics* comparten el hecho de no necesitar más intermediarios. Hoy podemos ordenar productos tanto comerciales como políticos directamente a la red, y ambos serán tanto *à la carte* como *just in time* (Hindman 2018).

En realidad, siempre según Giacomini, la supuesta desintermediación que permitiría prescindir de los mediadores tradicionales –partidos, sindicatos, periódicos, iglesias, asociaciones...– resulta una re-intermediación y, más bien, la mediación por excelencia, es decir la mediación a través de los medios. Lejos de ser transparente, esta (re-inter)mediación es aun más opaca en política que en el marketing. De hecho, a los algoritmos comerciales, aquí, se añade una jungla de *hacker*, *troll*, *bot* y otros trucos digitales (Zuboff, 2019; Kaiser, 2019, y para un inventario Ziccardi 2019).

La *segunda* característica distintiva explicada por el carácter mediático de los populismos actuales es la *fragmentación* o *polarización* de la discusión política: dos fenómenos conectados pero distintos. La fragmentación se refiere a la individualización y pulverización de los destinatarios del mensaje político, quienes se creen menos manipulados hoy

3. Quien adopta una explicación política a menudo presupone una mediática: ver Urbinati, 2019, p. 49, en términos de democracia de la audiencia, à la Bernard Manin, y sobre todo Ead., p. 212: «il populismo consiste in un governo dell' *audience* e per l' *audience*».

que antes la invención de la red (Calasso, 2017, p. 77 y, desde el título, Han, 2013). En realidad, por medio de sus datos, estos destinatarios son *targeted* por algoritmos quienes conocen mejor que ellos sus propias inclinaciones y obsesiones.

Así, al informarse mediante su smartphone, y no mas a través de los medios tradicionales, cada individuo se hace su propia información, y sabe solo lo que quiere saber (Sunstein, 2017; O'Connor, Weatherall, 2019). Peor aun, cree que puede influir directamente en el gobierno solamente porque elige gobernantes a quienes saben menos que el. En esta dinámica de la fragmentación, entonces, se inserta otra, la de la polarización: se forman comunidades digitales de usuarios de la red, las llamadas *filter bubbles* (Pariser, 2011) o *echo chambers* (Williams, 2011) que no se comunican entre sí.

De hecho, hoy las opiniones publicas de los principales países occidentales están divididas como una manzana alrededor de temas llamativos o líderes divisivos. Gran Bretaña estaba dividida alrededor del Brexit, Estados Unidos en torno a Trump, España respecto de la secesión catalana, Italia respecto de Salvini y/o de la inmigración... Temas o personajes que, por un lado, podrían considerarse *heurísticas* para orientarse en la complejidad, por otro, funcionan como *bias* que sustituyen los problemas reales con el entretenimiento (cf. ya McLuhan, 1964, y Debord, 1967).

La *tercera* característica de los populismos actuales explicada por su carácter mediático, la más descuidada de las tres, es la que propongo llamar la *contestabilidad del poder*. Los medios digitales, en particular, hacen que el poder de las élites tradicionales sea cuestionable por los *outsiders*. En las guerras civiles que desangran África, por ejemplo, la introducción de teléfonos celulares ha permitido a los grupos rebeldes cerrar la brecha respecto de los ejércitos del gobierno, lo que ha aumentado la disputabilidad del poder (Pierskalla, Hollenbach, 2013).

Todo comenzó a la izquierda, con Occupy Wall Street, los Indignados y Obama, pero el hecho de que Internet favorece a los *outsiders* se aprendió de inmediato a la derecha. La extrema derecha, en particular, entendió que Internet permite eludir a los guardianes (*gatekeepers*) tradicionales: la prensa y la propia televisión. Hasta el arribo de la revolución digital, estos controlaban el acceso a la comunicación de *outsiders* como minorías, disidentes, antagonistas, que no podían pagar campañas costosas en los medios tradicionales.

Hoy en día las puertas de la comunicación no están mas controladas, porque cualquiera puede acceder a la red, pero el sueño de los primeros apóstoles, como suele pasar con los sueños, se ha convertido en una pesadilla. No solo las noticias falsas circulan libremente, sino que las noticias verdaderas pasan por falsas. Los discursos políticamente correctos y los buenos modales son acusados de «buenismo», mientras que el odio contra opositores, mujeres, migrantes y homosexuales se ha trivializado.

Como consecuencia, ahora estamos gobernados por actores de serie B, presentadores de televisión, comediantes que no hacen reír: todos regularmente votados, por supuesto, pero no *a pesar de* que no estén preparados, sino precisamente *porque* no lo están. Esto, a su vez, alimenta la espiral de la anti-política: ¿quién querrá todavía ensuciarse las manos con esta política demente? La contestabilidad del poder tiene solo

un aspecto positivo: el propio poder populista resulta inestable, pudiendo sus trucos volverse contra él.

#### 4. REMEDIOS

Muchos libros recientes, cuya retórica ya no es más la de la crisis, sino de la muerte de la democracia (cf., desde el título, Levitsky, Ziblatt, 2018; Bartlett, 2018; Runciman, 2018; Alexandre, Copé, 2019), terminan señalando remedios. Algunos de estos son solo ilusiones piadosas: domesticar la soberanía, revivir la economía, reeducar a la gente. En mi libro, por el contrario, indico tres remedios más específicos. Uno es meramente negativo: defender las instituciones contra-mayoritarias. Otro es positivo: aprender a usar los medios mejor que los populistas. El tercero es más innovador, pero también más problemático: regular Internet.

El *primer* remedio es defender las instituciones contra-mayoritarias, es decir, los contra-poderes no elegidos por la mayoría pero que son las herramientas mínimas para que el gobierno pueda ser controlado por el pueblo, siempre en el sentido constitucional de todos los ciudadanos, ninguno excluido. Se trata de instituciones no políticas (ciencia, prensa, expertos), o políticas internas (jueces, tribunales constitucionales, autoridades independientes) o políticas internacionales (Naciones Unidas, Unión Europea, tribunales internacionales).

Sin embargo, son estas precisamente las instituciones que se han convertido en blanco del odio populista. En efecto la prensa y los jueces, si son verdaderamente independientes del gobierno y no controlados por este, constituyen el último y único dique contra la ola populista. Precisamente por esta razón son tales instituciones las que marcan la diferencia entre democracias propiamente dichas –representativas, liberales, constitucionales, pluralistas...– y las supuestas democracias iliberales.

El *segundo* remedio es aprender a usar Internet mejor que los populistas: piénsese en el uso de Twitter por parte de Trump, reconocido por el como más influyente que los medios tradicionales. Por otra parte, las redes sociales no deben usarse del modo que, en mi libro, llamo homeopático y automático respectivamente, sino de una manera selectiva. Contra muchas *fake news*, por ejemplo, el *fact-checking* resultará casi inútil o incluso contraproducente, porque solo las extenderá aún más (Ziccardi, 2016).

El problema con este remedio, sin embargo, es que, si el populismo mediático no es una ideología sino un estilo comunicativo, usar los mismos medios populistas a fin de criticarlo se convierte en una manera de alimentarlo. Así, toda confrontación política se reduciría a un duelo entre *spin doctor*, y la política misma en un subsector del entretenimiento. Esta conversión, a su vez, tendría dos consecuencias, que ya están ampliamente presentes en la política mediatizada, y que son mortales para la democracia.

Primera consecuencia: las élites tanto tradicionales como populistas podrían volver o permanecer en el poder sin nunca confrontarse con los problemas reales, es decir, los grandes desafíos de la política contemporánea: la cuestión ecológica, la lucha contra los



potentados económicos, las desigualdades crecientes, el propio control de Internet, que se ha vuelto el problema preliminar con respecto a todos los demás. Ya hoy, además, el principal y mas peligroso efecto de internet es la confusión entre lo real y lo virtual.

Peor aún, la segunda consecuencia, paradójica, de esta dislocación de la política al circuito mediático sería precisamente la de devolver el poder real a los mismos tecnócratas, aparatos burocráticos, cuerpos separados del Estado, contra los cuales se lanzó originalmente la cruzada populista. El Poder formal, en mayúsculas, se convertiría así en simbólico o espectacular, mientras que el poder real, en minúsculas, pasaría a la administración, mejor equipada que la política para gestionar sociedades complejas (ver Brigaglia, 2019, 323-337).

El *tercer* remedio decisivo es tan fácil de decir como difícil de implementar: si el problema es Internet, entonces internet debe estar regulado. Sin embargo, esto es difícil, ya sea por razones técnicas –Internet siempre estará expuesto a la manipulación– pero sobre todo políticas, el riesgo para la libertad de expresión. Además de los remedios habituales contra las noticias falsas y los discursos de odio, un remedio importante sería distinguir cuidadosamente entre el uso de Internet respectivamente privado y publico.

En otros términos, la red debería ser pública, de libre acceso para todos y bajo control internacional, y no, como ha sido el caso hasta ahora, monopolizada por sociedades estadounidenses. Entonces, los gigantes digitales deberían aceptar una regulación parecida a la de la televisión comercial o alternativamente ser nacionalizados. Finalmente, el uso de Internet por parte de los políticos debería estar regulado de acuerdo con el principio enunciado por Julian Assange: privacidad para los débiles, transparencia para los poderosos (cf. Assange, 2012, Han, 2012).

En particular, debería prohibirse el perfil de los votantes y distinguirse netamente el uso de la redes sociales por parte de sujetos privados y de autoridades públicas, respectivamente. Cuando una persona tiene un cargo público que le permite provocar conflictos militares, caídas del mercado de valores o alarma pública, el uso de las redes sociales debe estarle simplemente prohibido. De esta manera sería interrumpido aquel cortocircuito entre instituciones y medios que representa la peor amenaza populista para la democracia.

## 5. CONCLUSIÓN

Finalmente, cabe preguntarse cómo llegamos a este punto. Byung-Chul Han lo explica con dos etapas de un mismo proceso: el paso de la *biopolítica liberal* a la *psicopolítica neoliberal*. Foucault 2004 llamó biopolítica, es decir gobierno de la vida, y Agamben 1995 gobierno de la nuda vida, al orden de gobierno liberal. Allí, la condición para que un individuo produzca y consuma autónomamente, siguiendo solo su propio interés, es que su cuerpo y su vida sean conformados por una pluralidad de instituciones.

Paradójicamente, para que el individuo sea libre, es decir, capaz de sobrevivir, reproducirse y producir autónomamente, su cuerpo debe someterse al poder disciplinario de

instituciones como asilos, escuelas, cuarteles, fábricas, hospitales, cárceles, manicomios, hospicios. Pero todas estas instituciones —el otro lado de los servicios sociales— cuestan dinero. Escribe Han, 2014 que la biopolítica, la técnica de gobierno de la sociedad disciplinada, no es adecuada para el régimen neoliberal, que explota sobre todo la psique.

De hecho, ya a fines del siglo pasado los científicos sociales notaron un fenómeno extraño: los crímenes estaban disminuyendo, pero las cárceles estaban siempre más llenas. Lo llamaron *populismo penal* (Pratt, 2007): los gobiernos neoliberales, tanto de derecha como de izquierda, habían descubierto la receta para recortar las pensiones y aún así ser reelegidos. Era suficiente prometer seguridad y, con la ayuda del 11 de septiembre de 2001 y de la crisis migratoria de 2015, esta se ha convertida en la receta de los gobiernos populistas de hoy (Smith, 2015; Smith, 2019).

Sin embargo, este era solo el primer paso, todavía biopolítico, de un proceso que lleva mucho más lejos. Hay otra emoción, igualmente elemental que el miedo: el resentimiento. El populismo mediático re-dirige hacia el Otro, el Diferente, el resentimiento generado por las inseguridades de la globalización neoliberal. Chivos expiatorios del resentimiento pueden ser criminales o burócratas, judíos o musulmanes, élites o migrantes, indiferentemente. Lo único que importa es mantener un núcleo de consenso suficiente como para obtener la mayoría.

La psico-política, o populismo mediático —el gobierno de las almas— es el segundo paso del mismo proceso. La organización neoliberal de la sociedad globalizada cambia de enfoque respecto a la organización liberal: la vigilancia de los cuerpos es antes integrada y después reemplazada por el control de las almas. La psico-política termina satisfaciendo a través de la red nuestras emociones más elementales: miedo, sexo, odio... Una vez que el entretenimiento virtual ha satisfecho nuestras almas, el mercado puede pensar en todo lo demás.

Por supuesto, esto proceso no es, como tantas narraciones populistas que circulan por la web, el enésimo complot global organizado contra nosotros por el capitalismo financiero o por un mítico Poder, con mayúsculas. En realidad, se trata solo de una serie de experimentos exitosos realizados por gobiernos, empresas, *think-tanks*, como ya en el Chile de Pinochet, y después imitados en el resto del mundo. Difundiéndose por contagio, de un país a otro, experimentos locales se convierten así en un experimento global.

Como prosecución de este mismo proceso de la biopolítica a la psicopolítica, hay quizás un *tercer* paso, que se podría llamar *gobierno de los algoritmos*. Se trata de la administración automática, impersonal, anónima y ubicua ya anunciada por Henri de Saint-Simon como administración de las cosas que sustituye al gobierno de los hombres, y por Tocqueville como nuevo despotismo. Gracias a la red, esta forma de administración es ya hoy experimentada en varios sectores de nuestras sociedades por entes públicos y empresas privadas.

El gobierno de los algoritmos fue anunciado así (ANDERSON, 2008; O'NEIL, 2017): para administrar no sirven más teorías, son suficientes *big data* y ordenadores que aprenden de la experiencia (*machine learning*). El llamado dataísmo (*datism*) es el

nivel cero de la política, sustituida por la administración: una forma de totalitarismo digital, como lo llama Han. Aquí la objeción nace sola: entre el gobierno populista de los hombres y el gobierno tecnocrático de las máquinas, existe todavía la buena y vieja alternativa del gobierno de las leyes.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGAMBEN, G., 1995. *Homo Sacer I. Il potere sovrano e la nuda vita*, Torino, Einaudi.
- ALEXANDRE, L., COPÉ, J.-F., 2019. *L'intelligence artificielle va-t-elle aussi tuer la démocratie?*, Paris, Lattès.
- ANDERSON, CH., 2008, «The End of Theory: the Data Deluge Makes the Scientific Method Obsolete», <https://www.wired.com/2008/06/pb-theory/>.
- ANSEMI, M., 2019. *Populismo. Teorie e problemi*, Mondadori Education, Firenze.
- ASSANGE, J., 2012. *Cipherpunks. Freedom and the Future of Internet. Conversation with Jacob Appelbaum, Andy Müller-Maguhn, Jérémie Zimmermann*, New York, OR Books.
- AZZOLINI, G., 2019, «Umberto Eco e il problema del populismo», *Filosofia italiana*, xiv, pp. 125-137.
- BARBERIS, M., 2020a, *No hay seguridad sin libertad. La quiebra de las políticas anti-terrorismo* (2017), trad. E. Merck Giuliani, M. Martínez Neira, Madrid, Trotta.
- BARBERIS, M., 2020b, *Come internet sta uccidendo la democrazia*, Milano, Chiarelettere.
- BARTLETT, J., 2018. *The People Vs Tech: How the Internet Is Killing Democracy (and How we Save It)*, London, Ebury.
- BOVERO, M., 2015, «Autocrazia elettiva», *costituzionalismo.it*, 2, online. BRIGAGLIA, M., 2019. *Potere. Una rilettura di Michel Foucault*, Napoli, Editoriale Scientifica.
- CALASSO, R., 2017. *L'innominabile attuale*, Milano, Adelphi.
- CHADWICK, A., 2007. «Disintermediation», entrada en M. BEVIR (ed.), *The Encyclopedia of Governance*, London, Sage, p. 918.
- CHADWICK, A., 2017. *The Hybrid Media System: Politics and Power* (2013), Oxford University Press, Oxford.
- DA EMPOLI, G., 2019. *Gli ingegneri del caos. Teoria e tecnica dell'internazionale populista*, Venezia, Marsilio.
- DEBORD, G., 1967. *La société du spectacle*, Paris, Buchet/Chastel.
- DE LA TORRE, C. (ed.), 2019. *Routledge Handbook of Global Populism*, London and New York, Routledge, 2019.
- DE LA TORRE, C., MAZZOLENI, O., 2019: «Do We Need a Minimum Definition of Populism? An Appraisal of Mudde's Conceptualization», *Populism*, 2/1: 79-95.
- ECO, U., 2018. *Sulla televisione. Scritti 1956-2015*, Milano, La Nave di Teseo, 2018.
- FERRAJOLI, C. F., 2018. *Rappresentanza politica e responsabilità. La crisi della forma di governo parlamentare in Italia*, Napoli, Editoriale Scientifica.
- FOUCAULT, M., 2004. *Naissance de la Biopolitique: Cours au Collège de France* (1978-79), éd. par F. Ewald, Paris, EHSS, Gallimard, Seuil.
- FUKUYAMA, F., 2018. *Identity. The Demand for Dignity and the Politics of Resentment*, Stanford (Cal.), Stanford University Press.

- GIACOMINI, G., 2016. *Psicodemocrazia. Quanto l'irrazionalità condiziona il discorso pubblico*, Milano-Udine, Mimesis.
- GIACOMINI, G., 2018. *Potere digitale. Come Internet sta cambiando la sfera pubblica e la democrazia*, Milano, Meltemi.
- HAN, B.-CH., 2012. *Transparenzgesellschaft*, Berlin, Matthes & Seitz.
- HAN, B.-CH., 2013. *Im Schwarm. Ansichten des Digitalen*, Berlin, Matthes & Seitz.
- HAN, B.-CH., 2014. *Psicopolítica. Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder*, trad. cast. A. Bergés, Barcelona, Herder.
- HIENISCH, R., HOLTZ-BACHA, C., MAZZOLENI, O. (eds.), 2017. *Political Populism. A Handbook*, Baden-Baden, Nomos Verlag/Bloomsbury.
- HINDMAN, M., 2018. *The Internet Trap. How the Digital Economy Builds Monopolies and Undermines Democracy*, Princeton, Princeton University Press.
- KAISER, B., 2019. *Targeted. The Cambridge Analytica Whistleblower's Inside Story of How Big Data, Trump, and Facebook Broke Democracy and How It Can Happen Again*, New York, HarperCollins.
- LACLAU, E., 2005. *Populist Reason*, London, Verso.
- LEIBHOLZ, G., 1973. *Die Repräsentation in der Demokratie* (1929), Berlin, De Gruyter.
- LEVITSKY, S., ZIBLATT, D., 2018. *How Democracies Die*, New York, Viking/Penguin Random House.
- MCLUHAN, M., 1964. *Understanding Media: the Extensions of Man*, New York, McGraw-Hill.
- MÉNY, Y., 2019. *Imparfaites démocraties. Frustrations populaires et vagues populistes*, Paris, Presses de Science Po.
- MOFFITT, B., 2016. *The Global Rise of Populism. Performance, Political Style, and Representation*, Stanford (Cal.), Stanford University Press.
- MOUNK, Y., 2018. *The People vs. Democracy: Why Our Freedom Is in Danger and How to Save It*, Cambridge (Mass.), Harvard University Press.
- MUDDE, C., 2004: «Populist Zeitgeist», *Government and Opposition*, 39/4, pp. 541-563.
- MUDDE, C., 2013. «Exclusionary vs Inclusionary Populism: Comparing Contemporary Europe and Latin America», *Government and Opposition*, 48/2, pp. 147-174.
- MÜLLER, J.-W., 2016. *What is Populism?*, Philadelphia, University of Pennsylvania Press.
- O'CONNOR, C., WEATHERALL, J. O. , 2019. *The Misinformation Era. How False Beliefs Spread*, New Haven (Ct), Yale University Press.
- O'NEIL, C., 2017: *Weapons of Math Destruction. How Big Data Increases Inequality and Threatens Democracy*, New York, Crown.
- PAPPAS, T., 2019. *Populism and Liberal Democracy. A Comparative and Theoretical Analysis*, Oxford, Oxford. U. P.
- PARISER, E., 2011. *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*, New York, Penguin.
- PIERSKALLA, J. H., HOLLENBACH, F. M., 2013. «Technology and Collective Action: the Effect of Cell-Phone Coverage on Political Violence in Africa», *American Political Science Review*, 107/2, pp. 207-224.
- PRATT, J., 2007. *Penal Populism*, London, New York, Routledge.
- REVELLI, M., 2017. *Populismo 2.0*, Torino, Einaudi,
- REVELLI, M. (con L. TELESE), 2019. *Turbopopulismo. La rivolta dei margini e le nuove sfide democratiche*, Milano, Solferino.

- ROVIRA KALTWASSER, C. et alii (eds.), 2017. *The Oxford Handbook of Populism*, Oxford, Oxford University Press.
- RUNCIMAN, D., 2018. *How Democracy Ends*, London, Profile.
- SCHMITT, C., 1928: *Verfassungslehre*, Berlin, Duncker & Humblot.
- SMITH, W., 2015. *Undoing the Demos: Neoliberalism's Stealth Revolution*, New York, Zone Books.
- SMITH, W., 2019. *In the Ruins of Neoliberalism. The Rise of Antidemocratic Politics in the West*, New York, Columbia University Press.
- SUNSTEIN, C., 2017. *#Republic. Divided Democracy in the Age of Social Media*, Princeton, Princeton University Press.
- URBINATI, N., 2020. *Io, il popolo. Come il populismo trasforma la democrazia* (2019), trad. it. Bologna, Il Mulino.
- WILLIAMS, L., 2011. *The Echo Chamber*, London, Penguin.
- ZICCARDI, G., 2016. *L'odio online. Violenza verbale e ossessioni in rete*, Milano, Raffaello Cortina.
- ZICCARDI, G., 2019. *Tecnologie per il potere. Come usare i social network in politica*, Milano, Raffaello Cortina.
- ZUBOFF, S., 2019. *The Age of Surveillance Capitalism. The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*, New York, Public Affairs.

