

# El papel de las instituciones comunicativas como mediadoras entre la República y el pueblo

Joan Pedro Carañana & M. Cruz Tornay-Márquez  
Universidad Complutense de Madrid / Universidad de Nebrija  
joan.pedro@ucm.es / mtornay@nebrija.es

## Resumen

Este artículo combina el análisis de las funciones generales que cumplen los medios de comunicación en la conformación de la realidad socio-política vigente con el de las funciones que se espera que cumplan en los proyectos emancipadores de transformación colectiva. Desde una posición de pluralismo epistemológico, el trabajo discute los aportes de las teorías populista, republicana y marxista, con el fin de identificar algunas

limitaciones que presentan a nivel individual y explorar las posibilidades de diálogo y sinergia entre las tres corrientes. Si bien existen contradicciones entre ellas, también se identifican opciones de articulación para construir progresivamente un sistema de comunicación pública que logre ejercer de vínculo clave entre el desarrollo de un agente histórico de cambio y el avance de las instituciones y valores republicanos.

Palabras clave: Comunicación, populismo, marxismo, hegemonía, República, Podemos.

# The role of communicative institutions as mediators between the Republic and the people

## Abstract

This article combines the analysis of the general functions of the media in shaping the current socio-political reality with the functions they are expected to fulfil in emancipatory projects of collective transformation. From an epistemological pluralism position, the paper discusses the contributions of populism, republican and Marxist theories to identify some of their individual limitations and to explore the possibilities of dialogue

and synergy between the three currents. Although there are contradictions between them, it is also possible to identify options for articulation in order to progressively build a public communication system that can act as a key link between the development of a historical agent of change and the advancement of institutions and republican values.

Keywords: Communication, populism, Marxism, hegemony, Republic, Podemos.

---

Data de submissão: 2023-03-24. Data de aprovação: 2023-05-24.

Revista Estudos em Comunicação é financiada por Fundos FEDER através do Programa Operacional Factores de Competitividade – COMPETE e por Fundos Nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia no âmbito do projeto *LabCom – Comunicação e Artes*, UIDB/00661/2020.



## Introducción

Una mirada retrospectiva permite constatar la proliferación de tensiones e incluso de contradicciones históricas entre las tres tradiciones que se discuten en este trabajo, pero también de cooperación y alianzas. Por ejemplo, Hobsbawm (2011) señala que una de las claves del éxito de la revolución francesa podría hallarse precisamente en que la filosofía republicana sirvió de eje cohesionador del movimiento revolucionario y permitió institucionalizar el nuevo orden, si bien los liberales prácticos pronto traicionaron los intereses del pueblo cuando llegaron al poder. En España, la II República ha sido definida como un proyecto nacional-popular (Monereo, 2016) en el que las fuerzas socialistas, comunistas y anarquistas tuvieron una importante influencia, aunque se produjeron divisiones y conflictos, especialmente entre la élite intelectual y política republicana y las fuerzas populares y obreras revolucionarias, que tuvieron un impacto trágico (Pedro-Carañana, 2018).

El marxismo y el populismo han estado en contacto desde sus inicios. Según Fernández Buey (2021), Marx maduro tuvo un acercamiento positivo hacia los narodniki rusos (populistas revolucionarios principalmente nacionalistas en sus orígenes), acompañado de un acercamiento de estos a Marx y al internacionalismo obrero. El mismo autor define el leninismo como un híbrido de marxismo y populismo, si bien anota que “una buena parte de los social-revolucionarios que recogieron la herencia de los narodnikis fueron asesinados, bajo Lenin y bajo Stalin, por marxistas que recogían la herencia de Marx” (p. 17).

La articulación más completa entre marxismo y populismo ha sido ofrecida por Gramsci, quien en su estudio de la hegemonía pensó la necesidad de articular la lucha de clases con el proceso de creación del sujeto nacional-popular como agente histórico de cambio, tomando en cuenta tanto dimensiones económicas, como culturales e institucionales. La obra del militante italiano ha sido una referencia fundamental en la obra de Laclau (2005; 2014) y Laclau y Mouffe (1987), que ha servido como principal enfoque teórico en España del partido político Podemos en sus primeros tiempos. Sin embargo, esta corriente de pensamiento populista como estrategia de hegemonía socialista ha sido calificada no solo de post-marxista sino también de anti-marxista, en el sentido de que abandona el análisis de la lucha de clases y antepone la acción comunicativa, casi como forma de acción única, a la acción social y la apropiación material de los recursos económicos, adoptando una postura pancomunicacionista (Sierra-Caballero, 2015, Sierra-Caballero y Sola-Morales, 2020).

Respecto a su relación con el republicanismo, Marx no solo provenía de tal tradición, sino que hizo aportes fundamentales en torno a la igualdad y la libertad universales de la democracia fraternal, abogando por un “sistema republicano de asociación de productores libres e iguales”, según sus palabras, como estructura de apropiación en común de las bases materiales (Domènech, 2017, p. 5).

Por otro lado, el populismo y el republicanismo pueden encontrarse en la fraternidad, pero entran en contradicción por el carácter anti-institucional y la dependencia respecto al líder del populismo (Villacañas, 2015).

Es bien sabido que las tres corrientes han sido objeto de conceptualizaciones diferentes y se han materializado en la práctica con formas distintas. En este trabajo, el foco se sitúa en el republicanismo Ilustrado, liberal, progresista y de izquierdas y, concretamente, en los aportes habermasianos al desarrollo de la esfera pública; en el populismo de izquierda según ha sido conceptualizado por Laclau (2005; 2014) y Laclau y Mouffe (1987) y tomado como referencia en España por Podemos; y en el marxismo dialéctico, especialmente, desde la economía política de la comunicación.

El marco teórico de esta presentación abarca tres niveles de análisis complementarios que han sido propuestos por Des Freedman y Bob McChesney (2016): 1. Conoce los medios, 2. Sé los medios y 3. Transforma los medios. La investigación de cómo son los medios y qué funciones sociales cumplen, permite realizar un diagnóstico de la situación basado en las evidencias disponibles que señale el punto

de partida de cualquier alternativa. La escuela de pensamiento que más ha profundizado en este análisis es la economía política de la comunicación (EPC) de influencia marxista y con base empírica, que incluye el enfoque institucional que puede encontrarse en la tradición republicana. Por su parte, el aporte de la teoría populista en este campo ha sido bastante limitado. Sin embargo, el populismo ha logrado ser la corriente con más incidencia en tiempos recientes en la intervención en los medios que aborda el segundo nivel referido a ‘ser los medios’, mientras que la EPC y el republicanismo permiten identificar algunas posibilidades de participación crítica en los medios. En cuanto a la posibilidad de transformar radicalmente el sistema mediático, el republicanismo identifica una esfera pública racional libre de intereses estatales y privados como el ideal hacia el que avanzar, al tiempo que la perspectiva dialéctica que puede encontrarse en algunos trabajos de EPC indica que la esfera pública debe construirse al mismo tiempo que se llevan a cabo transformaciones materiales (Martín Serrano, 2004; Mattelart, 1983, Sierra Caballero, 2020). Por último, el populismo apunta a la necesidad de prestar atención a dimensiones afectivas y emocionales. La EPC resulta de mayor utilidad en el primer nivel, el populismo en el segundo y el republicanismo en el tercero, aunque todas ellas realizan algún aporte en todos los niveles. En un enfoque integral, las tres perspectivas se refuerzan entre sí e incluso pueden encontrarse solapamientos, si bien también existen divergencias que pueden dificultar el entendimiento y que serán señaladas en este texto.

## 1. Conocer los medios de comunicación

¿Por qué conocer los medios? El diagnóstico sobre cómo funcionan los medios de comunicación y por qué funcionan de tal manera permite identificar las condiciones sociales y mediáticas que limitan, a nivel estructural, las posibilidades de desarrollar una comunicación democrática e igualitaria. Por tanto, un adecuado diagnóstico señala las constricciones que cabe corregir o eliminar para poder transformar el sistema mediático. Esta perspectiva estructural y empírica ha sido desarrollada en profundidad por la economía política de la comunicación (EPC) de influencia marxista, cuyos orígenes pueden rastrear-se en la Escuela Crítica de Frankfurt, Harold Innis y Hans Magnus Enzensberger (Berry y Theobald, 2006). Poco después, la EPC se institucionalizó como disciplina en Estados Unidos a partir de las contribuciones de Dallas Smythe y Herbert Schiller, que se sumarían a las realizadas por los investigadores de Leicester Graham Murdock y Peter Golding y, también, por Armand y Michèle Mattelart a partir de la década de los setenta. Estos y otros autores han mostrado que los medios de comunicación en distintos periodos históricos tienden a cumplir una función de reproducción social y de propuesta de adaptación de la población a los cambios que requiere el sistema para su propia reproducción (Martín Serrano, 2004). Este diagnóstico coincide con el análisis propio del republicanismo, que ha sido incorporado a los estudios de la EPC. En cambio, una revisión bibliográfica y la observación de las prácticas populistas en España muestran que el populismo ha tendido a minimizar el análisis de las estructuras e instituciones mediáticas.

La perspectiva de análisis más extendida dentro de la EPC probablemente sea la del modelo de propaganda (MP) de Herman y Chomsky (1988), que argumenta que los medios de masas proporcionan unos contenidos informativos que ideológicamente favorecen de manera sistemática a los grandes intereses estatales y empresariales (Pedro-Carañana y Sierra-Caballero, 2019). El MP identifica cinco “filtros” por los que ha de pasar la materia prima informativa antes de considerarse válida para su difusión. En consecuencia, la información y las opiniones críticas y transformadoras tenderán a ser excluidas o cuestionadas. Según el modelo, el proceso de filtrado se produce sin necesidad de que intervenga la censura directa, sino que se deriva de la organización institucional y la estructura de los medios de comunicación en un contexto de imbricación con los poderes económicos y estatales. Los cinco filtros que identifica el MP se refieren a:

1. La propiedad: Los medios de comunicación pertenecen a un oligopolio de grandes conglomerados privados que buscan rentabilidad económica y persiguen intereses ideológicos. Influyen en el proceso de filtrado los fenómenos de concentración, conglomeración y financiarización, así como la organización empresarial jerárquica y las interconexiones con actores de las clases dominantes.

2. La dependencia de los ingresos por publicidad. Esta dependencia se ha manifestado en ocasiones con presiones directas de los anunciantes y amenazas de retirar la inversión publicitaria. Más habitualmente, la información se ve afectada por la tozuda realidad a la que se enfrentan los medios de ‘no morder la mano que te da de comer’. Además, la influencia de este filtro se plasma en la creación de contenidos que proporcionen una adecuada atmósfera de venta.

3. La dependencia respecto a las fuentes oficiales: Los medios dependen de las ruedas y notas de prensa, entrevistas e información en exclusiva que conceden las élites económicas y políticas, con lo que se desarrollan sinergias en interés mutuo que dificulta cuestionar la visión de las élites. Además, las clases dominantes elaboran campañas de manipulación que los medios suelen reproducir acríticamente. Por último, los medios recurren a expertos generalmente vinculados a instituciones poderosas que difunden mensajes ideológicos camuflados de supuesta objetividad y criterio técnico.

4. Los correctivos para disciplinar a los medios y periodistas díscolos. Los poderes económico-financieros y político-estatales recurren a menudo a la presión, la denegación de entrevistas y la amenaza de emprender acciones legales contra quienes difundan información comprometedoras. Esta función disciplinaria también se lleva a cabo por los ejecutivos y dueños de los medios. Así, la práctica de despedir a periodistas incómodos se ha extendido en España.

5. La ideología dominante: Los medios de comunicación, al igual que otras instituciones culturales, operan bajo la lógica de la ideología dominante, es decir, tienden a coincidir en sostener la conveniencia del capitalismo, en los principios y valores del neoliberalismo y del patriarcado, en la construcción del enemigo externo y la suposición de benevolencia de los nuestros.

Estos filtros llevan al desempoderamiento, cuando no a la autocensura, de los periodistas (Gans, 2003) y otros profesionales de la comunicación, la mayoría de los cuales trabajan en condiciones de precariedad y explotación. La explotación del trabajo digital en internet y los medios sociales representa la nueva frontera en las prácticas de sustracción de plusvalía (Fuchs, 2014), un tema de una magnitud que no puede abordarse en esta comunicación.

Según el análisis que proporciona el MP, aunque existen posibilidades de intervenir en los medios con mensajes alternativos, el margen de maniobra es muy estrecho. El sistema de filtrado no es todopoderoso, sino que tiene ranuras por la que se cuelan opiniones e informaciones que sobrepasan los límites discursivos habituales, pero son cuantitativamente minoritarios. En el análisis económico-político de los medios de comunicación se antepone la esfera material, frente a la agencia y las posibilidades de cambio, si bien también se consideran los factores ideológicos y las intervenciones de actores concretos, no solo los poderosos, sino también los provenientes de la sociedad civil y los movimientos sociales que pueden abrir el espectro de opinión.

## 2. Ser los medios

Si el objetivo es trascender la crítica a los medios y construir alternativas, la pregunta que surge es qué condiciones deben darse para intervenir eficazmente en el sistema de comunicación pública, qué mensajes difundir y qué procesos pueden impulsarse para tales fines. En la medida que la EPC permite identificar las condiciones de dominio y control, también resulta útil para identificar algunas posibilidades de apertura mediática. Sin embargo, la EPC tiende a adolecer de cierto determinismo y reduccionismo materialista-estructural como perspectiva que pueda dar cuenta del proceso completo de comunicación, así como de la agencia individual y colectiva de los comunicadores y de los diferentes grupos sociales. Estas carencias pueden contrarrestarse con una epistemología humanista que concibe

la agencia humana como creadora de la historia e impulsora de transformaciones estructurales. Tanto el populismo como el republicanismo ilustrado han puesto en práctica procesos de intervención comunicativa en los que la difusión de idearios e imaginarios transformadores lleva la iniciativa en la movilización y el cambio social. En el contexto actual, ha sido el populismo quien mejor ha identificado teóricamente y aprovechado en la práctica la importancia de difundir discursos alternativos en televisión.

El populismo ha sabido aprovechar algunas brechas en el sistema de (des)información que pueden ser utilizadas con fines democratizadores. En este sentido, ha penetrado por las ranuras que el MP permite identificar. Según este modelo, una condición que permite la ampliación del espectro de opinión aceptado por los medios es que se produzcan divisiones y vendettas entre las diferentes facciones de los grupos dominantes. Por ejemplo, si una de las facciones se ve afectada negativamente por actividades turbias de otra facción (por ejemplo, en el caso Watergate en EEUU o casos de corrupción en España), será más plausible la intervención en los medios con críticas e informaciones que habitualmente no salen a la luz, abriéndose, así, nuevas posibilidades de intervención. Otra posibilidad de intervención democrática se abre cuando la opinión pública está en fuerte desacuerdo con las élites políticas y económicas y surgen potentes movimientos sociales y se convocan manifestaciones y protestas masivas. Este contexto general que amplía las posibilidades de acción comunicativa ha sido identificado con claridad en el ámbito español por Podemos en términos de crisis del régimen del bipartidismo y pérdida de hegemonía. Al mismo tiempo, Podemos creció en sus inicios sobre la legitimidad que le confirieron el 15-M, las mareas y otros movimientos de protesta y defensa de lo público. Por otro lado, en la coyuntura de cambio y pérdida de credibilidad institucional, incluida la de los medios tradicionales, surgieron nuevos medios digitales orientados hacia una audiencia crítica y politizada, en los que el populismo pudo encontrar un espacio de proyección.

A partir del análisis, es posible afirmar que el populismo ha ido más allá de las enseñanzas del MP y ha desarrollado perspectivas teóricas, estrategias y tácticas comunicativas, cuya puesta en práctica ha supuesto una nueva manera de intervenir en los medios, si bien, se evidencia una evolución de dichas estrategias en función de las distintas coyunturas políticas, fundamentalmente, las derivadas de la ruptura de la formación inicial de Podemos y de la posterior llegada al Gobierno de la corriente liderada por Pablo Iglesias. Las innovaciones a las que se hace referencia se describen a continuación.

Podemos concibe que el grado de capacidad de intervención democrática que el sistema permite es superior a lo que el PM sugiere y ha puesto en práctica medios orientados a tal fin. La capacidad de intervención se derivaría, según el populismo, de la categoría gramsciana de ‘autonomía’, concretamente de la autonomía de la esfera político-discursiva respecto a la estructura material de las sociedades (Errejón y Mouffe, 2015). Además, Podemos ha profundizado en la contingencia de la acción social y la acción comunicativa para dar pasos en la dirección de lograr visibilidad mediática y optimizar la eficacia de los mensajes.

Alejándose del determinismo totalizador del materialismo mecanicista, el populismo entiende la incertidumbre en el mundo actual como una ventana de oportunidad desde la que impulsar un proyecto contra-hegemónico que, eventualmente, pueda convertirse en bloque hegemónico (Errejón y Mouffe, 2015). Ello, mediante una praxis comunicativa capaz de conectar con los deseos y demandas de diferentes segmentos amplios de la sociedad. Así, el populismo toma de Gramsci la conocida idea de que el orden social y el dominio de unos bloques sobre otros no solo dependen de la capacidad coercitiva y de la violencia, sino de la producción de hegemonía cultural que permite al bloque dominante contar con el consentimiento y el apoyo de la mayoría de la sociedad (Errejón, 2020; Iglesias, 2015; Alemán y Cano, 2017).

El primer paso en la construcción de hegemonía se lleva a cabo con el programa La Tuerka emitido en una televisión local del tercer sector de la comunicación, Tele K, y a través de sus redes digitales. De este modo, la iniciativa personal de recurrir a medios alternativos permitió generar una pequeña apertura comunicativa y una base (limitada) de seguidores. Esta experiencia discursiva en formato audiovisual

servió de práctica preparatoria para el salto a los platos de las cadenas generalistas. A la hora de elegir los lugares de conflicto y producción de hegemonía, la televisión se concibió como la sede principal de producción de significados mediante la comunicación.

Los que poco después serían los promotores de Podemos supieron aprovechar lo que Freedman (2014) denomina las contradicciones del poder mediático. Además de la crisis de régimen y el malestar social derivado de los abusos de las elites políticas y económicas, pudieron haber intervenido otros factores favorables a la estrategia comunicativa de Podemos. Por ejemplo: 1. El interés de las fuerzas de derecha en que el espectro electoral de la izquierda se dividiese en diferentes partidos. 2. La competencia entre medios de comunicación con un perfil de audiencia marcadamente diferente. 3. La demanda por parte de las audiencias de acceder a contenidos más plurales y críticos. 4. La valentía de algunos periodistas que dieron espacio a propuestas críticas y transformadoras.

En estas condiciones, fue posible profundizar en las posibilidades de acceder a los medios de masas y entrar al combate por el significado de los significantes. Los Estudios Culturales críticos proporcionaban herramientas analíticas, como la concepción de la relevancia de la audiencia en el proceso comunicativo y de la negociación de los significados. La obra de Laclau y Mouffe sobre populismo a partir de una concepción de la sociedad fundamentada en la retórica y la representación proporcionaría elementos para el desarrollo de un nacional-populismo hegemónico. Laclau plantea una filosofía sobre el papel de la comunicación en la configuración de las relaciones sociales y señala sus posibilidades estratégicas para el cambio político. El discurso se concibe como el eje fundamental sobre el que puede construirse la hegemonía y el cambio. Concretamente, un uso adecuado de significantes vacíos y flotantes y de cadenas de equivalencias permitiría alinearse con el ‘sentido común’ prevaleciente y contribuiría a modificarlo y expandirlo en una dirección democratizadora e igualitaria.

Podemos se presentaría como azote implacable de la corrupción, defensor de los servicios públicos y de ‘la gente’ corriente y adalid de la limpieza democrática frente a la ‘casta’. En este sentido, podría decirse que Podemos llevó ‘la voz de la calle’ a los platós televisivos, abogando por la democratización no solo de la política sino también económica, por la igualdad. Según escribe Germán Cano (2015), Podemos intervendría con un “discurso contaminado y contaminante”, marcado por la hibridación frente a las identidades de la izquierda tradicional que abogan por el purismo y la autenticidad. Se argumenta que la dimensión ‘plebeya’ de esta comunicación política sería la más apropiada para apelar al pueblo en el contexto de una cambiada y más difusa y multidimensional estructura de clases que se ha ido desarrollando con el fin del fordismo keynesiano y el auge del neoliberalismo. Podemos aspiraría a representar esta mezcla de identidades impuras a fin de crear nexos de unión en un cuerpo social fragmentado.

Una de las claves del éxito inicial de Podemos fue el énfasis discursivo en el carácter agonista de la política, siguiendo a Mouffe (2013). La dimensión conflictiva que dominaría la política de forma inherente fue traducida en discursos que enfrentaban a la casta y a la gente. El líder carismático trataría de condensar simbólicamente los sufrimientos y deseos de gran parte de la población en oposición a unas elites económicas y políticas causantes de tales sufrimientos. Caracteriza a esta estrategia persuasiva el predominio de elementos afectivo-emocionales frente a la centralidad de la razón en el republicanismo, si bien Podemos ha incorporado elementos republicanos en su comunicación política. Por ejemplo, la demanda de la aplicación de la ley a los políticos corruptos y de la Constitución en la protección del derecho a la vivienda y a los servicios públicos (Fernández Liria, 2016). Además, el populismo tiene que afrontar la dificultad de que los afectos y las emociones pueden cambiar con frecuencia y que la generación de expectativas puede fácilmente devenir en frustración. La propuesta comunicativa del populismo sirve de terapia paliativa, pero no proporciona tratamiento curativo, esto es, no elimina o reduce las constricciones ni transforma sustancialmente el sistema mediático; se trata de una intervención que eventualmente los medios pueden gestionar.

Se ha visto que la posibilidad de desarrollar una estrategia y discurso populista parte de una realidad social y material concreta. Estas condiciones posibilitan su emergencia y los sujetos que en ellas vi-

ven suministran material discursivo que, a su vez, es recodificado para tratar de conectar con el pueblo. Sin embargo, el populismo desatiende otras dos conexiones de la esfera cultural con la esfera material que son de gran relevancia.

Se olvida, en primer lugar, la concepción dialéctica de que la posibilidad de cambio significativo depende de las actuaciones sinérgicas en sendas esferas. Desde esta perspectiva, el cambio social requeriría de transformaciones en el ámbito de la cultura, la comunicación y las ideas a la vez que en las sedes materiales de conflicto, en los barrios, en los movimientos sociales y en el trabajo. Las transformaciones en una esfera legitimarían y fortalecerían las transformaciones en la otra. Sin embargo, el populismo da prioridad a la consecución del poder institucional-estatal por medio de la comunicación (Errejón y Mouffe, 2015). Esta concepción populista de que el discurso ocupa el lugar central en la consecución del poder estatal y del cambio social, ha llevado a no implicarse con la suficiente profundidad en la praxis material concreta, no estando suficientemente presente en conflictos laborales específicos y no contribuyendo adecuadamente a la resolución de los conflictos sociales. Esta perspectiva tiende a omitir las dificultades materiales de ser eficaz en la construcción de hegemonía mediante el discurso en condiciones sociales que generan frustración, evasión, individualismo y pensamiento neoliberal. Olvida que las condiciones materiales y la acción social también son productoras de sentido.

En segundo lugar, la concepción populista de autonomía entre esferas tiende a olvidar la perspectiva dialéctica de Gramsci que identificaba una autonomía parcial y relativa (Burawoy, 2003; Jones, 2006). Como se ha visto en el primer apartado, además de grados de autonomía existen determinaciones y dependencias bidireccionales. Sin embargo, el populismo tiende a omitir las constricciones en las que funciona el sistema mediático. La concepción de “contingencia radical” de Laclau y Mouffe (1987) destierra las estructuras mediáticas del análisis. Con ello, el populismo entra en dificultades que reducen su capacidad de construir hegemonía.

En este sentido, no cabe olvidar tampoco que los medios privados funcionan según reglas en las que la oferta antecede a la demanda (Mattelart, 1974). La relación de poder entre propietarios y directores por un lado y los periodistas y la audiencia por otro, es asimétrica. Los primeros siempre tendrán más capacidad de decisión. Así, se fijan marcos de debate limitados que condicionan la efectividad de los discursos.

Otro problema importante al que se enfrenta el populismo es la dificultad de conceptualizar al ‘pueblo’ como sujeto histórico de cambio dado que su heterogeneidad no permite vislumbrar qué nexo común o hilo conductor permitiría generar un pueblo unido capaz de erigirse como agente histórico de cambio. El discurso populista homogeneiza lo que es heterogéneo. Un análisis empírico apunta hacia diferencias de difícil superación entre los diferentes grupos sociales que forman parte del pueblo, especialmente cuando hay que pasar del ‘contra qué estamos’ al ‘a favor de qué estamos’. A nivel epistemológico es importante resaltar que el populismo se fundamenta en una ficción, pues el pueblo no es un sujeto empírico.

La minimización del análisis estructural, institucional y empírico, que trata de identificar las condiciones existentes para la producción social de comunicación, favorece una concepción idealista del cambio. Así, se puede caer fácilmente en el wishful thinking, el pensamiento mágico o la infantil y freudiana omnipotencia de las ideas (Tortosa, 2011; Pedro-Carañana, 2016). Los problemas derivados, podrían encontrarse en el modo de concebir la verdad en la epistemología del populismo laclausiano. Laclau desarrolla la visión postmoderna de que no es posible efectuar un diagnóstico correcto de la ideología y sus medios de expresión en la medida en que el analista no puede escapar del marco ideológico de su sociedad y que la realidad está mediada por el lenguaje. Laclau desarrolla su visión a partir de la crítica del objetivismo positivista, pero omite las aportaciones a la epistemología de las ciencias naturales desde finales de la revolución científica de los siglos XVII y XVIII y de las ciencias sociales críticas. Estas perspectivas (Pedro-Carañana, 2016) entienden que el observador está influenciado por los principios de su periodo histórico y por los consensos intersubjetivos, que interviene en el objeto de

estudio con su análisis, que siempre habrá grados de subjetividad, que la verdad absoluta y exacta no existe, que las capacidades humanas para el conocimiento de la realidad son muy limitadas y que la realidad es en su mayor parte ininteligible. Sin embargo, muestran que es posible y útil desarrollar criterios de objetivación y validación de los modelos de análisis (sistematización de los elementos a partir de su pertinencia, relevancia, consistencia lógica y exhaustividad, y la inteligibilidad y reproductibilidad de los modelos), la verificación de las hipótesis en base a la evidencia disponible (por ejemplo, contrastar las informaciones mediáticas con los datos de referencia), desarrollar marcos descriptivos y explicativos que muestren aspectos importantes de la realidad, obteniendo, así, un conocimiento parcial y limitado desde ciertas perspectivas/ángulos que puedan combinarse eventualmente. Todo ello, con el objetivo de que el análisis pueda contribuir a la transformación de la realidad social en una dirección emancipadora. Desde esta perspectiva, el populismo no mostraría suficiente preocupación por acercarse al conocimiento de las verdades. Así, puede caerse fácilmente en las tentaciones de la política de la post-verdad.

La falta de profundización en las estructuras mediáticas en Podemos se ha materializado en errores como el de “creerse ingenuamente dueño de su discurso”, en palabras de Alba Rico (2016). El caso concreto se refiere a una crítica a la prensa que Pablo Iglesias realizó en una conferencia en la universidad, personalizándola en un periodista del diario El Mundo allí presente. Aunque Iglesias había centrado su discurso en presentar a Podemos como “un partido de orden” en defensa de la ley y las instituciones, el resultado de la crítica al periodista fue la creación del hashtag #IglesiasContraLaPrensa en Twitter y muchas páginas de periódico presentando a Iglesias como un enemigo de la libertad de prensa, para sorpresa del protagonista (Artal, 2016). Todo un escarmiento, tal y como prevé el modelo de propaganda.

Un análisis pormenorizado del funcionamiento de los medios de comunicación ayudaría a dar menos munición a la prensa pro-establishment. Dicho análisis, resaltaría, por ejemplo, la contradicción de llevar a cabo una estrategia populista en España cuando se ha estado más o menos ligado a Venezuela y las consecuencias mediáticas y electorales que ello podría tener. La eficacia de la comunicación política en los platós de debate también podría ser puesta en cuestión, cuando los mensajes difamatorios de algunos periodistas que mienten sistemáticamente y repiten hasta la saciedad acusaciones que permanecen en la mente de la audiencia. Miente, mente, que algo queda, según el principio de que si el río suena, agua lleva. No se produce un debate, sino una encerrona en la que, al estar los medios institucionalizados dotados de cierta legitimidad, se normaliza la idea de que negar la evidencia y los datos, recurrir a la agresividad verbal, calumniar y demonizar sin fundamento es una práctica legítima, que puede ser adoptada por la audiencia. Se fortalece el todo vale y se institucionaliza el paradigma de la post-verdad sin que el populismo pueda aportar una epistemología ni una práctica comunicativa que la cuestione.

Decíamos en líneas anteriores que la coyuntura política determinó la relación del populismo con los medios de comunicación. En sus inicios, la apertura de espacios fue utilizada como una estrategia para llegar a la “gente”, es decir, al sujeto político indeterminado al que apelaba la narrativa populista. Tanto es así, que una importante figura del partido, Juan Carlos Monedero, defendió su papel como colaborador político en un programa matinal de entretenimiento al que terminó renunciando por diferencias ideológicas en una despedida en la que sostenía la “necesidad de un 15-M en los medios de comunicación” (Monedero, 2021). Antes de 2019, la posibilidad real de que el populismo llegara al poder a través de una coalición de gobierno marcó el punto de inflexión en las relaciones entre los medios de comunicación y Podemos. Los medios digitales de la derecha lideraron la difamación de la organización y de sus líderes mediante informes falsos creados por supuestos servicios secretos del Estado, pero a cuya difusión también contribuyeron medios de aparente tendencia progresista. En la actualidad, Pablo Iglesias -después de haber dimitido de sus cargos en el Gobierno y en el partido-, denuncia abiertamente las prácticas de los medios de comunicación que ejercen como representantes del IBEX 35, a la vez que alerta de la peligrosidad de quienes, desde el poder, actúan como referentes de un público de izquierdas (Iglesias, 2022).



### 3. Transformar los medios

La concepción ideal más difundida de la función de los medios de comunicación en sociedades democráticas es la de la esfera pública habermasiana, anclada en el republicanismo liberal. Una esfera pública operando al margen del sistema facilitaría el mundo de la vida, permitiendo la libre participación de la sociedad civil en la discusión plural y dialógica y la deliberación racional sobre los asuntos públicos. A su vez, esta deliberación basada en flujos de comunicación dialógicos permitiría alcanzar un entendimiento compartido basado en el consenso, que se trasladaría a las instituciones representativas y se traduciría en políticas públicas. Así, el sistema democrático pasaría de simplemente agregar preferencias mediante el voto a transformarlas mediante un auténtico debate racional que genere nuevos consensos, es decir nuevas visiones del mundo intersubjetivas. La esfera pública funcionaría como un mecanismo de presión ciudadana que contribuiría a trasladar sus demandas a los poderes públicos (lo que Habermas llama la esfera pública política). Así, la esfera pública cumpliría un papel clave en la solidificación de las verdades de los ciudadanos –sus razones– en las instituciones y la voluntad general se expresaría en forma de consenso hasta incorporarse en las instituciones socio-políticas.

La perspectiva pragmática de la esfera pública ha complementado la propuesta de Habermas y el enfoque jeffersoniano tradicional (Peñamarín, 2017). A partir de John Dewey, esta escuela entiende que para que exista una esfera pública democrática debe haber públicos participativos que mediante su organización y acción trasladen los problemas sociales a los medios de comunicación. El enfoque pragmático subraya que no solamente hay consenso, sino conflicto y multiplicidad de voces que deben ser reflejados en los medios.

Un problema de raíz que tienen estas visiones de la esfera pública es que no tienen en cuenta las relaciones de poder. Como el populismo, sobredimensionan la autonomía de la comunicación y el lenguaje e idealizan teóricamente la acción comunicativa frente a la violencia simbólica y las asimetrías estructurales (Sierra-Caballero y Sola-Morales, 2020). Como muestra la EPC, no es posible desarrollar una potente esfera pública en las condiciones que establece el capitalismo realmente existente, caracterizado por las sinergias entre los grandes poderes privados y estatales. La capacidad de influencia ciudadana queda diluida por el poder de las grandes empresas y las élites estatales, que limitan la capacidad de las estructuras democráticas y mediáticas de impulsar el pluralismo comunicativo y fiscalizar los abusos antidemocráticos. Por tanto, un problema fundamental de la teoría de la esfera pública es que se encuadra en un marco liberal que no cuestiona la desigual distribución de recursos e influencia de los diferentes agentes sociales. Omite las competencias comunicativas, los grados de libertad y las posibilidades reales que tienen los diferentes actores de intervenir en el sistema de comunicación. No presta suficiente atención a los procesos de desregulación, privatización, concentración, financiarización y comercialización de los sistemas mediáticos. En este sentido, no aborda cómo, en las condiciones dadas, los medios de comunicación pudiesen convertirse en un cuarto poder, que actúe como vigilante de los abusos de las clases dominantes y salvaguarda de la democracia frente a las tendencias autoritarias de los poderes económicos y políticos. La concepción predominante de la esfera pública vincula la práctica mediática y cultural con el ejercicio de la democracia, pero no profundiza en las condiciones socio-históricas, económicas y mediáticas que deben darse para que pueda desarrollarse una verdadera esfera pública.

Un tratamiento curativo o radical que supusiera la transformación del sistema mediático implicaría la eliminación o superación de los filtros que identifica el MP y otras estructuras opresivas que vienen fijadas por la economía política de los medios. Mediante la regulación pública y ciudadana se plantearía el objetivo de establecer límites a la concentración mediática, a la propiedad cruzada y la integración vertical y horizontal de las empresas de comunicación, terminando, así, con el carácter oligopólico de la estructura comunicativa. Esto podría facilitar una expansión y distribución del poder comunicativo

que implique la democratización del sistema mediático, la creación de una ciudadanía comunicativa y la participación del tercer sector de la comunicación en igualdad de oportunidad y condiciones que los sectores público y privado.

Convendría, además, impulsar la coexistencia de diferentes modelos de propiedad y organización: cooperativas, medios comunitarios, asociativos y ciudadanos, medios sin ánimo de lucro, medios organizados democráticamente, medios sin publicidad y medios públicos independientes del poder gubernamental, que puedan ofrecer un verdadero servicio público y resultar más atractivos para la audiencia que la oferta de los medios privados. Esta dispersión de la propiedad y pluralidad de modelos productivos, tendría que acompañarse de la implantación de requisitos de servicio público orientado al bien común, que los diferentes medios tendrían que cumplir para la renovación de las licencias de emisión. De este modo, se podría proceder a la distribución del poder comunicativo que requiere cualquier democracia para su correcto funcionamiento y asegurar la autonomía e independencia de los profesionales de la comunicación. La regulación de los medios de comunicación podría incluir también impedimentos a la penetración de las entidades bancarias y otros grupos empresariales con fuertes intereses financieros, políticos e ideológicos. Además, cabría sancionar las presiones estatales y empresariales que puedan recibir los medios y establecer la obligatoriedad de dar voz a las distintas partes implicadas en condiciones de igualdad.

Estas reformas de la estructura comunicacional se orientarían a generar progresivamente cambios que, por acumulación, pudiesen generar una transformación profunda –revolucionaria– del funcionamiento y funciones que cumplen los medios de comunicación. Desde una perspectiva dialéctica, resultaría obvia la necesidad de combinar los cambios en la comunicación con importantes transformaciones en las relaciones sociales y políticas, las relaciones de poder y, en las relaciones de producción. Esta es, precisamente, la línea que han impulsado organizaciones como la Media Reform Coalition y Hacked Off en el Reino Unido o Free Press en Estados Unidos. El horizonte que se plantea no es otro que generar los cambios comunicativos y las transformaciones sociales apropiadas para construir un sistema mediático capacitado para funcionar como una verdadera esfera pública incluyente que dé voz a los diferentes grupos sociales y fiscalice los poderes fácticos. Hasta aquí, lo que la EPC crítica puede aportar a la teoría de la esfera pública republicana en cuanto a la transformación del sistema de comunicación. El objetivo es avanzar en un republicanismo socialista que supere el marco liberal.

El populismo, por su parte, al centrarse en el desarrollo de una praxis comunicativa eficaz y coyuntural en las condiciones que vienen dadas, ha tendido a omitir el análisis de cómo debería ser un sistema integral de comunicación democrático y qué pasos deberían darse para su consecución. Aun así, el populismo incluye prácticas comunicativas orientadas a construir puentes entre el estado de las cosas y la situación ideal a la que se aspira. Dichas prácticas comunicativas pueden impulsar la participación y empoderamiento de la ciudadanía, en términos republicanos –o del pueblo, según la concepción populista del cambio social. Es decir, el populismo propone construir paulatinamente mediante el discurso el pueblo como sujeto de cambio histórico, un pueblo con aspiraciones de cambio que podría eventualmente ejercer la suficiente presión para impulsar el desarrollo de una esfera pública democrática en sinergia con la transformación de las relaciones sociales. La existencia de un pueblo, una sociedad civil o, más concretamente, de diferentes grupos sociales implicados en el cambio es condición sine qua non para el desarrollo de una esfera pública activa e influyente. En esta dirección, el populismo plantea dar sentido a la pluralidad de concepciones y aspiraciones sociales mediante el desarrollo de una narrativa que pueda unir las transversalmente en torno a unas pocas demandas no satisfechas. Según el populismo, esta narrativa permitiría al bloque de cambio alcanzar el poder estatal para, desde ahí, impulsar cambios estructurales más profundos (Ema e Ingala, 2020).

Además de intentar poner en práctica discursos transformadores, el populismo proporciona dos aportes importantes que señalan las limitaciones de la teoría de la esfera pública. Si la perspectiva habermasiana se fundamenta en la concepción liberal ideal de ciudadanos informados y racionales que

deliberan educadamente como en los salones de la Ilustración, el populismo da cuenta de que la sociedad se mueve por pasiones y afectos movilizados, a menudo por el subconsciente de la mente. De este modo, el populismo aborda de una manera más realista la realidad social con sus sufrimientos, penas, sudores y lágrimas.

En segundo lugar, el agonismo da cuenta del carácter conflictivo de la política frente al monismo habermasiano referido a la construcción del consenso. Un enfoque integral explicaría tanto el uso de la razón como de la emoción en los procesos sociales, así como de la existencia permanente del conflicto y de la necesidad de alcanzar consensos como clave de la hegemonía. En síntesis, y como también subraya Fenton (2018) un enfoque exhaustivo trataría de conectar la pasión y la razón –por ejemplo, el enfado frente a las injusticias y la aspiración de igualdad- y el consenso como la otra cara del conflicto, pues toda sociedad aparca los conflictos en forma de acuerdos que no son del agrado de una parte de la sociedad y se requieren nuevos consensos que puedan dar salida a los conflictos subyacentes y acomodar (parcial y temporalmente) a las partes descontentas.

Mientras que el populismo trata de agitar las emociones, la prioridad que tiene la razón en la Ilustración y el republicanismo se orientaría a desarrollar un sistema mediático en el que se muestre la realidad. Sin embargo, es posible que el republicanismo pueda ser un aliado eficaz del populismo en lo relativo a las pasiones y los afectos. El punto de partida lo encontramos en la naturaleza humana, que no sólo estaría caracterizada por la razón, sino también por la pasión. Según la concepción ilustrada y republicana, el objetivo de las instituciones culturales debería ser impulsar el libre desarrollo de las mejores capacidades naturales y pasiones de los seres humanos: la creatividad, el impulso hacia la justicia y la libertad, la cooperación, la solidaridad y otros principios éticos y capacidades creativas.

Según el modelo ilustrado impulsado, especialmente, por Humboldt, un programa de cambio social debería de intentar establecer vínculos sinérgicos entre las instituciones republicanas, la esfera pública y la ciudadanía. Las instituciones culturales deberían adaptarse a los rasgos positivos del ser humano, con la aspiración de contribuir de forma central a que el mayor número de ciudadanos pueda desarrollar sus capacidades, lo que impulsaría una acción social orientada a transformar las estructuras socio-políticas y económicas de acuerdo con las capacidades que se desean impulsar. Debería generarse, así, un isomorfismo entre las estructuras de la república, las instituciones culturales y los ciudadanos. La difusión de las luces impulsaría una acción social liberadora, democratizadora e igualitaria con incidencia en los patrones institucionales y estructurales de la sociedad. Por ejemplo, desde la concepción jeffersoniana de la prensa, el papel de los medios de comunicación consistiría en vigilar a las clases dominantes y difundir información veraz para que el pueblo contase con el conocimiento suficiente que le permitiría actuar como salvaguarda de la libertad, la justicia y la democracia.

El problema con el que se encontró el pensamiento ilustrado y que subrayó Marx era por dónde empezar las transformaciones. Para el idealismo habría que empezar por las instituciones culturales, pero ¿cómo cambiarlas sin transformar antes las estructuras y la acción social?, se preguntaba Marx (1869). La respuesta dialéctica señala la conveniencia de actuar en los tres frentes; en la esfera de la cultura y las ideas, en las estructuras e instituciones económico-políticas y en la agencia social.

Una esfera pública democrática podría cumplir diversas funciones sociales. No cabe duda de que una de ellas sería la crítica de los poderes fácticos. Otra función clave sería contrarrestar la capacidad del sistema de absorber a las fuerzas transformadoras, como ha sucedido a lo largo de la historia con las corrientes humanistas, liberales, republicanas, ilustradas, marxistas, socialdemócratas y populistas. La esfera pública, pondría de relieve las conductas de las fuerzas del cambio que imitan a las de los poderes tradicionales, fiscalizaría las prácticas autoritarias-oligarquicas (Michels, 1979), el carrerismo, las luchas internas por el poder per se y el clientelismo, adoptaría una posición intransigente con las promesas incumplidas y, especialmente, con la mentira, se discutiría sobre programas y propuestas y se cuestionaría la incoherencia a lo largo del tiempo. Paralelamente, la esfera pública trataría de corregir

los fanatismos que puedan habitar en el pueblo e impulsar el desarrollo de las mejores capacidades de los ciudadanos para que puedan convertirse en los protagonistas de la república democrática. La esfera pública también debería ser más auto-reflexiva y analizar el rol que cumplen los medios de comunicación y la estructura mediática. Cabría asegurar la autonomía de los profesionales de la comunicación para, incluso, poder criticar sus condiciones laborales sin temor a perder el empleo. Una esfera pública democrática protegería a los trabajadores de la comunicación, quienes en el ejercicio de su función de contar la verdad y cuestionar al poder, podrían considerarse aliados del cambio social.

## Conclusiones

Frente a la tendencia totalizante del neoliberalismo, las posibilidades de cambio social democratizador e igualitario dependen de un enfoque integral y plural que permita identificar las estructuras sociales y mediáticas vigentes como enfatiza la EPC (diagnóstico), la intervención discursiva en los medios como hace el populismo (terapia paliativa) y la reforma profunda de la estructura mediática en la línea ideal de la esfera pública republicana (terapia curativa). Desde nuestra perspectiva, la corriente que mayores aportes ha hecho a la comprensión de la esfera pública mediatizada es la economía política de la comunicación, pero sus énfasis y debilidades la hacen insuficiente. Las tres perspectivas pueden establecer sinergias y contrapesos, reforzarse y corregirse entre sí. El diagnóstico que proporciona la EPC permite identificar condiciones que favorecen la intervención populista, como también investigan el populismo y el republicanismo en cierta medida. El populismo pone en práctica discursos que tratan de construir el sujeto de cambio, pero lo hace en condiciones limitantes que son identificadas por la EPC y con un discurso que incorpora elementos republicanos. El republicanismo teoriza el ideal comunicativo, la esfera pública racional y consensual, hacia el que hay que orientar las transformaciones, el populismo incorpora la dimensión afectiva-emocional (como también ha hecho el enfoque pragmático de la esfera pública) y genera prácticas que contribuyen a su pluralidad y el agonismo, mientras que la EPC, cuando es dialéctica subraya la necesidad de transformar las estructuras sociales e impulsar la acción social al tiempo que se construye la esfera pública.

Este enfoque sugiere actuar sinérgicamente en las tres esferas que se han abordado, es decir, en la reforma profunda de las instituciones y las estructuras materiales de poder y conflicto (incluyendo los medios), del discurso comunicativo y de la agencia de los posibles sujetos históricos de cambio social. Se avanza en el proceso cuando se produce un intercambio adecuado de significados y acciones entre las tres dimensiones. El papel mediador de los medios consistiría en establecer vínculos entre la reforma republicana-socialista de las instituciones y la emergencia de un sujeto de cambio (o varios).

Este modelo mediador ideal combina la representación de la institucionalización de la razón en el Estado de Derecho con la dimensión afectiva del cambio social y abre vías de participación popular en la vida política, de modo que las instituciones y el Estado de Derecho puedan ser resultado de la voluntad general. De ese modo, las instituciones se democratizan y el pueblo se convierte en garante de los derechos y libertades y, por tanto, en ciudadanía. El Estado de Derecho se torna popular, tanto en el sentido de que penetra en el pueblo por vía de los medios de comunicación como en ser reflejo de la voluntad general, que ha sido configurada mediante una mezcla de razones y pasiones naturales que lo impulsan hacia la cooperación, la justicia y la libertad. Sin olvidar que para que esto pueda materializarse es necesaria la transformación de estructuras mediante la apropiación de la vida material.

Existen algunos obstáculos para la confluencia de perspectivas en un proyecto de cambio integral. Se deduce del análisis anterior que identifican diferentes agentes de cambio, el pueblo, la ciudadanía y la clase trabajadora y que esta diferencia podría superarse mediante la mediación de una esfera pública verdaderamente transformadora que facilitase que el pueblo trabajador se pueda ir convirtiendo en ciudadanía y en clase emancipada.

Otra diferencia que podrían salvarse es que según la EPC los condicionantes estructurales dificultan sobremanera las posibilidades de intervención democrática, debido a que la urgencia del cambio y la importancia de la comunicación invitan a la intervención en las condiciones dadas. El idealismo comunicacionista del populismo y de la teoría de la esfera pública quedarían neutralizados por la necesidad de acción material y cambio estructural señalada por la EPC.

Sin embargo, hay una diferencia fundamental de difícil resolución. El populismo rehúye del concepto de ‘la verdad’ (o las verdades) que para el republicanismo y el marxismo resultan fundamentales. Una combinación de ambas solamente conduce a la incoherencia y pérdida de credibilidad. En un contexto de creciente predominio de la política y la comunicación de la post-verdad, conviene revalorar la verificación de las hipótesis y validez de los datos. En este sentido, sólo puede concluirse subrayando la inconveniencia del recurso a la ficción del discurso populista basada en la representación no empírica de un pueblo virtuoso homogéneo y unas élites corruptas igual de homogéneas. O, lo que es lo mismo, recalando el valor de los análisis concretos de realidades y actores concretos.

### Referências Bibliográficas

- Alba Rico, S. (22 de abril de 2016). El error de Pablo Iglesias. *Público*. <https://blogs.publico.es/otrasmiradas/6338/el-error-de-pablo-iglesias/>
- Alemán, J. y Cano, G. (2017). *Del desencanto al populismo. Encrucijada de una época*. Ned Ediciones.
- Artal, Rosa María (23 de abril de 2016). Pablo Iglesias y el secreto inconfesable de la prensa. *Revista Contexto*. <https://blogs.publico.es/otrasmiradas/6338/el-error-de-pablo-iglesias/http://ctxt.es/es/20160420/Firmas/5564/Pablo-Iglesias-periodismo-corporacion-empresas-corrupcion.htm>
- Berry, D. y Theobald, J. (Eds.) (2006). *Radical mass media criticism: A cultural genealogy*. Black Rose Books.
- Burawoy, M. (2003). For a Sociological Marxism: The Complementary Convergence of Antonio Gramsci and Karl Polanyi. *Politics & Society*, 31(2), 193-261. <https://doi.org/10.1177/003232920325227>
- Cano Cuenca, G. (14 de diciembre de 2015). Podemos: el desafío en España. Open Democracy. <https://www.opendemocracy.net/es/podemos-el-desaf-o-en-espa/>
- Domènech, A. (18 de septiembre de 2017). El socialismo y la herencia de la democracia republicana fraternal. El viejo topo. <http://www.elviejotopo.com/topoexpress/el-socialismo-y-la-herencia-de-la-democracia-republicana-fraternal/>
- Ema, J.E. e Ingala E. (Eds.) (2020). *Populismo y hegemonía. Retos para la política emancipatoria*. Lengua de trapo.
- Errejón, I. (2020). *Qué horizonte. Hegemonía, Estado y revolución democrática*. Lengua de trapo.
- Errejón, I. y Mouffe, C. (2015). *Construir pueblo. Hegemonía y radicalización de la democracia*. Icaria.
- Fenton, N. (2018). *Digital, political, radical*. John Wiley & Sons.
- Fernández Buey, F. (2021). *El pensamiento marxista en la crisis de los movimientos de emancipación*. Omegalfa.
- Fernández Liria, C. (2016). *En defensa del populismo*. La Catarata.
- Freedman, D. (2014). *The contradictions of media power*. Bloomsbury.
- Freedman, D., Obar, J., Martens, C. y McChesney, R.W. (Eds.) (2016). *Strategies for Media Reform: International Perspectives*. Fordham University Press.
- Fuchs, C. (2014). *Digital Labour and Karl Marx*. Routledge.
- Gans, H. J. (2003). *Democracy and the news*. Oxford University Press.
- Gramsci, A. (2007). *Antonio Gramsci. Antología*. Siglo XXI Editores.
- Herman, E.S. y Chomsky, N. (1988). *Manufacturing Consent. The Political Economy of the Mass Media*. Pantheon Books.
- Hobsbawm, E. J. (2011). *La era de la revolución 1789-1848*. Crítica.

- Iglesias, P. (2015). Entender Podemos. *New Left Review*, 93, 9-32.
- Iglesias, P. (2022). *Medios y cloacas: Así conspira el estado profundo contra la democracia*. Revista Contexto S.L.
- Jones, S. (2006). *Antonio Gramsci*. Routledge.
- Laclau, E. (2005). *La razón populista*. Fondo de Cultura Económica.
- Laclau, E. (2014). *Los fundamentos retóricos de la sociedad*. Fondo de Cultura Económica.
- Laclau, E. y Mouffe, C. (1987). *Hegemonía y estrategia socialista: hacia una radicalización de la democracia*. Siglo XXI.
- Martín Serrano, M. (2004). *La producción social de comunicación*. Alianza Editorial.
- Marx, K. (1869). On General Education, Speech to the General Council meeting of the International Workingmen's Association, 17<sup>th</sup> August, in: Marx and Engels Collected Works, V. 21. Lawrence & Wishart.
- Mattelart, A. (1974). *La cultura como empresa multinacional*. Editorial Galerna.
- Mattelart, A. (1983). *La comunicación masiva en el proceso de liberación*. Siglo XXI Editores.
- Michels, R. (1979). *Los partidos políticos. Un estudio sociológico de las tendencias oligárquicas de la democracia moderna*. Amorrortu editores. Buenos Aires.
- Monedero, J.C. [@MonederoJC]. (26 de mayo de 2021). Me despido de mi colaboración en @elprogramadear y de Cuatro al día. Gracias a pesar de las discrepancias, a @anarosaq y a @PratSandberg. Toca caminar por otros sitios. Ojalá lo que ha roto el 4M se recomponga. Nos jugamos la democracia. Los medios ahí son esenciales. <https://goo.su/IvhF0y>
- Monereo, M. (19 de mayo de 2016). Podemos. Del “populismo de izquierdas” a la estrategia nacional-popular. El viejo topo. <https://www.elviejotopo.com/topoexpress/topoexpresspodemos-del-populismo-de-izquierdas-a-la-estrategia-nacional-popular/>
- Mouffe, C. (2013). *Agonística. Pensar el mundo políticamente*. Fondo de Cultura Económica.
- Pedro-Carañana, J. (2016). Hacia un enfoque epistemológico pluralista en los estudios de comunicación y cambio: humanismo, ciencia y ecologismo. *Obets. Revista de Ciencias Sociales*, 11(1), 129-164.
- Pedro-Carañana, J. (2018). Conservadurismo, reformismo y revolución en los orígenes y desarrollo de la Universidad republicana en España. Aportes y contradicciones (1856-1936). *Cultura De La República. Revista De Análisis Crítico (CRRAC)*, 2, 114-147.
- Pedro-Carañana, J. y Sierra Caballero, F., (coords.) (2019). *El Modelo de Propaganda y el control de los medios*. Comunicación Social.
- Peñarín, C. (2017). Mediación y mediatización de la comunicación pública. Una perspectiva pragmática. En M. Álvarez Peralta, G. Fernández Vázquez y L. Mazzoli (Cords.), *La mediación fragmentaria: mediatización y controversia en la nueva esfera pública* (pp. 11-36). Sociedad Latina de Comunicación Social.
- Sierra-Caballero, F. (17 de febrero de 2015). Comunicación Política, Transformación Social y Alternativas Democráticas: Crítica y Límites de la Experiencia Podemos. Open Democracy. <https://www.opendemocracy.net/es/democraciaabierta-es/comunicaci-n-pol-tica-transformaci-n-social-y-alternati/>
- Sierra-Caballero, F. (2020). *Marxismo y comunicación. Teoría crítica de la mediación social*. Siglo XXI.
- Sierra-Caballero, F. y Sola-Morales, S. (2020). Espacio público oposicional y ciberactivismo. Una lectura materialista de la acción conectiva. *Perspectivas de la comunicación*, 13(2), 7-41. <https://doi.org/00.000/C00-2020-01>.
- Tortosa, J.M. (2011). *Maldesarrollo y malvivir. Pobreza y violencia a escala mundial*. Ediciones Abya-Yala.
- Villacañas, J.L. (2015). *Populismo*. La Huerta Grande.