



2019-21 XI CONVOCATORIA PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN

Línea A. Andalucía en el escenario global

**Democracia y actitudes populistas
en Andalucía: un análisis comparado
multidisciplinar**

Manuel Arias Maldonado. **Universidad de Málaga**

El presente documento contiene un extracto de la presentación de los resultados preliminares de este proyecto de investigación, beneficiario de la **XI Convocatoria Pública de Proyectos 2019-2022**, en el marco del **I Simposio CENTRA de Ciencias Sociales**, celebrado en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología de la Universidad de Granada del 24 al 26 de marzo de 2022.

Con el título *La transferencia de conocimiento desde Andalucía ante los retos del siglo XXI*, este primer encuentro posibilitó la generación de un espacio abierto a la participación de la comunidad científica especializada en Ciencias Sociales con la finalidad de presentar Andalucía como un marco idóneo para el impulso y el desarrollo de investigación social, cuyos resultados repercutan en el cambio y el bienestar y respondan a los desafíos que afrontamos como sociedad.

Los resultados preliminares de cada proyecto fueron presentados en diferentes mesas de trabajo, organizadas en función de la línea de investigación de referencia. La presentación completa puede seguirse desde los siguientes enlaces de vídeo:

[Línea A. Andalucía en el escenario global](#)

[Línea B. Espacios y políticas participativas, transparencia y gobierno abierto](#)

[Línea C. Bienestar y realidad social andaluza](#)

[Línea D. Claves de desarrollo para el futuro de Andalucía](#)

Fundación Pública Andaluza
Centro de Estudios Andaluces,
Consejería de la Presidencia,
Administración Pública e Interior,
Junta de Andalucía
Avda. Blas Infante s/n
41100 Coria del Río (Sevilla)

Tel.: 955 055 210. Fax: 955 055 211
www.centrodeestudiosandaluces.es

Abril de 2022

Democracia y actitudes populistas en Andalucía: un análisis comparado multidisciplinar

Manuel Arias Maldonado. **Universidad de Málaga**

PRESENTACIÓN Y OBJETIVOS

Nuestro proyecto de investigación tiene por objeto analizar el populismo en Andalucía: el grado, rasgos y variedades de las manifestaciones del fenómeno populista en nuestra región, tanto del lado de la oferta (partidos, movimientos, medios) como del lado de la demanda (actitudes populistas de los ciudadanos).

No se trata con ello tan solo de utilizar un marco teórico para iluminar la realidad andaluza, sino también de contribuir al debate especializado sobre el populismo mediante el estudio de caso andaluz. De ahí que la realidad empírica andaluza haga también las veces de laboratorio donde se aplicarán un marco teórico particular y una metodología concebida para validar las hipótesis que del mismo se derivan.

METODOLOGÍA

Hemos optado por articular un marco teórico multidimensional que no pierda de vista la necesidad de ser aplicado a una realidad política, sociológica y aun psicológica heterogénea y llena de matices. Será a partir del mismo que se diseñará la escala de valores y actitudes populistas, se redactarán los ítems de las encuestas o se identificarán las palabras que orientarán el análisis textual de corpus en las redes sociales.

Cuando del populismo hablamos, lo hacemos de un fenómeno que ejemplifica eso que Giovanni Sartori ha denominado “estiramiento conceptual” (Sartori), que para el caso del populismo desemboca en una “rara inasibilidad conceptual” (Taggart). Se hace difícil encontrar una definición unitaria, e incluso decidir si el populismo ha de ser catalogado como una ideología, una estrategia o una lógica política. Hay quienes afirman que no existe el populismo, sino solo el conjunto abigarrado de sus manifestaciones (Werz). Sin embargo, es necesario rehuir el derrotismo conceptual: el populismo no es el primer concepto discutible al que se enfrenta la ciencia social, ni es una novedad que la propia discusión sobre su campo semántico posea connotaciones políticas. Matices al margen, los estudiosos se refieren al mismo fenómeno cuando hablan de populismo; este es, pues, definible e identificable.

Nuestro proyecto de investigación se ha basado en la identificación de un conjunto de rasgos que son parte del repertorio ideacional, discursivo o estilístico del populismo. En línea con los «parecidos de familia» de Wittgenstein y la «estructura radial» de Lakoff (Lakoff; Collier y Mahon), sugerimos que no todos los populistas necesitan compartir todos los atributos definitorios del populismo. Por el contrario, un enfoque multidimensional que desagrega el populismo en distintos atributos o componentes puede ayudarnos a identificar matices y diferencias entre casos que, de otro modo pasarían desapercibidas (Wiesehomeier). Aplicado a la recopilación de datos empíricos, el enfo-

que multidimensional permite capturar la complejidad del fenómeno sin excluir el uso de otros enfoques, puesto que los datos así generados pueden ser filtrados y utilizados por los proponentes de una definición más restrictiva.

Sin entrar en detalles, las dimensiones del populismo que identifica nuestro marco teórico son: la descripción antagonista de la comunidad política; la interpretación moralista de los actores políticos; la construcción idealizada de la sociedad; la soberanía popular ilimitada; el liderazgo carismático (Olivas Osuna). Cada una de estas dimensiones temáticas acomoda una diversidad de atributos ideológicos y discursivos que pueden ser estudiados en diferentes niveles de análisis; tanto del lado de la demanda populista como del lado de la oferta. Este proyecto de investigación asume que es característico del populismo combinar varios de estos elementos de distintas maneras, resultando de aquí la conocida variedad y complejidad empírica del fenómeno (Brubaker).

A causa de las inevitables limitaciones presupuestarias y temporales, el proyecto ha optado por priorizar (i) la realización de una encuesta lo suficientemente representativa que permita medir la demanda populista, mientras que (ii) para estudiar la oferta populista ha elegido el análisis de sentimiento de las cuentas de los principales partidos españoles y andaluces en Twitter durante un periodo acotado de tiempo.

Encuesta

(i) La encuesta, cuyos resultados estamos todavía procesando, exigió la definición previa de los ítems, o sea un diseño orientado a capturar las variables que a nuestro juicio mejor identificasen la presencia/ausencia de atributos populistas y el grado de los mismos. Pero también decidimos realizar la misma encuesta en Andalucía y Cataluña.

Para evaluar la demanda populista existente en la sociedad andaluza, así como para ponderar sus aspectos particulares, es necesario disponer de un término de comparación.

¿Y por qué Cataluña? Por una parte, parece razonable esperar que los indicadores de populismo en Cataluña sean los más elevados de entre las comunidades autónomas españolas debido al impacto del *proceso* independentista; por otra, Cataluña es una región de gran tamaño y mucha población, lo que la aproxima a Andalucía; ambos son, también, territorios que combinan una larga ribera mediterránea con un interior de considerable peso demográfico.

Por añadidura, Andalucía y Cataluña poseen importantes vínculos históricos a causa de la abundante emigración de trabajadores andaluces durante la dictadura franquista. En el marco del simposio, presentaremos el diseño de la encuesta y algunos de sus resultados preliminares.

Oferta populista

(ii) En lo que a la oferta populista se refiere, nuestro proyecto ha optado por analizar las redes sociales a través de una herramienta de análisis de vanguardia: el análisis de sentimiento. En la presente investigación, nos valemos de una reformulación de la teoría de Martin y White, para entender qué lenguaje evaluativo es más frecuente en el populismo.

Este modelo parte de la idea de que en toda expresión lingüística (o paralingüística), sea la que sea, el ser humano muestra explícita o implícitamente su afiliación a unos valores concretos, su atracción (o no) a ciertos entes o entidades, su desaliento, su interés o su sorpresa antes eventos cualesquiera.

Este modelo parte de que es posible inferir de la emoción causada por un estímulo una opinión determinada sobre dicho estímulo; y, a su vez, que un juicio de valor se puede vincular normalmente a una reacción emotiva; por ejemplo, la inmoralidad de una acción, por lo general, se asocia al desprecio hacia quien actúe de ese modo; asimismo, si se admira a un ser humano seguramente será por la excelencia de sus cualidades o la nobleza de sus acciones.

En este trabajo hemos empleado SEANCE, una herramienta de Procesamiento de Lenguaje Natural, cuyo fundamento es, a grandes rasgos, la teoría de la Evaluación de Martin y White. Se han analizado tweets procedentes de 200 cuentas oficiales, 20 por cada partido político que obtuvo representación en los Parlamentos de Andalucía y España, es decir, Podemos, Adelante Andalucía, PSOE, Ciudadanos, PP y VOX. En las Tablas 2a-2e se especifica el número en cada caso concreto.

En cuanto al período elegido para la compilación, incluye dos meses desde que se anunciaron y se publicaron en el BOJA las por entonces controvertidas medidas de lucha contra el COVID, el día 28 de octubre de 2020, y hasta el 31 de diciembre de 2020. El total asciende a 122.821 tuits y, aunque tampoco hemos completado aún el análisis de los resultados, algunos de ellos serán avanzados en el simposio.

