

**Autor:** María Jesús Molina Hurtado

**Título:** El populismo y la comunicación populista en España. Podemos como proyecto populista 2014-2016

**Title:** *Populism and populist communication in Spain. Podemos as a populist project 2014-2016.*

**Directora:** Karen Sanders

**Lugar y fecha de lectura:** Universidad CEU San Pablo, Madrid, 25 de marzo de 2022

**Tribunal:**

Presidente: Manuel Casado Velarde (Universidad de Navarra)

Secretaria: Tamara Vázquez Barrio (Universidad CEU San Pablo)

Vocal: Eva María Campos Domínguez (Universidad de Valladolid)

Vocal: Jorge del Palacio Martín (Universidad Rey Juan Carlos)

Vocal: María Sánchez Valle (Universidad CEU San Pablo)

**Calificación:** Sobresaliente *cum laude*

**Resumen:** La presente investigación parte de la revisión de todos los fundamentos históricos y teóricos del concepto del populismo y su apuesta por una concepción del término como estilo de comunicación política con unos rasgos específicos en su mensaje y forma de representación, que son los que nos permiten describir a un partido o actor político como populista. En ese marco, trata de analizar desde múltiples perspectivas el fenómeno del populismo, sus características, causas, efectos e intensidad, principalmente en relación con Podemos durante 2014-2016, adoptando un diseño de investigación multimétodo, en el que se incluye la opinión externa de políticos y periodistas mediante la entrevista semiestructurada. El análisis documental muestra la propia articulación de Podemos como proyecto político populista. Esto se confirma en el análisis de contenido de las campañas electorales generales 2015-2016. El análisis temático de las entrevistas muestra que los más cercanos ideológicamente a Podemos tienen una visión más favorable del populismo mientras que los más alejados lo consideran peligroso para la democracia.

**Palabras clave:** Populismo; estilo político; comunicación política populista; Podemos; elecciones generales españolas.

**Abstract:** *This study starts from the thesis that populism is not a binary ideology, nor exclusively a strategy, discourse or political logic but principally a political style with communicational and performative elements. In order to explore that, this study analyses from multiple perspectives the phenomenon of populism, its characteristics, causes, effects and intensity principally with regard to Podemos during 2014-2016, adopting a multi-methods research design on which the external perspectives provided in semi-structured interviews with politicians and journalists are included. The documentary analysis shows Podemos' own articulation of itself as a populist political project. This is confirmed in the content analysis of both general election campaigns 2015-2016. Thematic analysis of interviews shows that those more ideologically close to Podemos have a more favourable view of populism and those more distant consider populism dangerous to democracy.*

**Keywords:** *Populism; political style; populist political communication; Podemos; Spanish general elections.*

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0001-6847-6265>