

**El populismo latinoamericano como estrategia de comunicación.  
El caso de Guatemala: las campañas electorales 2015 y 2019**

Kevin Guillermo Valenzuela

Director: Dr. Jordi Rodríguez-Virgili

Codirector: Dr. Fernando López Pan

Con esta temática se tratará la comunicación del populismo en esta región del continente americano, donde, a pesar de que la mayoría de sus gobernantes son electos por sufragio universal y sus constituciones recogen Estados democráticos de derecho, hay una creciente desafección política; una percepción de que la democracia no funciona y no convence a los ciudadanos. Las condiciones políticas, sociales, económicas y culturales de Latinoamérica han facilitado el auge del populismo.

Resulta recurrente encontrarse dentro de la bibliografía que estudia el fenómeno del populismo la demanda de un concepto compartido por la comunidad académica sobre el significado de la palabra. El populismo es un concepto multidimensional, amplio y legitimado en características más que en una base teórica. En todo caso, parece evidente la importancia decisiva del factor comunicacional en los fenómenos populistas. En este sentido, sería difícil imaginar sus éxitos sin el uso de las plataformas mediáticas - convencionales o no - para difundir insistentemente sus mensajes.