



PRECURSORES DEL INFOENTRETENIMIENTO AUDIOVISUAL EN ESPAÑA

Cultura visual y caricatura satírica en *El Motín*

Pioneers of Spanish audiovisual infotainment: visual culture and satirical caricatures in The Motin

JOSÉ LUIS VALHONDO-CREGO

Universidad de Extremadura, España

KEY WORDS

Satirical press
Populist reason
El Motín
People
Caricature

ABSTRACT

In the late nineteenth century, the Spanish satirical press adopted a series of rhetorical strategies to offer the people a unique place within the representation of society. As Martínez Gallego has pointed out, the satirical weekly El Motín depicts an example of populist reason in the sense that Ernesto Laclau could argue. Through the content analysis of several cartoons, we examined the place that El Motín reserved to the floating signifier of the people. The satirical press let an illiterate working class deal with the issues of the political sphere.

PALABRAS CLAVE

Prensa satírica
Razón populista
El Motín
Pueblo
Caricatura

RESUMEN

A finales del siglo XIX, la prensa satírica española adoptó una serie de estrategias retóricas que concedían al "pueblo" un lugar singular en la representación de la sociedad. Como ha destacado Martínez Gallego, el semanario satírico El Motín es un ejemplo de razón populista en el sentido que podría darle Ernesto Laclau. A través del análisis de contenido de varias viñetas, examinamos el lugar que las caricaturas de El Motín reservaron al significativo vacío del pueblo. La caricatura permitía reducir el mundo de la alta política a una escala manejable para una clase popular que en muchos casos era analfabeta.

Recibido: 15/04/2020
Aceptado: 14/05/2020

1. Introducción

A finales del siglo XIX, José Nakens ahorró el dinero suficiente como para comenzar a tirar *El Motín*, semanario satírico. Tal y como ha destacado Martínez Gallego (2017), *El Motín* constituyó un ejemplo de estrategia populista en el sentido que podría darle Ernesto Laclau (2005). Este texto recoge esa idea y la explora en toda su dimensión para allanar el camino a una comparación entre las sátiras españolas de distintas épocas. La hipótesis sobre la que bascula señala la construcción de un relato político que, de modo vanguardista, sitúa la encarnación del ciudadano corriente, el *pueblo*, como protagonista.

A través del análisis de caricaturas de viñetas, explicamos la potencia de ese relato y su relación con el periodismo serio y la prensa ilustrada del momento. Para empezar, *El Motín* no perdió de vista la viabilidad cognitiva y económica necesaria para que las clases populares accedieran a información política relevante. La prensa ilustrada del momento era cara y sus debates excesivamente racionales. Las caricaturas de *El Motín* abarataban la representación icónica y, además, producían de modo pionero un campo de batalla político que apelaba de forma creativa al pueblo.

Se ha acuñado para este trabajo un nuevo concepto, el de *escalamiento*, aplicado al campo de la Cultura Política. Su polisemia indica, por un lado, la capacidad de la caricatura para reducir el mundo de la alta política a una escala manejable por una clase popular que en muchos casos era analfabeta. Por el otro, el término también alude al conjunto de peldaños que llevan hasta un nivel superior. *El Motín* proponía una superación de las instituciones vigentes, en especial la Monarquía y la Iglesia, para alcanzar una república laica y democrática.

2. La controversia acerca del Populismo

Como concepto el populismo resulta polémico. Se emplea hoy en día por partidos políticos y medios opuestos ideológicamente, en diferentes geografías, por diferentes clases sociales y para distintos objetivos. Como señala Taggart (2000:

115), «el Populismo se usa tan ampliamente porque es un fenómeno ubicuo en la modernidad política». Pero, a pesar de ser ubicuo, su significado no es unívoco. El término encaja en lo que Ernesto Laclau, uno de los principales teóricos del populismo moderno, señala como *significante vacío* (Laclau, 2005). Este concepto deriva de considerar el lenguaje como sistema simbólico imposible de clausurar, es decir, donde el significado es inseparable de una red de significantes y agentes que constantemente lo modifican. Podría compararse esta idea a la imagen del matemático Henri Poincaré que imaginaba que todo el universo hubiera doblado su tamaño de un día para otro. En teoría, nadie podría percibirlo. El lenguaje es un universo que cambia constantemente de significado con las acciones de individuos y colectivos que cambian con él, cada día, en cada lugar. Con sus acciones, estos individuos llenan y rellenan de significado los significantes que usan. Algunos de estos significantes son el centro de las luchas políticas por el significado. Es lo que ocurre con el término populismo. Como *significante vacío* se encuentra a merced de una tarea de Sísifo, que emprenden cada día millones de sujetos con distintos niveles de poder social y político; una tarea cuyo objetivo es establecer una hegemonía, colmar de significado de una vez por todas el término y fijarlo.

Tal y como señala Jacopo Custodi (2018), el debate académico sobre el populismo bascula entre dos posiciones, la representada por Cas Mudde y Cristóbal Rovira (2012), por un lado, y la inspirada en el pensamiento de Laclau (2005), por otro. Ambas presentan visiones antagónicas, en el primer caso como amenaza, en el segundo como promesa democrática. Lo que parece claro es el poder del término para generar una lucha política por definirlo.

2.1. Populismo como amenaza a la democracia

En su libro sobre la cuestión populista, Müller (2017) concluye con siete tesis que señalan el carácter potencialmente peligroso del populismo para la democracia:

1. Ni se trata de la parte auténtica de la política democrática moderna ni una clase de patología promovida por ciudadanos

irracional. Es la consecuencia de una política representativa donde cualquier actor puede legitimarse para hablar en nombre de la gente real, del pueblo, como modo de contestación política a las élites. Müller señala que no existió populismo en la Antigua Grecia, en todo caso demagogia, pero no populismo, porque este último solo es posible en sistemas representativos. El populismo no lucha contra el principio de representación política, aunque sí contra el pluralismo político.

2. Además de ser anti-elitistas, también son anti-pluralistas. Aseguran que ellos y solo ellos representan al pueblo. Los demás competidores están ilegítimados para hacerlo, por lo que son excluidos de la identidad popular. Como opositores políticos, insisten en que las elites son inmorales, mientras que el pueblo es una entidad homogénea y moral cuya voluntad es infalible.

3. A menudo afirman representar el bien común fruto de la voluntad del pueblo. Sin embargo, un examen más profundo revela que lo que importa a los populistas no es tanto el producto de un genuino proceso de formación de la voluntad popular como el ejercicio de poder de representación simbólica de la gente real. Esta posición inmuniza al populismo de ser refutado. Siempre se sienten legitimados para representar la voluntad popular o su silencio (la mayoría silenciosa).

4. No es un camino para una mayor participación en política. Los referéndums invocados por el populismo no pretenden una deliberación política que construya la voluntad del pueblo, sino que se usan como instrumento de auto-legitimación política.

5. Cuando gobiernan ocupan las instituciones del Estado a través de políticas clientelistas, corruptas y mediante la supresión de cualquier idea de sociedad civil crítica. Estas prácticas encuentran una justificación moral en el imaginario populista y pueden ser admitidas abiertamente. Se pueden redactar constituciones, pero con el único fin de mantenerles en el poder.

6. El populismo debería ser criticado como lo que es, una amenaza real a la democracia. Eso no obvia que no haya que debatir sus posturas en la esfera pública. Deliberar con los populistas no es convertirse en populista. Se deben tomar en

serio los problemas que esgrimen sin aceptar las soluciones que proponen.

7. El Populismo no es un correctivo para la democracia liberal en el sentido de acercar la política al pueblo o incluso reafirmar la soberanía popular, como suele señalarse. Sin embargo, sí hay que tomarlo como un síntoma de que parte del pueblo no se siente representado, ya sea en sus intereses o en su identidad. Esto no justifica que los populistas se apropien de la representación de la gente, sino que deberían hacer reflexionar a los defensores de la democracia liberal sobre sus defectos.

Müller se centra sólo en un tipo de populismo para sus tesis (el representado por Trump, Erdogan, Le Pen, o Farage), excluyendo de su muestra algunos ejemplos de Latinoamérica o del Sur de Europa, básicamente relacionados con la izquierda populista. Por esta razón también resulta relevante para este texto incluir la postura de Ernesto Laclau.

2.2. Populismo como promesa democrática

Según esta idea de populismo, el pueblo debe tomar las riendas del poder para dar sentido a las promesas de la democracia en la modernidad. El populismo se entiende aquí como la energía pura y auténtica de los pueblos en aras de empoderarse y gobernar sus destinos plantando cara al poder que, como señalaba Foucault (1982), no pretende limitarse y siempre se extiende sin medida. Frente a ese poder, el pueblo crea una red de sentimiento transversal que persigue la democracia efectiva de abajo-arriba, de las bases a las elites, sorteando los obstáculos que la jaula de hierro de la burocratización (Weber, 1978) o que la hegemonía de la industria cultural moderna ha podido imponer al sistema democrático.

Desde este enfoque, la democracia representativa y la división de poderes no han sido capaces de colmar las ansias de poder efectivo de la sociedad civil. Más bien han creado un entramado institucional que ha contribuido al desencanto del mundo del que hablaba Max Weber, convirtiendo al ciudadano en una mera pieza de ese mecanismo, alejado del poder, aburrido del poder, cínico con el poder. Ese sistema ha agotado las energías del pueblo para transformar la sociedad en la que vive. El

ciudadano ha acabado reducido a dos roles gemelos dependientes del Estado y el Mercado: por una parte, se ha convertido en un contribuyente y un votante. Por otra, su poder político ha sido escamoteado por la esfera económica, de manera que solo es un consumidor cuya independencia política sólo puede aspirar a votar diariamente a través del dinero que emplea en sus elecciones de consumo.

El debate político desde la base, a diferentes niveles, en diferentes esferas, con distintos interlocutores, ha sido sustituido por la agregación de voluntades en forma de votos o sondeos de opinión. Junto con el sistema político, el sistema mediático también ha naufragado bajo la hegemonía institucional del Mercado y el Estado, apartando al ciudadano del poder y convirtiendo el periodismo en algo no muy diferente del sensacionalismo, transformando la información en entretenimiento y el debate racional en tertulia emocional de gestos y pantomima solo dependiente de la lógica del Mercado.

Contra esa institucionalización mercantil y administrativa de la democracia, el populismo representa, desde este punto de vista, la esperanza de una desinstitucionalización, una vuelta a la consideración del ejercicio de la política como elemento constitutivo del ciudadano, que además participa de los debates políticos-informativos en su comunidad y eleva sus conclusiones hasta crear círculos virtuosos de opinión que afectan a aquellos que deben tomar las decisiones en nuestro nombre.

El pueblo no se siente representado por las elites que rotan puntualmente para mantener por encima de todo un sistema capitalista cuyos jefes son de facto los que condicionan la vida pública de los gobernados. Así que, desde esta perspectiva, el populismo es una energía política liberadora de las esperanzas y deseos del pueblo. Sólo a partir de la consideración de esos contextos políticos y culturales, se pueden entender las características del populismo desde este enfoque.

En resumen, esta perspectiva entiende el populismo como un relato político que apela a las fuerzas democráticas que todo ciudadano alberga, y lo hace de forma transversal, obviando

las categorías políticas de derecha e izquierda y centrándose en el eje de poder que separa y blindo a las elites de gobernantes de sus pueblos gobernados. El populismo interpela, en el sentido de Althusser (1988), al ciudadano para que recupere su autoestima política, se sienta partícipe de la sociedad y creador de las opciones de futuro. En esta línea, se trata de un movimiento regenerador de los sentimientos morales de la democracia.

3. Populismo mediático y sátira política

En cualquier caso, algo en lo que coinciden los teóricos acerca del populismo es en su carácter estratégico. Constituye más una estrategia política que una ideología. Una perspectiva comparada en distintas geografías (Argentina, Francia, Filipinas, Polonia, Turquía, Estados Unidos) y sistemas políticos arroja esta conclusión (Stockener et. al. 2019). En el populismo convive una visión ideológica etérea que puede asociarse a otra ideología densa. Esta es también la postura sostenida por José Luis Pardo, Catedrático de filosofía de la Universidad Complutense y estudioso del fenómeno populista en España. Pardo sostiene que el populismo no es nada nuevo:

No se trata, por tanto, de que haya aparecido un nuevo fenómeno histórico, un «nuevo populismo» hasta ahora inédito que los especialistas en filosofía política tuviesen que catalogar científicamente, como los entomólogos clasifican una nueva especie de mariposas recién descubierta para evitar confusiones. Se trata de un episodio más de la muy antigua tradición del «realismo político» a la que nos hemos referido reiteradamente. No es una «nueva» realidad política. Sino una posición filosófica acerca de la realidad de la política en general, una tesis ontológica sobre la naturaleza (populista) de la política (Pardo, 2016: 274).

Por tanto, puede ser empleada por cualquiera que se erija como representante del pueblo. En ocasiones, a lo largo de la historia, determinados medios y periodistas se han presentado ante el público como los adalides de sus intereses o identidades. Bennett ofrece en su texto *News, The*

politics of illusion (2003) el interesante relato histórico de la adopción de la objetividad como valor periodístico en los Estados Unidos. En concreto, se habría tratado de modo de presentarse ante el público como defensores de sus intereses enarbolando la bandera de la objetividad frente a la que entonces era una prensa mayoritariamente partidista. Pero como señala Bennett, el periodismo profesional buscaba ocupar un espacio hasta entonces inexistente en la mente del ciudadano. Y la forma de hacerlo era a través de ganar la competición por el consumo de una prensa que se definía como objetiva y defendía a todo el público frente a los intereses de los partidos. A veces, los medios toman ese papel, se erigen como representantes del pueblo. Llevan adelante el esquema de Laclau sobre la razón populista. Como tal, desde una perspectiva epistemológica, la objetividad no existe. Se puede hablar de intersubjetividad o de cobertura plural de los hechos (Cantavella y Serrano, 2004).

Bajo esta idea, el periodismo también puede ser populista. Lo denominamos entonces populismo mediático, con sus formatos propios, como el infoentretenimiento o la infosátira. A una política populista le corresponde un periodismo sensacionalista dentro de la lógica binaria de los sistemas políticos-mediáticos. Le corresponde lo que Benjamin denominó la estetización de la política (1936). En vez de construir arenas racionales, donde Jürgen Habermas (1984) estaría orgulloso de los debates entre iguales sobre asuntos que atañen al bien común, el populismo edifica plazas en las que las noticias y los debates están regidos por la emoción y el espectáculo, y todo es equivalente a todo, una especie de pastiche posmoderno y relativista.

Según la perspectiva crítica de Pardo, el populismo no proporciona a la gente lo que quiere, sino que lo construye para que la gente lo desee, crea la necesidad en vez de satisfacerla. En el terreno informativo, las noticias no reflejan la realidad, sino que la construyen. En este sentido, Laclau (2005) teoriza sobre lo que él denomina la razón populista, que enmienda el error del comunismo, imitando la táctica del capitalismo en su construcción social del deseo. Los medios, la televisión, internet, han sido empleados por

las élites para construir ese deseo. En el asunto que nos ocupa, el populismo mediático, se trata de trasladar esos esquemas de acción al terreno del periodismo. La combinación estratégica para ello ha seguido distintas pautas. En el último tercio del siglo XIX, la prensa satírica adoptará una estrategia populista, combinando la citada razón populista con el género literario de la parodia y la sátira.

De nuevo había causas más que justificadas para ello, al igual que se ha señalado para el valor de la objetividad en el periodismo. El género de la sátira tiene una larga tradición en Europa, relacionada con la garantía de la libre expresión en la Modernidad. La sátira es un género que funciona con la ironía como mecanismo cognitivo y con la parodia, otro género literario afín (Hutcheon, 1995). Ante los abusos del poder, la prensa satírica se sintió invocada a representar al pueblo, aplicar la razón populista y hacerlo a través de la sátira. Como se ha señalado, el populismo resulta más una estrategia política que una ideología. Como estrategia puede ser igualmente esgrimida por los que mandan o por los que obedecen, en sistemas democráticos o en dictaduras. Es muy revelador comprobar cómo ese populismo se despliega en la sátira a lo largo de toda nuestra historia contemporánea, desde la aparición de la prensa de masas.

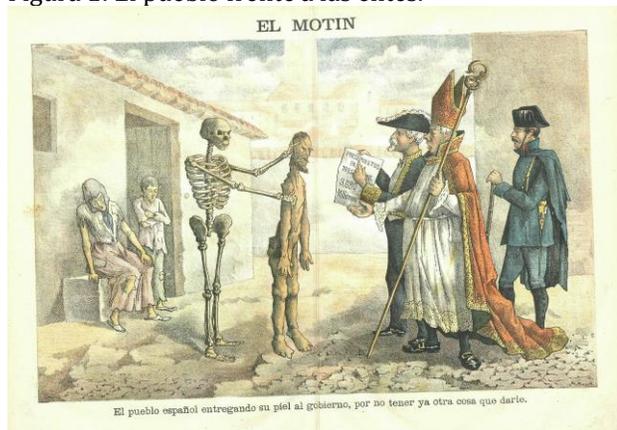
4. Las estrategias de la razón populista en *El Motín*

La sátira puede funcionar a modo de populismo mediático, intentando reconfigurar la Cultura Política de la ciudadanía y situando en el centro del relato al ciudadano común. Revisa y desplaza los significados de los discursos hegemónicos para reconfigurar esa Cultura Política. Pretende conseguir ese objetivo a través de una estrategia, la razón populista, que incluye los siguientes elementos:

1. La construcción política del enemigo.
2. La representación política del sujeto colectivo y su malestar.
3. La necesidad de crear relatos que interpelen a aquellos que sufren el malestar.
4. La superación del *statu quo* político actual
5. El liderazgo de un personaje carismático donde el Pueblo puede mirarse.

Se trata de construir la imagen de un pueblo agraviado por un antagonista frente al que se propone una solución o superación del status quo. Sin imágenes sobre la Realidad es imposible imaginar la agencia política de los actores sociales. Éstos necesitan en primer lugar representarse el campo de juego político para, llegada la oportunidad, actuar sobre él. Eso es lo que hizo José Nakens desde *El Motín*: brindar al lector representaciones del poder suficientes para generar un campo de batalla político, un relato de buenos y malos; sobre los mitos y ritos de la España monárquica y católica de la época. De un lado, a la izquierda una encarnación del Pueblo en la más absoluta miseria cumple con sus deberes ciudadanos frente al gobierno, la Iglesia y el Ejército (Figura 1).

Figura 1: El pueblo frente a las elites.



Fuente: *El Motín*, 19 de abril de 1885

Además de emplear esta estrategia populista, *El Motín* hizo uso de la caricatura como género. La caricatura puede considerarse un modo de parodia satírica en el sentido que le confiere Hutcheon (1994), es decir, como una imitación al servicio de una intención evaluadora. La caricatura imita al original, pero lo deforma en aras de destacar algún aspecto moral de ese modelo. En este sentido, la caricatura sirve como modo de escalamiento de la realidad. Por un lado, se ha acuñado este término para referirnos al modo en que este formato consigue trasladar un modelo de realidad a escala de las necesidades de sus audiencias. A finales del siglo XIX, la mayor parte de la población era analfabeta, además de contar con pocos recursos económicos. La caricatura permitía tomar parte

de las batallas políticas en liza a través de imágenes cargadas de valores. Por otro lado, el escalamiento también hace referencia a la posibilidad de superar el orden político existente y escalar hasta un mundo futuro posible, en el caso de *El Motín*, el orden de la República.

Una constante a lo largo de la Historia que cubre esta obra es la hegemonía del discurso anticlerical. El poder monárquico se defendía en último término con el Ejército, pero en el día a día su capilaridad, esa microfísica del poder que denunciaba Foucault, se vehiculaba a través de la institución eclesiástica. De ahí que los caricaturistas lucharan por emancipar al pueblo a través de desactivar el capital simbólico de la Iglesia.

La sátira rebajaba a los dioses y ensalzaba a los mortales. Ridiculizaba a la Iglesia y brindaba a las clases populares una religión laica republicana, una fe revolucionaria con horizonte infinito. Nakens era un anticlerical pero no antiespiritual. Lo que criticaba el gaditano era la gestión de esa espiritualidad por parte de la Iglesia. Nakens transformó a Cristo en Jesús, lo intentó humanizar.

Esa crítica a la Iglesia no iba aparejada con una sátira del Ejército, ya que Nakens era anti-monárquico, pero se sentía patriota incluso en el sentido de defender las que eran entonces colonias. Con motivo de la Guerra de Cuba, *El Motín* representó al Pueblo como un baturro que respaldaba el gobierno en su enfrentamiento con Estados Unidos (Figura 2).

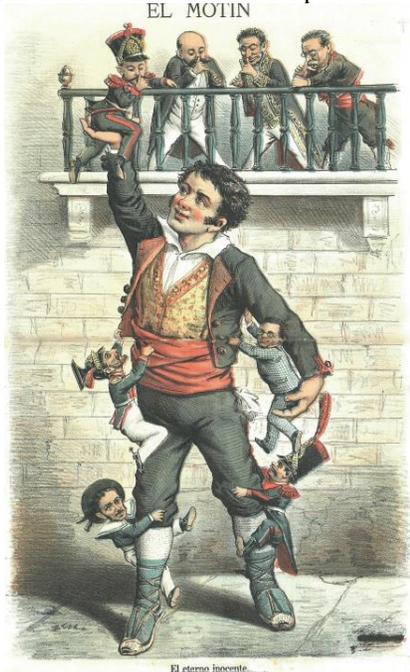
Figura 2: El Pueblo como un baturro presta su apoyo al Gobierno de Cánovas



Fuente: *El Motín*, núm. 37, 14 de septiembre, 1895

El Motín destacará por su difusión entre las clases populares y por su longevidad, dentro de un sector en el que las revistas satíricas solían durar poco. Se publicó con algún paréntesis entre 1881 y 1926, en lo que se conoce como el inicio de la prensa satírica en España.

Figura 3: El Pueblo como víctima del poder



Fuente: *El Motín*, 25 diciembre 1881

En ese discurso populista de la sátira, los autores no sólo construyen a un Líder al que seguir o un Ellos que emplaza como enemigo, también encarnan una imagen del propio pueblo: Juan Lanás o Juan Español, por ejemplo, representa a ese pueblo como un gigante dormido y parasitado por las elites (Figura 3). En vez de crear monumentos de piedra a los poderosos, la sátira recuerda al pueblo su tamaño y su fuerza adormecida. Muchas de esas caricaturas correspondían a Eduardo Sojo, uno de los iniciadores del género en la prensa satírica.

Bajo el pseudónimo de Demócrito, Sojo representaba para *El Motín* al Pueblo como «El eterno inocente», Juan Español o Juan Lanás. En la línea estratégica señalada antes, el Pueblo es la víctima de las maniobras de los poderosos, políticos o militares, que se sirven de él para

escalar socialmente (Laguna, Martínez Gallego y Sujatovich, 2016).

El encuadre populista se sostiene también gracias a un líder, una figura carismática que representa los valores que deben regir la nueva senda futura del Pueblo. En *El Motín*, esa figura es la de su principal editor, José Nakens. Como ha señalado Martínez Gallego (2017), Nakens representaba los valores republicanos que pretendía difundir. Masón, anticlerical pero cristiano, antimonárquico pero patriota, Nakens se erigió como una figura intelectual de la época con fama de austero, sin pretensiones de poder político y conocedor de la cultura popular.

5. Conclusiones

La situación económica y social de final del siglo XIX y principios del XX en España es propicia para la aparición de un movimiento populista. No fue el caso en el terreno político como sí ocurrió en Estados Unidos People's Party o Rusia Narodnik, pero sí se puede afirmar que desde la prensa satírica se ejercía un tipo de populismo mediático que seguía los parámetros de la razón populista. A la cabeza de la revista *El Motín*, José Nakens, una especie de santón laico, ejerció como líder de opinión a favor de la instauración de una República española. Nakens construyó un relato que interpelaba al pueblo como colectivo y a las esperanzas de estos de poder mejorar su situación.

Ese relato se apoyaba en la capacidad de las imágenes de las caricaturas como parodias satíricas para escalar el mundo de la política al tamaño del pueblo situándolo a este como un personaje más del relato. Una de los grandes aciertos de *El Motín* fue otorgar un papel a ese pueblo y encarnarlo en un personaje dentro de las viñetas. En muchas ocasiones ese personaje era víctima de las circunstancias políticas y sociales, de los abusos de los políticos y, sobre todo, del poder clerical. La indignación que producía esos abusos representados en el relato de *El Motín* servían para generar identidades entre los más desfavorecidos.

Referencias

- Althusser, L. (1988). Ideología y aparatos ideológicos del Estado. *Stanford Encyclopedia of Philosophy*.
<https://doi.org/10.3917/amx.045.0128>
- Benjamin, W. (1936). *The work of art in the age of the mechanical reproduction*. UCLA School of Theater, Film and Television.
- Bennett, L. (2003). *News: The Politics of Illusion*. New York and London: Longman.
- Cantavella, J. y Serrano J. F. (Coords.). (2004). *Redacción para periodistas: informar e interpretar*. Barcelona: Ariel.
- Custodi, J. (2018). ¿Una nueva teoría sobre populismo? Reseña de libro: Müller, J.W. What Is Populism? *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, n.119, p. 287-303.
- Foucault, M. (1982). The Subject and Power. *Critical Inquiry*, 8, 4. <https://doi.org/10.1086/448181>
- Habermas, J. (1984). The Theory of Communicative Action 1. Reason and Rationalization of Society. In *Beason Press*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Hutcheon, L. (1994) Irony's edge. *The theory and politics of irony*. London: Routledge.
- Laclau, E. (2005). The "People" and the Discursive Production of Emptiness. In *On Populist Reason*.
- Laguna, A., Martínez Gallego, F.A. y Sujatovich, L. (2016) Eduardo Sojo: el artífice del periodismo satírico en España y Argentina. *Historia y Comunicación Social*, 21(2) , 433-461.
- Martínez Gallego, F. A. (2017). José Nakens en la construcción de la cultura política republicana. En Gómez Mompart, J.L., Martínez Gallego, F.A., Bordería, E. (eds.). *El humor y la cultura política en la España contemporánea*. Barcelona: Hacer.
- Mudde, C., & Rovira Kaltwasser, C. (2012). Exclusionary vs. Inclusionary Populism: Comparing Contemporary Europe and Latin America. *Government and Opposition*.
<https://doi.org/10.1017/gov.2012.11>
- Müller, J.W. (2016). *What is populism?* Philadelphia: University of Pennsylvania Press
- Pardo, J.L. (2016). *Estudios del malestar. Políticas de la autenticidad en las sociedades contemporáneas*. Barcelona: Anagrama.
- Stockemer, D. (ed.). (2019). *Populism around the world. A comparative perspective*. Cham, Suiza: Springer.
- Taggart, P. (2000). *Populism*. Buckingham, Philadelphia: Open University Press.
- Taggart, P. (2000). *Populism. Concepts in social sciences*. Philadelphia: Open University Press.
- Weber, M. (1968). *Economy and Society*, 3 vols. Totowa, NJ: Bedminster Press.