L'afectació del populisme en les mesures antidemocràtiques i la difusió de la desinformació

Ivan Sánchez Clivillé

Menció especial - Premi Treball final de Grau 2026
Grau en Ciència Política i Gestió Pública i Grau en Dret, UAB

PREMI LLEGAT
PASQUAL
MARAGALL
2026

LLEGAT PASQUAL MARAGALL

RESUM

Aquest Treball de Fi de Grau analitza l'impacte del populisme en dues variables crítiques per a la salut i l'estabilitat de les democràcies liberals: la tolerància institucional cap a mesures antidemocràtiques i la propensió individual a difondre desinformació. El populisme es conceptualitza des d'una aproximació ideacional com una "ideologia prima" (*thin-ideology*) estructurada entorn d'una divisió binària i maniquea entre un poble homogeni "pur" i unes elits "corruptes". A partir d'aquesta base, la investigació avalua si el discurs populista, actuant com un marc d'identitat social i mitjançant tàctiques d'atribució de culpes (*blame-attribution*), activa mapes mentals i actituds latents en la ciutadania.

Teòricament es plantegen vuit hipòtesis. S'espera que l'exposició a senyals anti-elit, a marcs de centralitat en el poble o a la seva combinació propiciï una major tolerància als canvis institucionals antidemocràtics (H1a, H1b, H1c) , així com una major difusió de desinformació (H2a, H2b, H2c). Així mateix, s'examinen els efectes heterogenis de l'audiència, postulant que l'impacte dels tractaments discursius és asimètric i que presenta una major elasticitat o mal·leabilitat en ciutadans auto-ubicats en posicions de centre i dreta (H3a) i en persones amb un menor nivell d'estudis (H3b).

Per comprovar aquestes hipòtesis, es va dur a terme un experiment quantitatiu en línia a Catalunya entre l'abril i el maig de 2026, amb una mostra final diversa de $N = 562$ ciutadans residents. El disseny metodològic consisteix en un experiment factorial de 2 × 2 entre subjectes (*between-subjects*). Els participants van ser exposats aleatòriament a quatre variants d'una notícia atribuïda a una organització fictícia (*XarxesLliures*): un control neutral, un marc anti-elitista, un marc de centralitat en el poble i una condició combinada que fusiona ambdós elements. Finalment, després de l'estímul, es van mesurar les variables dependents de tolerància institucional antidemocràtica i intenció de difusió de desinformació mitjançant escales de tipus Likert de 7 punts.

Els resultats de la investigació revelen una absència d'efectes directes generals en els índexs agregats , ja que l'impacte del discurs populista depèn estretament de la ideologia i l'educació de l'audiència. Ideològicament s'observa una polarització asimètrica: en el segment d'esquerres, els estímuls redueixen la tolerància antidemocràtica i la intenció de propagar desinformació , mentre que en el de centre i dreta incrementen significativament les actituds antidemocràtiques. Pel que fa a la formació, els ciutadans amb estudis de fins

a batxillerat es mostren molt més permeables, augmentant la seva tolerància a mesures autoritàries i la seva vulnerabilitat a les falsedats , mentre que els subjectes universitaris es mantenen completament resilients.

Paraules clau: Populisme, Antielitisme, Centralitat en el poble (*People-centrism*), Desinformació, Actituds antidemocràtiques i Experiment factorial

ABSTRACT

This Final Degree Project analyses the impact of populism on two variables critical to the health and stability of liberal democracies: institutional tolerance towards anti-democratic measures and individual propensity to spread disinformation. Populism is conceptualised from an ideational approach as a "thin-ideology" structured around a binary and Manichean division between a homogeneous "pure" people and "corrupt" elites. From this basis, the research assesses whether populist discourse, acting as a framework of social identity and through blame-attribution tactics, activates latent mental maps and attitudes in citizens.

Theoretically, eight hypotheses are put forward. It is expected that exposure to anti-elite signals, to people-centered frames or their combination will lead to greater tolerance of antidemocratic institutional changes (H1a, H1b, H1c) as well as to greater dissemination of disinformation (H2a, H2b, H2c). We also examine heterogeneous audience effects, postulating that the impact of discursive treatments is asymmetric and that it presents greater elasticity or malleability in citizens self-located in center and right positions (H3a) and in people with a lower level of education (H3b).

To test these hypotheses, an online quantitative experiment was carried out in Catalonia between April and May 2026, with a diverse final sample of N = 562 resident citizens. The methodological design consists of a 2 × 2 factorial experiment between subjects. Participants were randomly exposed to four variants of a news story attributed to a fictitious organization (*XarxesLliures*): a neutral control, an anti-elitist frame, a people-centered frame, and a combined condition that merged both elements. Finally, after the stimulus, the dependent variables of antidemocratic institutional tolerance and intention to spread disinformation were measured using 7-point Likert-type scales.

The research results reveal an absence of general direct effects in the aggregate indices, since the impact of populist discourse depends closely on the ideology and education of the audience. Ideologically, an asymmetric polarization is observed: in the left segment, the stimuli reduce antidemocratic tolerance and the intention to spread disinformation, while in the center and right they significantly increase antidemocratic attitudes. Regarding education, citizens with a high school education are much more permeable, increasing their tolerance for authoritarian measures and their vulnerability to falsehoods, while university graduates remain completely resilient.

Keywords: Populism, Anti-elitism, People-centrism, Disinformation, Anti-democratic attitudes and Factorial experiment

Contingut

1. Introducció **7**

2. Arguments teòrics **8**

2.1. Les dimensions del populisme 8

2.2. Populisme i actituds 10

2.3. Populisme i democràcia 11

2.4. Populisme i la difusió de desinformació 13

2.5. Efectes heterogenis per ideologia i educació 15

3. Dades i mètodes **17**

3.1. Mostra 18

3.2. Disseny experimental i procediment 19

3.3. Mesures i variables dependents 20

4. Resultats **20**

4.1. Els efectes dels *frames* populistes 20

4.2. Els efectes quan introduïm la ideologia 23

4.3. Els efectes quan introduïm l'educació 25

Conclusions **27**

Bibliografia **29**

Annexos **35**

Annex 1 – Cartell de difusió 35

Annex 2 – Textos 36

Annex 3 – Preguntes 37

1. Introducció

Des d'inicis de segle, hem assistí a una augment constant del suport electoral a partits i candidats populistes a escala europea i global. Tot i aquest èxit evident i palpable, el populisme és un fenomen d'una gran complexitat analítica, ja que poques vegades apareix de forma aïllada, presentant-se, normalment, combinat amb altres postures polítiques, fet que pot emmascarar-ne els efectes reals (Mudde and Rovira Kaltwasser, 2018). Per aquest motiu, la recerca contemporània subratlla la importància de desvincular els components de la retòrica populista – com l'antielitisme i la centralitat del poble – (Hameleers et al., 2021) per avaluar si el seu impacte resideix en cadascun dels seus elements de forma independent o en la seva combinació particular. Així, en l'actual context polític, el populisme ha deixat de ser un objecte d'estudi purament descriptiu per esdevenir un repte analític sobre els seus efectes en la salut de les democràcies liberals.

Conceptualitzat com un marc d'identitat social, el populisme construeix una divisió binària i antagònica entre un poble homogeni "bo" i unes elits "corruptes" o "malvades" (Mudde, 2004) on els missatges populistes es poden entendre com un marc d'identitat social (Mols, 2012). Dins d'aquest marc d'identitat populista, es posa l'accent en la percepció subjectiva de privació dins del mateix grup: mentre que l'elit política obté beneficis pel fet de controlar el poder, la població es percep a si mateixa com a amenaçada (Elchardus i Spruyt, 2016). Aquesta retòrica no busca només persuadir sobre temes concrets, sinó que actua activant mapes mentals i actituds latents que ja existeixen en la ciutadania com a interpretacions adormides (Busby et al., 2019).

Així doncs, la literatura ha explorat abastament com el discurs populista activa actituds prèvies en els ciutadans (p.ex. Hameleers et al., 2021; Hawkins et al., 2012; Busby et al., 2018), analitzant, entre d'altres, els seus efectes sobre la persuasió i la mobilització (Boss et al., 2020), sobre l'avaluació de candidats (Dai et Kustov, 2023) o sobre la participació i la representació (Huber and Ruth, 2017). Tot i això, encara hi ha una mancança d'estudis que investiguin l'impacte d'aquests missatges en variables crítiques per a l'estabilitat democràtica i la integritat de la informació. Aquest treball s'ubica, precisament, en aquesta intersecció, analitzant si el populisme actua com un motor que erosiona la tolerància democràtica i fomenta la circulació de falsedats.

Mitjançant un disseny experimental factorial de 2 × 2 que replica les metodologies més consolidades en la literatura comparada, l'estudi exposa els participants a quatre variants

d'un mateix text: un control neutral, un marc centrat en la culpa a les elits, un de centralitat del poble i una condició que combina ambdós elements. L'objectiu, així, és aïllar l'efecte de cada component sobre la percepció ciutadana i respondre a les següents preguntes de recerca: Quin és l'efecte del populisme en la predisposició a acceptar canvis institucionals antidemocràtics? (PR1) i Quin és l'efecte del populisme en la propensió a difondre desinformació? (PR2).

En darrera instància, aquesta investigació busca determinar si el discurs populista, en presentar una amenaça a aquest *in-group* i identificar els culpables plausibles en una tàctica de *blame-attribution*, activa esquemes mentals que poden justificar mesures autoritàries o facilitar la circulació de falsedats. Entendre aquesta dinàmica és fonamental en un moment on la polarització i la desconfiança institucional poden ser utilitzades com a motors per a l'erosió de la democràcia liberal.

2. Arguments teòrics

2.1. Les dimensions del populisme

Malgrat que el populisme encara és un concepte contestat (Dai i Kustov, 2023), es defineix fonamentalment per la seva capacitat d'emfatitzar una fractura profunda i omnipresent en el si de la política i la societat (Mudde, 2004; Taggart, 2000). Aquesta visió no s'ha d'entendre com una ideologia tancada i densa, sinó com una "ideologia prima" (*thin-ideology*) que s'estructura al voltant d'una divisió binària i maniquea: l'oposició entre un poble "bo" i "pur" i una elit "corrupta" i "egoista" (Mudde et al., 2017). Aquestes elits haurien de representar la *voloté Générale* de la gent ordinària (Mudde, 2004), però la veu de la gent és negligida o silenciada per aquells que estan al poder (Canovan, 1999).

Un creixent cos de la recerca empírica ha estudiat el populisme des de la perspectiva comunicativa (Jagers i Walgrave, 2007), així, aquesta visió dualista del món no es limita a un actor concret, sinó que es manifesta com un marc comunicatiu adaptable que pot ser adoptat per polítics, periodistes i ciutadans en diversos canals, des de manifests partidistes fins a les xarxes socials (Aalberg et al., 2017; Ernst et al., 2017). Des d'una perspectiva de la comunicació i de la teoria de la identitat social (Hameleers et al. 2021), el populisme es defineix per la construcció de dos marcs d'identitat oposats, la centralitat del poble (*in-group*) i l'antielitisme (*out-group*)

Observem en la centralitat del poble, la construcció d'una imatge d'un grup homogeni pur i honest, que es presenta com al font legítima de la sobirania i de voluntat política, la qual hauria de ser directament transposada en les decisions de govern. Front aquest, l'èmfasi en les elits corruptes com un grup extern, es presenta com una amenaça per a la gent des de dalt. Siguin els banquers de Wall Street, els buròcrates de Brussel·les, els polítics dels principals partits o els guerrers culturals de les pàgines d'opinió (Moffitt, 2016), les elits són acusades d'actuar només en benefici propi des de la seva "torre d'ivori", ignorant o silenciant deliberadament la veu de la gent del carrer (Canovan, 1999; Taggart, 2000). L'elit, així, serà definida en clau econòmica (classe) i nacional (autèntica) (Mudde et al., 2017), i identificada com un "ells" que actuen en un embat egoista, "corrupte" i desconnectat de les necessitats dels ciutadans.

Un element central en aquesta dinàmica és el desplaçament de la responsabilitat (*blame-shifting*). Així, la manera com el populisme construeix un grup extern elitista es pot relacionar amb els fonaments teòrics dels marcs d'identitat social (Gamson, 1992; Polletta & Jasper, 2001). El populisme crea blocs expiatoris creïbles per explicar el malestar social. Així, aquests marcs estableixen una amenaça clara per al "poble" en identificar culpables plausibles als quals es pot atribuir el malestar col·lectiu. En assignar qualitats negatives a l'*out-group* elitista, el discurs populista reforça una imatge positiva i consistent de l'*in-group* (com observen, per exemple, en la polarització afectiva; Iyengar i Westwood, 2015), el qual és absolt de qualsevol responsabilitat pels problemes que pateix (Tajfel & Turner, 1986). Així, en presentar problemes socials i assignar-ne la responsabilitat a un *out-group* clarament identificable, el populisme aconsegueix consolidar un autoconcepte positiu on l'*in-group* queda lliure de responsabilitats i fomentar l'acord sobre un tema que, un cop internalitzada la visió de l'emissor, implica acceptar que la situació requereix mesures urgents per ser abordada (Gamson, 1992)

Tot i que el nucli del populisme és aquesta divisió entre el poble i l'elit, la seva naturalesa és flexible i es presenta sovint com una qüestió de grau (Ernst et al. 2017). Segons la ideologia "hoste", aquest nucli pot enriquir-se amb altres components. Així, si bé els populistes defensen un món postclassista – al·legant amb freqüència que les divisions de classe són creacions artificials per debilitar el poble i mantenir l'elit en el poder – el populisme d'esquerres, sovint posa l'accent en les elits econòmiques com el principal enemic (Mudde et al. 2017). D'altra banda, el populisme de dretes acostuma a incorporar el nativisme, excloent altres grups socials com immigrants o refugiats, que són presentats

com una amenaça addicional a la identitat del poble (Aalberg et al. 2017; Jagers & Walgrave, 2007).

Ara bé, la visió del populisme entesa fins ara com una ideologia de nucli prim pot ser insuficient per captar la volatilitat del fenomen en un context on tots els àmbits de la vida funcionen en un entorn altament mediatitzat, on el significat dels missatges canvia constantment i sovint s'allunya de la intenció original (Keane, 2013). Així s'amplia la visió del populisme entenent-lo com un estil polític desenvolupat, personificat i promulgat per una varietat de contextos polítics i culturals (Moffitt, 2016) on el populisme no és només el "què" es diu, sinó el "com" es diu, caracteritzat per una *performance* de crisi (Pappas, 2019), el trencament de les formes tradicionals de fer polític i l'ús d'un llenguatge directe i sovint "vulgar" per connectar amb el poble i prova d'autenticitat (Blassing et al., 2020).

2.2. Populisme i actituds

Partint de l'aproximació ideacional, observem que el populisme es fonamenta en creences prèvies i latents que existeixen entre la ciutadania. Així, les actituds populistes no sorgeixen espontàniament, sinó que formen part d'un conjunt d'idees preexistents que poden o no ser activades (Hawkins & Rovira Kaltwasser, 2019). El discurs populista funciona, doncs, com un marc interpretatiu que "activa" aquestes idees quan el context ho fa "aplicable", i no pas com un mecanisme que crea creences totalment noves. Així, el populisme actua principalment com a catalitzador d'interpretacions latents, reforçant-les o portant-les a la superfície depenent del context i de les predisposicions individuals (Busby et al., 2019).

D'aquesta manera, l'exposició a idees populistes activa actituds a través de dos processos psicològics fonamentals. D'una banda, l'exposició repetida a imatges derogatòries de l'*out-gropu* (l'elit) o imatges idealitzades de l'*in-group* (el poble) activa estereotips culturals en un procés que comença de forma automàtica (estereotips implicits) i que es consolida quan l'individu s'apropia conscientment d'aquestes imatges per formular judicis explícits (Kawakami et al., 2007). D'altra banda, els missatges mediàtics que primen associacions ja familiars serveixen com a "dreceres" que faciliten l'activació d'esquemes mentals on les actituds negatives resultants solen ser més potents quan els continguts activats són estereotips negatius o vinculats a ansietat intergrupal (Ramasubramanian, 2007).

L'eficàcia d'un missatge populista depèn en gran mesura de la prominència de la identitat de grup compartida, és a dir, "*des d'una perspectiva d'identitat social, és la mesura en què un marc mobilitzar la identitat social el que determina si un marc és fort i presuasiu*"(Mols, 2012, p. 332). De la mateixa manera, els missatges procedents de grups amb els quals el receptor s'identifica impliquen un augment exponencial de la credibilitat de l'actor populista (Hogg & Reid, 2006). També observem que en contextos de crisi, els electors vulnerables són més susceptibles de ser persuadits per aquests marcs d'identitat (Bos et al. 2017), concretament, quan les persones no tenen clar si una comunicació és fiable, tendeixen a guiar-se per les normes del grup social amb el qual s'identifiquen, que es converteix en una font d'influència rellevant (Mackie & Queller, 2000). Això succeeix especialment quan el missatge no crea una identitat nova, sinó que "ressona" amb mapes mentals (preocupacions, valors, visions del món) que el votant ja tenia dins de manera latent (Busby et al., 2019).

2.3. Populisme i democràcia

Partint de la premissa que en el nostre estudi analitzarem l'afectació del populisme a la tolerància a mesures antidemocràtiques, ens disposem a analitzar la relació entre ells. Observem que en la literatura contemporània, la relació entre populisme i democràcia se sol dividir en tres grans enfocaments (Moffitt, 2016). En primer lloc observem l'enfocament negatiu, la visió més prominent en la literatura acadèmica, que considera el populisme com una amenaça o "malaltia" de la democràcia liberal. Des d'aquesta visió, el populisme, vist com una "patologia" (Rosanvallon, 2008), posa en risc els mecanismes de control, els drets de les minories i l'imperi de la llei a favor d'un majoritarisme descontrolat. En segon lloc observem l'enfocament positiu, que enten el populisme com una força democratitzadora (Laclau, 2005a) que retorna la sobirania al "poble" davant d'elits tecnocràtiques o corruptes. Finalment, en tercer lloc, observem un enfocament ambivalent que defensa que el populisme pot ser tant un correctiu com una amenaça, depent del context i del tipus de democràcia (minimalista o liberal) sobre la qual actua (Mudde and Rovira Kaltwasser, 2012). Moffitt, al seu torn, seguint la seva definició del populisme com un estil polític, argumenta que el populisme no té un "contingut" democràtic o antidemocràtic inherent, sinó que "*pot anar en qualsevol direcció quan es tracta de democràcia*" (Moffitt, 2016, p. 149), essent així el populisme "buit de cor" (Taggart, 2004).

Des de la perspectiva democràtica del populisme, observem que el mateix pot enfortir el vincle democràtic mitjançant l'accessibilitat i la simplificació, és a dir, fa la política més comprensible per als ciutadans corrents, trencant amb el llenguatge tecnocràtic i distant de les elits (Pels 2003). De la mateixa manera, té la capacitat de donar veu i legitimitat política a identitats tradicionalment marginades del sistema i que se senten integrades dins la concepció de "poble", abandonant aquest sentiment de viure "als marges de la societat civil" (Hellinger, 2001, p.19). A més, observem que pot actuar com un "convidat a sopar borratxo" que diu veritats incòmodes, posant de manifesta la corrupció de les elits o el dèficit de les institucions (Arditi 2007).

Ara bé, des de la perspectiva que identifica el populisme negatiu per la democràcia observem elements claus per al nostre experiment pel que fa a les tendències antidemocràtiques i l'erosió de la tolerància. Així, observem mecanismes que poden justificar mesures de caire més autoritari. En primer lloc observem que el populisme no representa a tot el poble, sinó que eleva una part con si fos el tot, excloent minoris o oponents que són etiquetats com a "enemic del poble" (Laclau, 2005b). Observem també la negació de la complexitat i del pluralisme, ja que, en presentar a un "poble" homogeni, el populisme rebutja la diversitat de punts de vista i la legitimitat de l'oposició (Mudde and Rovira Kaltwasser, 2013). També cal destacar la personalització extrema i infal·libilitat d'un líder que no és un simple representant, sinó que "encarna" la voluntat popular i, així, en tant que el líder personifica el poble i "el poble sempre té raó", qualsevol acció del líder es percep com a intrínsecament democràtica, encara que vulneri procediments legals, de manera que "*els ciutadans poden triar aclamar el líder o ser condemnats a l'otracisme com a enemics del líder i, per tant, del poble i de la nació*" (de la Torre, 2007, p. 388). Així, aquesta dinàmica pot genera una major tolerància a mesures autoritàries si aquestes es presenten necessàries per protegir la sobirania popular contra les elits o els "altres". De la mateixa manera, l'argument de la sobirania constituent ("el poble té el dret a canviar les relges") pot ser el mecanisme retòric que faci que mesures clarament antidemocràtiques siguin percebudes com a "més democràtiques" per una part de la població.

La tesi final de Moffitt, suggereix que els populistes practiquen un "oportunisme democràtic". No són ambivalents per indecisió, sinó que "*Les tendències democràtiques i antidemocràtiques dins del manual populista hi són, doncs, per a una selecció selectiva,*

per ser invocades i utilitzades quan siguin estratègicament útils, i ignorades quan no ho siguin" (Moffitt, 2016, p. 150).

Així doncs, la literatura suggereix que el populisme pot erosionar la tolerància democràtica en presentar qualsevol acció del líder com una expressió pura de la voluntat popular, fins i tot si aquesta vulnera procediments legals (Rosanvallon, 2008).

Aquesta dinàmica de confrontació i legitimació de la sobirania constituent sobre les regles establertes ens porta a plantejar les següents hipòtesis:

H1a. Les senyals antielit en el discurs populista propiciïn una major tolerància als canvis institucionals antidemocràtics

H1b. Els marcs de centralitat de les persones en la percepció individual d'un poble homogeni, relatats en el discurs populista, propiciïn, també una major tolerància a dits canvis antidemocràtics

H1c. Tanmateix, atès que el populisme també pot actuar com un mecnaisme que fa la política més accessible i reclamar un retorn a la sobirania davant d'elits distants, cal considerar el seu potencial com a correctiu (Mudde i Rovira Kaltwasser, 2012), suggerint que la combinació dels senyals antielits i els marcs de centralitat de les persones propiciïn, també, una major tolerància a mesures antidemocràtiques.

2.4. Populisme i la difusió de desinformació

En el nostre anàlisi també observarem la relació entre el populisme i la tendència a difondre la informació. La recerca suggereix que la informació presentada amb un marc populista es difon amb més rapidesa i abast que la informació "estàndard" o institucionals. Això es deu a diversos factors psicològics i tecnològics. D'una banda, i partint de la premissa que les emocions mouen el comportament polítics (George, 2000) el discurs populista, al utilitzar el que Brady et al. (2017) anomenen "llenguatge moral-emocional", és més fàcil de ser compartit. Per cada paraula moral-emocional addicional en un missatge, "*augmenta la seva difusió en un 20%*" (Brady et al., 2017, p.1) així, en tant que el populisme es basa en la indignació contra l'elit, hauria de ser més "compartible". Observem també que, seguint la teoria de la identitat social (Tajfel, 1979), que els humans tendim a difondre informació que reforça la nostra pertinença a un grup, en una dinàmica on divulgar un missatge és un senyal de lleialtat al grup (Klein, 2020). A més, observem una cognició protectora de la identitat, de manera que la gent processa la informació amb

el fi que protegeixi el seu estatus dins del seu grup social (Kahan 2016). Així, si compartir una notícia (que pot ser populista), et fa quedar bé davant els teus, hi podria haver més tendència a compartir-la. D'aquesta manera, el missatge populista que reforça la pertinença i la identificació amb un grup hauria de ser més compartit. Finalment, observem que en les xarxes socials l'algoritme ens tanca en bombolles (Sunstein, 2017; Parsier, 2011), i les plataformes prioritzen l'*engagement*, (nombre de comentaris, compartits, "m'agrada", etc.) que s'incrementa utilitzant missatges emocionals, indignats o polaritzadors (Tucker et al., 2018), trets característics del discurs populista. D'aquesta manera el discurs populista, en ser altament polaritzador, genera una reacció de "nosaltres contra ells" que els algoritmes premien amb visibilitat, creant un bucle de retroalimentació.

Finalment, resulta rellevant analitzar la relació entre el populisme i la desinformació. Partim de la premissa que els líders populistes són percebuts com més autèntics i "reals", ja que adopten estils espontanis, íntims i, sovint, políticament incorrectes (Enli, 2015), una percepció d'autenticitat que actua com un substitut de l'honestedat factual (Enil & Rosenberg, 2018). Així mateix, els líders populistes busquen eliminar els "filtres" tradicionals (periodistes, acadèmics, institucions), "*sempre volen eliminar els intermediaris*" (Müller, 2016, p.28), fet que els porta a utilitzar les xarxes socials per establir una connexió directa amb la seva base, presentada com a l'única veu autèntica del poble (Müller, 2016). Les xarxes, al seu torn, permeten que els missatges circulin sense el control de veracitat (fact-checking) dels mitjans convencionals, servint com a "*enllaç directa amb la gent eludint els guardians periodístics*" (Engesser et al., 2016, p.1110). A més, al enquadrar els mitjans tradicionals com a part de l'"elit corrupta" o "enemics del poble", els populistes poden, encara més, desactivar aquests filtres de verificació de fets de la societat, (Jones, 2004; Moy, Pfau i Kahlor, 1999; Van Zoonen, 2012).

Així doncs, l'estratègia populista d'eliminar intermediaris (Müller, 2016), sumada a la necessitat dels individus de difondre informació que reforça la seva pertinença al grup (Kahan, 2016) sembla crear les condicions òptimes per a la vitalització de continguts no verificats. Així arribem a les següents hipòtesis:

H2a. Les senyes anteileit en el discurs populista propiciïn una major difusió de la desinformació

H2b. Els marcs de centralitat de les persones en la percepció individual d'un poble homogeni, relatats en el discurs populista, afavoreixin també una major propagació de la desinformació.

H2c. Finalment, i tenint en consideració que el llenguatge emocional i polaritzador del populisme augmenta l'*engagement* i la visibilitat algorítmica (Brady et al., 2017) , postulem que la combinació dels senyals antielit i els marcs de centralitat de les persones propiciïn, també, una major difusió de la desinformació.

2.5. Efectes heterogenis per ideologia i educació

L'impacte dels tractaments discursius no és homogeni ni unívoc entre tota la població. L'eficàcia d'un marc (*frame*) populista depèn de les característiques individuals de l'audiència, actuant com a catalitzador amb una intensitat variable en funció de la predisposició ideològica i el capital cognitiu o educatiu dels subjectes (Chong i Druckman, 2007; Huber and Ruth, 2017)

Estudis classics (Jost et al., 2003a) suggereixen que les persones de perfil conservador o de dretes poden puntuar més alt en la necessitat de certesa i estructures clares (p.ex. Jost et al., 2003b; Lane, 1962; Nias, 1973). En un experiment, si el "tractament" prové d'una font d'autoritat (Altemeyer, 1998) o presenta una solució senzilla i ordenada (Kruglanski, 1989), aquest grup pot mostrar-se més receptiu (Jost et al., 1999). A més a més, seguint la teoria de la justificació del sistema (Jost i Van der Toorn, 2026) les persones de dretes tenen una motivació psicològica per defensar l'estat actual de les coses. Si un tractament experimental utilitza marcs (*frames*) que apel·len a l'ordre, la tradició o la seguretat, la seva resposta pot ser més intensa (elàstica) que la d'una persona d'esquerres (Feinberg i Willer, 2015), que podria ser més escèptica davant missatges institucionals.

Així, tot i que el populisme es defineix com una ideologia de nucli prim capaç d'adherir-se a diferents matrius ideològiques, diversos estudis demostren que l'elaticitat o "moldejabilitat" davant d'aquest missatges és asimètrica. Autors sostenen que els individus situats en posicions de centre i dreta de l'espectre polítics tendeixen a mostrar una receptivitat més alta i flexible als tractaments populistes (Bakker, Rooduijn i Schumacher, 2016). El marc *people-centrism* construeix el "poble" com un grup homogeni, cohesionat i moralment superior, reforçant, així, les preferències per la conformitat i la homogeneïtat que connecten especialment amb valors associats a l'eix conservador (Rooduijn, 2014). A diferència dels liberals, els conservadors tendeixen a

donar més importància a valors morals com la lleialtat al propi grup, el respecte per l'autoritat i la protecció de la puresa i la santedat (Feinberg i Willer, 2015; Caprara et al., 2006; Thorisdottir et al., 2007), trets característics del populisme. Així mateix, observem que els ciutadans auto-ubicats al centre polític són perfils psicològicament més permeables a marcs que busquen el desplaçament de la responsabilitat (*blame-shifting*) i l'erosió de la legitimitat de les institucions tradicionals (Van Hauwaert i Van Kessel, 2018). Seguint aquesta línia que concep el populisme com un fenomen de conseqüències divergents en base a la ideologia, recerques recents evidencien que els efectes perjudicial es concentren principalment en el populisme de dretes, el qual s'associa a un menor suport a les llibertats civils i als drets de les minories. En canvi, el populisme d'esquerres presenta conseqüències força diferents, mostrant fins i tot un major suport a la protecció de les llibertats civils i a la separació de poders (Guinjoan, 2022).

Esperem, doncs, que l'efecte dels marcs discursius populistes sobre les actituds polítiques estigui moderat per la ideologia, de manera que els ciutadans auto-ubicats en posicions de centre i de dreta mostrin una major elasticitat als tractaments en comparació amb els individus d'esquerres. Partint d'això, ens plantegem les següents hipòtesis:

H3a1. Esperem que aquests ciutadans incrementin de forma més pronunciada la seva tolerància a canvis institucionals antidemocràtics

H3a2. També esperem que aquests mateixos ciutadans mostrin una major propensió a difondre desinformació.

Altrament, observem que les persones amb menys estudis poden ser més elàstiques als tractaments experimentals. El pilar fonamental per entendre això és el model RAS (*Receive-Accept-Sample*), així, les persones amb nivells educatius més alts solen tenir més "sofisticació política", tenen un magatzem previ d'informació que actua com a escut quan, al rebre un estímul experimental, el contrasten amb els seus valors i no encaixa (Zaller, 1992). En canvi, els ciutadans amb un nivell mitjà-baix són els més susceptibles al canvi, en tant que, tenen prou interès per rebre el missatge, però no tenen prous contra arguments per resistir-lo (Taber i Lodge, 2006; Zaller, 1992), mostrant, així, una major elasticitat en els seus posicionaments davant un "tractament". Així mateix, seguint el Model de la Probabilitat d'Elecció (*Elaboration Likelihood Model)* (Petty i Cacioppo, 1986), les persones processem la persuasió a través d'una doble ruta: d'una banda, les persones amb més estudis solen utilitzar la ruta central, amb una anàlisi més crítica dels

arguments (Cacioppo i Petty, 1982), de l'altra, les persones amb menys estudis poden utilitzar la ruta perifèrica, fixant-se en l'atractiu de l'emissió, la quantitat d'arguments o el to emocional (Petty, Cacioppo, i Goldman, 1981; Petty, Haugtvedt i Smith, 1995). Així doncs, en un disseny experimental, els tractaments basats en emocions o heurístics (clics ràpids mentals) solen tenir un efecte molt més volàtil i "elàstic" en aquells que processen per la ruta perifèrica (Chaiken, 1980).

El nivell educatiu baix s'associa estretament amb sentiments subjectius de manca de veu (*lack of voice*) en el sistema econòmic i institucional, de manera que, quan un text experimental es construeix a partir de discursos antielititstes o de defensa del poble ordinari, aquests marcs ressonen immediatament amb les seves experiències de privació relativa i desafecció (Spruyt, Keppens i Van Droogenbroeck, 2016).

Per tant, esperem que la gent amb un menor nivell d'estudis sigui més mal·leable davant els tractaments experimentals, una expectativa que dividim en dues hipòtesis clarament diferenciades:

H3b1. D'una banda preveiem que l'efecte del tractament farà augmentar la seva predisposició a acceptar canvis institucionals antidemocràtics com a "mal menor" per castigar les elits.

H3b2. De l'altra postulem que també s'incrementarà la seva propensió a difondre desinformació polaritzadora.

3. Dades i mètodes[1]

Per comprovar l'impacte de l'exposició a discursos amb característiques populistes sobre les actituds antidemocràtiques i la intenció de difondre desinformació, es va dur a terme un experiment quantitatiu a Catalunya. La recollida de dades es va realitzar de manera electrònica mitjançant la plataforma digital *Conjointly*, estenent-se des del dissabte 25 d'abril fins al dilluns 4 de maig de 2026. L'enquesta va ser difosa a través de cartells amb codi QR[2] i de difusió per xarxes socials, via grups de *WhatsApp* o *sotires* d'*Instagram*.

[1] Es pot observar el conjunt de dades obtingudes (en format Excel), el qüestionari de l'enquesta i totes les figures (gràfics) que s'analitzaran en els següents apartats en aquesta carpeta.
[2] Es pot observar el cartel de difusió a l'annex 1.

3.1. Mostra

La mostra final està constituïda per un total de N = [562] ciutadans residents a Catalunya. La mostra final és diversa pel que fa a edat (M = 39.96, SD = 18.45), educació (M= 3.98, SD = 1.24)[3], confiança en el parlament (M = 4.28, SD = 2.52)[4] i ideologia (M = 3.94, SD = 2.15)[5]. 64.77% de les enquestades eren dones, 34.34% eren homes i 0.88% altre. S'ha mesurat també el record de vot i el codi postal del municipi.

[3] La variable educació estava mesurada amb les següents categories: *Educació primària* (1), *Educació secundària* (ESO / EGB) (2), *Cicle mitjà o superior o FP* (3) *Batxillerat* (4) *Grau o titulació universitària* (5) *Màster o postgrau* (6).

[4] Mesurada en una escala del 0 (*cap confiança*) al 10 (*molta confiança*), amb l'opció "*No ho sap / No contesta*".

[5] Mesurada en una escala del 0 (*extrema esquerra*) al 10 (*extrema dreta*), amb l'opció "*No ho sap / No contesta*".

3.2. Disseny experimental i procediment

Taula I – Condicions

	Anti-elitism	
People-centrism	No	Sí
No	(1) Control	(2) *Frame* anti-elitista
Sí	(3) *Frame* centralitat poble	(4) *Frame* combinat

L'estudi es basa en un disseny experimental factorial de 2 × 2 *between-subjects* (entre subjectes) (mirar Taula I), seguint el model metodològic establert per la recerca prèvia en enquadraments d'identitat populista (Hameleers et al., 2021; Boss et al., 2020). En totes les condicions, una fundació fictícia anomenada *XarxesLliures* era la font del missatge[6]. els participants van ser assignats de manera aleatòria a una de les quatre condicions experimentals basades en la presència o absència d'elements discursius clau (l'endogrup pur o "el poble", i l'exogrup culpable o "les elits"):

1. Condició de control (Neutre): Exposició a una notícia factual i neutral sobre la pèrdua de qualitat informativa a les xarxes, sense cap menció d'identitats grupals ni atribució de culpes.
2. Condició d'anti-elitisme (*Anti-elitism*): El text afegeix una atribució directa de culpa cap a la classe política, descrivint els polítics com a egoistes, curts de mires i responsables de la desinformació.
3. Condició de centrisme en el poble (*People-centrism*): El text es focalitza a emfatitzar la virtut i el dret a la veritat dels ciutadans treballadors de Catalunya, plantejant la desinformació com una amenaça al benestar del poble, sense culpar directament un actor extern.
4. Condició combinada**:** Fusiona tots dos enquadraments (*frames*), assenyalant la vulneració dels drets del poble treballador i responsabilitzant directament els polítics d'actuar de dalt a baix i de manera egoista.

Observant el procediment[7], un cop els participants van respondre a les diferents variables sociodemogràfiques, moderadores i de control, van ser exposats al text assignat de manera

[6] Es poden veure els 4 textos diferents a l'annex 2

[7] El procediment va seguir una seqüència estandarditzada: en primer lloc, els participants van ser informats de la seva participació en un estudi de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB), posteriorment van respondre a un qüestionari pretest amb variables sociodemogràfiques, variables moderadores i variables control.

aleatòria durant un temps mínim de 20 segons per assegurar-ne la lectura. Una comprovació de l'aleatorització indica una aleatorització correcta, revelant que les quatre condicions no difereixen significativament pel que fa als diferents controls[8]. Després de l'exposició a l'estímul, els participants van respondre al bloc de preguntes posttest que mesuraven les variables dependents. Finalment van ser informats de la falsedat de la notícia i se'ls va sol·licitar el seu consentiment i comprensió.

3.3. Mesures i variables dependents

Un cop llegit l'estímul textual, es van avaluar dues dimensions principals mitjançant escales de tipus Likert de 7 punts, seguint els models observats en Hameleers et al., 2021; Boss et al., 2020[9]:

Tolerància institucional antidemocràtica (*Antidemocràcia*): Mesurada a partir del grau d'acord (des de 1: *Totalment en desacord* fins a 7: *Totalment d'acord*) amb tres ítems adaptats de la recerca sobre actituds polítiques: "*Per 'protegir la gent', accepto que el Govern augmenti els seus poders sense consultar el Parlament.*", "*Un líder fort hauria de poder ignorar certes lleis si això beneficia a la majoria*." i "*Els procediments democràtics poden ser un obstacle quan s'han de prendre decisions urgents*."

Intenció de difusió de desinformació (*Desinformació*): Mesurada a través de la probabilitat autoafirmada pels subjectes (des de 1: *Molt improbable* fins a 7: *Molt probable*) davant de tres escenaris d'actuació amb la notícia llegida: "*Compartiria aquesta notícia a xarxes socials, fins i tot si no conec la font original*.", "*Enviaria aquesta notícia a amics o familiars sense verificar prèviament la informació que conté*." i "*Abans de compartir una notícia com aquesta, comprovaria si és vertadera* (ítem invertit).".

4. Resultats

4.1. Els efectes dels *frames* populistes

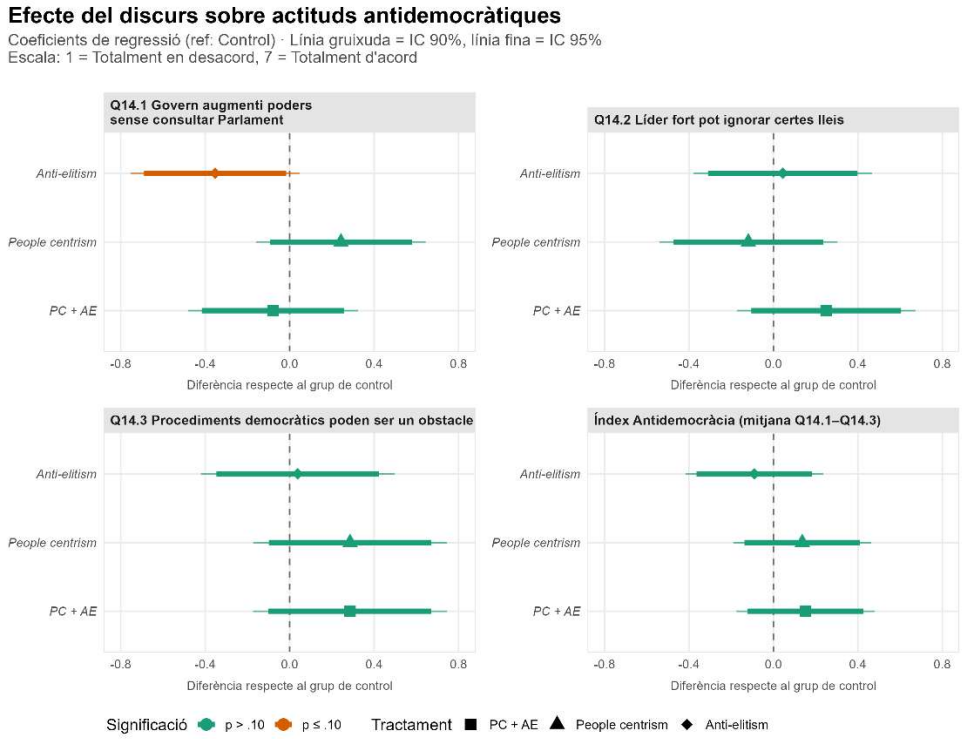
Aquest apartat examina l'impacte general i directe dels tres discursos experimentals (*People centrism*, *Anti-elitism* i el frame combinat *PC + AE*) en comparació amb el grup control neutral, utilitzant el gràfic 1 i el gràfic 2.

[8] No hi ha divergències, doncs, respecte a l'edat: F3, 556= 1.28, p = .28, el gènere: X2 (3) = 0.01, p = .999, l'educació: F3, 556= 0.33, p = .81, la confiança en el parlament F3, 545 = 0.30, p = .824, la ideologia F3, 548 = 0.19, p = .901 i el record de vot X2 (36) = 45.18, p = .141.
[9] Es pot veure el qüestionari a l'annex 3

Analitzant en primer lloc l'efecte dels missatges populistes sobre les actituds antidemocràtiques (H1a, H1b i H1c), observem (gràfic 1) una manca d'efectes generals en l'índex global. En línia amb els corrents de la psicologia política que adverteixen que els efectes dels mitjans solen ser modestos o condicionats, l'Índex Antidemocràcia global (fruit del càlcul de la mitjana de Q14.1 a Q14.3) no mostra cap efecte estadísticament significatiu ($p > .10$, línies blaves)[10] per a cap dels tres tractaments. L'únic efecte directe i estadísticament significatiu ($p \leq .10$, taronja) s'observa en l'indicador Q14.1 (*Govern augmenti poders sense consultar Parlament*). El frame d'Anti-elitism (rombe) presenta un efecte significatiu negatiu (~ – 0.35). Això indica que l'exposició a un discurs crític amb les elits redueix el suport a l'augment de poder de l'executiu en detriment del Parlament, actuant de manera contrària a una actitud antidemocràtica en aquest ítem concret. Aquestes troballes indiquen que l'H1a no està recolzada per les dades, ja que es produeix l'efecte invers a l'esperat.

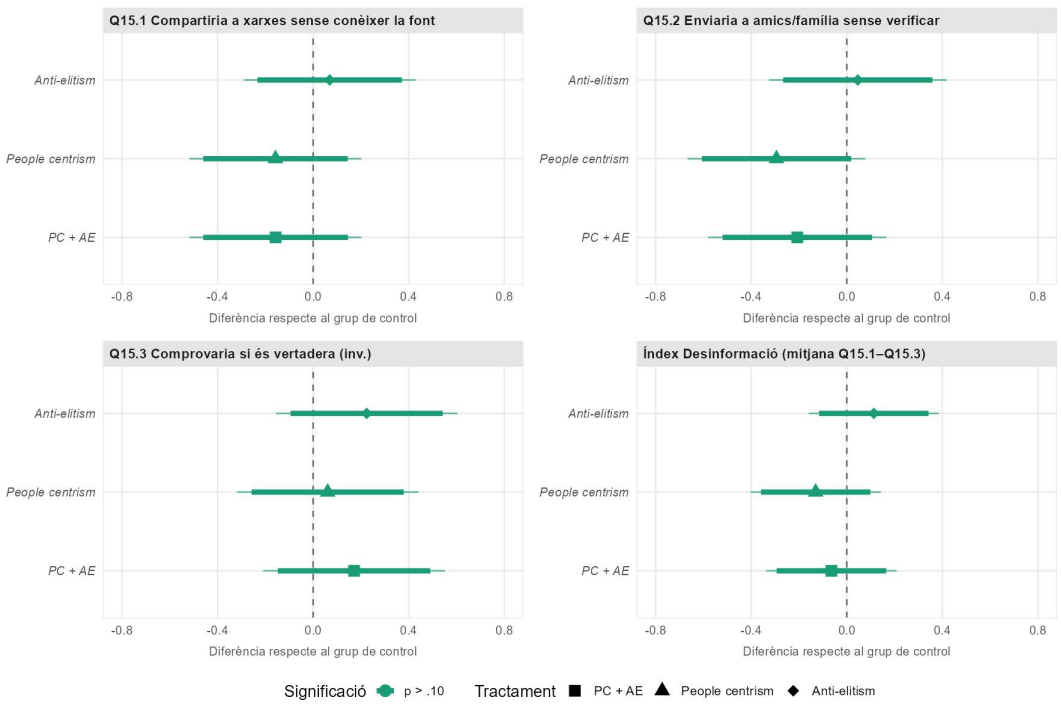
[10] Atenent al fet que la nostra N és petita (N = 562), marquem en color diferent l'evidència significativa al 10%

Gràfic 1



Respecte la propensió a difondre desinformació (H2a, H2b i H2c), observem (gràfic 2) una absència total d'efectes directes significatius. L'anàlisi de les reaccions davant la desinformació (*compartir a xarxes sense conèixer la font*, *enviar a amics/família sense verificar* o *comprovar la veracitat de forma invertida*) mostra que cap dels frames populistes assoleix la significativitat estadística ($p > .10$, totes les línies són verdes). A nivell agregat, l'*Índex Desinformació* no pateix alteracions significatives directes per l'impacte dels missatges, cosa que suggereix que la propensió a difondre notícies falses no es veu alterada de manera uniforme en tota la mostra, sinó que requereix analitzar variables moderadores (com es farà en els apartats següents).

Gràfic 2



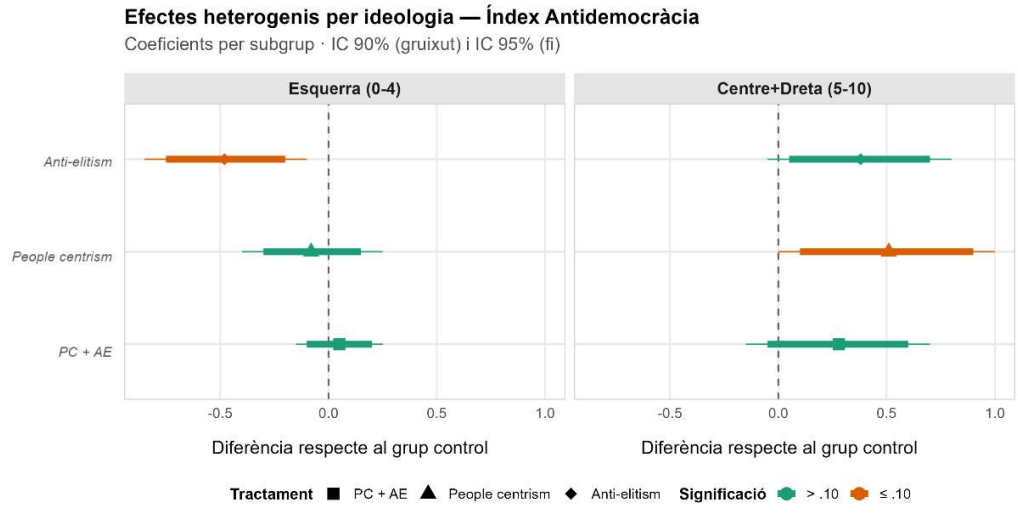
4.2. Els efectes quan introduïm la ideologia

Per avaluar si la ideologia política modera l'efecte dels missatges, la mostra s'ha codificat dicotòmicament en dos blocs homogenis: Esquerra (puntuacions de 0 a 4) i Centre+Dreta (puntuacions de 5 a 10). Analitzant els índex mitjans de les 3 qüestions, el gràfic 3 (mitjana de Q14.1 a Q14.3) i el gràfic 4 (mitjana de Q15.1 a Q15.3) demostren que la ideologia és un fort condicionant (moderador) de la susceptibilitat als *frames*.

Analitzant l'efecte del tractament sobre la tolerància a mesures antidemocràtiques (H3a1), observem (gràfic 3) una clara polarització asimètrica en la manera com es processen els estímuls segons el posicionament ideològic. En el grup d'esquerra (0-4), el tractament d'anti-elitisme (triange) té un té un efecte estadísticament significatiu i negatiu ($p \leq .10$, taronja) d'aproximadament – 0.5. En aquest segment, activar el ressentiment contra les elits redueix significativament el suport a postulats antidemocràtics, mentre que els frames de *People centrism* i el combinat (*PC + AE*) no són significatius ($p > .10$). D'altra banda, en el grup centre+dreta (5-10) s'observa l'efecte contrari. El frame people centrism (triangle) és estadísticament significatiu i positiu ($p \leq .10$, taronja) amb una diferència respecte al control de ~ 0.5. Això vol dir que apellar a la centralitat i virtut del "poble" activa o incrementa les actituds antidemocràtiques en els individus de centre i

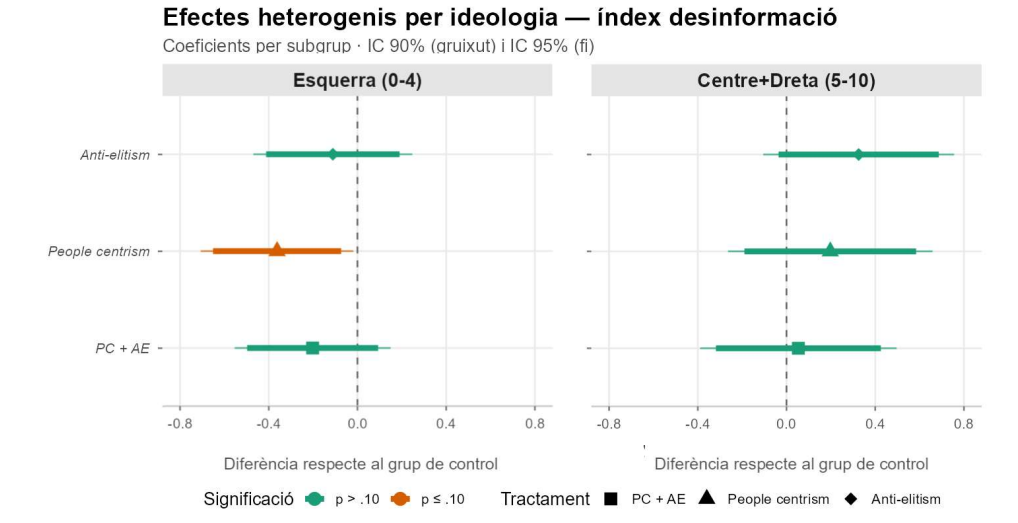
dreta, fet que recolza la nostra H3a. D'altra banda, ni l'anti-elit ni el frame combinat tenen un efecte significatiu en aquest grup ($p > .10$).

Gràfic 3 (mitjana Q14.1 – Q14.3 inv.)



Respecte la propensió a difondre desinformació (H3a2), observem (gràfic 4) com en el grup d'esquerra (0-4) el frame people centrism presenta un efecte significatiu i negatiu ($p \leq .10$, taronja) d'uns – 0.38. Per tant, destacar la importància de la ciutadania ordinària té un efecte "protector" en la gent d'esquerres, reduint la seva propensió declarada a difondre desinformació. Mentre que, en el grup de centre+dreta (5-10), cap dels tractaments assoleix la significativitat estadística ($p > .10$, verd). Tot i que el frame anti-elit mostra visualment una tendència positiva cap a una major propensió a la desinformació (~ 0.32), fet que seguiria allò que destaca la H3a2 l'ampli interval de confiança fa que no es pugui considerar estadísticament fiable.

Gràfic 4 (mitjana Q15.1 – Q15.3 inv.)

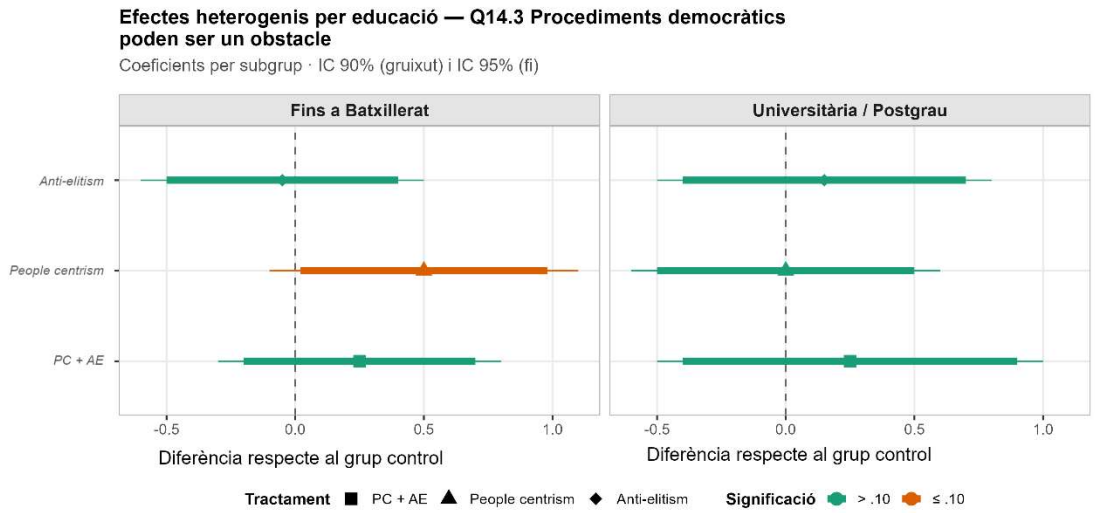


4.3. Els efectes quan introduïm l'educació

Finalment analitzem el paper del nivell educatiu com a variable moderadora. Seguint el disseny dels documents de referència, el nivell de formació s'ha dividit en dues categories: "Fins a Batxillerat" (n = 355) i "Universitària / Postgrau" (n = 199). S'examinen el gràfic 5, el gràfic 6 i el gràfic 7.

Analitzem, en primer lloc, l'efecte del tractament sobre mesures antidemocràtiques (H3b1). Tot i que l'índex general (mitjana Q14.1 a Q14.3) no és significatiu, l'anàlisi de l'ítem específic Q14.3 (gràfic 5), que ens destaca que *els procediments poden ser un obstacle*, i que guarda una distribució similar amb l'índex general. Els resultats revelen una clara divergència formativa. En el grup "fins a batxillerat", el frame people centrism (triangle) mostra un efecte estadísticament significatiu i positiu ($p \leq .10$, taronja) d'aproximadament ~0.5. Això indica que, per als ciutadans amb estudis fins a secundària, el discurs basat en la voluntat popular augmenta significativament la noció que els procediments institucionals de la democràcia són una nosa, dades que recolzen la nostra H3b1. La resta de frames, però, no són significatius. Respecte el grup "universitària / postgrau", cap frame és estadísticament significatiu ($p > .10$, verds). Els individus amb més formació es mostren resilients a aquest estímul, sense alterar la seva percepció sobre les traves de la democràcia.

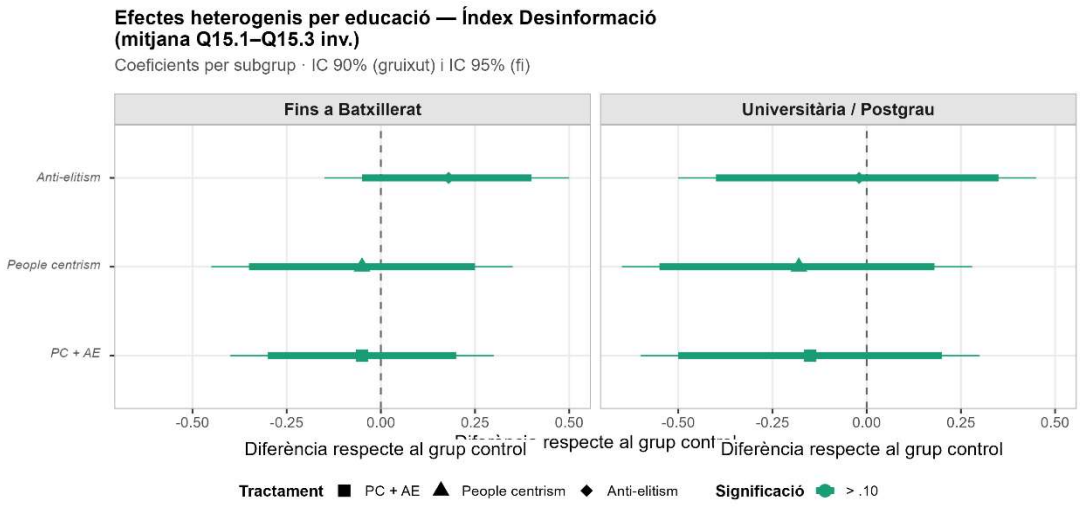
Gràfic 5



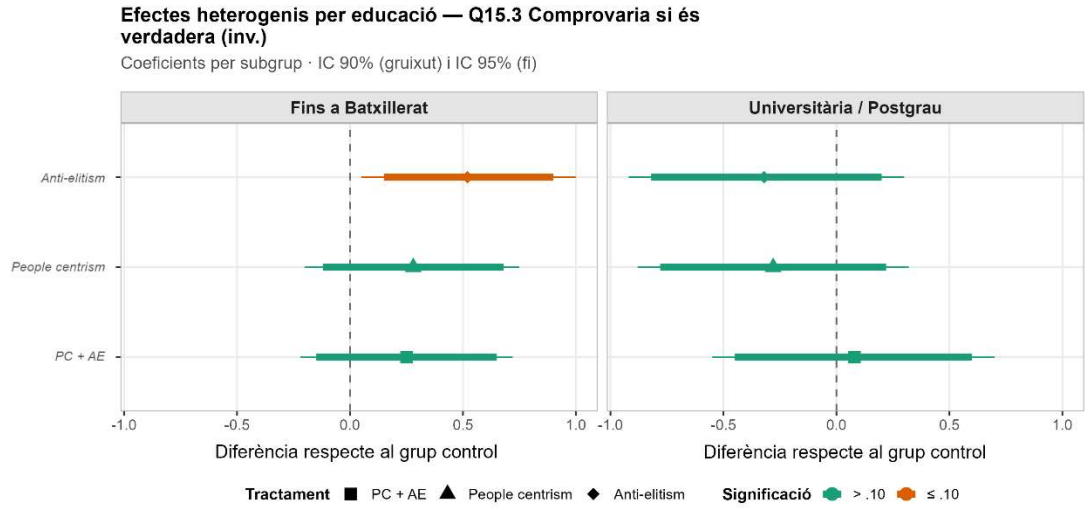
Quan analitzem la propensió a difondre desinformació (H3b2), observem (gràfic 6) que quan es mira l'índex agregat (mitjana Q15.1, Q15.2 i Q15.3) de la desinformació moderat per estudis, cap línia és significativa ($p > .10$, totes verdes) en cap dels dos nivells

educatius. L'educació, per si sola, no genera una interacció significativa sobre la mitjana de l'índex de propensió a difondre desinformació. Altrament, tot i que l'índex general i Q15.1 i Q15.2 no són significatius, l'anàlisi de l'ítem específic Q15.3 (Gràfic 7) (*Comprovaria si és vertadera*, codificat de forma invertida, de manera que valors més alts impliquen menor intenció de verificar i, per tant, major vulnerabilitat a la desinformació) sí que revela una dada rellevant. En el grup "fins a batxillerat", el frame d'anti-elit (rombe) té un efecte estadísticament significatiu i positiu ($p \leq .10$, taronja) marcat (~ 0.52). Això significa que el discurs que culpa les elits desactiva els mecanismes de verificació de notícies en la població amb menys estudis, augmentant la seva vulnerabilitat davant la desinformació, dades que recolzen la nostra H3b2. Pel que fa al grup "universitària / postgrau", tots els tractaments es mantenen en la zona no significativa ($p > .10$, verd), confirmant, novament, que els estudis universitaris tendeixen a immunitzar els subjectes davant d'aquests efectes de manipulació discursiva.

Gràfic 6



Gràfic 7



Conclusions

Aquest Treball de Fi de Grau s'ha proposat analitzar empíricament l'impacte de la retòrica populista en dues dimensions fonamentals per a l'estabilitat de les democràcies liberals: la tolerància cap a mesures institucionals antidemocràtiques i la propensió a difondre desinformació. Mitjançant un disseny experimental factorial dut a terme a Catalunya, s'han pogut aïllar els efectes dels marcs d'*anti-elitisme* i de *centralitat del poble* (*people-centrism*).

A partir de l'anàlisi dels resultats, s'extreuen diferents conclusions principals. En primer lloc, observem l'absència d'un efecte contagi generalitzat. Contràriament al que plantejaven les primeres hipòtesis (H1 i H2), el discurs populista no opera com una espècie de "bala màgica" que altera de manera uniforme i directa les actituds de tota la ciutadania. A nivell agregat, l'exposició als marcs populistes no genera un augment global ni de la tolerància antidemocràtica ni de la propensió a difondre desinformació. De fet, de manera inesperada, el marc d'*anti-elitisme* redueix el suport a l'augment de poder de l'executiu en detriment del Parlament a nivell general. Això demostra que la recepció d'aquests missatges és altament complexa i està mediada per predisposicions prèvies.

En segon lloc, observem la ideologia com a filtre polaritzador. La investigació recolza (H3a), en part, que l'efecte del populisme depèn de l'orientació ideològica del receptor, generant una clara polarització asimètrica. En l'espectre d'esquerres (0-4), els estímuls populistes actuen com un mecanisme de rebuig. L'*anti-elitisme* redueix la seva tolerància a mesures antidemocràtiques, i la *centralitat del poble* disminueix la seva intenció de

difondre desinformació. D'altra banda, en l'espectre de centre i dreta (5-10), s'observa l'efecte contrari i de major "elasticitat". Apel·lar a la *centralitat del poble* incrementa significativament les seves actituds antidemocràtiques. El missatge d'un "poble homogeni" ressona amb preferències per l'ordre i la conformitat pròpies d'aquest segment ideològic.

Finalment, observem com l'educació universitària com a escut cognitiu. Una de les troballes més rellevants de l'estudi (en línia amb les hipòtesis H3b) és la profunda divergència segons el nivell formatiu. Els ciutadans fins a Batxillerat són més vulnerables i permeables a la manipulació discursiva. El marc de *centralitat del poble* fa que percebin els procediments democràtics com un obstacle, justificant dreceres institucionals. Paral·lelament, el discurs d'*anti-elitisme* desactiva els seus mecanismes de verificació de notícies, augmentant-ne la vulnerabilitat a les falsedats. D'altra banda, els ciutadans amb estudis universitaris o de postgrau es mostren completament resilients davant de l'estímul populista. El seu capital cognitiu i la seva sofisticació política actuen com a barrera, permetent-los processar la informació de manera crítica sense alterar la seva percepció democràtica ni els seus hàbits de verificació informacional.

En definitiva, aquest treball demostra que el perill del populisme per a la salut democràtica no rau en una capacitat de persuasió massiva i indiscriminada, sinó en la seva habilitat per explotar vulnerabilitats específiques en segments clars de la població. El discurs populista activa i legitima interpretacions latents antidemocràtiques principalment entre els ciutadans auto-ubicats al centre i a la dreta, i se serveix de la manca de "sofisticació política" dels sectors menys educats per erosionar els procediments institucionals i propagar la desinformació. Aquests resultats subratllen la urgència d'impulsar polítiques d'alfabetització mediàtica i d'enfortir l'educació cívica com a mecanismes de defensa indispensables per a la resiliència de les societats democràtiques contemporànies.

Bibliografia

Aalberg, T., Esser, F., Reinemann, C., Stro¨mba¨ck, J., & de Vreese, C. H. (2017). Populist political communication in Europe. London, UK: Routledge.

Altemeyer, R. A. (1998). The other "authoritarian personality." In M. P. Zanna (Ed.), Advances in experimental social psychology (Vol. 30, pp. 47—91). New York: Academic Press.

Arditi, Benjamin. 2007a. Politics on the Edges of Liberalism: Difference, Populism, Revolution, Agitation. Edinburgh: Edinburgh University Press.

Bakker, B. N., Rooduijn, M., i Schumacher, G. (2016). The psychological roots of populist voting: Evidence from the United States, the Netherlands and Germany. European Journal of Political Research, 55(2), 302–320.

Blassnig, S., Ernst, N., Engesser, S., & Esser, F. (2020). Populism and Social Media Popularity. How Populist Communication Benefits Political Leaders on Facebook and Twitter. In D. Taras & R. Davis (Eds.), Power Shift? Political Leadership and Social Media New York: Routledge, 97-111.

Bos, L., Schemer, C., Corbu, N., Hameleers, M., Andreadis, I., Schulz, A., Schmuck, D., Reinemann, C., & Fawzi, N. (2020). The effects of populism as a social identity frame on persuasion and mobilisation: Evidence from a 15-country experiment. *European Journal of Political Research, 59*(1), 3–24 . https://doi.org/10.1111/1475-6765.12334.

Brady, W. J., Wills, J. A., Jost, J. T., Tucker, J. A., & Van Bavel, J. J. (2017). *Emotion shapes the diffusion of moralized content in social networks*. Proceedings of the National Academy of Sciences (PNAS), 114(28), 7313-7318.

Busby, E. C., Gubler, J. R., & Hawkins, K. A. (2019). Framing and blame attribution in populist rhetoric. The Journal of Politics, 81(2), 616–630. doi:10.1086/701832

Busby, E., Flynn, D. J., & Druckman, J. N. (2018). Studying Framing Effects on Political Preferences: Existing Research and Lingering Questions. In P. D'Angelo (Ed.), Doing News Framing Analysis II: Empirical and Theoretical Perspectives (1 ed., Vol. 1, pp. 27-50): Routledge.

Busby,E.C.,Gubler,J.R.&Hawkins,K.A.(2019).Framingandblameattributioninpopulistrhetoric.Journal of Politics.

Cacioppo, J. T., & Petty, R. E. (1982). "The need for cognition". Journal of Personality and Social Psychology, 42(1), 116.

Canovan, M. (1999). Trust the people! Populism and the two faces of democracy. Political Studies, 47, 2–16.

Caprara, G. V., Schwartz, S., Capanna, C., Vecchione, M., & Barbaranelli, C. (2006). Personality and politics: Values, traits, and political choice. Political Psychology, 27, 1-28.

Chaiken, S. (1980). "Heuristic versus systematic information processing and the use of source versus message cues in persuasion". Journal of Personality and Social Psychology, 39(5), 752.

Chong, D., i Druckman, J. N. (2007). Framing theory. Annual Review of Political Science, 10(1), 103–126

Dai, Y. Kustov, A. (2023) Tne (in)effectiveness of populista rhetoric: a conjoint experiment of campaign messagin. Science Pesearch and Methods (2024), 12, 849-856.

de la Torre, Carlos. 2007. “the Resurgence of Radical Populism in Latin america”. Constellations 14(3): 384–397.

Elchardus M, Spruyt B. Populism, Persistent Republicanism and Declinism: An Empirical Analysis of Populism as a Thin Ideology. *Government and Opposition*. 2016;51(1):111-133. doi:10.1017/gov.2014.27

Engesser, S., Fawzi, N., & Larsson, A. O. (2016)"Populism and social media: how politicians' and citizens' usage of social media fits the populist ideology". *Information, Communication & Society*, 20(8), 1109-1126.

Enli, G. (2015). Mediated authenticity. How the media constructs reality. New York, NY: Peter Lang.

Enli, G., i Rosenberg, L. T. (2018). Trust in the Age of Social Media: Populist Politicians Seem More Authentic. Social Media + Society, 4(1), 1–11 . https://doi.org/10.1177/2056305118764430.

Ernst, N., Engesser, S., & Esser, F. (2017). Bipolar populism? The use of anti-elitism and people-centrism by Swiss parties on social media. Swiss Political Science Review, 23(3), 253–261. doi:10.1111/spsr.12264

Feinberg, M., & Willer, R. (2015). "From Gulf to Bridge: When Do Moral Arguments Facilitate Political Influence?". Personality and Social Psychology Bulletin, 41(12), 1665-1681.

Gamson, W.A. (1992). Talking politics. Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Guinjoan, M. (2022). How ideology shapes the relationship between populist attitudes and support for liberal democratic values. Evidence from Spain. *Acta Politica*, *58*, 401-423. https://doi.org/10.1057/s41269-022-00252-9

Hameleers, M., Schmuck, D., Schulz, A., Wirz, D. S., Matthes, J., Andreadis, I., Bos, L., & Corbu, N. (2021). The Effects of Populist Identity Framing on Populist Attitudes Across Europe: Evidence From a 15-Country Comparative Experiment. *International Journal of Public Opinion Research*, *33*(3), 491–511.

Hawkins, K. A., & Rovira Kaltwasser, C. (2019). Introduction. The ideational approach. In K. A. Hawkins, R. E. Carlin, L. Littvay, & C. Rovira Kaltwasser (Eds.), The ideational

approach to populism. Concept, theory, and analysis (pp. 1–24). New York, NY: Routledge.

Hawkins, K. A., Riding S., & Mudde, C. (2012). Measuring populist attitudes. Political Concepts Committee on Concepts and Methods Working Paper Series, 55, 1–35

Hellinger, Daniel. 2001. “nationalism, Globalization and Chavismo”. XXiii Con gress of the Latin american Studies association, Washington, DC, September 2–8.

Hogg,M.A.&Reid,S.A.(2006).Social identity,self-categorization and the communication of group norms. Communication Theory 16(1):7–30

Huber, R. A. and Ruth, S. P. (2017) ‘Mind the Gap! Populism, Participation and Representation in Europe.’ Swiss Political Science Review, 23(4) pp. 462–484.

Iyengar, S., & Westwood, S. J. (2015). Fear and loathing across party lines: New evidence on group polarization. *American Journal of Political Science*, 59(3), 690–707. https://doi.org/10.1111/ajps.12152

Jagers, J., & Walgrave, S. (2007). Populism as political communication style: An empir ical study of political parties’ discourse in Belgium. European Journal of Political Research, 46(3), 319–345. doi:10.1111/j.1475-6765.2006.00690.x

Jones, D. A. (2004). Why Americans don’t trust the media: A pre liminary analysis. Harvard International Journal of Press/ Politics, 9(2), 60–75.

Jost, J. T., Glaser, J., Kruglanski, A. W., & Sulloway, F. J. (2003a). "Political conservatism as motivated social cognition". Psychological Bulletin. (Analitza els trets psicològics associats a la ideologia de dretes).

Jost, J. T., i van der Toorn, J. (2026). Nine theses for a theory of system justification. En H. Beyer i A. Schauer (Eds.), The Return of Ideology (pp. 123–152). Oxford University Press.

Jost, J. T., Kruglanski, A. W., & Simon, L. (1999). Effects ofepistemic motivation on conservatism, intolerance, and other system justifying attitudes. In L. Thompson, D. M. Messick, & J. M. Levine (Eds.), Shared cognition in organizations: The managementof knowledge (pp. 91—116). Mahwah, NJ: Erlbaum.

Kahan, D. M. (2016). *The Politically Motivated Reasoning Paradigm*. Emerging Trends in the Social and Behavioral Sciences.

Kawakami, K., Dovidio, J. F., & van Kamp, S. (2007). The impact of counterstereotypic training and related correction processes on the application of stereotypes. Group Processes & Intergroup Relations, 10(2), 139–156. doi:10.1177/1368430207074725

Keane, J. (2013). Democracy and Media Decadence. Cambridge: Cambridge University Press.

Klein, E. (2020). *Why We're Polarized*. Avid Reader Press.

Kruglanski, A. W. (1989). Lay episremics and human knowledge: Cogni tive and motivational basis. New York: Plenum.º lost, J. T., Kruglanski, A. W., & Simon, L. (1999). Effects ofepistemic motivation on conservatism, intolerance, and other system justifying attitudes. In L. Thompson, D. M. Messick, & J. M. Levine (Eds.), Shared cognition in organizations: The managementof knowledge (pp. 91—116). Mahwah, NJ: Erlbaum.

Laclau, E. 2005a "Populism: What's in a name?" in Populism and the Mirror of Democracy, edited by francisco Panizza, 32–49. London: Verso.

Laclau, E. 2005b. On Populist Reason. London: Verso.

Lane, R. E. (1962). The fear ofequality. In R. E. Lane (Ed.), Political ideology: Why the American common man believes what he does (pp. 57—81). New York: Free Press.

lost, 3. T., Pelham, B. W., Sheldon, 0., & Sullivan, B. (2003b). Social inequality and the reduction of ideological dissonance on behalf of the system: Evidence ofenhanced system justification amongthe disadvan taged. European Journalof Social Psychology, 33, 13—36.

Mackie, D.M. & Queller, S. (2000). The impact of group membership on persuasion: Revisiting 'Who says what to whomwithwhateffect?'.In M.A.Hogg&D.J.Terry(eds),Attitudes,behavior and social context: The role of norms and group membership.Mahwah,NJ:Lawrence Erlbaum.

Marcus, G. E., Neuman, W. R., & MacKuen, M. (2000). *Affective Intelligence and Political Judgment*. University of Chicago Press.

Moffitt, B. (2016). The global rise of populism. Stanford

Mols, F. (2012). What makes a frame persuasive? Lessons from social identity theory. Evidence and Policy 8(3): 329–345.

Moy, P., Pfau, M., & Kahlor, L. (1999). Media use and public con fidence in democratic institutions. Journal of Broadcasting & Electronic Media, 43, 137–158.

Mudde, C. (2004). The populist zeitgeist. Government and Opposition, 39(4), 542–564. doi:10.1111/j.1477-7053.2004.00135.x

Mudde, Cas, and Cristóbal Rovira Kaltwasser. 2012. "Populism: Corrective and Threat." In Populism in Europe and the Americas: Threat or Corrective for Democracy?, edited by Cas Mudde and Cristóbal Rovira Kaltwasser, 205–222. New York: Cambridge University Press.

Mudde, Cas, and Cristóbal Rovira Kaltwasser. 2013. "Populism". in Oxford Hand book of Political Ideologies, edited by michael freeden, marc Stears and Lyman tower Sergeant, 493–512. oxford: oxford University Press.

Mudee, C. Rovira C i Kaltwasser (2017). Populismo una breve introducció. Alianza Editorial

Müller, J. W. (2016). *What is Populism?*. University of Pennsylvania Press.

Nias, D. K. B. (1973). Attitudes to the common market: A case study in conservatism. In 0. D. Wilson (Ed.), The psychology of conservatism (pp. 239—255). New York: Academic Press.

Pappas, T. S. (2019). *Populism and Liberal Democracy: A Comparative and Theoretical Analysis*. Oxford University Press.

Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. Penguin Press.

Pels, D. 2003. "aesthetic Representation and Political Style: Re-balancing identity and Difference in media Democracy". in Media and the Restyling of Politics, ed ited by john Corner and Dick Pels, 41–66. London: SaGe

Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). Communication and Persuasion: Central and Peripheral Routes to Attitude Change. New York: Springer-Verlag.

Petty, R. E., Cacioppo, J. T., & Goldman, R. (1981). Personal involvement as a determinant of argument-based persuasion. Journal of Personality and Social Psychology, 41(5), 847 855.

Petty, R. E., Haugtvedt, C. P., & Smith, S. M. (1995). "Elaboration as a determinant of attitude strength: Creating attitudes that are persistent, resistant, and predictive of behavior". En R. E. Petty & J. A. Krosnick (Eds.), Attitude strength: Antecedents and consequences (pp. 93-130).

Polletta, F. & Jasper, J. M. (2001). Collective identity and social movements. Annual Review of Sociology 27(1), 283–305. doi:10.1146/annurev.soc.27.1.283

Ramasubramanian, S. (2007). Media-based strategies to reduce racial stereotypes acti vated by news stories. Journalism & Mass Communication Quarterly, 84(2), 249–264. doi:10.1177/107769900708400204

Rooduijn, M. (2014). The nucleus of populism: In search of the lowest common denominator. Government and Opposition, 49(4), 573–599.

Rosanvallon, Pierre. 2008. Counter-Democracy: Politics in an Age of Distrust. new York: Cambridge University Press.

Sousa, J. C. (2022). [Review of the book *Why We're Polarized*, by E. Klein]. *International Journal of Communication*, *16*, 444–446.

Spruyt, B., Keppens, G. & Droogenbroeck, F. (2016). "Who Supports Populism and What Attracts People to It?". Political Research Quarterly. 69. 10.1177/1065912916639138.

Sunstein, C. R. (2017). *#Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media*. Princeton University Press.

Taber, C. S., & Lodge, M. (2006). "Motivated skepticism in the evaluation of political beliefs". American Journal of Political Science.

Taggart, P. (2000). Populism. Buckingham & Philadelphia: Open University press.

Taggart, Paul. 2004. “Populism and Representative Politics in Contemporary eu r o p e”. Journal of Political Ideologies 9(3): 269–288

Tajfel, H. & Turner, J.C. (1986). The social identity theory of intergroup behavior. In S. Worchel & W.G. Austin (eds), Psychology of intergroup relations. Chicago, IL: Nelson-Hall.

Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). *An Integrative Theory of Intergroup Conflict*. En W. G. Austin & S. Worchel (Eds.), *The Social Psychology of Intergroup Relations* (pàg. 33-47). Brooks/Cole.

Thorisdottir, H., Jost, J. T., Liviatan, I., & Shrout, P. E. (2007). Psychological needs and values underlying left-right political orientation: Cross-national evidence from Eastern and Western Europe. Public Opinion Quarterly, 71, 175-203

Tucker, J. A, Joshua Aaron and Guess, Andrew and Barbera, Pablo and Vaccari, Cristian and Siegel, Alexandra and Siegel, Alexandra and Sanovich, Sergey and Stukal, Denis and Nyhan, Brendan (2018). *Social Media, Political Polarization, and Political Disinformation: A Review of the Scientific Literature*. Hewlett Foundation.

Van Hauwaert, S. M., i Van Kessel, S. (2018). Beyond protest and discontent: A cross-national analysis of the effect of populist attitudes and political dissatisfaction on vote choice. European Journal of Political Research, 57(1), 68–91.

Van Zoonen, L. (2012). I-Pistemology: Changing truth claims in pop ular and political culture. European Journal of Communication, 27, 56–67

Zaller, J. R. (1992). The Nature and Origins of Mass Opinion. Cambridge University Press.

Annexos

Annex 1 – Cartell de difusió



Annex 2 – Textos

Condició de control (Neutre)
La qualitat de la informació a les xarxes ha disminuït: la fundació XarxesLliures publica un nou informe Segons un nou informe publicat per XarxesLliures, els nivells de veracitat de la informació a les xarxes socials han disminuït en els darrers anys. Un portaveu de la fundació independent, que ha estat seguint l'evolució digital durant anys, comenta en l'informe: "*Ens hem de conscienciar sobre el que significa aquesta perspectiva per a la convivència. Hi haurà un augment del risc de la difusió de notícies falses i desinformació. Cal prendre mesures ara per fer front a aquesta amenaça per a la societat*".
Condició d'anti-elitisme (*Anti-elitism*)
La qualitat de la informació a les xarxes ha disminuït: la fundació XarxesLliures culpa els polítics de la manca de control de la desinformació en un nou informe Segons un nou informe publicat per XarxesLliures, els nivells de veracitat de la informació a les xarxes socials han disminuït en els darrers anys. Un portaveu de la fundació independent, que ha estat seguint l'evolució digital durant anys, comenta en l'informe: "*Ens hem de conscienciar sobre el que això significa per a Catalunya. Hi haurà més manipulació informativa. És obvi que els polítics en són els culpables. Han estat massa curts de mires i egoistes en els últims anys. No es preocupen per ningú més que per ells mateixos, i les mesures que s'han anat adoptant s'han pres sempre des de dalt, sense tenir en compte les conseqüències per a la ciutadania ni la seva opinió. Cal prendre mesures ara per fer front a aquesta amenaça per a la societat*".
Condició de centrisme en el poble (*People-centrism*)
La qualitat de la informació a les xarxes ha disminuït per als catalans: La veracitat informativa disminueix per als catalans, segons l'informe de la fundació XarxesLliures Segons un nou informe publicat per XarxesLliures, els nivells de veracitat de la informació a les xarxes socials a Catalunya han disminuït en els darrers anys. Un portaveu de la fundació independent, que ha estat seguint l'evolució digital durant anys, comenta en l'informe: "*Cal que els ciutadans de Catalunya siguin conscients que el seu dret a la veritat correrà cada cop més perill. Molta gent a Catalunya treballa de valent cada dia, i aquesta gent vol tenir accés a una informació fiable. Hi ha alguna cosa que funciona profundament malament quan un país que s'esforça no té unes xarxes lliures de mentides. Cal prendre mesures ara per fer front a aquesta amenaça al benestar del nostre poble*".
Condició combinada
La qualitat de la informació a les xarxes ha disminuït per als catalans: la fundació XarxesLliures culpa els polítics de la manca de control de la desinformació en un nou informe Segons un nou informe publicat per XarxesLliures, els nivells de veracitat de la informació a les xarxes socials a Catalunya han disminuït en els darrers anys. Un portaveu de la fundació independent, que ha estat seguint l'evolució digital durant anys, comenta en l'informe: "*Cal que els ciutadans de Catalunya siguin conscients que el seu dret a la veritat correrà cada cop més perill. Molta gent a Catalunya treballa de valent cada dia, i aquesta gent vol tenir accés a una informació fiable. Hi ha alguna cosa que funciona profundament malament quan un país que s'esforça no té unes xarxes lliures de mentides. És obvi que els polítics en són els culpables. Han estat massa curts de mires i egoistes en els últims anys. No es preocupen per ningú més que per ells mateixos, i les mesures que s'han anat adoptant s'han pres sempre des de dalt, sense tenir en compte les conseqüències per als espanyols ni la seva opinió. Cal prendre mesures ara per fer front a aquesta amenaça al benestar del nostre poble*".

Annex 3 – Preguntes

Preguntes:

- Antidemocràcia – Indiqui el seu grau d'acord amb les següents afirmacions, si us plau:
    - Preguntes:
        - (Q14.1) Per 'protegir la gent', accepto que el Govern augmenti els seus poders sense consultar el Parlament
        - (Q14.2) Un líder fort hauria de poder ignorar certes lleis si això beneficia a la majoria
        - (Q14.3) Els procediments democràtics poden ser un obstacle quan s'han de prendre decisions urgents
    - Respostes:
        - Totalment en desacord
        - En desacord
        - Alguna cosa en desacord
        - Ni d'acord ni en desacord
        - Alguna cosa d'acord
        - D'acord
        - Totalment d'acord

- Desinformació – Imagini que ha llegit una notícia com l'anterior, indiqui quina probabilitat hi ha que faci les següents actuacions, si us plau:
    - Preguntes:
        - (Q15.1) Compartiria aquesta notícia a xarxes socials, fins i tot si no conec la font original
        - (Q15.2) Enviaria aquesta notícia a amics o familiars sense verificar prèviament la informació que conté
        - (Q15.3) Abans de compartir una notícia com aquesta, comprovaria si és vertadera
    - Respostes:
        - Molt improbable
        - Improbable
        - Una mica improbable
        - Ni probable ni improbable
        - Una mica probable
        - Probable
        - Molt probable