

Estrategias Aplicadas en Discursos Políticos del Socialismo del Siglo XXI

Applied Strategies in Political Discourses of 21st Century Socialism

LOURDES CALDERÓN

Magister y doctorando. Universidad Tecnológica de Israel.
Correo electrónico: lcalderon1980@yahoo.com

Resumen

El discurso nace de lo que se conocía en la antigua Grecia como oratoria. El contenido de los primeros discursos tenía un peso filosófico, sin embargo, aunque ha habido cambios en el discurso político, es en el siglo XXI que existe una transformación radical por influencia de la ideología del socialismo. Esta estrategia discursiva ha marcado un referente en la historia de los discursos políticos, su impacto social es alto, por lo que es importante analizar los cambios estructurales y la mezcla de estrategias incorporadas a partir del discurso de Hugo Chávez, referente políticos de este socialismo.

Palabras clave

Discurso — Político — Siglo XXI — Estrategias

Abstract

The discourse is born from what was known in ancient Greece as oratory. The content of the first discourses had a philosophical weight, however, although there have been changes in political discourses, in the twenty-first century, there is a radical transformation of discourses under the influence of socialism ideology. This discursive strategy considered a reference in politic discourses history, its social impact is high, so it is important to highlight some of its structural changes and mix strategies incorporated since Hugo Chavez discourse, as politic reference of socialism.

Keywords

Discourse — Politic — 21st Century — Strategies

Desde la antigua Grecia se generó lo que se conocía como oratoria política clásica. Con el transcurso de los años, lo clásico fue remplazado por lo medieval y moderno, pero es en la contemporaneidad que esta oratoria fue concebida, por la profundidad del mensaje (del texto) en discurso. Sin embargo, el discurso político que parecía ser una clasificación más, asume dentro de su proceso de elaboración, algunas cualidades de otros discursos, convirtiéndose en un discurso híbrido que contiene los siguientes elementos: el científico tecnológico al divulgar con un lenguaje específico transformaciones en beneficios de la humanidad. El estético ya que no hay discurso político que no sea bien elaborado y con un análisis exhaustivo de su contenido. Retórico por su función de persuadir y el acompañamiento de gestos como apoyo del discurso. Muchos han incorporado también el histórico cuando atribuyen como referencia eventos del pasado. Incluso ha habido quienes al utilizar citas incorporan el religioso como estrategia discursiva.

Estas cualidades han sido evidentes en algunos líderes, como por ejemplo Che Guevara (Mészáros, 2008), quien proponía como idea principal un orden social, para lo cual usaba el científico tecnológico y retórico al llamar a la conciencia del pueblo y alinearse con ellos a la justicia, la verdad y la humanidad. Gramsci (Mészáros, 2008) compartía esa misma voz, así como József. Los tres usaban lo histórico y el tiempo como una alerta de evitar la catástrofe del mañana. Compartían un sufrimiento del pasado y el optimismo del futuro. Hay que destacar el valor de la retórica en los discursos socialistas, por su alto uso del lenguaje con una finalidad persuasiva.

Se puede destacar los siguientes elementos discursivos, que para este texto se entenderán como dimensiones del discurso:

Figura 1: Dimensiones del discurso



Fuente: elaboración propia

El contenido es toda la temática que se aborda en el discurso. Los elementos y su organización, es la distribución de la información y su orden. La estructura se basa en la forma del discurso que contempla tres fases: inicio, exposición y argumentación. Estos elementos son importantes para la elaboración del discurso en general, y más aún del discurso político ya que es parte de su estrategia el trabajar profundamente estas dimensiones.

Para entender esto, se debe también precisar la ideología del socialismo y sus concepciones más representativas en sus discursos. En los años 60 y 70 América Latina pasó por tres períodos importantes: el "boom" (Colectivo Infrarojo, 2014), como el período creativo o de planificación; la fase insurgente de las revoluciones: cubana y chilena. El segundo momento llamado por la teología de la liberación. El tercero donde América Latina se convierte en el centro del pensamiento universal. Se puede destacar que Cuba es el referente del socialismo, seguido por Perú, Argentina y Chile. Ecuador también vivió luchas populares. Es decir que inició un impulso por el cambio. La revolución social estaba surgiendo, se agudiza en el siglo XX, cuando la globalización levantó más al capitalismo, el socialismo recobra fuerza. El populismo, entendido como una convocatoria directa al pueblo, aparece como una característica principal en este período y representa una oportunidad.

Entonces, en el siglo XXI, el actor de esta revolución es el ciudadano. Los líderes crean bases más sólidas en la apolítica y América Latina retoma la fama de continente populista, con pocas excepciones como Chile, Costa Rica y Uruguay. En este contexto populista se cumple con todas sus dimensiones: comunitario, apolítico, verdadera democracia del pueblo soberano, democracia participativa. En este mismo escenario el pueblo es una "entidad mítica" (Mészáros, 2008) que tiene como principal cualidad la semejanza de sus miembros, en especial entre el líder y seguidores. Una comunidad con armonía, unida, con cohesión y homogeneizada.

En este contexto, hay que añadir las estrategias del discurso del Socialismo del Siglo XXI, que recuperan algunas de su referente histórico como Ché Guevara, pero que aplica los tres tipos de discurso que mencionaba Aristóteles (Pujante, 2010). Deliberativo al mencionar proyecciones del futuro como resultado de la gestión política. En este sentido, marca un juicio sobre los gobiernos del pasado, culpando a los enemigos del populismo, la oligarquía y la política como los culpables de haber quitado la soberanía del pueblo y con la revolución que pregona el socialismo se recuperará lo usurpado y el futuro será mejor para todos. Esto se vincula al otro tipo: el Judicial, al juzgar el pasado, los gobiernos anteriores y sus acciones.

El último tipo, el Demostrativo, se visibiliza al lograr que la audiencia admire la habilidad del orador. Es aquí donde el líder tiene preponderancia, pero el líder con características populistas, es decir, carismático capaz de que el pueblo lo identifique como parte de él. Sus atributos personales, elementos biográficos y comportamiento forman su discurso no verbal. Manera de vestir, uso de lenguaje, habilidades artísticas, gustos gastronómicos; son parte de la personificación del portavoz del pueblo. "El líder no solo representa sino encarna al pueblo" (Zanatta, 2014).

Esta hibridez ha logrado construir una operación semántica de retórica, en el que la narrativa, el contenido y la estructura del discurso ha logrado establecer un modelo, que ha sido cimentado por un líder político del socialismo en Latinoamérica: Hugo Chávez.

Estrategias de discurso

En el siglo XX es cuando se afirma la “fama de continente populista” (Zanatta, 2014) por lo que los líderes del socialismo que emergen en esta época rescatan y establecen estrategias en el contexto discursivo, sobre todo con la llamada Revolución Bolivariana, o el Socialismo del Siglo XXI, ideología que fueron difundidas en los discursos de Hugo Chávez, presidente de Venezuela en ese entonces.

La comunicadora Alicia Elizundia (Elizundia, 2013) afirma que Chávez estableció un nuevo género discursivo en la política al incluir textos en función de construir sentidos y significados que tributan a las nuevas relaciones de poder, la nueva cultura e ideología. Por ello es importante analizar su estrategia discursiva, como referencia del discurso del socialismo en el siglo XXI.

Sus discursos marcaron pensamientos y valores que hasta hoy se mantienen en los discursos de los presidentes de Latinoamérica, que son cercanos a la ideología. El desarrollo discursivo configura la hibridez, refuerza la intención del autor y persigue los factores de: convencer, persuadir y conmovir. A continuación se explica más a fondo las estrategias aplicadas.

Ejes temáticos

Los ejes temáticos son la base de la construcción del concepto comunicacional. Es el eje de una campaña, de una ideología, entre otras. Esto también lo señala Charaudeau (Charaudeau, 1992), cuando menciona que estos ejes instituyen categorías que permiten seleccionar los diferentes tópicos que desarrolla cada discurso en un área definida.

El socialismo del siglo XXI estableció muy claramente sus dos enfoques, que son: crisis y cambio. Estos dos son elementos clave en la construcción de su discurso. Por ejemplo, al referirse a cambio, estableció propuestas de mejoramiento. El vocero del discurso o líder se presenta como reivindicador y salvador, que no solo representa al pueblo, sino que como se había mencionado antes, encarna al pueblo; parte esencial por la que se relaciona con la teoría del populismo.

El líder es garante de la soberanía popular que pretenden reorientar el legado bolivariano hacia la recuperación de valores perdidos de la democracia: soberanía, independencia y solidaridad. Ejerce así el papel de líder populista, al ser cumplir con los siguientes parámetros (Zanatta, 2014): comunitario, apolítico, devuelve al pueblo la centralidad y la soberanía, puritativa el mundo moderno a través de los valores del mundo pasado, proclama la igualdad social. Una igualdad que se deriva principalmente de la unidad del pueblo que parte de la semejanza entre sus miembros, incluido el líder. Igualdad que Marx ya lo decía “una sociedad de iguales” (Mészáros, 2008) Hugo Chávez reafirmaba su acercamiento a las concepciones del socialismo de Marx “... Marx vuelve y con él

sus ideas que forman parte insustituible del conjunto de ideas de esta revolución” (Socialista, 2015).

La crisis del pasado señalada varias veces por el líder y compartido por el pueblo es repudiada y atacada con una propuesta de cambio. Una credencial liberadora que el líder populista exhibe.

Uso de instrumentos de la propuesta

Los ejes mencionados anteriormente requieren de instrumentos conceptuales que fundamenten su propuesta. Es decir, en el socialismo del siglo XXI, al hablar de cambio se refiere a: revolución, unidad nacional y latinoamericana, pueblo (construcción una nueva república). Similar al orden social que pretendía Che Guevara, donde la humanidad era la prioridad y que en el caso de Chávez lo resume en la palabra pueblo, pero el pueblo del populismo, es decir el pueblo soberano.

Mientras que en el caso de crisis, la oposición o gobiernos del pasado son considerados instrumentos conceptuales. Estos términos refuerzan la concepción de los ejes, además que generan una representación social conceptual. La audiencia, por lo tanto, relaciona a la crisis con ciertos partidos de gobierno o con ciertas ideologías políticas, como el capitalismo, entre otros. El líder resalta en su discurso el dolor por lo hecho al pueblo, por lo arrebatado al pueblo, por el presente desesperanzador y sobre este argumento presentan el cambio, donde se reintegra lo perdido: los valores, la soberanía y esto es posible solo a través de la unidad y la igualdad del pueblo. Una revolución social que es la clave del cambio y que requiere una transformación social continua (Mészáros, 2008). Este cambio vuelve a dar participación al pueblo. Chávez se presentaba como ajeno a la política, parte de un nuevo movimiento llamado Partido Socialista Unidad de Venezuela, que condenaba moralmente el pasado y a trataba como enemigos a quienes consideraba culpables, la crisis de Venezuela era la consecuencia de los malos gobiernos, pero la revolución presentada por este líder ofrecía un futuro mejor.

Contenido

En este punto se establecen las ideas principales que se tratarán. Aquí se trabaja el propósito u objetivo. Sin embargo, la mayoría de discursos en la actualidad trabaja los contenidos por un tema específico y se apoya de una ayuda memoria.

Esta ayuda memoria contiene toda la información, que se considera relevante. Por ejemplo, si el tema es la inauguración de un nuevo local. La ayuda memoria tendrá información de metros de construcción, servicios o productos que oferta, horarios de atención, historia de la compañía, premios, acuerdos, entre otros datos importantes. Estos datos también serán parte del argumento del discurso.

Para el desarrollo de contenidos, vale la pena plantearse las siguientes preguntas: a quién va dirigido, cuál es el mensaje principal y qué datos se requiere.

Organización de elementos

En este punto se establece la estructura, es decir la forma. En el caso de Chávez se aplicaba una construcción discursiva no tan común, como es la que se conoce como etnicidad, donde se considera tres tipos de estructura:

Figura 1: Organización de estructura de contenido



Fuente: elaboración propia

Argumentación

El argumento es un conjunto de ideas coherentes, que dan más validez a un discurso. No es letanía, es un texto que tiene veracidad y que además puede ser comprobado con datos, por ejemplo, al decir el gobierno ha crecido económicamente, este argumento puede ser verificado con estadísticas.

En la argumentación Según Caruman y Quiroga (Caruman, 2010) hay cuatro tipos de argumentos: datos y hechos, explicaciones, valores y autoridad. Estos autores sugieren que en la estructura del discurso se incorpore el orden de los argumentos usando lo recomendado por la retórica clásica, es decir el orden nestoriano 2, 1, 3. Entonces se inicia con argumentos medianamente fuertes, seguido por los más débiles y termina con los más fuertes.

Datos y hechos

Estos argumentos son los que se apoyan en cifras, estadísticas y datos incuestionables. En el contexto del discurso, no solo es parte de la argumentación, sino que también sirven de pruebas que validan el contenido y que a su vez dan credibilidad al orador. Este recurso es muy usado, en lo que se llama periodismo de datos. Los cuadros estadísticos en las notas informativas han logrado mostrar los resultados sociales, económicos, políticos, educativos, entre otros.

Una cifra siempre impresionará, informará y creará expectativa. Lo importante también es que aunque este tipo de argumento es relevante y tiene muchos beneficios, hay que evitar construir un texto que se contradiga con los otros tipos de argumentos. En este punto, hay que considerar el uso de la universalización, como lo explicó Habermas (Prior, 1983) para legitimar el

discurso, como por ejemplo: cifras de seguidores, cifras de revolucionarios, entre otros.

Argumentos basados en explicaciones

En este tipo de argumento, es donde se aplica la conocida teoría de la persuasión (Hovland, 1957) En este punto, no sólo se pretende que la audiencia entienda el mensaje, sino que se sienta atraída y en el punto más ambicioso, persuadida, por el pensamiento o la idea que se plantea en el discurso. La pretensión es un cambio de actitud, de decisión, incluso que pueda permitir una transformación cultural.

Para esto, este argumento se apoya en algunas definiciones, tales como: descripciones, definiciones, relaciones de casualidad o consecuencias. El uso de mensajes formativos, es el caso que se aplicó en el socialismo, al explicar el proceso del bolivarianismo. En la frase “No es lo mismo hablar de revolución democrática que de democracia revolucionaria. El primer concepto tiene un conservador; el segundo es liberador” (Marín, 2018) Se puede entender este tipo de argumentos, Chávez explica al pueblo un concepto principal de su ideología, resaltando a la democracia revolucionaria y relacionándola con la libertad. Uno de los valores dentro de su propuesta de cambio.

De la misma manera en la frase "Vencer significa lograr la concreción firme, la concreción profunda, la concreción plena e integral del proyecto nacional de Simón Bolívar” (Salazar, 2015). Chávez vuelve a explicar la palabra vencer como parte de la ejecución de la meta de Bolívar que está relacionada con la libertad de Latinoamérica. Con estas frases incorporadas en su discurso, Chávez iba enseñando al pueblo los conceptos base de su ideología y de su revolución.

118

Argumentos basados en valores

Este tipo de argumento implícitamente está involucrado con los otros tipos de argumentos, ya que los valores se atraviesan. Estos dependerán de la ideología con la que se trabaje el discurso y además deben tener relación con los valores sociales. Aunque pueden ser también nuevos valores, en el caso del socialismo del siglo XXI, que fue un valor construido como latinoamericano.

En el caso del socialismo del siglo XXI que incorporó valores ideológicos, nacionales, culturales, morales, religiosos, cercanamente relacionados con los ya hablados por Che Guevara, al resaltar la justicia, la verdad y la humanidad. Chávez resaltaba los mismos, pero adiciona otros: libertad, solidaridad, soberanía, independencia; estos como valores ideológicos. Mientras que la honestidad, lealtad y la verdad, como valores morales. Los valores nacionales se presentan en los productos del país de Venezuela, como petróleo, oro y tierra. Los valores culturales resaltan la gastronomía, lugares turísticos, fiestas, música; estos son muy usados también como parte de su presentación de líder populista. Pero a esto agrega valores latinoamericanos, retomando de Bolívar, la unidad y presenta al socialismo como otro valor más.

Argumentos basados en la autoridad

En este punto, el vocero u orador es lo importante. El discurso está ligado al prestigio, al saber, a la notoriedad de quien lo dice. La imagen y reputación del orador son importantes. Si el orador es más aceptado y tiene credibilidad la persuasión del discurso será más fácil de llevar a cabo. En este sentido Chávez logró convertirse en la voz del pueblo y en ser reconocido de esa manera. El pueblo confiaba en él y lo reconocía como líder. Su imagen, muy ligada a la imagen de líder populista, al vestirse como comandante; su lenguaje al usar palabras coloquiales usadas por el pueblo “No vamos a permitir que nos mamen gallo” (que nos engañen); junto a su carisma hicieron que su argumento se base en la autoridad, en su liderazgo.

Uso de figuras de repetición

El uso de frases que se distinguen en el discurso, no solo por el curso del texto, sino también por su reiteración. Estas frases comprenden fonemas, palabras, sintagmas y oraciones. Cumplen con dos tipos de repeticiones, la una como elementos idénticos, donde la misma frase o palabra se repite al principio, interior o final del enunciado. El más usado es la conduplicación, que es el uso de dos elementos de la frase, por ejemplo: “...Simón Bolívar, nuestro padre, dijo un mundo equilibrado - un universo - un universo equilibrado para tener la paz y el desarrollo”ⁱ. Un universo sería la palabra como conduplicación.

“Hoy tenemos patria y pase lo que pase en cualquier circunstancia, seguiremos teniendo patria. “Patria perpetua”, dijo Borges. Patria para siempre, patria para nuestros hijos, patria para nuestras hijas...patria, patria, patria.” La palabra patria sería entonces la conduplicación. En muchos discursos de Chávez las palabras *el Libertador vive* ha sido usado sólo como reduplicación, sin embargo al unirle con otra de sus frases se convierte en una conduplicación. “Mientras exista Revolución Bolivariana, el Libertador vive”. De la misma manera el uso de epanalepsis, es muy común, al repetir una palabra de forma continua, por ejemplo: “Obama eres un fraude, un fraude total”ⁱⁱ. De esta manera se resalta y se refuerza una idea.

En otras ocasiones se prefiere realizar la repetición de un elemento final o de un grupo de palabras como oraciones o versos. Aunque este uso retórico se usa más en la literatura, como lo hace Antonio Machado (Machado, s.f.) en el siguiente texto:

...“ La plaza tiene una torre,
la torre tiene un balcón,
el balcón tiene una dama,
la dama una blanca flor.
ha pasado un caballero
-¡ quién sabe por qué pasó !-,
y se ha llevado la plaza,
con su torre y su balcón,
con su balcón y su dama
su dama y su blanca flor.”.

Las palabras torre, dama, balcón y flor cumplen con lo llamado Anadiplosis. Chávez también aplicó esto, usando la palabra por amor, en el discurso de campaña de las elecciones presidenciales del 2006 (*Aporrea, 2006*):

“Siempre todo lo he hecho por amor,
Por amor al árbol, al río, me hice pintor.
Por amor al saber, al estudio,
Me fui de mi pueblo querido, a estudiar,
Por amor al deporte me hice pelotero.
Por amor a la patria me hice soldado.
Por amor al pueblo me hice Presidente,
Ustedes me hicieron Presidente,
He gobernado estos años por amor.
Por amor hicimos Barrio Adentro,
Por amor hicimos Misión Robinson,
Por amor hicimos Mercal,
Todo lo hemos hecho por amor.
Aún hay mucho por hacer.
Necesito más tiempo.
Necesito tu voto.
Tu voto por amor”

Estas figuras de repetición son más efectivas cuando el discurso político está conectado, por ejemplo si todos los ministros de Estado incorporan frases o palabras que son parte de la línea de Gobierno.

120

Adjetivación

El uso de adjetivos ha sido tradicional en el proceso de construcción del discurso, sin embargo, también hubo muchos casos que había un excesivo uso de adjetivos, lo que convertía al discurso en versos literarios dramáticos.

Sin embargo, sigue siendo parte importante en un discurso, cuando se lo usa correctamente, por sus medios descriptivos y caracterizadoras. También porque tiene la capacidad de caracterizar el estilo propio de cada orador. Los más usados son: el adjetivo que señala el significado del sustantivo, por lo cual es conocido como adjetivo especificativo y el explicativo o calificativo el cual su significado está implícito.

En la frase "Mi opinión firme, plena, como la luna llena, irrevocable, absoluta, total"ⁱⁱⁱ Chávez usa dos tipos de adjetivos, luna llena sería el explicativo y firme, plena, irrevocable, absoluta y total; son parte del adjetivo especificativo. En la frase "Come here, mister Danger, cobarde, asesino, eres un genocida, eres un alcohólico, eres un borracho, eres un inmoral, eres lo peor, mister Danger, eres un enfermizo, lo sé personalmente" (Universal, 2013) Los adjetivos calificativos son usados repetidamente, sin embargo, hay que tener cuidado con el uso de adjetivos, porque puede volver al texto aburrido y monótono, pero siempre son un recurso que enriquece un texto.

Ironía o antífrasis

La ironía también es un recurso usado con frecuencia, y sobre todo si hablamos en los discursos políticos de Socialismo del siglo XXI. De esta manera el texto dice algo pero se entiende lo contrario, además el texto va acompañado del tono de voz del orador. Se podría decir que la ironía tiene su propio tono. En este sentido, se debe conocer y analizar bien lo que se llama como los datos comunes. Esto es lo que conocen emisor y receptor, para que los dos puedan entender la verdadera intención del texto. Esto implica también que el lenguaje debe ser coloquial. Este recurso retórico, tiene otros similares, que han sido muy explotados en el Socialismo del Siglo XXI, como son: sarcasmo, antífrasis, asteísmo, carientismo, clenasma, diasirismo y mimesis.

La intención del orador es importante también en la aplicación de estas formas, comúnmente ha usado algunos recursos figurativos como: preguntas retóricas, dilogías, metáforas, alegorías, énfasis, perífrasis, paradojas, comparaciones, etc. "Creo que Obama, si fuera de Barlovento o de algún barrio de Caracas, votaría por Chávez. Obama es un buen tipo (...) Yo votaría por Obama" (Gestión, 2015). "No sería extraño que en Marte haya habido civilización, pero a lo mejor llegó allá el capitalismo, llegó el imperialismo y acabó con ese planeta" (Mundo, 2011)

En estas líneas del discurso de Chávez, por ejemplo se puede incluso sin escuchar al orador, entender la ironía, por el contexto político de Venezuela con Estados Unidos. La audiencia latinoamericana ha apreciado este tipo de recurso en los discursos políticos, incluso le ha penetrado el recurso del humor. Sin embargo, hay una línea muy delgada de pasar al ridículo o de convertir al discurso en pesado y que no sea del gusto de la audiencia. No es algo que puedan usar todos los oradores, dependerá mucho de la personalidad del orador.

El sarcasmo también fue usado por Chávez, como en la frase "Ayer estuvo el diablo aquí; huele a azufre" (País, 2006), que usó luego de la visita de George Bush, ex presidente de Estados Unidos en la Asamblea General de las Naciones Unidas en 2006.

Las alegorías y metáforas fueron herramientas muy usadas por Chávez. "Somos como la sencilla arcilla, que con el fuego se endurece". "Si yo me callo, gritarían las piedras de América Latina". "...nosotros salimos de la tumba y no vamos a volver más nunca a la tumba" (Chávez, Discursos Fundamentales Ideología y Acción Política, 2003). Estas frases no solo que causaban impacto en el pueblo, sino que además despertaba la emocionalidad.

Emocionalidad

En esta parte, se aplica la psicología, un recurso muy usado en la publicidad o en la comunicación, cuando se habla de sensibilización. De la misma manera, el discurso ha adaptado por ejemplo los testimonios, las frases, anécdotas o historias de referencia que se usan con un recurso emocional. Se aplica la estrategia de Noam Chomsky (Chomsky, 1988), es decir, desarrollar el aspecto emocional mucho más que la reflexión, como una clave de persuasión. En este sentido, Chávez usó muchas áreas emocionales del pueblo, como por ejemplo, música protesta que habla de la patria o que resalta a Simón Bolívar. De la misma compartía su fe en Dios y muchas veces comparó a Jesús como otro

revolucionario. "...Cristo es uno de los más grandes revolucionarios que haya nacido en esta tierra..." (Carpineta, 2007) Su discurso siempre resaltó el sacrificio, como parte también de la inspiración religiosa del populismo (Zanatta, 2014).

"Dame tu corona Cristo, dámela que yo sangro. Dame tu cruz, 100 cruces que yo las llevo, pero dame vida porque todavía me quedan cosas por hacer por este pueblo, por esta patria. No me lleves todavía". (Dínamo, 2013) En esta frase, por ejemplo Chávez usó no solo la emocionalidad que representa la fe, Dios, la religión católica que es la mayor practicada en Venezuela, sino también la oración, la súplica y el sacrificio.

La espiritualidad también es parte de esta estrategia, muchos oradores incorporan en la estructura de su discurso, citas, las cuales son de personalidades que trabajan con la emocionalidad, por ejemplo el Papa, Gandhi, Madre Teresa de Calcuta, entre otras. El dominio religioso permite que el vocero se acerque al imaginario religioso e histórico de la audiencia. Recordar a la audiencia eventos del pasado dolorosos, tristes o hechos que representan parte importante de la nación, como batallas o guerras ganadas. También héroes recordados o personajes históricos. Simón Bolívar, etc. "...pero no olvidemos nunca que debe ser siempre referencia vital del pensamiento político revolucionario venezolano, el Bolívarismo: Simón Bolívar y su pensamiento, su concepto y sus sueños (...)" (Kordán, 2014)

Añade valores simbólicos que legitiman una ideología, institución o imagen. Todo lo cual está en relación con la intencionalidad del emisor y con las finalidades y funciones estratégicas del discurso político, especialmente con la legitimación discursiva del concepto o noción que le interesa promover al político.

Los valores son basados en dominios de experiencia o comportamientos de vida social. Por ejemplo socialismo construido por Chávez tiene los siguientes valores que legitiman su significado: interés social, democracia, bolivarianismo, cristianismo, humanidad.

Interpelación

Muchos oradores aplican lo que se conoce como Interpelación discursiva, sobre todo en el marco del populismo. Es decir que el discurso contiene frases de reclamo, de demanda de una respuesta a algo. Son los cuestionamientos que se realizan a ciertas acciones de otros. Muchas veces se usa para cuestionar algo de la oposición por ejemplo.

Hay ocasiones también que el orador se vuelve representante de la audiencia y usa la interpelación para reclamar a la sociedad, a otras entidades del gobierno su accionar.

"Quizá me queda una pequeña esperanza de que Obama cumpla con lo que prometió en su campaña electoral. Ojalá Obama se dedique a gobernar Estados Unidos y se olvide del imperialismo y de la pretensión de gobernar al mundo" (BBC, 2010) En esta frase, Chávez conceptualiza al discurso socialismo del Siglo XXI, en uso del discurso populista cuando presenta la lucha entre el pueblo y la oligarquía como un enfrentamiento moral y ético, entre el bien y el mal.

En otras ocasiones, Chávez argumentó ser una persona común que ha surgido desde abajo hasta convertirse en una figura extraordinaria. “Yo soy un soldado pero no de fusiles ya. Soldado de ideas y de batallas de esta insurgencia popular, revolucionaria, ideológica...” (Hugo, 2009)

Narrativa

Una configuración narrativa como lo señala Aguirre (Aguirre, 1993) es una enunciación elaborada con ciertas estrategias. Su esencial elemento es el argumento. En este sentido, la narrativa del discurso socialista, emplea un género con una amplia maniobra argumentativa.

Los recursos usados frecuentemente son: tiempo (pausas), metáforas, eufemización y la narrativación al establecer una diferencia con el enemigo y con el pasado, “...nosotros salimos de la tumba y no vamos a volver más nunca a la tumba”^{iv}

Los cambios de entonación, también marca una estrategia importante. El sentido del humor y la apelación a la cultura popular, como parte de su narrativa, ayudan a que el líder socialista establezca una relación empática con sus seguidores y a su vez des caracteriza a los adversarios. Ejemplos:

El lenguaje no es técnico, ni profesional, sino más bien, sencillo, directo, coloquial, con un estilo conversacional e informal que logra un efecto de igualdad con sus seguidores. Hay que resaltar que Chávez fue reconocido por ser un político líder latinoamericano en hacer del humor un arma política. Así que está confirmado que el humor es recomendado pero hay que manejarlo. Correa también pudo usar el humor, una especie de humor basado más en el sarcasmo. Sin embargo, estos dos líderes lograron establecer un lenguaje, un idioma reconocido como el de los defensores de la causa latinoamericana.

En los estilos discursivos clásicos, el uso de la primera persona, no era usual. Sin embargo, Chávez y Correa lo incorporaron, usando el “yo”, en todos sus discursos, lo que devino en un uso comprometido y arraigado. La audiencia lo apreció como el “yo” que se responsabiliza del contenido, del enunciado y mismo tiempo se impone a los demás. De la misma manera, usó el “nosotros” para crear una empatía con la audiencia: “Siempre están presentes los traidores. Cómo evitarlos si hasta el Cristo que tenía un grupo de apóstoles le salió uno. Si eso le pasó al Cristo, bueno, ¿que nos queda a nosotros simples y llanamente seres humanos?” (Chávez, TodoChávez, 2003)

Chávez también reitera y enfatiza aquellos aspectos esenciales con imágenes representativas para la audiencia o con metáforas. “...en un minuto usted puede encenderle la antorcha bolivariana a alguien que ande en la oscuridad...” (Chávez, Sistema Bolivariano de Comunicación e Información, 2004).

Hay que destacar también la narrativa en los cierres discursivos, como algo que llamaba mucho la atención en la audiencia que escuchaba a Chávez y Correa. El uso de refranes, poesía, prosa y retórica emotiva, eran de gran importancia. Permitía que el receptor sienta emoción, nostalgia, alegría y un mix de emociones. “...ahí está Bolívar. Inspirémonos en esa mirada del padre...” (Chávez, TodoChávez, 2002)

En la frase “El pueblo venezolano más humilde, pero claro que se para todos, pero sobre todo para ellos y para ellas, me consumiré gustosamente al servicio del pueblo sufriente para tener patria, ¡viva la patria!” (Chávez, Todochávez, 2012), el cierre resalta la labor del líder y su labor como parte del pueblo de la patria.

“Sigamos dando esta batalla, abriendo los caminos, con mucha fe en la vida, con mucha fe en la patria que estamos construyendo, la patria socialista. Terminamos todos enviándole la más grande manifestación de amor, amor, amor a todo el pueblo venezolano, a toda la Patria Bolivariana. ¡Hasta la victoria siempre!, ¡viviremos y venceremos!, ¡independencia y patria socialista! Mis queridos camaradas” (Chávez, Todochávez, 2012), Chávez continúa animando al pueblo a seguir con la revolución y deja en el pueblo la motivación en continuar unidos luchando.

Relación con la audiencia

Para un orador lograr construir una relación con la audiencia, a través de su discurso, es el ideal. Sin embargo, no es un proceso fácil. La personalidad del orador tiene mucho valor en esto, ya que su carisma es de vital importancia. El discurso entonces debe contener un lenguaje amigable, cotidiano y cercano.

El norteamericano Murphy (Murphy, 2001) afirma que Chávez usaba un estilo informal, lenguaje coloquial y un tratamiento de sentido común que parecía atractivo de las masas. Por lo cual, el uso de términos técnicos en los discursos políticos no es recomendable, entre más familiar es el texto, más comprensible es para la audiencia. Chávez usaba el registro informal para abordar temas relacionados con el dominio público, no usaba conceptos complejos. “No debe haber espacio para bajas pasiones en el corazón de los revolucionarios”^v

También es importante que el discurso muestre interés en la audiencia, es decir, presente información de su entorno, por ejemplo: fiestas patronales, tradiciones, cultura, música, gastronomía, necesidades, entre otros. “...yo desde niño, ustedes saben, fui monaguillo en aquella Iglesia a donde estuvimos, donde estuvimos hace poco en Sabaneta de Barinas, mi amada, la Sabaneta del Camoruco, del Baronero” (Chávez, Todochávez, 2012) “El que sabe, sabe, y el que no sabe cero. Así decía mi abuela”. “Nosotros somos indios, somos caribeños; nosotros tenemos esa sangre caribe, latina” (Chávez, Todochávez, 2012) Este uso de imaginarios compartidos de la cultura popular, términos, anécdotas e historias cotidianas fueron usados, por Chávez, para popularizar y dar a conocer los conceptos básicos del modelo político-ideológico que se desea implantar.

Además de buscar cercanía y empatía contribuyó a desmitificar el discurso desde el poder. Chávez trataba de demostrarse otro ser humano como ellos, con errores y virtudes, es así que compartía a través de sus discursos historias de vida, que lo humanizaban. Esto permitía que se construya un sentido colectivo, afianzando los efectos persuasivos. Un líder que logró convertirse en amigo o compañero del pueblo, dejando su palestra presidencial, por lo que el pueblo lo aceptaba como uno de ellos. Un trabajo que permitía la construcción de un binomio: Chávez - pueblo. El relato de historias personales ayudaba con esta

cercanía. “Quince años pasaron desde aquel amanecer del 4 de febrero de 1992, y yo, soldado, que es lo que soy en esencia, cuán lleno de sentimientos estoy al ver aquí reunidos, junto a nuestro pueblo y ante el mundo, a un grupo de soldados que aquí nacimos, en esta academia, en estos campos” (Chávez, Ministerio del Poder Popular para la Comunicación e Información de Venezuela, 2013). Palabras que mencionó en un discurso que resaltaba al soldado venezolano. Según Mauro Wolf (Wolf, 1982) esta estrategia funciona siempre y cuando los mensajes estén estructurados de forma adecuada a las características psicológicas de los destinatarios. Por ello es muy importante el estudio de la audiencia previo a la elaboración del discurso.

Hay que resaltar el momento del uso de este recurso. Chávez usaba dramaturgia, anécdotas y confesiones después de un momento de enfrentamiento verbal con el opositor. Así suavizaba la narrativa y lograba un ritmo casi perfecto en el discurso.

“...A mí me estremeció, pero me estremeció mucho lo que dijo el presidente, premio Nobel de la guerra más bien, el presidente Obama, aquí mismo en Trinidad cuando vino a la reunión aquella de presidentes y dijo Obama: Bueno, no vengo a hablar del pasado, no miremos el pasado, miremos el futuro.” [...] “Le regalé el librito este de, el librote más bien, de Eduardo Galeano, Las Venas Abiertas de América Latina, donde se recoge el drama de nuestro pasado o parte del drama de nuestro pasado, que es un pasado bueno ciertamente doloroso, pero sobre el dolor lleno de amor, de batalla y un pasado heroico, el pasado de nuestros pueblos latinoamericanos y caribeños.” “Yo recuerdo... impulsados por ese dolor, pero por ese amor, un grupo medio loco de jóvenes muy jóvenes, empezamos a crear unas células, inspirados en otras cosas... y así nació en el seno del Ejército Nacional un movimiento que fue primero una semillita allí, y bueno, el que quiera condenarnos, condénennos pues, está bien” (Chávez, TodoChávez, 2012)

En este discurso, Chávez presentó cuentas a la Asamblea Nacional y relató casi en todo el texto del discurso la labor de personajes como Sucre y Bolívar, contrastando la lucha con el dolor del pasado. Acusa de Obama de querer olvidar el pasado, ese pasado que él y sus cómplices de batalla asumieron el reto de continuar el trabajo de sus libertadores.

La sinceridad con la audiencia también es importante. Muchas veces se ha señalado a los discursos políticos por su falacia, sin embargo, en la actualidad se quiere recuperar la confianza, lo cual requiere, por ejemplo, hablar de los problemas que tiene un país, un sector o grupo social. Lo importante no es ocultar el problema, sino presentar una solución en el discurso, algo práctico que satisfaga la expectativa de la audiencia. “...El mundo debe olvidarse del petróleo barato... Seguirá subiendo...” (Chávez, El Universo, 2005) Esto es algo que afirmaba en el 2005, el presidente de Venezuela, y que con el tiempo hasta la fecha pasó lo contrario, pero que en ese entonces era parte de su discurso cuando hablaba de cifras.

Recordemos que no hay un público homogéneo como consideraban algunas teorías de la comunicación del pasado, sino que la audiencia cambia por muchos

factores, sin embargo, como seres humanos todos tienen necesidades y les agrada que estas sean respondidas.

El uso también del esquema binario: bueno vs. malos, tenía el objetivo de exclusión y marginación del oponente como malo, usando un léxico descalificador y la auto representación positiva del yo (nosotros) como bueno. “El partido socialista debe ser un catalizador, un acelerador para que muera el viejo modelo capitalista y nazca el nuevo modelo socialista (...) para que terminemos de romper el viejo bloque histórico y sigamos construyendo el nuevo bloque histórico...” (Chávez, TodoChávez, 2007)

Legitimar significados

Chávez como vocero y líder presentó una primera visión del concepto de socialismo vinculado con algunos de los valores destacados en todos sus discursos (ej. igualdad, justicia, salud). “...socialismo social incluso, digo yo, aun cuando a algunos pudiera sonarle redundante la expresión “socialismo social”, sí, la igualdad, la justicia; salud, salud de calidad integral para todos sin excepción...” (Chávez, Apertura Petrolera, una estafa a la nación, Colección Cuadernos para el Debate, 2007)

De esta manera se construye un contenido comunicacional que hace que la audiencia entienda que todo accionar es para que el pueblo sea beneficiario directo o pueda tener acceso a las bondades que produce.

Chávez intentó legitimar el significado de “socialismo” acercándolo a la persona y presentándolo como parte esencial de la vida del ser humano, como el ser humano mismo, construyendo una imagen de este concepto que obtiene los sentidos de: solidaridad, amor, humanidad.

Esta legitimación de significados permitía implícitamente legitimar también la imagen propia del político, por medio de la construcción personal de la imagen política. Los tipos puros de dominación según el tipo de legitimidad, que afirma Weber (Martínez-Ferro, 2010), puede ser de carácter: racional que representa la autoridad legal, tradicional que es la creencia de las tradiciones y carismático que destaca el heroísmo o actuación extraordinaria del líder.

Las tres fueron usadas por Chávez en sus discursos.

“Volvió la democracia, volvió la revolución y ellos más nunca volverán, las leyes habilitantes son para el pueblo, hemos firmado la Ley de los Refugios, por ejemplo, hemos firmado la Ley para crear un fondo para atención a las zonas desbastadas por las lluvias, las inundaciones” (Chávez, TodoChávez, 2011) En esta frase, Chávez reafirmó su posición legal para firmar leyes, manifestó entonces su autoridad legal para hacerlo, además informó al pueblo de lo hecho.

“El socialismo es, igual a la democracia verdadera, el socialismo es el reino de Cristo hecho carne, hecho tierra, hecho realidad. Donde vivamos iguales como hermanos y como hermanas, y con la mayor suma de felicidad posible, el proyecto de Simón Bolívar, ese es el socialismo” (Chávez, TodoChávez, 2011). Chávez apeló en su discurso a la creencia religiosa y popular y la comparó con la verdadera democracia para resaltar el concepto y objetivo del socialismo, destacando el carácter tradicional.

“Yo termino con un grito que desde ahora comienza a recorrer como huracán bolivariano, la patria toda, rumbo al 2012, aquí vamos haciendo patria. ¡Los que quieran ser una colonia yanqui, váyanse con la burguesía! ¡los que quieren patria, vengan con Chávez! ¡Patria, socialista o muerte!” (Chávez, TodoChávez, 2011) En este texto reafirmó el presidente su liderazgo y su papel heroico al ser el pionero de la construcción de una nueva patria.

Conclusiones

Chávez rompió con el esquema clásico e incorporó nuevos elementos, un modelo, que por los resultados en la audiencia, se podría calificar como efectivo. No hay que dejar a un lado, una de las partes principales de este análisis, sin el cual el discurso no sería eficaz, el orador. Este debe cumplir algunas de las características ya analizadas, pero sobre todo, que debe ser un buen orador, con una actitud que rompe con los paradigmas de un líder populista que rompe con la formalidad política y se envuelve en la popularidad como parte del pueblo. Su liderazgo carismático estaba presente en todas sus intervenciones incluso en las que parecerían no apropiadas como en presentaciones internacionales, siempre mantuvo su estilo popular. Es por ello que se le considera como el líder que volvió a revivir el populismo y que impuso una nueva estrategia discursiva, además de mover con fuerza el socialismo e imponer como el socialismo del siglo XXI.

Estas estrategias expuestas en la línea discursiva de Chávez marcaron, no solo una trayectoria política en la historia de un país y en Latinoamérica, sino también han sido replicadas en algunos líderes socialistas del siglo XXI, como el caso de Evo Morales en Bolivia y Rafael Correa en Ecuador. Los cuales han tenido cierta respuesta similar, y en el caso de Correa incluso llegó al nivel de devoción de seguidores como lo conseguido por Chávez. Esto es evidente en sus apariciones públicas en donde las lágrimas del pueblo, la desesperación por tocar a sus líderes, como si fueran estrellas de cine, o de pedido de fotos, han convertido al pueblo no son en fans, sino en devotos. En el caso de Chávez, tras su muerte, incluso se realizaba rezos en su nombre, se ponían velas junto a su foto y se rezaba. Hay una capilla en su honor "Santo Hugo Chávez" (Diario, 2013). El resultado de su impacto en el pueblo no solo fue por el discurso, sino por el liderazgo, es por ello que a pesar de tener la misma línea política Lenin Moreno, presidente actual en Ecuador y Nicolás Maduro, actual presidente en Venezuela, no han logrado conseguir la misma aprobación y devoción, a pesar de que mantienen las estrategias discursivas.

Se puede concluir, entonces, que aunque existe una estructura bien construida y estrategias que han tenido impacto en el grupo objetivo, el pueblo. El elemento primordial es el orador o líder. Esto es parte principal del populismo que está vinculado estrechamente con el socialismo del siglo XXI. El líder carismático es el elemento que da vida al discurso y a la palabra.

Bibliografía

- AGUIRRE, J. M. (1993). *Las representaciones sociales y su configuración narrativa. Primera parte: La configuración de los agentes. En rev. Comunicación #82, segundo trimestre.* . Caracas: Ed. Centro Gumilla.
- APORREA. (12 de 02 de 2006). *Aporrea*. Obtenido de <https://www.aporrea.org/actualidad/a27829.html>
- BBC. (15 de 06 de 2010). *BBC*. Obtenido de http://www.bbc.com/mundo/america_latina/2010/06/100614_chavez_bbc_entravista_pea.shtml
- CARPINTELA, M. L. (21 de 01 de 2007). *Cristianismo bolivariano, socialismo y revolución*. Argentina.
- CARUMAN, J. Q. (2010). *Teoría del Discurso.* . Facultad de Filosofía y Humanidades.
- CHARAUDEAU, P. (1992). *Grammaire du sens et de l'expression*. París: Hachette Ed u ca tion.
- CHÁVEZ, H. (28 de 04 de 2002). *Todochávez*. Obtenido de <http://www.todochavez.gob.ve/todochavez/4093-alo-presidente-n-102>
- CHÁVEZ, H. (2003). *Discursos Fundamentales Ideología y Acción Política*. Venezuela: Foro Bolivariano de Nuestra América.
- CHÁVEZ, H. (06 de 06 de 2003). *Todochávez*. Obtenido de <http://todochavez.gob.ve/todochavez/2976-discurso-del-comandante-presidente-hugo-chavez-durante-firma-de-convenio-marco-entre-la-cvg-y-pdvsa>
- CHÁVEZ, H. (12 de septiembre de 2004). *Sistema Bolivariano de Comunicación e Información*. Obtenido de <http://www.alopresidente.gob.ve/galeria/23/p--24/tp--46/>
- CHÁVEZ, H. (05 de 03 de 2005). *El Universo*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/2005/03/05/0001/14/5F0F14A37302440080D34BDA2A04B8F4.html>
- CHÁVEZ, H. (2007). *Apertura Petrolera, una estafa a la nación, Colección Cuadernos para el Debate*. Venezuela: Ministerio para el Poder Popular para la Comunicación y la Información.
- CHÁVEZ, H. (23 de 06 de 2007). *Todochávez*. Obtenido de <http://www.todochavez.gob.ve/todochavez/2379-encuentro-nacional-de-aspirantes-al-partido-socialista-unido-de-venezuela-psuv>
- CHÁVEZ, H. (23 de 01 de 2011). *Todochávez*. Obtenido de <http://www.todochavez.gob.ve/todochavez/270-intervencion-del-comandante-presidente-hugo-chavez-durante-acto-de-conmemoracion-del-23-de-enero-de-1958-y-homenaje-a-fabricio-ojeda>
- CHÁVEZ, H. (10 de 10 de 2012). *Todochávez*. Obtenido de <http://todochavez.gob.ve/todochavez/24-intervencion-del-comandante-presidente-hugo-chavez-durante-acto-de-proclamacion-como-presidente-electo-de-la-republica-bolivariana-de-venezuela-para-el-periodo-2013-2019>

- CHÁVEZ, H. (04 de 03 de 2012). *Todochávez*. Obtenido de <http://todochavez.gob.ve/todochavez/155-mensaje-a-la-nacion-del-comandante-presidente-hugo-chavez-desde-la-republica-de-cuba>
- CHÁVEZ, H. (13 de 01 de 2012). *Todochávez*. Obtenido de <http://todochavez.gob.ve/todochavez/12-presentacion-de-memoria-y-cuenta-ante-la-asamblea-nacional-por-parte-del-comandante-presidente-hugo-chavez>
- CHÁVEZ, H. (13 de 01 de 2012). *Todochávez*. Obtenido de <http://todochavez.gob.ve/todochavez/12-presentacion-de-memoria-y-cuenta-ante-la-asamblea-nacional-por-parte-del-comandante-presidente-hugo-chavez>
- CHÁVEZ, H. (2013). *Ministerio del Poder Popular para la Comunicación e Información de Venezuela*. Obtenido de <http://www.minci.gob.ve/wp-content/uploads/downloads/2013/03/4felamanecerdelaesperanza.pdf>
- CHOMSKY, N. H. (1988). *The political economy of the mass media*. New York: Pantheon Books.
- COLECTIVO INFRAROJO. (2014). *Aportes al debate sobre el socialismo del siglo XXI. El Pensamiento del Monseñor Leonidas Proaño y Fernando Velasco*. Obtenido de <http://www.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/43306.pdf>
- DIARIO, E. N. (28 de 03 de 2013). *El Nuevo Diario*. Obtenido de <https://www.elnuevodiario.com.ni/internacionales/281734-santo-hugo-chavez-tumba-lider-venezolano-se-torna-/>
- DÍNAMO, E. (06 de 03 de 2013). *El Dínamo*. Obtenido de <https://www.eldinamo.cl/mundo/2013/03/06/30-frases-inolvidables-de-hugo-chavez/>
- ELIZUNDIA, A. (2013). *El discurso Político en Latinoamérica: El programa Aló Presidente*. Quito, Ecuador:: INCYT - UNIBE.
- Gestión. (05 de 03 de 2015). Hugo Chávez: las 18 frases más polémicas de su carrera política. Perú.
- HOVLAND, C. L. (1957). *The order of presentation in persuasion*. New Haven: Yale University Press.
- HUGO, C. (06 de 06 de 2009). *Todochávez*. Obtenido de <http://www.todochavez.gob.ve/todochavez/1534-entrevista-al-comandante-presidente-hugo-chavez-por-parte-del-senador-argentino-daniel-filmus-para-el-programa-presidentes-de-latinoamerica-del-canal-7-de-argentina>
- KORDÁN, A. (07 de 11 de 2014). *Aporrea*. Obtenido de <https://www.aporrea.org/ideologia/a197978.html>
- MACHADO, A. (s.f.). *La plaza tiene una torre, poema* . Obtenido de <http://www.camino-latino.com/spip.php?article36>
- MARÍN, A. (09 de 03 de 2018). Noticias Progresistas.
- MARTÍNES FERRO, H. (2010). Legitimidad, dominación y derecho en la teoría sociológica del Estado de Max Weber. *Revista Estudios Socio-Jurídicos*, 405-427.
- MÉSZÁROS, I. (2008). *El desafío y la carga del tiempo histórico: el socialismo del siglo XXI*. Valencia, Venezuela: Fundación Editorial El Perro y La Rana.
- MUNDO, E. (23 de 03 de 2011). *Chávez: "A lo mejor el capitalismo llegó a Marte y acabó con ese planeta"*. España.

- MURPHY, R. (2001). *Cambios en la Comunicación Política*, . Obtenido de Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui, Centro Internacional de estudios Superiores de Comunicación para América Latina, número 73.: <http://josemramon.com.ar/wp-content/uploads/>
- País, E. (20 de 09 de 2006). Ayer el diablo estuvo aquí. Huele a azufre todavía. Madrid, España.
- PRIOR, Á. (1983). *Habermas y el Universo Moral*. *Revista Internacional de Filosofía*.
- PUJANTE, D. (2010). *El discurso político como discurso retórico. Estado de la cuestión*. *Revista Miguel de Cervantes*, 307-336.
- SALAZAR, C. (11 de 11 de 2015). *Aporrea*. Obtenido de <https://www.aporrea.org/actualidad/a216989.html>
- SOCIALISTA, C. (03 de 04 de 2015). Foro por la emancipación e Igualdad. Argentina.
- UNIVERSAL, E. (05 de 03 de 2013). Entérate Las frases de Hugo Chávez. México.
- WOLF, M. (1982). *Sociologías de la vida cotidiana*. Madrid: Ed. Cátedra.
- ZANATTA, L. (2014). *El populismo*. Italia: Editorial Katz, Buenos Aires, Argentina.
-