

# La construcción de las identidades políticas en el discurso populista de Hugo Chávez. Un análisis basado en los estudios del discurso asistido por corpus

The construction of political identities in Hugo Chávez's populist discourse. An analysis based on corpus-assisted discourse studies

Ricardo Connett  
Universidad de Zaragoza,  
Facultad de Filosofía y Letras, España  
<https://orcid.org/0000-0002-9357-8228>

e-mail: [rconnett@unizar.es](mailto:rconnett@unizar.es)

Recibido: 10/10/2022  
Aprobado: 28/12/2022

## RESUMEN

Este artículo presenta un análisis del discurso político populista de Hugo Chávez, exlíder político venezolano y otrora figura destacada del populismo de izquierda en Latinoamérica. El estudio se enfoca en la manera en que Chávez construyó discursivamente la identidad política de su grupo político-ideológico y la del grupo opuesto. Se describe el marco teórico, se presenta el corpus de textos objeto de estudio y se explica la metodología utilizada, que integra análisis cuantitativo y cualitativo a través de Lingüística de Corpus. El análisis se realiza mediante la interpretación de datos del corpus, que se presentan en gráficos y ejemplos, y se llega a conclusiones sobre la construcción de las identidades políticas en el discurso de Chávez. El artículo destaca la importancia del análisis del discurso político populista en la comprensión de fenómenos políticos contemporáneos y la necesidad de integrar métodos cuantitativos y cualitativos en los estudios del discurso político y populista.

*Palabras clave:* discurso; análisis del discurso; lenguaje; populismo.

## ABSTRACT

This article presents an analysis of the populist political discourse of Hugo Chávez, former Venezuelan political leader, and once prominent figure of left-wing populism in Latin America. The study focuses on the way Chávez discursively constructed the political identity of his political-ideological group and that of the opposing group. The theoretical framework is described, the corpus of texts under study is presented, and the methodology used is explained, which integrates quantitative and qualitative analysis through Corpus Linguistics. The analysis is carried out by interpreting data from the corpus, presented in graphs and examples, and conclusions are drawn about the construction of political identities in Chávez's discourse. The article highlights the importance of analyzing populist political discourse in understanding contemporary political phenomena and the need to integrate quantitative and qualitative methods in studies of political and populist discourse.

*Keywords:* speech; discourse analysis; language; populism.

## INTRODUCCION

El análisis del discurso político populista ha despertado un enorme interés en las últimas décadas a causa del renacer histórico del fenómeno en Latinoamérica y Europa, especialmente, a finales del siglo pasado y a principios del presente. Tal como muestra la bibliografía especializada –y muy consciente, naturalmente, de los múltiples e importantes casos que constituyen la excepción– se advierte una tendencia en América Latina al auge de populismos de izquierda (De la Torre, 2007) que contrasta con lo que sucede en Europa, pues en el viejo continente son los movimientos de la llamada Derecha Radical Populista (Mudde, 2004, 2007) los que han cosechado mayores éxitos electorales (cf., para un estudio completo, Rovira Kaltwasser et al., 2017; De la torre, 2017; Zienkowski y Breeze, 2019).

Entre los líderes de la izquierda política latinoamericana de la primera década del siglo XXI destaca, con especial relevancia internacional, la figura de Hugo Rafael Chávez Frías, presidente de Venezuela desde la toma de posesión de su cargo en 1999 hasta su fallecimiento en 2012. En su trayectoria como líder político se caracterizó por exhibir un enorme carisma que le permitió conectar emocionalmente con los sectores más desfavorecidos de la sociedad venezolana y crear con estos una vinculación afectiva positiva (Nieto y Otero, 2012), pero, al mismo tiempo, una relación polémica con los medios de comunicación y con otros sectores de la sociedad que llevó a una profunda polarización política en el país (Bolívar y Erlich, 2011). Estas características, entre otras muchas, han permitido que prácticamente toda la bibliografía politológica identifique a Hugo Chávez como un líder político populista y, por ello, caso de interés científico.

Un elevado número de especialistas en ciencias sociales y del lenguaje han desarrollado sus investigaciones sobre el discurso político en general y sobre el discurso populista en particular desde perspectivas y aproximaciones muy diversas, pero también mediante métodos desemejantes entre sí. Destaca, por la larga tradición de la que goza en la multi e interdisciplinar empresa que es el Análisis del Discurso, un sinnúmero de contribuciones de tipo teórico-analítico con base en la hermenéutica, es decir, trabajos que poseen enfoques (casi) exclusivamente cualitativos, tanto en los estudios lingüísticos como fuera de ellos. En lo que respecta a los estudios lingüísticos del discurso político y populista que han dado prioridad a lo empírico sobre lo hermenéutico, o a lo cuantitativo sobre lo cualitativo, es preciso advertir que existen múltiples y muy valiosas contribuciones, sobre todo, a partir de la introducción de métodos de Lingüística de Corpus en el análisis discursivo (cf. al respecto, los siguientes trabajos, publicados todos en la última década: Mayaffre y Scholz, 2017; Ruiz Sánchez y Alcántara Plá, 2019a, 2019b; Breeze, 2019; Bartley, 2019; Pérez Paredes, 2019; Nisco, 2019; Russo, 2019; van Leeuwen, 2014, 2015a, 2015b, 2019). Buena parte de estos trabajos han tenido su origen en los *Corpus-assisted Discourse Studies* (Partington, et. al., 2013), cuyo fin es integrar el análisis cuantitativo y cualitativo en los estudios del discurso en general<sup>1</sup>. Y es en esta última metodología que este trabajo se enmarca con el fin de alcanzar el objetivo principal planteado: analizar, a partir de los datos empíricos que ofrece un corpus de textos de Hugo Chávez, la manera en la que dicho emisor construye discursivamente la identidad política de su propio grupo político-ideológico (endogrupo) y la del grupo político-ideológico opuesto (exogrupo).

Para llevar a cabo el análisis planteado se presenta, en primer lugar, el marco teórico, cuyo contenido incluye reflexiones y definición en torno a los términos *populismo* y *discurso político populista*. En segundo lugar, se describe el corpus objeto de estudio. En tercer lugar, se define y se explica brevemente la metodología propuesta. En cuarto lugar, se procede al

---

<sup>1</sup> Para un panorama más amplio acerca de los estudios discursivos que siguen esta metodología y una descripción de las ventajas y desventajas que plantea su aplicación al análisis del discurso político populista, cf. Izquierdo Alegría (2018).

análisis cuantitativo y cualitativo de la construcción de las identidades políticas en el discurso de Hugo Chávez mediante la interpretación de los datos que posee el corpus y que se ofrecen a través de gráficos y ejemplos extraídos de este para pasar, por último, a las conclusiones del estudio.

## MARCO TEÓRICO: EL DISCURSO POLÍTICO POPULISTA

Todo análisis del discurso político *populista* obliga al investigador a especificar qué entiende por *populismo* y, sobre la base de dicha explicación, ha de realizarse todo el estudio propuesto. Dicha tarea refleja complejidad, dado que son muchos los autores que han teorizado sobre el fenómeno del populismo y, por ello, muy heterogéneas son sus conceptualizaciones. Con todo, toda la bibliografía especializada coincide en señalar que aquellos líderes políticos considerados populistas poseen un rasgo discursivo definitorio y unívoco a la hora de expresarse: la presencia continua de un antagonismo u oposición entre dos entes, esto es, el *pueblo* puro y la *élite* corrupta (cf. especialmente De Cleen, 2019). Partiendo de este hecho, entendemos por *populismo* lo siguiente:

*Un fenómeno discursivo que se produce en las sociedades que experimentan una grave crisis social, económica o política y en las que surge, a causa de ella, la figura de un líder (emisor individual, encarnado en una figura personal) o de un conjunto de líderes (emisor colectivo, encarnado en todo un partido o movimiento político) poseedor de un fuerte carisma, quien se presenta a sí mismo como la representación de un pueblo (victimizado y exaltado por este) que no es escuchado, frente al enemigo causante de lo que dicha figura describe como una situación catastrófica. (Connett, 2021: 82)*

Dicha definición se enmarca en la concepción del populismo como discurso, iniciada en 1978 por el pensador argentino Ernesto Laclau y seguida por autores de diversas pero afines disciplinas dentro del ámbito de las ciencias sociales y del lenguaje (cf. Panizza, 2005; Charaudeau, 2009, 2019; Aslanidis, 2016; Stavrakakis, 2017; De Cleen, 2019; Kranert, 2019; Connett, 2021). Según esta tradición, los entes antagonísticos enfrentados discursivamente por el líder populista –*pueblo* y *élite*– no poseen un significado concreto, sino que su presencia en los textos que este produce responde a una lógica política de dicotomización de la sociedad en dos polos opuestos e irreconciliables: *nosotros* –los de abajo, los pro, los marginados– y *ellos* –los de arriba, los anti, los privilegiados–. Dado que esta lógica puede manifestarse verbalmente mediante significantes de diversa índole a causa de la heterogeneidad ideológica, cultural y lingüística de los miembros de la comunidad de habla que el emisor populista busca persuadir, es en la propia praxis discursiva que este va dotando de una identidad tanto a su endogrupo político-ideológico como al exogrupo contra el que lo enfrenta.

En el caso del presente análisis, el discurso de Hugo Chávez, las identidades han de construirse, en principio, con elementos léxico-semánticos propios de lo que Charaudeau (2019) denomina *la matriz ideológica de la izquierda* y su cuerpo de doctrina: la importancia de la visión igualitaria de la sociedad, el interés colectivo sobre el interés individual, el valor grupo y la concepción de un pueblo *demos*<sup>2</sup>. Ha de construirse el endogrupo como contraparte del exogrupo y, por ello, de forma simultánea, lo que confirma que en el discurso populista sus efectos se inscriben, como afirma Charaudeau (2011: 111), en una *problemática de la influencia* en la que actúa el *principio de alteridad*, pues «la conciencia de la existencia de sí mismo depende de la percepción de la existencia del otro y de su mirada».

---

<sup>2</sup> La concepción de un pueblo *demos* se opone a la concepción de un pueblo *ethnos*, asociado a la matriz ideológica de la derecha (Charaudeau, 2019).

## EL CORPUS

Para la presente contribución se somete a análisis un corpus de compilación propia, cuyo contenido incluye seis discursos orales pronunciados por Hugo Chávez en diferentes momentos de su trayectoria como Presidente de Venezuela (1999-2012) y, más concretamente, en diferentes contextos sociohistóricos y en eventos de habla de diversa tipología, como se observa en la Tabla 1:

**Tabla 1.** Distribución de los textos según el evento de habla

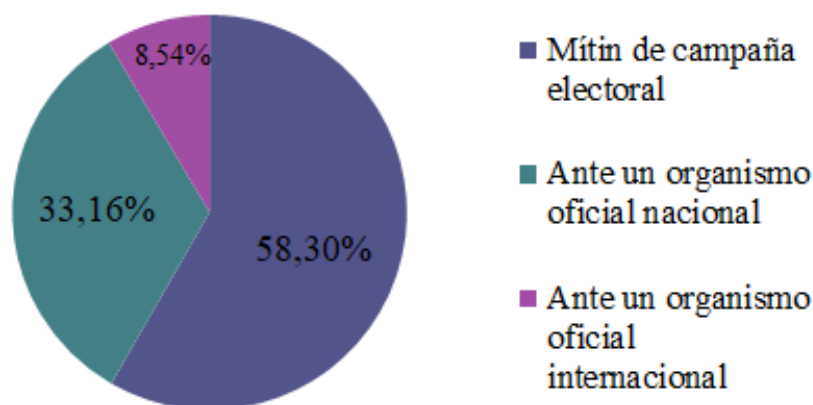
Tipo de evento de habla	Número de textos
Mitin de campaña electoral	4
Discurso ante un organismo oficial nacional	1
Discurso ante un organismo oficial internacional	1

Fuente: Connett (2021)

Se trata de un corpus de textos que tiene un total de 34,640 palabras que se distribuyen de la siguiente manera según el evento de habla del que forman parte:

**Figura 1.** Distribución de las palabras del corpus según el evento de habla

### Distribución del número de palabras según el evento de habla



Fuente: Connett (2021)

## LA METODOLOGÍA

Este estudio se basa en la metodología de los *Corpus-assisted Discourse Studies* (CADS) o, como suelen ser llamados en español, los *Estudios del Discurso Asistido por Corpus* (Partington et al., 2013). Como su nombre sugiere, estos principios metodológicos toman como punto de partida la Lingüística de Corpus (LC) para el estudio del discurso, por lo que se plantean como fin no solo seguir los métodos propios de la LC aplicada al análisis discursivo sino, además, «the uncovering, in the discourse type under study, of [...] non-obvious meaning, that is, meaning which might not be readily available to naked-eye perusal» (Partington et al., 2013: 11).

La metodología de los CADS facilita la integración de los análisis cuantitativo y cualitativo y ha de servirse de gestores de corpus para el estudio de los datos. En este trabajo, el gestor utilizado para tal tarea es Sketch Engine (Kilgarriff et al., 2014), una herramienta que

hace posible compilar textos, cuantificar clases de palabras o sintagmas mediante listas (*wordlist*) que facilitan la elaboración de tablas y gráficos, evaluar las combinaciones de dichas palabras y la estructura interna de dichos sintagmas (*word sketch*), y apreciar el contexto en el que fueron emitidas y su relación con el co-texto (*concordances*), entre otros recursos.

Por otro lado, para la elaboración de cada uno de los gráficos ha sido empleado el software de análisis cuantitativo *Power BI*.

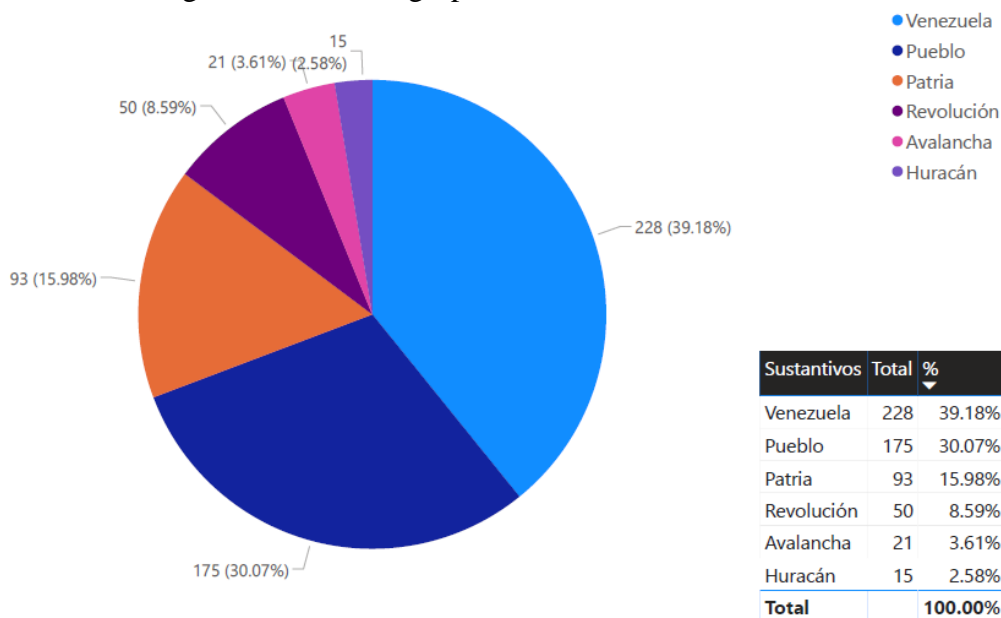
### ANÁLISIS DE LAS FORMAS NOMINALES DESIGNATIVAS DEL ENDOGRUPO Y DEL EXOGRUPO

En el presente apartado se analizan los sustantivos y otras formas nominales mediante las cuales Hugo Chávez designa al endogrupo y al exogrupo para dotarlos de una identidad política específica, tal y como se observa en el corpus objeto de estudio. Para ello, en primer lugar, se ofrecen gráficos circulares y de red en cada uno de los casos y se propone una interpretación de los datos cuantitativos recogidos en ellos; y, en segundo lugar, se presentan dichas formas nominales en contexto (en fragmentos discursivos diversos) con el fin de observar el uso de estas en los textos producidos por el emisor.

#### FORMAS NOMINALES DESIGNATIVAS DEL ENDOGRUPO

Partiendo de la idea de que el sustantivo o nombre es una de las clases de palabra que permiten apreciar más claramente la búsqueda de la identidad política de parte de un emisor, ofrecemos en este apartado, en primer lugar, un gráfico circular acompañado de una tabla en el que se recogen aquellos de uso más frecuente en el corpus de textos de Hugo Chávez para la designación del endogrupo.

**Figura 2.** Sustantivos designativos del endogrupo



Fuente: Connett (2021)

En primer término, podemos apreciar que el sustantivo *Venezuela* es, por mucho, el más frecuente para la designación del propio grupo político-ideológico de Hugo Chávez, algo que esperable en todo discurso político, pues la pronunciación del propio nombre del país que el líder gobierna (y quiere seguir gobernando) es lo habitual, sobre todo, en un corpus de las características que posee el que en este trabajo es objeto de estudio.

El segundo sustantivo más recurrente en los textos de Chávez para designar al endogrupo coincide con uno de los elementos léxico-semánticos más claramente asociados a todo tipo de populismo: *pueblo*. En este sentido, es preciso decir que no solo es esperable este sustantivo, sino que, al estar ubicado en el segundo lugar dentro de la lista, muestra a Chávez como un populista *clásico* en el sentido de que la apelación directa y explícita al pueblo es la máxima expresión del lenguaje populista. Similar es el caso del sustantivo *patria*, cuyo significante constituye solamente una variación del significado que contrae el signo *Venezuela* y, en buena parte, también, *pueblo*. En otras palabras, es posible interpretar estos datos como sigue: *patria* se encontraría en tercer lugar porque se manifiesta como una suerte de combinación semántica de lo que los sustantivos *Venezuela* y *pueblo* denotan.

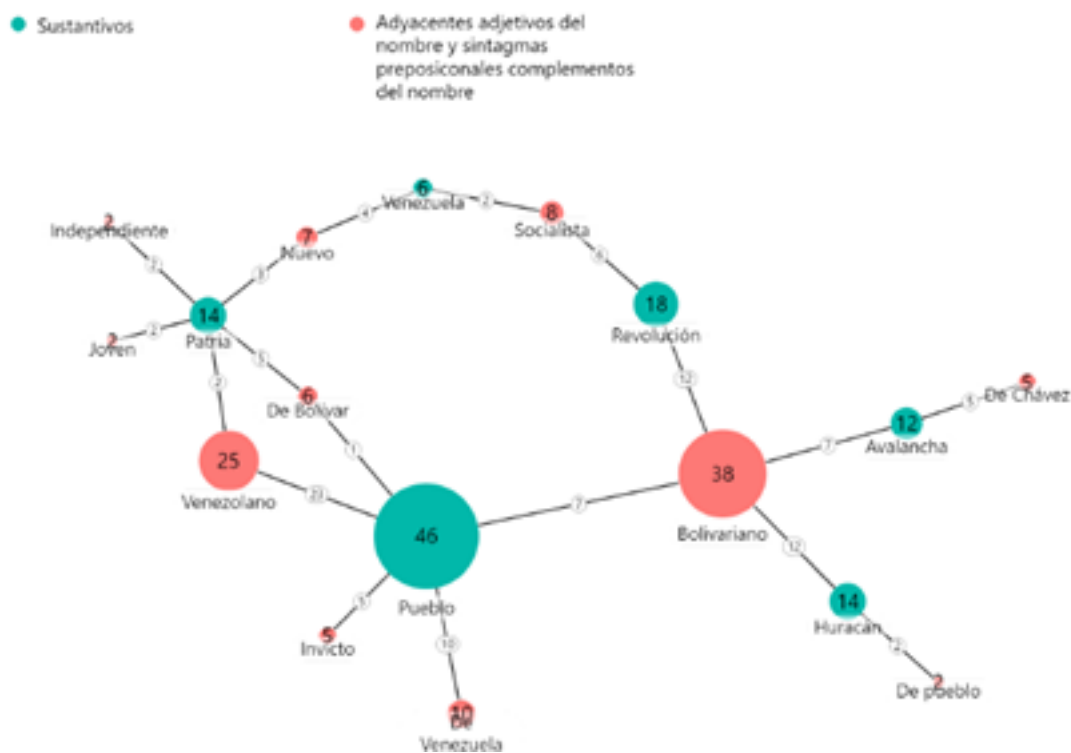
Diferentes son los casos que siguen a *patria*, es decir, los nombres a partir de *revolución*. La voz *revolución* posee un marcado matiz ideológico o doctrinal.

Por último, los otros dos sustantivos recogidos en el gráfico y en la tabla, *avalancha* y *huracán*, son expresiones metafóricas que reflejan la matriz ideológica de la izquierda (cf. Charaudeau, 2019) al tratarse de manifestaciones que promueven el espíritu colectivo sobre el individual, y que, en principio, no tendrían más carga doctrinal o ideológica que esta, pero, como se apreciará a continuación, es el emisor quien las politiza al combinarlas con otras clases de palabra o sintagmas.

Dicho lo anterior, es necesario dar un paso más en el estudio de la configuración lingüística de las formas nominales designativas de este endogrupo. Así, resulta de gran relevancia la construcción, de parte de Chávez, de diversos sintagmas nominales designativos de dicho ente. En concreto, han sido considerados altamente reveladores, respecto de la identidad del endogrupo, dos elementos modificadores: los adyacentes adjetivos del nombre y los sintagmas preposicionales complementos del nombre.

En el siguiente gráfico de red (Figura 3) se aprecian las combinaciones de palabras que constituyen las formas nominales predilectas de Chávez para designar a su grupo político-ideológico.

**Figura 3.** Formas nominales designativas del endogrupo



Fuente: Connett (2021)



En primer lugar, se observa que las expresiones metafóricas núcleo de la forma (o sintagma) nominal que designa el endogrupo, es decir, *huracán* y *avalancha*, se combinan mayoritariamente con un adjetivo de marcado contenido semántico doctrinal como es *bolivariano*.

A su vez, el adjetivo *bolivariano* presenta la más elevada frecuencia absoluta como complemento de diversos nombres: en concreto, con *revolución* y *pueblo*, además de con *huracán* y *avalancha*.

Otro de los adjetivos más recurrentes en el corpus de discursos de Chávez y que, en este caso, conlleva un claro sello identitario al tratarse de un gentilicio, es *venezolano*, combinado, naturalmente, de forma mayoritaria con *pueblo* y, en menor medida pero de manera igualmente esperable con *patria*. El sintagma preposicional *de Venezuela* es complemento, solamente y no por ello pocas veces, del nombre *pueblo*, algo que también cabría esperar.

Por otro lado, se aprecia que los adjetivos *socialista* y *nuevo* son asociados por el emisor con el sustantivo Venezuela, siendo *nuevo* el más frecuente, lo que permite advertir la importancia que para él tiene la construcción de un nuevo país que, si bien está basado en un proyecto político-ideológico, se trata de otra Venezuela, una Venezuela distinta que pretende romper las prácticas políticas del pasado. Esto último también puede verse en formas nominales como *patria independiente* y *patria joven*, que figuran en el corpus con la misma frecuencia absoluta, o el en el sintagma *Venezuela nueva*, con una frecuencia absoluta prácticamente similar a los dos sintagmas nominales anteriores.

Por último, cabe señalar que, si bien los sintagmas preposicionales *de pueblo* y *de Chávez* están siempre asociados a los dos sustantivos que constituyen expresiones metafóricas, esto es, *huracán* y *avalancha*, lo doctrinal y, en concreto, lo relacionado con Bolívar, predomina en el discurso de Chávez, sin desatender, por supuesto, que lo estrictamente ideológico también es una forma de designar el endogrupo nominalmente, p.ej. *revolución socialista*.

## LA IDENTIDAD DEL ENDOGRUPO EN CONTEXTO

Tras observar el gráfico de red, queda de manifiesto el carácter doctrinal de gran parte de las formas nominales que designan el endogrupo. Aquellos sintagmas que constituyen expresiones metafóricas y que se relacionan con el ámbito meteorológico, así como los que configuran una clara identidad de grupo con base en lo político-ideológico, son muestras de ello, algo que reafirma el texto que los rodea, como en el ejemplo (1):

(1) *Después el huracán bolivariano no ha hecho sino crecer, 12 años después aquí estamos, 12 años después aquí está la Revolución Bolivariana que llegó para quedarse, ¡y para no irse nunca, jamás, de esta tierra!* (HC – D3)

En la misma línea se sitúa el fragmento (2), en el que se aprecia, asimismo, una militarización del lenguaje de parte de Chávez, en tanto presenta al endogrupo como un ente que lucha en la campaña electoral como si se tratase de un conflicto bélico:

(2) *¡Vamos pues, compatriotas, el huracán bolivariano, a la carga, a la batalla, a la victoria!* (HC – D4)

A este estilo militarista se suma la victimización del endogrupo y la insistencia en considerar que este se encuentra viviendo un momento de situación catastrófica y de crisis a causa del rival político-ideológico de la campaña electoral, como se observa en el ejemplo (3):

(3) *¡Nada ni nadie le robará el futuro al pueblo venezolano, a la patria venezolana, a la juventud venezolana!* (HC – D6)

Por último, es posible también contemplar la descripción positiva y la valoración afectiva del endogrupo, pues la *Venezuela nueva* no solo es nueva porque forma parte de la construcción política que el propio Chávez en complicidad con sus seguidores se encuentra edificando, sino porque, además, es digna de recibir diversos adjetivos calificativos que, en su enunciación, poseen la fuerza ilocutiva de halagar y de ensalzar, característica que, como fue señalado en el marco teórico del presente estudio, forma parte de la definición de *populismo* aquí ofrecida (4):

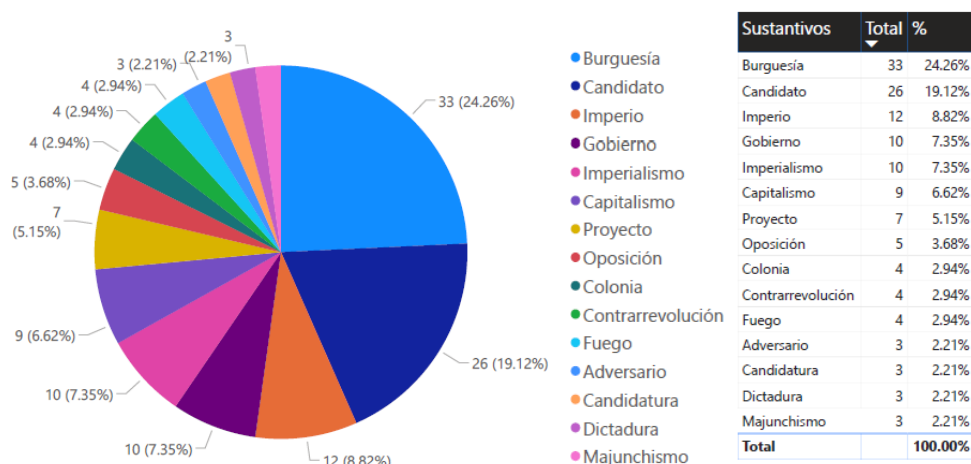
(4) ¡Grande y bonita, hermosa! La Venezuela nuestra, la Venezuela nueva. (HC – D5)

### FORMAS NOMINALES DESIGNATIVAS DEL EXOGRUPO

Siguiendo los métodos empleados para el análisis de las formas designativas del endogrupo mostradas en el apartado precedente, se procede a analizar, de igual forma, aquellas que el emisor político reserva para dotar de una identidad al grupo político-ideológico frente al cual se enfrenta, es decir, el exogrupo.

Se observa que en el gráfico circular que recoge los sustantivos designativos del exogrupo estos son más variados, heterogéneos y numerosos (Figura 4).

**Figura 4.** Sustantivos designativos del exogrupo



Fuente: Connett (2021)

Se aprecia, en primer lugar, un claro predominio de las voces *burguesía* y *candidato*. El caso de *candidato* es esperable debido a las características del corpus, pues se compone mayoritariamente de discursos de campaña electoral; además, ese sustantivo se combina, como podrá apreciarse enseguida, con diversos adjetivos y sintagmas preposicionales. El uso del sustantivo *burguesía*, por el contrario, no es precisamente esperable en todo emisor político, ni siquiera de todo emisor populista: se trata, simplemente, de un elemento léxico-semántico basado en la ideología chavista, para la que la palabra *burguesía* tiene una connotación claramente peyorativa dada su influencia marxista y su matriz ideológica de izquierda (cf. Charaudeau, 2019).

Otros sustantivos marcados ideológicamente y que permiten distinguir su concepción de la política son *imperio*, *imperialismo* y *capitalismo* (distribuidos en el gráfico y en la tabla de forma ciertamente parecida), y *contrarrevolución*.

Por otro lado, destaca asimismo el empleo del neologismo *majunchismo*, que configura la creación de una jerga propia e identitaria del chavismo, un recurso, este último, también muy frecuente en el discurso populista y que constituye uno de sus rasgos no distintivos o fundamentales, pero sí complementarios<sup>3</sup>.

<sup>3</sup> Según la concepción del populismo aquí adoptada se distinguen tres rasgos discursivos fundamentales o distintivos de este, a saber, el antagonismo entre «nosotros» y «ellos», la afectividad verbal exacerbada y la abierta



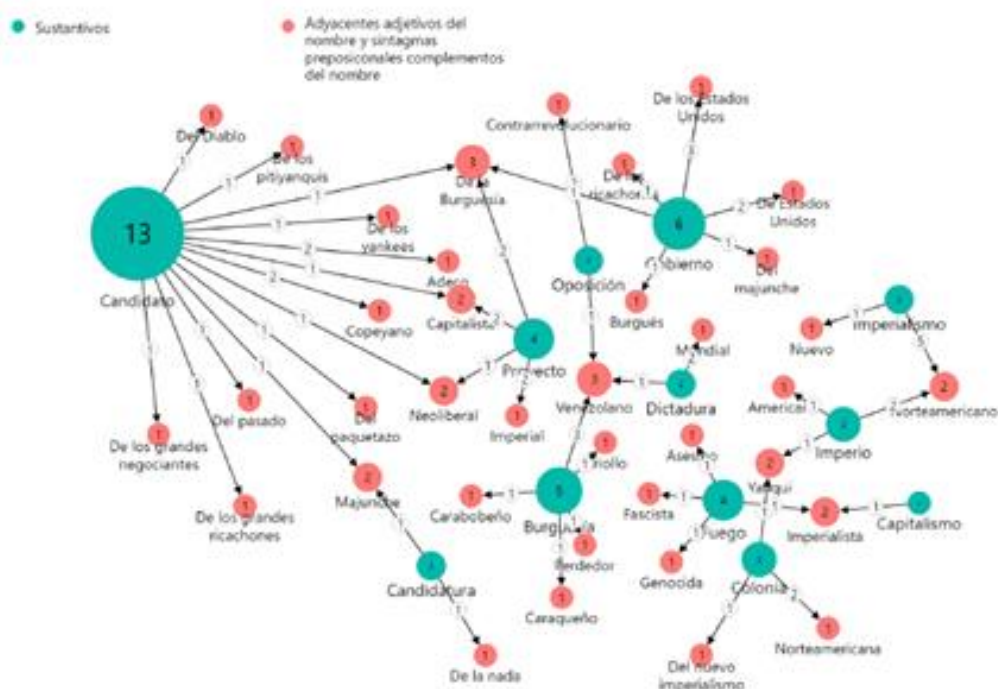
Asimismo, el gráfico circular permite ver otros sustantivos de gran carga no ya ideológica en sentido estricto, sino que son nombres que, en la política en general, reflejan una visión negativa del adversario cuando se hace referencia a este mediante el uso de dichos términos: son los casos de *dictadura* y *colonia*.

Se aprecia, de igual manera, la presencia de un sustantivo, en principio neutro, dado que carece de sentido político si lo consideramos aisladamente, pero que combinado con determinados adyacentes adjetivos del nombre –como se apreciará a continuación– constituye una estigmatización del endogrupo: es el caso de *fuego*.

Por último, puede percibirse que el sustantivo *proyecto* tiene una alta frecuencia en el corpus, pero, como sucede con *candidato*, es también esperable a causa de la naturaleza de los textos que lo componen y que va acompañado, como se apreciará también a continuación, de complementos del nombre que ponen de manifiesto la posición ideológica del emisor (casos similares son *gobierno*, *candidatura* y *oposición*).

Se ofrece, pues, como en el caso del subapartado dedicado al análisis de las formas nominales designativas del endogrupo, un gráfico de red. Observamos la combinación de los elementos léxicos configuradores de tales sintagmas en la Figura 5:

**Figura 5.** Formas nominales designativas del exogrupo



Fuente: Connett (2021)

En primer término, el gráfico de red permite ver que existe un sustantivo, *capitalismo*, que solo se describe como imperialista. El exogrupo como *imperialismo* e *imperio* reciben un tratamiento similar, ya que, salvo en una ocasión (*imperialismo nuevo*) son asociados con los Estados Unidos a través de diversos adjetivos que así lo evidencian: son los casos de *norteamericano*, *americano*, *yanqui* (para *imperio*); y *norteamericano* (para *imperialismo*). Algo semejante sucede con *colonia*. Es, naturalmente, la configuración de la identidad de un enemigo político externo. A este enemigo externo se aprecia designado mediante el *fuego* del

y deliberada descortesía verbal hacia el oponente político. Junto a estos rasgos unívocos del discurso populista se identifican otros, no siempre presentes en cada emisor populista, pero sí con cierta frecuencia en la mayoría de ellos: se trata de los rasgos discursivos complementarios de dicho fenómeno, entre los cuales se destaca, entre muchos otros, la creación, de parte del líder, de una jerga propia e identitaria (cf. Connett, 2021).

que habla Chávez, que es una expresión metafórica que sirve para hacer referencia al accionar político y bélico del gobierno estadounidense, dado que es un fuego *imperialista, genocida, fascista y asesino*, como se observa en el gráfico.

Por otro lado, ciertas formas nominales en el discurso de Chávez nos presentan a un enemigo interno que, pese a ser interno, está subordinado a un enemigo externo: es *la burguesía venezolana* y el *gobierno de la burguesía* que se asocia con el imperialismo y con el propio gobierno estadounidense.

El sustantivo *candidatura*, esperable en todo texto político de campaña electoral, se combina con el sintagma preposicional *de la nada* y con el adjetivo *majunche*, maneras, ambas, estigmatizadoras del oponente político y, por extensión, del exogrupo.

La única forma nominal que posee carácter neutro en el corpus es *oposición venezolana*, aunque se percibe una tendencia en Chávez a calificar dicha oposición como *contrarrevolucionaria*, cargando, así, de ideología dicho término.

### LA IDENTIDAD DEL EXOGRUPO EN CONTEXTO

El gráfico de red que contiene las formas nominales del exogrupo refleja que la identidad de este es construida por el emisor en torno a una idea principal: que este es foráneo o se asocia a lo foráneo, pues está siempre al servicio de un enemigo del pueblo venezolano y de la revolución bolivariana, esto es, el gobierno e imperialismo capitalista estadounidense. Las figuras que en el subapartado anterior han sido mostradas, descritas e interpretadas así lo ponen de manifiesto. Sin embargo, cabe observar, asimismo, el comportamiento exacto de algunas de estas formas nominales cuando se insertan en fragmentos discursivos, siempre con el fin de confirmar lo ya expuesto. Sirva de ejemplo el caso de (5):

(5) *Claro que el proyecto de la burguesía no contempla ese camino hacia el sur, no, el proyecto de la burguesía venezolana es [sic] de los Estados Unidos que aquí se impuso durante casi todo el siglo XX. (HC – D5).*

El fragmento (5) muestra lo ya dicho, pero también un grupo marcado doctrinalmente que se presenta como agresor y victimario. Es el exogrupo el que ha perpetrado y quiere seguir perpetrando atrocidades contra el endogrupo y, claramente, se trata de un modelo, en palabras de Chávez, ajeno a lo autóctono.

Por último, se aprecia en (6) que el enemigo interno, esto es, parte del exogrupo, pese a ser un interno, se subordina al enemigo externo. Este enemigo interno es identificado por Chávez no solo como un grupo doctrinalmente marcado mediante la ideología política, ni como un simple enemigo interno al servicio de un enemigo externo, sino además como un grupo que, en claro contraste con el endogrupo, es merecedor de una descripción profundamente negativa para la cual el emisor se vale de actos de habla inherentemente descorteses tales como el uso de adjetivos (des)calificativos de valor peyorativo y otros elementos léxico-semánticos que hacen de él un objeto de desprecio:

(6) *Los candidatos del diablo [G.W. Bush] no saben, ellos no saben ni hablar, ellos no saben ni presentar una idea; andan balbuceando respuestas que lo que dan es vergüenza, da vergüenza que esta oposición contrarrevolucionaria, chico, no tenga ni un candidato verdadero de calidad, que tenga algo que decirle al mundo, lo que da es vergüenza, verdaderamente da vergüenza. (HC – D3).*

## CONCLUSIONES

Mediante el estudio aquí presentado se ha podido dar cuenta de la manera en la que Hugo Chávez construye el endogrupo político-ideológico, observando un claro predominio del uso de elementos léxico-semánticos de alta carga doctrinal, sobre todo ideológica. Diversas formas nominales designativas de dicho endogrupo reflejan, además de esta ideologización de este en el discurso del emisor político venezolano, la búsqueda de la configuración de una identidad basada en lo autóctono.

Aquello que Hugo Chávez relaciona con su propia figura de emisor y la de los destinatarios con los cuales se fusiona discursivamente buscando dicha identidad colectiva, es decir, prácticamente todo lo que el emisor populista vincula a ese endogrupo, tiene raíces en un sentimiento patriótico tal como él lo experimenta y lo expresa: es un endogrupo que tiene una identidad ideológica socialista, revolucionaria y bolivariana, pero, a su vez, Bolívar es rasgo identitario de Venezuela, país que, además, Chávez describe como una patria *nuestra e independiente*.

Por otro lado, el exogrupo político-ideológico, es decir, ese rival que se presenta en el discurso populista como enemigo, tiene una identidad, según Hugo Chávez, claramente ideológica también, pero asociada a lo foráneo: es un endogrupo amenazador y agresor, un sujeto inmoral, pero es, ante todo, un grupo ideológico muy concreto, esto es, el *imperialismo capitalista*. Este se identifica mayoritariamente con aquello que es, precisamente, ajeno y/o contrario a lo autóctono: es *norteamericano* o es *venezolano*, pero siempre, cuando es este último, se presenta como subordinado al gobierno estadounidense, como queda reflejado en los datos del corpus. Y toda esta construcción identitaria del exogrupo configura un ente antagónico que, bajo el influjo del imperialismo norteamericano, pretende destruir aquello que el chavismo procura (re)construir.

## REFERENCIAS

- Aslanidis, P. (2016). «Is Populism an Ideology? A Refutation and a New Perspective». *Political Studies*, 64 (1), 88-104.
- Bartley, L. (2019). «For the many, not for the few: a transitivity analysis of Labour's 2017 manifesto as a driving force for promoting a populist Britain». En: E. Hidalgo-Tenorio, M.A. Benítez-Castro y F. De Cesare. (eds.). *Populist Discourse: Critical Approaches to Contemporary Politics*. Londres: Routledge. 136-151.
- Bolívar, A. y Erlich, F. (2011). «La práctica del análisis del discurso en contextos políticos polarizados. Una reflexión crítica», *Revista Latinoamericana de Estudios del Discurso*, 11 (1), 9-30.
- Breeze, R. (2019). «Imagining the people in UKIP and Labour». En: E. Hidalgo-Tenorio, M. A. Benítez-Castro y F. De Cesare. (eds.). *Populist Discourse: Critical Approaches to Contemporary Politics*. Londres: Routledge. 120-135.
- Charaudeau, P. (2009). «Reflexiones para el análisis del discurso populista». *Discurso y Sociedad*, 3 (2), 253–279.
- \_\_\_\_\_. (2011). «Las emociones como efectos de discurso». *Cultura y Discurso*, Versión 26, 97-118.
- \_\_\_\_\_. (2019). «El discurso populista como síntoma de una crisis de los poderes». *Rétor*, 9 (2), 96-128.
- Chávez, H. (1999). Toma de Posesión como Presidente de Venezuela ante el Congreso de la República. Texto disponible en: <https://zagan.unizar.es/record/110631?ln=es> [Consultado el 30 de noviembre de 2022].
- \_\_\_\_\_. (2006). Discurso ante la ONU: Sexagésima primera Asamblea General de la Organización de Naciones Unidas. Texto disponible en: <https://zagan.unizar.es/record/110631?ln=es> [Consultado el 30 de noviembre de 2022].
- \_\_\_\_\_. (2012). Discurso de campaña en Maracay 2012. Texto disponible en: <https://zagan.unizar.es/record/110631?ln=es> [Consultado el 30 de noviembre de 2022]. [Se cita HC – D5].

- \_\_\_\_\_. (2012). Discurso de campaña en Valencia 2012. Texto disponible en <https://zaguan.unizar.es/record/110631?ln=es> [Consultado el 30 de noviembre de 2022]. [Se cita HC – D4].
- \_\_\_\_\_. (2012). Discurso de La Lluvia. Texto disponible en: <https://zaguan.unizar.es/record/110631?ln=es> [Consultado el 30 de noviembre de 2022]. [Se cita HC – D6].
- \_\_\_\_\_. (2012). Discurso de campaña en Caracas 2006. Texto disponible en: <https://zaguan.unizar.es/record/110631?ln=es> [Consultado el 30 de noviembre de 2022]. [Se cita HC – D3].
- Connett, R. (2021). *Contribución al estudio del discurso político populista en Venezuela y en España. Análisis contrastivo de un corpus de discursos de Hugo Chávez y Pablo Iglesias*. Tesis Doctoral de la Universidad de Zaragoza.
- De Cleen, B. (2019): «The populist political logic and the analysis of the discursive construction of ‘the people’ and ‘the elite’». En: Jan Zienkowski, y Ruth Breeze (eds.), *Imagining the Peoples of Europe. Populist discourses across the political spectrum*. Ámsterdam: John Benjamins Publishing Company. 19-42.
- De la Torre, C. (2007). «The resurgence of radical populism in Latin America». *Constellation*, 14 (3), 384–397.
- \_\_\_\_\_. (2017). (ed.) 2017. *Routledge Handbook of Global Populism*. Nueva York: Routledge.
- Izquierdo Alegría, D. (2018). «¿Puede la lingüística de corpus medir el populismo? Aspectos metodológicos de la integración efectiva de la lingüística de corpus en el análisis del discurso político». En: C. Llamas Saíz. (ed.). *El análisis del discurso político: géneros y metodologías*. Pamplona: EUNSA. 195-240.
- Kilgarriff, A. et al. (2014): *The Sketch Engine: ten years on. Lexicography*, 1(1), 7-36: [www.sketchengine.eu](http://www.sketchengine.eu) (21/09/2022).
- Kranert, M. (2020). «Introduction: Discursive Approaches to Populism Across Disciplines». En: M. Kranert (dir.). *Discursive Approaches to Populism Across Disciplines. The Return of Populists and the People*. Cham, Suiza: Palgrave McMillan.
- Laclau, E. (1978). *Política e ideología en la teoría marxista*. México: Siglo XXI.
- \_\_\_\_\_. (2005). *La razón populista*. Londres: Verso.
- Mayaffre, D. y Scholtz, R. (2017). «Constructing “the French people”. On Sarkozy’s populism». *Journal of Language and Politics*. 16/5. 683-705.
- Mudde, C. (2004). «The Populist Zeitgeist». *Government and Opposition*, 39 (4), 541-563.
- \_\_\_\_\_. (2007). *Populist Radical Right Parties in Europe*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Nieto y Otero, M. J. (2012). *Afectividad en el discurso político. Estrategias pragmatolingüísticas para la vinculación afectiva en el discurso político oral*. Saarbrücken: Editorial Académica Española.
- Nisco, M. C. (2019). «Disability in the populist press: an investigation of British tabloids». En: E. Hidalgo-Tenorio, M. A. Benítez-Castro y F. De Cesare (eds.). *Populist Discourse: Critical Approaches to Contemporary Politics*. Londres: Routledge. 172-189.
- Panizza, F. (2005). *Populism and the Mirror of Democracy*. Londres: Verso.
- Partington, A. et al. (2013). *Patterns and Meanings in Discourse. Theory and practice in corpus-assisted discourse studies (CADS)*. Ámsterdam: John Benjamins.
- Pérez Paredes, P. (2019). «Little old UK voting Brexit and some Austrian friends: a corpus-driven analysis of the 2016 UK right-wing tabloid discourse». En: E. Hidalgo-Tenorio, M. A. Benítez-Castro y F. De Cesare (eds.). *Populist Discourse: Critical Approaches to Contemporary Politics*. Londres: Routledge. 152-171.
- Rovira Kaltwasser, C., et al. (eds.) (2017). *The Oxford Handbook of Populism*. Oxford: Oxford University Press.
- Ruiz Sánchez, A. y Alcántara Plá, M. (2019a). «¿Quién es el pueblo? Minorías en la campaña electoral 2015 en España». En: F. Sullet-Nylander, M. Bernal, C. Premat y M. Roitman. (eds.). *Political Discourses at the Extremes. Expressions of Populism in Romance-Speaking Countries*. Estocolmo: Stockholm University Press. 105-154.
- \_\_\_\_\_. (2019b). «Us vs them: polarization and populist discourses in the online electoral campaign in Spain». En: E. Hidalgo-Tenorio, M. A. Benítez-Castro y F. De Cesare (eds.). *Populist Discourse: Critical Approaches to Contemporary Politics*. Londres: Routledge. 103-119.
- Russo, K. E. (2019). «Speculations about the future: populism and climate change in news discourse». En: E. Hidalgo-Tenorio, M. A. Benítez-Castro y F. De Cesare (eds.). *Populist Discourse: Critical Approaches to Contemporary Politics*. Londres: Routledge. 190-206.
- Stavrakakis, Y. (2017). «Discourse Theory in Populism Research. Three Challenges and a Dilemma». *Journal of Language and Politics*, 16 (4), 523-534.
- van Leeuwen, M. (2014). «Systematic stylistic analysis. The use of a check list». En: B. Kaal, I. Marks y A. van Elfrinkhof. (eds.). *From Text to Political Positions. Text Analysis across Disciplines*. Ámsterdam: John Benjamins. 225-244.

- \_\_\_\_\_. (2015a). *Stijl en politiek. Een taalkundig-stilistische benadering van Nederlandse parlementaire toespraken*. Utrecht: LOT.
- \_\_\_\_\_. (2015b). «Taalkundig-stilistische analyse: de caus Wilders/Pechtold». *Tijdschrift voor Taalbeheersing*, 37 (1). 33-78.
- \_\_\_\_\_. (2019). «Measuring people-centrism in populist political discourse: A linguistic approach». En: J. Zienkowski y R. Breeze. (eds.). *Imagining the Peoples of Europe. Populist discourses across the political spectrum*. Ámsterdam: John Benjamins Publishing Company. 315-339.
- Zienkowski, J. y Breeze, R. (eds.) (2019). *Imagining the Peoples of Europe. Populist discourses across the political spectrum*. Ámsterdam: John Benjamins Publishing Company.