

# La construcción simbólica del discurso en el programa radial Aló Presidente: hacia la gestación de una nueva hegemonía en Venezuela

*Symbolic Construction of the Discourse in the “Aló Presidente”  
Radio Program: Gestating a New Hegemony in Venezuela.*

**ALICIA ELIZUNDIA RAMÍREZ**

PhD. Universidad Iberoamericana del Ecuador

*Email:* aelizundia08@yahoo.es

*Fecha de recepción:* Noviembre de 2014

*Fecha de aceptación:* Marzo de 2015

## **Resumen**

La presente investigación sobre el discurso en el programa radial Aló Presidente es un estudio comunicológico de corte cualitativo, que se centra en el análisis crítico de diez emisiones radiofónicas, transmitidas en cinco momentos decisivos del proceso bolivariano vivido en Venezuela entre 1999-2009.

Se determinan y analizan los principales rasgos que caracterizaron la construcción simbólica del discurso en Aló presidente, así como las estrategias empleadas por el líder venezolano ya fallecido, Hugo Chávez, en función de gestar un nuevo poder hegemónico en Venezuela. Se constata que a través de la cultura e ideología, el hablante logra relacionar el discurso y su contexto político, a partir de toda una gama de significados, construcciones y representaciones que contribuyen a fortalecer las relaciones de dominación y a estructurar una hegemonía liberadora.

**Palabras claves:** Aló Presidente, discurso, cultura, hegemonía

## **Abstract**

*This research on the speech on the radio program Alo Presidente is a communicological qualitative study, which focuses on the critical analysis of ten radio broadcasts trans-*

*mitted in five key moments of the Bolivarian process in Venezuela lived between 1999-2009.*

*Identify and analyze the main features characterizing the symbolic construction of discourse in *Aló Presidente*, as well as the strategies employed by the late Venezuelan leader , Hugo Chavez , according to gestate a new hegemonic power in Venezuela . It is found that by culture and ideology, the speaker manages to relate the discourse and its political context, from a range of meanings, constructions and representations that contribute to strengthening the relations of domination and hegemony liberating structure.*

**Keywords:** Hello President, speech, culture, hegemony

## Introducción

A partir de enero de 1999, la Revolución Bolivariana comienza a realizar profundos cambios económicos, políticos y sociales, toda una transformación en el orden cultural en Venezuela. Crea sus propios medios de comunicación y todo un conjunto de instituciones estatales para construir, legitimar y ejercer el poder político emergente, nuevos medios que conviven con los tradicionales de la oligarquía, la que mantiene gran parte de su poder mediático y económico durante todos estos años. La batalla comunicacional librada por los medios alternativos surgidos al calor de la Revolución, resulta decisiva para la sobrevivencia del proyecto y la difusión de mensajes con un carácter anti-hegemónico.

El programa AP comenzó a transmitirse el 23 de mayo de 1999 por las frecuencias de Radio Nacional de Venezuela. No es hasta la emisión número cuarenta que se incorpora la Televisión como medio, con lo cual logra un mayor impacto y alcance sobre la tele-audiencia venezolana.

Esta investigación se centra en los principales rasgos de forma y contenido que caracterizan el discurso en el programa radial *Aló Presidente*, así como las principales estrategias que emplea el líder venezolano Hugo Chávez durante los primeros diez años de su programa. El estudio analiza como a través de la cultura e ideología, el hablante logra relacionar el discurso y su contexto político, a partir de toda una gama de significados, construcciones

y representaciones que contribuyen a fortalecer las relaciones de dominación y a estructurar una hegemonía liberadora.

### 1. Cultura, ideología, comunicación y poder

Thompson en su estudio *Ideología y cultura moderna* propone una concepción simbólico-estructural de la cultura la que puede interpretarse “como el estudio de las maneras en que individuos situados en el mundo socio histórico producen, construyen y reciben expresiones significativas de diversos tipos” (1993:192). De igual forma, suscribimos los conceptos de autores como Habermas (1989), Eco (1994), Canclini (1995), Bourdieu (2000), y Barbero (2006) quienes tienen en cuenta algo que le es inherente a la cultura: el componente liberador, y el desarrollo de nuevos valores, conocimientos, y de un pensamiento crítico en los sujetos, que los hace partícipes y cuestionadores de los sucesos que ocurren en su entorno. La cultura como el conjunto de todas las prácticas sociales, y sus interrelaciones, como fuerza social, significados, representaciones, construcción de sentidos (formas simbólicas) que en un contexto socio histórico permiten **comprender, reproducir o transformar** la realidad social.

Se trata de transformar el conocimiento instrumental en un pensamiento crítico. De desarrollar el “buen sentido” del que nos hablara Gramsci. De manera que la cultura es un espacio de lucha y de construcción de hegemonía.

El poder, como ejercicio simbólico, y no como empleo o amenaza de la fuerza, como dominio económico, requiere de

la cultura y del liderazgo propiciado por los medios de comunicación. Al decir de Gramsci (1998), lograr la hegemonía<sup>1</sup> en el plano cultural implica poseerla también en el plano económico. Es desde la cultura que mejor se puede ejercer la dominación, y en ello un rol protagónico le corresponde a los medios por sus enormes potencialidades para la socialización de las formas simbólicas y la legitimación del poder político. Potencialidades estas, que son muy bien aprovechadas en función de la comunicación política y la construcción del discurso.

Por tanto, si reconocemos a los fenómenos comunicativos como prácticas culturales, y el importante rol que desempeñan los medios en la legitimación del poder y en la comunicación política; y por otra, consideramos los vínculos indisolubles que unen al poder con la cultura, la que incluye como factor integrante a lo ideológico, podemos entonces partir para este análisis de los indisolubles vínculos que existen entre la cultura, la ideología, la comunicación y el ejercicio del poder, y como estos elementos se expresan en el discurso.

Las relaciones entre cultura, ideología, comunicación y poder constituyen un tema de gran interés para el sostenimiento de las relaciones de dominación, relación que puede ser apreciada desde la concepción comunitaria y del micropoder, tan extendido hoy en el contexto latinoamericano, hasta una concepción macro del poder. Comprender las lógicas culturales de los procesos comunicativos, así como las lógicas comunicativas de los procesos culturales es imprescindible

<sup>1</sup> Según Gramsci la supremacía de un grupo social se manifiesta de dos modos, como dominación y como dirección intelectual y moral, en aras de lograr un consenso. En ello desempeñan un rol fundamental los diferentes grupos sociales que conforman la sociedad civil. La cultura se considera un factor importante como elemento de liberación o de dominación.

para entender las relaciones de poder y la construcción de un poder hegemónico, tanto en el orden local, nacional, como regional.

## 2. El discurso en la construcción simbólica

Por sus características, el discurso constituye en sí una forma simbólica compleja, que encierra a su vez muchas otras formas simbólicas, las que contribuyen a sostener las relaciones de dominación, a reproducir la ideología de la clase dominante, y a ejercer el poder simbólico, “ese poder invisible que no puede ejercerse sino con la complicidad de los que no quieren saber que lo sufren o que lo ejercen” (Bourdieu, 2000: 67).

El presente estudio sobre la construcción del discurso en el programa AP, parte “de que el objeto de análisis es una construcción simbólica significativa que requiere una interpretación” (Thompson, 1993: 410).

Según plantea Thompson (1991), el estudio de la construcción de los mensajes de los medios, es “un ingrediente esencial porque examina los rasgos estructurales por medio de los cuales éstos se convierten en fenómenos simbólicos complejos capaces de movilizar el sentido”.

Para la presente investigación sólo se tuvo presente el emisor y el mensaje. No fue objeto nuestro hacer un estudio de recepción, mismo que debiera haber sido hecho *in situ* (en Venezuela).

El escenario histórico social en el que tiene lugar el discurso del programa AP, un contexto de relaciones complejas, donde operan múltiples mediaciones, convierten a este espacio en una amplia gama de objetos y enunciados significativos, de construcciones simbólicas, que en ese medio pueden funcionar como ideología.

## 3. Comunicación política y liderazgo de Hugo Chávez

La popularidad y el liderazgo de Hugo Chávez, durante sus primeros diez años de

gobierno, se le atribuyen a múltiples factores, tanto por partidarios como por detractores: a la conexión emocional que logró con los sectores populares; a su carisma; a su concepto de democracia que presenta a los pobres como destinatarios del poder; a su poder comunicativo; a su lenguaje propio de las llamadas culturas populares...

“¿Qué será lo que tiene Chávez? ¿Cómo es posible que la cabeza de un gobierno tan malo, con resultados tan pobres y con un discurso tan mediocre, pueda mantener una gran popularidad?”, pregunta el articulista Tarre-Briceño (2006). Luego de descalificar ampliamente el programa de gobierno, reconoce: “Lo primero que el Líder de la Revolución Bolivariana maneja con lujo de acierto, es su identificación con la mayoría de quienes lo escuchan. Es cálido, simpático, alegre, cariñoso, familiar”.

Según los analistas, la forma personal de Chávez de expresarse discursivamente y la manera de comunicarse con las masas se alejan de las formas verbales tradicionalmente empleadas por el discurso del poder en la historia de Venezuela, lo que contribuye a desmitificar el discurso presidencialista. Los destinatarios de sus mensajes son, en primer término, los sectores más desposeídos, los que en el contexto venezolano constituyen mayoría.

Su discurso se centra en los núcleos de sentido que constituyen la cultura política del venezolano, en la cotidianidad que viven los sujetos y en la apelación de elementos simbólicos afectivos.

El norteamericano Murphine (2001), quien según la revista Chasqui ha asesorado a nueve Presidentes latinoamericanos, y casi una decena de campañas electorales en la región, al referirse a la forma de comunicación del presidente venezolano, señala: “... el presidente ha adoptado un estilo informal, un lenguaje coloquial, y un tratamiento de sentido común que tiene un

enorme atractivo en la teleaudiencia especialmente entre la mayoría de los votantes venezolanos que se encuentran en el nivel socioeconómico más bajo.”

Mientras algunos analistas centran su atención en el carisma y la forma de comunicarse del líder venezolano, otros consideran que estas cualidades no son suficientes, que lo más importante es la correspondencia que existe entre su discurso y su accionar.

#### **4. El programa Aló Presidente**

Tanto los partidarios como los adversarios del proceso bolivariano reconocen el poder comunicacional que logra desarrollar el Presidente Chávez a través de su programa. Ello se debe, en gran medida, al carácter innovador que caracterizó a ese espacio. “Sin duda, la característica más novedosa consiste en el carácter participativo de la audiencia”, afirma Dragnic, quien le atribuye a este programa tres objetivos fundamentales en la intencionalidad con que fue concebido: “el contenido informativo, los contenidos de carácter ideológico, que también incluye contenidos de formación ciudadana y de diseminación de conocimientos básicos, y su carácter participativo...” (Entrevista a O. Dragnic, 2009).

“Una muestra del éxito de AP es que su concepto ha sido tenido en cuenta por otros mandatarios (Uribe, Lula, Correa) que, aun cuando cambien el formato o el medio, intentan lograr el mismo éxito de Chávez: el trato directo con el pueblo, su mayor fortaleza” (Entrevista a M. Linares, 2009).

#### **5. Aspectos metodológicos del estudio**

La construcción del discurso en el programa AP es un tema que se aviene a los requerimientos de un diseño cualitativo de caso único, teniendo en cuenta que su objetivo fue buscar la profundidad de la comprensión del fenómeno. La investigación

puso énfasis en los contextos y prácticas culturales en que se expresa el objeto de estudio, así como en los significados que en él se emiten

Nos planteamos como principal objetivo:

Determinar los rasgos que distinguen la construcción simbólica del discurso del presidente Hugo Chávez en las emisiones radiofónicas del programa AP, con el objetivo de gestar un nuevo poder hegemónico en Venezuela.

Al hacer un estudio sobre el Análisis Crítico del Discurso (ACD) en el programa AP, nos propusimos determinar aquellos aspectos más relevantes en los que se organiza el significado del discurso (tópicos) y como estos están en función de las principales estrategias empleadas por el hablante en aras de construir una nueva hegemonía. Partimos consciente de que se trata de un primer acercamiento a este objeto de estudio, y de un fenómeno comunicacional que puede tener múltiples lecturas, máxime si tenemos en cuenta que el ACD es una 'inter-disciplina' que abarca diferentes ciencias sociales, según Van Dijk (1997).

No es propósito de este estudio hacer un análisis exhaustivo en el orden lingüístico, sin embargo, por las características del discurso de AP consideramos pertinente realizar una mirada global a algunos rasgos sobresalientes del estilo discursivo, que tienen una participación en la intencionalidad del hablante, tema que por su amplia riqueza pudiera ser objeto de otro estudio.

Thompson (1993), Norman Fairclough (2000), y Teun Van Dijk (1997, 2003, 2005) han expuesto los fundamentos generales que rigen el ACD. Estos se sustentan en que las relaciones de poder son discursivas, el discurso es ideología, está mediado por el contexto social, es una forma de acción social, así como la noción crítica que debe caracterizar al ACD.

Esta investigación comunicológica de corte cualitativo pretende centrarse sólo en las emisiones radiofónicas del programa AP, pues aunque como medio, la televisión tiene actualmente la primacía en la comunicación que los gobernantes sostienen con sus públicos, en el caso que nos ocupa la radio fue elegida en primera instancia, y el programa se mantuvo durante 15 meses saliendo solo a través de las ondas radiales (23 de mayo de 1999 - 27 de agosto de 2000).

Fueron analizadas diez emisiones radiofónicas de AP, las que coinciden con, el momento antes y después de, cinco momentos decisivos de la Revolución Bolivariana entre 1999-2009: La aprobación de la nueva Constituyente, Golpe de estado del 11 de abril de 2002, Referéndum revocatorio de agosto de 2004, Reforma constitucional del 2 de diciembre de 2007 y la Enmienda constitucional del 15 de febrero de 2009.

## **6. La construcción simbólica del proyecto social bolivariano desde el programa Aló Presidente.**

### *Aspectos generales del corpus analizado*

- Los objetivos de cada emisión están en correspondencia con el contexto en el que se desarrolla el programa.
- Las formas discursivas empleadas como argumentación, narración, descripción, exposición y diálogo y los recursos empleados por el hablante están en función de los temas, la dramaturgia y los objetivos del programa.
- Aló Presidente es un texto que contiene una amplia gama de textos como testimonios, entrevistas, diálogos, anécdotas, poemas, canciones.
- En el programa el discurso asume una estructura en espiral, es decir el hablante hace una amplia disertación sobre un



tema y vuelve al punto de partida.

- La movilidad por los diferentes puntos de la geografía venezolana está en correspondencia con los objetivos que se propone el discursante.
- El programa comenzó con una hora de duración y esta fue en ascenso hasta llegar a durar 8 y 9 horas.
- Se pudo constatar que la introducción de la televisión como medio, genera cambios en la concepción inicial del programa, pero no en sus propósitos comunicativos. Entre los cambios más significativos está la disminución de las intervenciones del pueblo vía teléfono hasta desaparecer en los dos últimos momentos de análisis.

#### ***Principales tópicos o macro-estructuras semánticas***

- Transformaciones económicas, políticas y sociales emprendidas por la Revolución Bolivariana.
- Acciones desestabilizadoras realizadas por parte de la oposición interna y externa, así como por los medios de comunicación.
- La gestación de una democracia participativa.
- Identidad cultural, y tradiciones populares venezolanas (exaltación a los valores de la historia, la cultura, lo nacional y religioso).
- La integración latinoamericana.

#### ***Rasgos del estilo discursivo***

- Discurso oral, donde prima cierta espontaneidad e informalidad.
- El tono de voz grave del discursante le impregna seguridad y proximidad a los mensajes.
- El timbre (calidad física del habla) es claro, con predominio de una intensidad alta lo que contribuye a impregnar optimismo y confianza en el auditorio.

- El tempo está muy relacionado con el tema que aborda, el receptor a quien dirige el mensaje y su intencionalidad.
- Amplio uso de figuras retóricas como metáforas, anáforas, reduplicación, símil, enumeración y anadiplosis, las que le imprimen al discurso una abundante riqueza de significados, en función de persuadir, despertar emotividad y elevar el ritmo.

Por ejemplos al referirse al valor que tiene la aprobación de la nueva constitución utiliza expresiones como: “*la partida de nacimiento de la República Bolivariana*”, “*encender la antorcha bolivariana*”, “*una semilla para que retoñe Venezuela*” (AP 24), metáforas que aluden a que la constitución será cambio, transformación, nacimiento, luz, futuro; la continuidad de los ideales de Bolívar. Con lo cual se propone legitimar los cambios.

Al referirse al golpe de abril de 2002 eufemiza a través de metáforas como “*la muerte súbita que resucitó rápido a la democracia*”, “*la resurrección nacional de la democracia bolivariana*” (AP 102).

A través de varias imágenes y metáforas persuade sobre la necesidad y confianza en las transformaciones radicales que vivirá la Revolución: “*Seguiremos navegando el mapa de la Patria nueva*”, “*Vamos a seguir limpiando el pantano*”, “*Hay que enterrar el elefante de cuatro patas.*” (AP 201).

“*...nosotros salimos de la tumba y no vamos a volver más nunca a la tumba*” (AP 325) (Metáfora que alude al pasado y reafirma el presente).

El empleo de todas estas figuras en el discurso tiene una función enfática, emotiva y rítmica, así como una función de fondo, es decir, darle prominencia a los argumentos sobre lo que representa Venezuela en varios sentidos para el continente. Todo ello facilita una mejor comprensión

FACSO-UCE

del texto, una mejor asimilación y recordación.

### Principales estrategias discursivas que tributan a lo simbólico

**1. Legitimación del nuevo proyecto social** (principal estrategia empleada por el hablante en aras de transmitir una nueva cultura e ideología, a la que tributan todas las otras)

Esta estrategia se manifiesta fundamentalmente cuando el hablante se refiere a:

- a) Las transformaciones económicas, políticas y sociales emprendidas
- b) Y cuando busca consenso en el auditorio

**2. Deslegitimación de las fuerzas opositoras**

- a) Enfrentamiento a los grandes medios y al enemigo interno y externo. (El discursante se refiere a través de ejemplos publicados en la prensa a las omisiones que hacen los medios; la manipulación de las informaciones y a las campañas de descrédito)
- b) Polarización del lenguaje. Utiliza calificativos con una connotación negativa, y en ocasiones un tono agresivo, autoritario y amenazador (para ello apela a las estrategias de diferenciación, expurgación)

Si bien utiliza un lenguaje afectivo, empático y popular para comunicarse con sus seguidores, el hablante marca la diferencia al referirse a sus adversarios. A través del uso frecuente de los pronombres **ellos** y **nosotros**, establece una marcada diferenciación con el enemigo (auto-presentación positiva y la presentación negativa del otro).

*“Nosotros no estamos enfrentados realmente a la oposición interna en Venezuela, ¡no!*

*ellos sólo son instrumento del imperio”*

....

“Ellos tienen una campaña intensa destinada a dividirnos... Debilitar la unidad nuestra, dividirnos para luego ellos volver.”(AP 324)

Desde el primer programa analizado (AP 24) emplea en momentos muy puntuales, varios calificativos para denominar a la oposición, como *oligarquía rancia, manipuladora, insensible, pitíyanquis*, los que se tornan mucho más agresivos en el AP 101 previo al golpe de estado, en medio del clima de confrontación política que vive el país.

**3. Construcción discursiva de una democracia de nuevo tipo (Gobernar con el pueblo)**

- a) Participación popular en el programa: Objetivos, temas que abordan, sectores que participan.
- b) Conexión que se establece entre el líder y las masas: Relación que establece con el auditorio, experiencias y emociones compartidas.

“... cuando yo me muera quiero que me entierren en Sabaneta de Barinas, - dice en diálogo con un coplero natural del estado de Apure- lo digo ante el país, que me entierren allá en la sabana donde nací, a la orilla de por allá entre el Apure y el Boconó donde corren las aguas del toro bravío (metáfora), salen a mitad de la sabana y caen esos chubascos, esos palos de agua (metáfora) que hacen temblar la tierra (metáfora) y dónde brota la paja (metáfora), dónde vuelan las garzas, dónde (anáfora) hay tanta libertad. Allá quiero descansar, lo digo a todos para que se cumpla eso” (AP 30).

Recursos que emplea para lograr empatía con sus seguidores: anécdotas, con-



fesiones, empleo de términos populares, poemas, canciones

Emplea el humor, y apela a la cultura popular para establecer una relación empática con sus seguidores y descaracterizar a los adversarios: *“Hay otra cosa que me dijeron, que ellos... tienen unos brujos que tienen a Chávez patas arriba (metáfora), que le echan humo, lo queman, le fuman el tabaco, le ponen unas agujas,.... Bueno, tendrán al muñeco ese bien quemao, pero aquí estoy yo” (AP 101)*

**4. Eufemización:** Las acciones, instituciones o relaciones sociales se describen o redesciben en términos que generan una valoración positiva en función de **legitimar o deslegitimar**. Para ello también emplea el uso de tropos como la metáfora.

Por ejemplo cuando a finales del 2007 gana el NO al referéndum constitucional, que tenía como objetivo cambiar varios artículos de la constitución, entre ellos la reelección indefinida, el hablante apela a la estrategia de eufemización, al llamar al 2008 como el de las tres R, revisar, rectificar y reimpulsar el socialismo.

#### 5. Unificación

Creación de un sentido colectivo, y de simbolización de unidad a partir de elementos identitarios de la historia, la religiosidad, los valores nacionales, la cultura popular y tradicional y la integración latinoamericana

Durante todo el corpus analizados se pudo constatar que prevalecen construcciones como: la legitimidad de la Revolución que heredó un país destruido, la revolución es transformación para las grandes mayorías, con la nueva constitucionalidad el pueblo es quien gobierna, es quien decide, el país vive una re-

volución cultural, Venezuela ahora es de los venezolanos, el futuro es para los jóvenes, la marcha de la Revolución es indetenible, el regreso al pasado sería la muerte de la esperanza, el socialismo es la concreción práctica de los ideales de Bolívar y de Cristo, el socialismo es la vía para la construcción de la Venezuela grande.

#### Conclusiones

El presente estudio revela un discurso marcado por un profundo carácter pedagógico, en lo político, ideológico, cultural, ético, y participativo, que se radicaliza en la misma medida que avanza el proceso, lo que permite afirmar que desde el Programa Aló Presidente (AP), el discursante tiene muy en cuenta la función ideológica de la cultura, y su socialización a través de los medios, todo ello dirigido a transformar en el individuo el “sentido común”, en “buen sentido” en función de fomentar un pensamiento crítico, transformador y contrahegemónico en el auditorio.

La estrategia principal del conductor está dirigida a la legitimación del programa de la Revolución a partir de tres objetivos: sus contenidos informativos, su carácter ideológico y su carácter participativo.

- El conductor desarrolla un estilo comunicativo que permite ratificarlo como “un nuevo género discursivo en la política,” al ser un texto que incluye a su vez varios textos en función de construir sentidos y significados que tributan a las nuevas relaciones de poder, la nueva cultura e ideología. Con ese propósito recurre a varios recursos formales, figuras retóricas, elementos de la cultura y estrategias discursivas, que están en función de la dramaturgia, del interés político, del contexto, y de los objetivos que se propone el hablante.
- Como se evidencia en el estudio, la

popularidad y el liderazgo del líder venezolano han sido atribuibles a múltiples factores, pero se considera como fundamental que Chávez funda su discurso en un accionar gubernamental, a diferencia de otros gobernantes que le antecedieron.

El estudio confirma que uno de los objetivos fundacionales del programa fue la participación popular, por encima de los medios de la oligarquía y al margen de la comunicación formal tradicional desde el poder. La forma de concebir la comunicación con el pueblo en los primeros momentos de análisis, a través del diálogo, en los que el receptor se convierte en un sujeto activo que denuncia, participa y gobierna, apunta a una democratización de la comunicación, que subvierte las acostumbradas relaciones políticas y culturales dadas entre gobernantes y gobernados.

La constante exploración en las matrices culturales del venezolano, (religiosidad, apelación a la historia, a la figura de Bolívar y a los valores nacionales), así como la recurrencia a elementos de la cultura popular, de la cual Hugo Chávez proviene (extracción social, lenguaje, familiaridad del líder con la audiencia), le permite lograr mejor comunicación con su público y desmitificar el discurso desde el poder.

De igual forma, la constante movilidad del programa, el ir y venir desde una ciudad, capital de un estado, hasta una remota comunidad de indígenas, demuestra el uso apropiado que el conductor hace del espacio público en función de la comunicación política, y como ésta ha sido una vía para exaltar el valor, la diversidad, la cultura viva, cotidiana de lo local, lo regional frente a la homogenización y estilización. Todo ello tributa a la democratización de la comunicación y a la construcción ciudadana.

Se confirma que AP constituye una “herramienta comunicacional” en función de

la Revolución Bolivariana, proceso dinámico, complejo, y cambiante. De ahí que, según el corpus analizado, se percibe una marcada diferencia sobre determinados aspectos entre los primeros momentos y los últimos, lo cual nos permite hablar de una primera etapa (1999-2004) y una segunda (2007-2009).

- El estudio revela una tendencia creciente por parte del hablante (Chávez) a la radicalización del lenguaje en aras de su principal estrategia política: la profundización permanente del proceso revolucionario y la difusión de una nueva ideología, lo que tributa al objetivo de instaurar de manera progresiva una hegemonía liberadora.
- Según el corpus analizado, la introducción de la televisión como medio no influyó en los propósitos comunicativos del programa, pero sí en su concepción y formato original, al apreciarse una mayor rigidez y estructuración en el diseño, con la consiguiente pérdida de frescura y espontaneidad que le caracterizaba en los inicios, dado fundamentalmente por la amplia comunicación telefónica que establecía el presidente con la audiencia.
- En los primeros seis años de la Revolución (1999-2004) el nivel de confrontación se hace mucho más notable contra la oposición interna. Sin embargo, a partir de 2006, la discrepancia política adquiere mayor dimensión contra el gobierno de los Estados Unidos, ante la influencia notable que alcanza Venezuela a nivel continental y la asunción al poder de varios partidos de izquierda en Latinoamérica. De ahí que, la integración latinoamericana constituya una temática en aras de la estrategia de unificación, que marca la segunda etapa del discurso en AP.
- Dentro de este contexto, aunque la

búsqueda de consenso es una de las estrategias a las que apela el hablante, en medio de una permanente confrontación política, es notable en la segunda etapa del corpus un distanciamiento con la clase media y la permanente polarización en el lenguaje, lo que a nuestro modo de ver conspira contra el propósito de crear un “bloque histórico”, fundamental según Gramsci, para la articulación progresiva de una nueva hegemonía.

- Otro elemento que adquiere mayor notabilidad en la segunda etapa es la centralización en la figura del líder. La campaña chavista para la enmienda de 2009 se fundamenta en que no habría chavismo sin Chávez.
- Se constata que a través de la cultura el hablante logra relacionar el discurso y su contexto político, a partir de toda una gama de significados, construcciones y representaciones que tributan a fortalecer las relaciones de dominación

y a coadyuvar a la estructuración de una nueva hegemonía.

Las construcciones simbólicas emanadas de AP se sustentan en la praxis transformadora de la Revolución Bolivariana, en el empoderamiento de los sectores populares; en los valores de la cultura, las tradiciones, la nacionalidad y la integración latinoamericana, construcciones que apelan a lo persuasivo, a lo emotivo y que buscan establecer una relación simbólica entre los sujetos y el nuevo orden social, al ofrecer un discurso sustentado en realizaciones prácticas.

Aló Presidente, por tanto, puede ser valorado como un modelo para otros procesos democráticos del continente. Muestra de ello es, el surgimiento con posterioridad de programas de corte similar conducidos por otros presidentes, con el fin de establecer una comunicación sistemática y directa con sus públicos.

**BIBLIOGRAFÍA**

Bourdieu, P. (2000). *Sobre el poder simbólico*. En: Intelectuales, política y poder. Traducción de Alicia Gutiérrez. Buenos Aires: UBA/ Eudeba: pp. 65-73.

Dragnic, Olga. Periodista y profesora titular de la Universidad Central de Venezuela. Entrevista por: Alicia Elizundia Ramírez. Medio de respaldo: escrita. Caracas, 14 de noviembre de 2009.

Eco, U. (1994). *Signo*. Colombia: Editorial Labor.

Fairclough, N. L. W. R. (2000). "Análisis crítico del discurso" en Van Dijk, Teun. (Comp) *El discurso como interacción social*, Barcelona, Gedisa, pp. 367-404.

García-Canclini, N. (1995). *Ideología, cultura y poder*. Buenos Aires, Oficina de publicaciones del ciclo básico común.

Gramsci, A. (1998). *Cuadernos de la cárcel: Notas sobre Maquiavelo, sobre política, y sobre el estado moderno*. México: Editorial Juan Pablos, 3ra edición.

Habermas, J. (1989). *Teoría y acción comunicativa. Complementos y estudios previos*. Madrid: Cátedra.

Jaramillo, E. (2003). *Desafíos de la radio para el nuevo milenio*. Quito: Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina CIESPAL.

Linares, Mariadela. Periodista y asesora en comunicación. Entrevista por: Alicia Elizundia Ramírez. Medio de respaldo: escrita. Caracas, 24 de noviembre de 2009.

Martín-Barbero, J. (2006). *Recepción de medios y consumo cultural: travesías*. En: Sunkel, Guillermo: coordinador. *El consumo cultural en América Latina*. Colombia: Convenio Andrés Bello.

Murphine, R. (2001). "Cambios en la comunicación política". Chasqui 73, En: <http://chasqui.comunica.org/murphine73.htm>. (Consultado el 19 de mayo de 2009)

Tarre-Briceño, G. (2006). "Oyendo a Chávez". En: [http://www.centropolitico.org/centro\\_digital/articulos/2006/junio/oyendo\\_chavez.html](http://www.centropolitico.org/centro_digital/articulos/2006/junio/oyendo_chavez.html)(Consultado el 16 de agosto 2009).

Thompson, J. B. (1991). "La comunicación masiva y la cultura moderna. Contribución a una teoría crítica de la ideología." *Estudios de comunicación y política*, Nro. 1, Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Xochimilco, México.

Thompson, J. B. (1993). *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.

Thompson, J. B. (1998). *Los media y la modernidad: una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

Van Dijk, T. (1997). *El discurso como interacción social. Estudios sobre el discurso II. Introducción multidisciplinaria*. Barcelona: Editorial Gedisa.

Van Dijk, T. (2003). *El discurso como estructura y proceso* (Compilación). Barcelona: Editorial Gedisa.

Van Dijk, T. A. (2005). "Política, ideología y discurso." *Quórum Académico* Vol. 2, N° 2, julio-diciembre Pp. 15 - 47. Universidad del Zulia