

**LA IMAGEN DEL YO Y DEL OTRO: CONSTRUCCIÓN
DE IDENTIDADES EN LOS DISCURSOS DE TOMA DE POSESIÓN
DE LOS PRESIDENTES DE VENEZUELA Y BRASIL**

Adiana Chirinos
Universidad del Zulia
adianachirinos@hotmail.com

Lourdes Molero de Cabeza
Universidad del Zulia
lourdes_molero2001@yahoo.com

RESUMEN

El objetivo de este estudio es examinar las estrategias utilizadas para la construcción del *yo* y del *otro* en los discursos de toma de posesión de los presidentes Hugo Chávez Frías (Venezuela) e Inácio Lula da Silva (Brasil). Los resultados sugieren que: a) los emisores del discurso se presentan como agentes principales de los procesos de cambio (mejoramiento) en sus países; b) en los discursos, se explica que la crisis político-social es consecuencia de errores pasados y se propone el cambio como única salida a esta situación; c) al oponente se le describe de una forma negativa y se hace alusión al otro de manera directa o bien utilizando la despersonalización; d) las estrategias de: *polifonía, solidaridad y cercanía, victimización y coerción* se identificaron como las herramientas de persuasión más comunes.

PALABRAS CLAVE: discurso político, construcción del *yo*, construcción del *otro*.

ABSTRACT

The objective of this study is to examine the strategies used for the construction of *self* and *other* in the inaugural speeches of presidents Hugo Chávez Frías (Venezuela) and Inácio Lula da Silva (Brasil). The findings suggest that: a) the speakers present themselves as the main agents of change (and improvement) in their countries; b) in their speeches, the sociopolitical crisis is explained as a result of errors in the past and the proposal of change as the only solution; c) the opponents are described in a negative form and reference to the *other* is direct or depersonalized; d) the strategies of *polyphony, solidarity and proximity, victimization and coercion* were identified as the most common persuasive tools.

KEY WORDS: political speech, construction of *self*, construction of *other*.

INTRODUCCIÓN

Uno de los aspectos más importantes en el estudio del discurso político es la construcción de la imagen de sí mismo por parte del líder y la construcción que éste elabora de su oponente. En este trabajo retomamos, como premisa, la propuesta de Charaudeau (2005: 88), según la cual para el estudio del *ethos*, en tanto que construcción de la imagen de sí mismo, la identidad del sujeto hablante se desdobra en dos componentes que muestran al sujeto en su *identidad social* como locutor y a través de la *identidad discursiva* que él construye de sí mismo. De manera que el *ethos*, categoría retórica proveniente de la antigüedad y retomada por algunos analistas del discurso, sería así el resultado de una doble identidad. Esta construcción del *yo* intenta buscar la identificación con el público y ganar adeptos para el líder y las ideas que defiende.

Por otra parte, el discurso político asume entre sus funciones estratégicas la construcción del oponente y su grupo con recursos deslegitimadores, expresados mediante enunciados con modalidades y descripciones valorativas que enfatizan los rasgos negativos del *otro*.

1. DEFINICIÓN DE OBJETIVOS Y CORPUS

Los objetivos de esta investigación están orientados al estudio de la construcción de las identidades y alteridades en los discursos de toma de posesión de los presidentes latinoamericanos Hugo Chávez Frías (1999) e Inácio Lula da Silva (2003), presidentes de Venezuela y Brasil respectivamente. Este último discurso se trabaja en la versión al castellano, que fue, al igual que el otro, obtenido de Internet. El discurso del Presidente Chávez fue pronunciado el 02 de febrero de 1999 y el del Presidente del Brasil, el 01 de enero de 2003. El público presente durante los actos de toma de posesión estuvo conformado por las autoridades más importantes de ambos países, así como por otros jefes de estado e invitados internacionales. En ambos discursos es posible identificar algunos de los temas más frecuentes en el discurso político, vinculados con la crisis de la sociedad donde le va a tocar actuar al líder que asume el poder, así como con las transformaciones que propone para superar el estado de carencias sociales una vez en el ejercicio de las funciones gubernamentales. Alrededor de los tópicos *crisis* y *cambio* giran las intervenciones de los candidatos presidenciales durante sus períodos de campaña electoral, y también los discursos que, como los de la muestra seleccionada, marcan su definitivo ascenso al poder. La crisis es concebida como la consecuencia de una serie de decisiones erradas tomadas en el pasado por las diferentes instituciones, las cuales habrían seguido determinadas políticas gubernamentales que provocaron un estado de

desequilibrio e incertidumbre en los diferentes ámbitos de un país.

El objetivo general es analizar bajo un enfoque semántico y pragmático las construcciones del *yo* y del *otro* en el marco de la construcción de los temas de la *crisis* y del *cambio* y de las diferentes estrategias utilizadas en los discursos de la muestra. Para esto nos hemos trazado los siguientes objetivos específicos:

1. Identificar a través de las modalidades semánticas las diferentes construcciones del *yo* en los discursos.
2. Analizar la presentación del *yo* desde el punto de vista del *nosotros inclusivo* y del *nosotros genérico*, así como la presentación del *otro* desde la perspectiva de *él/ellos*.
3. Identificar las estrategias discursivas y los recursos lingüísticos utilizados en la construcción de las mismas.
4. Analizar la conceptualización de los eventos *crisis* y *cambio*, partiendo de la visión de ambos líderes políticos.
5. Establecer semejanzas y diferencias entre ambos discursos.

2. FUNDAMENTOS TEÓRICO-METODOLÓGICOS

Algunos enfoques han estudiado el discurso político desde diferentes perspectivas y posturas epistemológicas. El marco teórico que sustenta el análisis de los discursos de los presidentes de Venezuela (D1) y Brasil (D2) está articulado dentro del campo del análisis del discurso, utilizando un enfoque semántico-pragmático que, a través del estudio de la escenificación lingüística que realizan los emisores, toma en consideración el espacio de la situación de comunicación donde se sitúan las *identidades psicosociales* de los sujetos, la finalidad y las circunstancias materiales de la comunicación; y un espacio interno, lugar de la construcción de las *identidades discursivas* de los sujetos y de la finalidad enunciativa.

Con este trabajo se continúa una línea de investigación que centra su objetivo en el análisis del discurso político venezolano (Molero 1984, 1985, 1999, 2001, 2002; Molero y Galbán 2002; Molero y Franco 2002; Molero, *et al.* 2003) desde una doble perspectiva. Se toma como principio básico el análisis del aspecto semántico de cada discurso y luego el sentido que éste adquiere cuando se estudia a la luz del evento de comunicación, haciendo especial énfasis en la construcción del *yo* o sujeto discursivo y en la construcción del *otro*. Asimismo, se examina la construcción de conceptos tales como *crisis* y *cambio*; el primero referido a la caracterización que el líder hace de la situación de su país y el segundo, referido al proceso de transformación que promete a sus conciudadanos.

En el nivel lógico-conceptual de los discursos se analizan los siguientes aspectos: a) la conceptualización del evento *crisis/cambio* desde la perspectiva de los sujetos discursivos, destacando las causas, los posibles instrumentos para el cambio y los agentes que llevarán a cabo el proceso de transformación; b) la concepción del *yo* y del *otro* en el propósito de comunicación de cada enunciador. En el nivel lingüístico se analizan los recursos utilizados en la construcción de la identidad (*yo*) y de la alteridad (*otro*) y las modalidades semánticas más importantes en ambos casos. Por último, se estudian las estrategias de autorrepresentación de los líderes y de representación de sus oponentes, entendiendo las estrategias como “una sucesión de procedimientos lingüísticos y discursivos que conducen a un objetivo específico” (Molero 2001: 86).

3. LOS DISCURSOS DE TOMA DE POSESIÓN DE CHÁVEZ Y LULA EN EL NIVEL LÓGICO-CONCEPTUAL

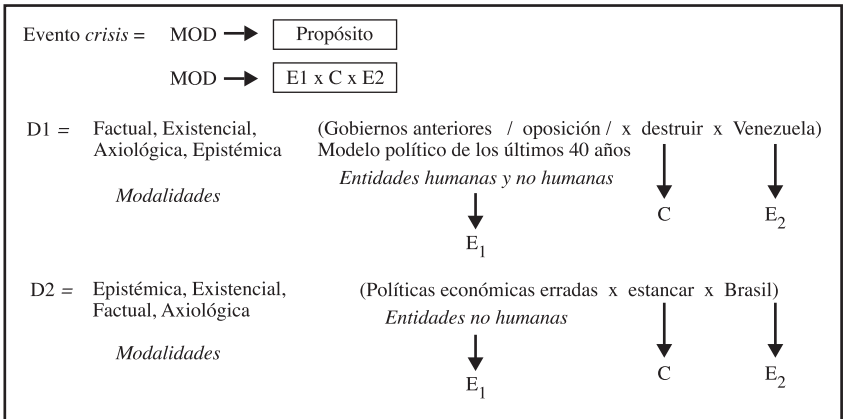
Los cambios, tanto radicales como moderados, son ofrecidos por los líderes políticos como la única salida para solventar la crisis que declaran encontrar en la situación donde les va a tocar gobernar. Los cambios generalmente implican una revisión profunda del sistema político, económico y social vigente para proponer nuevas formas de enfrentar las necesidades de una nación.

Los discursos pronunciados por los líderes políticos en el momento de la toma de posesión como presidentes de sus respectivos países, se caracterizan por presentar un amplio panorama de la situación de cada país para el momento de enunciación del discurso, enfatizando los errores de los gobiernos pasados y exponiendo soluciones a corto y mediano plazo.

Para construir un mapa del nivel conceptual de los discursos analizados se presentan las siguientes fases. La primera fase permite visualizar el evento *crisis* con sus modalidades, entidades (participantes que intervienen en el evento) y comportamientos (acciones desarrolladas por los participantes), utilizando para ello el esquema de la semántica lingüística (Pottier 1992, 1993). La definición del EVENTO se basa en dos conceptos: *modalidad* y *propósito*. La modalidad sería una categoría lingüística del dominio semántico que expresa la posición que asume el enunciador frente a su propósito; su identificación permite observar las diferencias entre los enunciados de un discurso, en cuanto éstas expresan las diversas posiciones que asume el enunciador, bien con respecto al contenido de su propósito, bien con respecto a los participantes del evento comunicativo en su conjunto. Se puede agrupar en cuatro zonas: *existencial*, *factual*, *epistémica* y *axiológica*. Seguimos en este punto la clasificación de las modalidades de la semántica de Pottier (1992, 1993), para quien la modalidad existencial es aquella que se refiere al ser de una entidad

(*ser o no ser*); la *factual* se refiere al conjunto de las actitudes orientadas hacia el actuar: el *decir* (*declaro que...*) y el *hacer* (*rompió la carta*); la modalidad *epistémica* expresa el grado de adhesión del *yo* con respecto a su propósito; es la dimensión del creer, del conocer, del recordar (*a mi modo de ver..., creo que...*); y la *axiológica* responde al juicio de valor emitido por el enunciador sobre su propósito (como ejemplos pueden citarse las formas de cortesía y diferentes morfemas que expresan juicios valorativos o peyorativos: *verdusco, Juanito, gracioso*). Como se observará en los ejemplos obtenidos en la muestra, las modalidades pueden expresarse mediante una variedad muy extensa de categorías morfológicas, lexemas modales y otros elementos gramaticales. Por su parte, el propósito estaría constituido por las entidades que participan en el evento y sus respectivos comportamientos.

Cuadro 1. La construcción de la *crisis* en el nivel lógico-conceptual



En el cuadro 1 se muestra la diferencia entre las entidades que constituyen el evento *crisis* en cada discurso (E1, E2): en D1 son *humanas* y *no humanas* (miembros de gobiernos anteriores, oposición, modelo político de los últimos 40 años, Venezuela) y en D2 *no humanas* (políticas económicas erradas, Brasil). Esta clasificación de las entidades mostrará sus consecuencias en el nivel propiamente discursivo con las estrategias que los líderes utilicen para enunciar su discurso. Los comportamientos principales del evento *crisis* son, en D1, *destruir* y, en D2, *estancar*. También en el cuadro se observan las modalidades que serán analizadas más adelante.

En una segunda fase se encuentran los cuatro esquemas analíticos que caracterizan el discurso político (Molero 1999: 147) en el nivel lógico-conceptual: 1) El líder o candidato toma como punto de partida la situación de la sociedad en la cual desea actuar y emite su opinión en relación con la

misma. Esta opinión cambiará de acuerdo con la posición del emisor del discurso como adherente u oponente del sistema de gobierno actual. 2) El líder político ofrece un cambio a esa situación actual. En D1, se propone un cambio radical, marcado por la utilización del término *revolución*; en D2, el enunciador se refiere a los cambios que se pondrán en práctica a lo largo del nuevo período y los señala como “graduales y continuados”. 3) Para lograr el cambio, el discurso político ofrece *instrumentos*. 4) Este tipo de discurso presenta como agente de los procesos de degradación social al oponente y como agente de los procesos de mejoramiento social al emisor del discurso y al grupo político al cual éste pertenece (Molero 1984, 1985); van Dijk (1996: 25) ha denominado a este aspecto *autopresentación positiva del yo y presentación negativa del otro*.

Es posible analizar también los actantes, concebidos como la representación en el discurso de las entidades, humanas o no, que están comprometidas en una acción y que tienen un papel, en función de sus relaciones en el proceso de acciones y con respecto a los otros actantes (Molero 2000, 2003; Fernández y Molero 2003; Chirinos *et al.* 2006; Franco y Martínez 1999).

Los diversos cambios y transformaciones que los sujetos discursivos proponen como única vía para solventar la crisis están liderados principalmente por un *yo* presidente y su equipo de gobierno, mientras que la inestabilidad política, social y económica que genera la situación de crisis se le atribuye a la incompetencia de los gobiernos pasados.

En el cuadro 2 que se presenta a continuación, se observa cómo los sujetos discursivos plantean la necesidad del cambio y señalan (de forma directa e indirecta) a quienes consideran los causantes de la situación de carencias sociales.

Cuadro 2. Conceptualización del evento *crisis*

	D1	D2
Tipo de cambio ofrecido por el líder	- Mejoramiento	- Mejoramiento
Visión de la situación en el momento de la enunciación	Visión negativa (crisis) - Laberinto terrible - Crisis: moral, ética, social, política, económica - Descapitalización	Visión negativa (crisis) - Estancamiento - A la deriva, al sabor de los vientos - Carencia de proyecto, de planificación estratégica
Los causantes de la degradación (La instancia adversaria en la situación de comunicación)	- Modelo político de los últimos 40 años - Los que se oponen a los cambios necesarios	- Políticas económicas que no favorecieron el crecimiento de Brasil

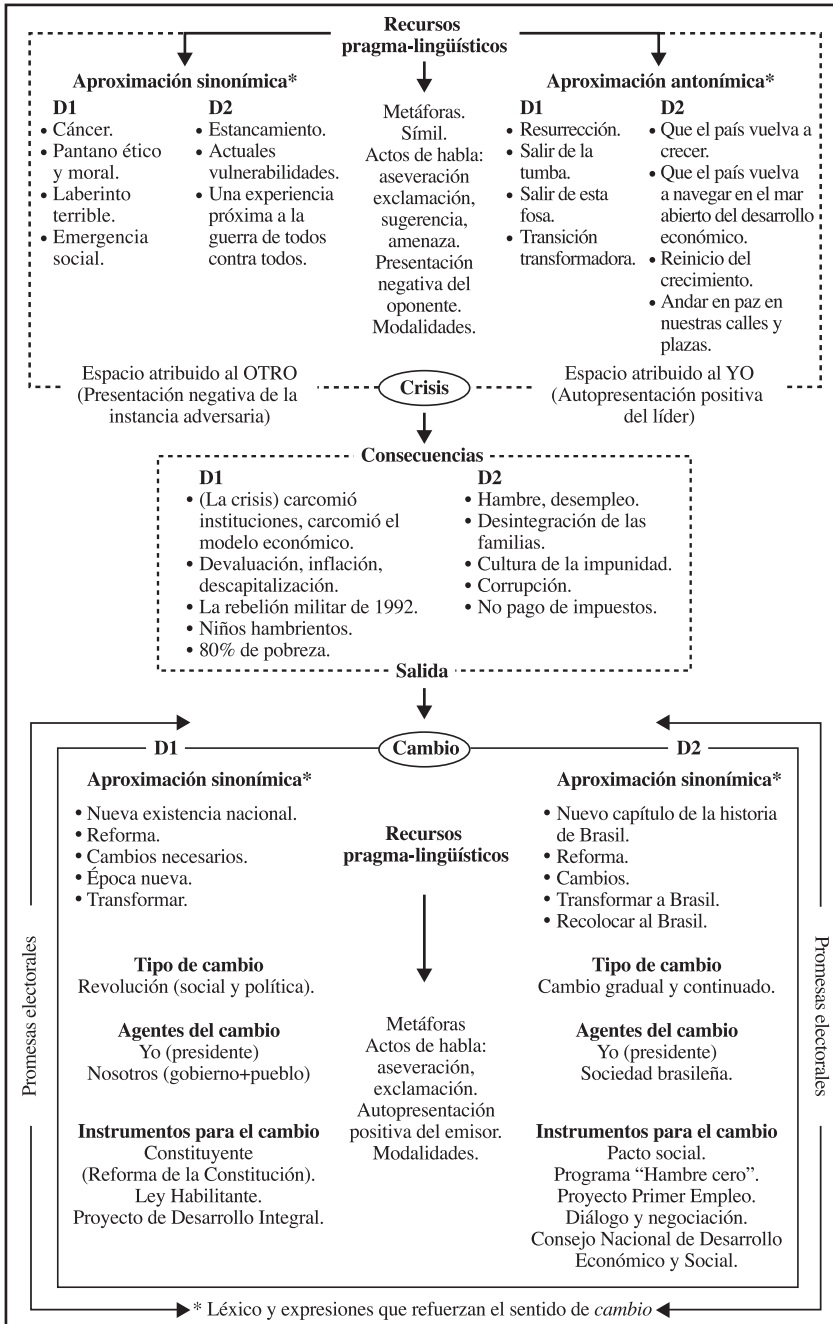
Según el cuadro, la conceptualización del evento *crisis* se da de la siguiente forma:

- a) Los enunciadores ofrecen un cambio o transformación de la situación actual (*crisis*) y del futuro del país, que es catalogado como un proceso de *mejoramiento*.
- b) La visión de la situación en el momento de la enunciación es completamente negativa, lo que justifica el proceso de cambio que proponen iniciar los líderes. En D1, el emisor realiza una descripción muy amplia de la situación, adjudicándole de forma directa el calificativo de *crisis* a los problemas que enfrenta Venezuela en los diferentes ámbitos. En D2, la descripción de la situación actual desde la perspectiva del emisor se resume en la palabra *estancamiento*, término que utiliza el emisor para explicar, a su juicio, el estado en que recibe al país.
- c) La responsabilidad de la situación de crisis a la que se hace alusión en los discursos se atribuye en ambos casos a los gobiernos anteriores pero con estrategias discursivas diferentes. En D1, se hace de una forma directa, “gobiernos pasados”, “los que se oponen a los cambios necesarios”, mientras que en D2 se despersonaliza y se atribuyen las responsabilidades a “políticas económicas erradas”, “actos ilegales” y “delitos impunes” (“crímenes hediondos”, “masacres”, etc.). En D2, no se personalizan los causantes de la degradación, se utiliza una estrategia discursiva neutralizadora o mitigadora de la polarización (*yo/nosotros* vs. *ellos*) que pudiera significar la opción por un mayor nivel de cortesía, en el caso del presidente Lula en el momento de asumir el poder. Todos los actantes vinculados con los efectos de sentido¹ de la crisis conformarían la instancia del adversario o del oponente en la situación de comunicación. En el espacio discursivo de la enunciación, la instancia política (*yo*) se dirige a la instancia ciudadana (*tú*) y el rol del *otro* aparece representado mediante el pronombre de 3ª persona (*él/ellos*).

Como tercera fase, se presentan las construcciones léxicas vinculadas con los conceptos de *crisis* y *cambio* de la siguiente forma:

1. La noción de “efecto de sentido”, ligada desde su origen a la de discurso, se toma aquí tal como la definió el lingüista francés, Gustave Guillaume. Este autor fue el primero en proponer una distinción entre el significado en la lengua y los efectos de sentido del discurso, entendiendo bajo esta última denominación la infinita variedad de valores que una unidad puede adquirir en el discurso, según el contexto en que se inscribe (Guillaume 1964).

Cuadro 3. La construcción de los conceptos de *crisis* y *cambio*



Como se muestra en el cuadro 3, los líderes utilizan diferentes aproximaciones sinonímicas y antonímicas para construir los conceptos *crisis* y *cambio*, así como también una variada gama de recursos pragma-lingüísticos entre los que destacan la metáfora, el símil, los diferentes actos de habla y la presentación negativa del oponente, entre otros. La parte superior del cuadro permite observar el espacio dedicado a la construcción de la crisis: las aproximaciones sinonímicas señalan el léxico y las expresiones reforzadoras de los efectos de sentido que va adquiriendo ese término; lo contrario sucede con las aproximaciones antonímicas. El espacio de lo sinonímico es atribuido a la instancia del adversario, es decir, el *otro*; y lo antonímico se le atribuye al *yo*.

La situación de crisis planteada en ambos discursos genera desde la perspectiva de los emisores consecuencias graves para Venezuela y Brasil. Por tal motivo, surge el campo de las promesas electorales, en el cual se inserta el tema del cambio planteado de formas diferentes (D1: cambio radical – D2: cambio moderado). Este tema puede ser observado en la parte inferior del cuadro.

Para lograr el cambio, se proponen instrumentos que serán utilizados por los líderes o los agentes políticos en el proceso de mejoramiento. En D1, resalta la “Constituyente” como paso previo para modificar la Constitución venezolana. Con esta reforma constitucional el Presidente Chávez busca eliminar “el modelo político nefasto” que ha regido a Venezuela durante los últimos años. En D2, destacan como instrumentos de cambio el “Pacto social”, el programa de seguridad alimenticia “Hambre cero” y el proyecto “Primer empleo”, entre otros.

Por último, la alianza líder/pueblo – gobierno/pueblo se presenta como agente impulsor de los cambios. Sin embargo, los emisores de los discursos se adjudican un papel protagónico en la transformación de sus países. El estudio de los dos conceptos permite observar que el ámbito de construcción de la crisis pertenece al ámbito de actuación que le es adjudicado al *otro*; mientras que el campo del cambio le pertenece al *yo*, puesto que en su construcción se auto-atribuye los enunciados transformativos (causativos de los procesos de mejoramiento social).

3.1 *La visión del “yo” y del “otro” en el nivel lógico-conceptual*

Como se observó en el cuadro 2, los líderes se ven a sí mismos como agentes de los procesos de mejoramiento (causativos + procesos de mejoramiento) que se emprenderán en sus países una vez que se pongan en marcha sus planes y estrategias de acción, de manera que el *yo* (ámbito conceptual del cambio) es concebido en ambos discursos como el agente impulsor de los cambios y transformaciones en Venezuela y en Brasil. El *otro*, es decir, los

agentes opositores (causativos + procesos de degradación) son considerados como los principales culpables de la situación de deterioro en la que se encontraban ambos países para el momento en el que los emisores asumen la presidencia; por lo tanto, el *otro* (ámbito conceptual de la crisis) es concebido en D1 como el causante de los procesos de degradación (la oposición) y en D2 como un modelo que en vez de generar crecimiento produjo estancamiento, desempleo, hambre.

Sin embargo, es importante mencionar que el líder brasileño no acusa a un grupo o partido de forma directa, utiliza la despersonalización señalando causales no-humanos referidos al “modelo que produjo estancamiento”, producto de las “políticas económicas que no favorecieron el crecimiento”.

4. LA CONSTRUCCIÓN DEL YO Y DEL OTRO EN LOS DISCURSOS DE CHÁVEZ Y LULA.

En este apartado se analizan los recursos lingüísticos utilizados por los líderes (Chávez y Lula) para construir en sus discursos los estados, procesos y visiones de los actores políticos en concordancia con lo expuesto en el nivel lógico-conceptual.

El desdoblamiento entre una identidad social y psicológica y una identidad lingüística discursiva (Molero 2001: 89) se explica de la siguiente forma: en primer lugar por la existencia de un *sujeto hablante* (ser empírico con una identidad psicosocial), considerado como el productor efectivo del mensaje. Este realizador del mensaje puede coincidir o no con el *locutor* (ser del discurso).

Por otra parte, es importante tomar en cuenta a los líderes políticos o sujetos extratextuales que actúan como participantes en los eventos de comunicación y que construyen en sus discursos una imagen del *yo*, del *tú* y del *él*, de acuerdo con los objetivos y funciones estratégicas presentes en los discursos políticos.

El *yo* es la forma que representa la identidad de la persona que habla. El *otro* es la forma canónica de representación de la identidad de la persona de quien se habla y que, en los discursos, puede presentarse a través de los pronombres *él/ellos* (Molero 2001: 89). De esta forma, las construcciones discursivas *yo*, *yo/nosotros* corresponden a la construcción de la *identidad* y la del *otro* a la construcción de la *alteridad*.

Los emisores de los discursos construyen la imagen de sí mismos y de sus adversarios, tomando como puntos de partida el eje de la construcción *crisis vs. cambio* y la situación de comunicación del evento “toma de posesión

de la presidencia de la república”. En forma general, como ya se ha señalado, la construcción de los procesos e identidades referidos a la crisis o situación de postración social y política aparecerán vinculados al ámbito de actuación del *otro*; por el contrario, la construcción del *yo* en su autopresentación positiva siempre estará referida a los procesos de mejoramiento socio-político, circunscritos al campo conceptual del cambio. Se utilizan entonces estrategias para lograr unos fines; por ejemplo, los presidentes hacen referencia a la victimización, para convertir a sus oponentes en victimarios; o se presentan como ciudadanos comunes al atribuirse características del pueblo a través de la utilización de la estrategia de la solidaridad o cercanía, con la cual el líder rompe la distancia jerárquica entre presidente y pueblo, entre gobernante y gobernados. De esta forma, queda demostrado el desdoblamiento del *yo* (ser social) con respecto al *yo* discursivo.

4.1. *El desempeño del “yo” en los discursos*

El *yo* aparece reflejado en los discursos de la siguiente forma:

a) Referencias a su papel político como jefe de estado.

D1: “Presidente de Venezuela”, “Presidente Chávez”.

D2: “Presidente de la República”, “Funcionario público número 1 de mi país”, “mandatario de la nación”.

b) Como instrumento de cambio.

D1: “Instrumento de un colectivo”.

D2: “yo me comprometí a realizar reforma del seguro social, reforma tributaria, reforma política y reforma de la legislación laboral”, “(yo) imprimir al cambio un carácter de intensidad práctica”.

c) Como parte del pueblo.

D1: “Yo, que campesino también soy y así fui y así me crié”.

D2: “Niño que vendía maní y naranja”, “tornero mecánico”.

d) Acciones inherentes a su responsabilidad como jefe de estado.

D1: “he dado instrucciones al próximo Ministro de la Defensa”.

D2: “definí, entre las prioridades de mi gobierno, el programa de seguridad alimenticia”.

Para el análisis lingüístico de la construcción de identidades se tomó como punto de partida las modalidades propuestas en la semántica de Pottier (1992, 1993): existencial, epistémica, factual y axiológica.

Como se muestra en el cuadro 4, en D1 y D2, los líderes se presentan a través de las cuatro modalidades ya mencionadas. Las modalidades factual y existencial tienen una estrecha relación con la intención de comunicación

que ambos presidentes muestran en sus discursos: presentarse como aliados del pueblo (modalidad existencial orientada al *ser*) y líderes que manifiestan (modalidad factual orientada al *decir*) y realizan (modalidad factual orientada al *hacer*) los procesos de cambio y transformación de sus países.

En líneas generales, la construcción lingüística del *yo* desde las modalidades axiológica y epistémica en D1 y D2 tiene como finalidad buscar la cercanía entre el líder y el pueblo, objetivo que intentan alcanzar los presidentes a través de la manifestación de sus sentimientos, deseos, aspiraciones y creencias.

Cuadro 4. Las modalidades en la construcción del *yo*

		Rol social	Modalidades lingüísticas	Estrategia discursiva
YO	D1	Referencia a su identidad como venezolano	Existencial: “En Venezuela, yo nací en 1954”.	Solidaridad y cercanía
		Referencia a su investidura como jefe de estado	Factual: “Yo llamo a que unamos lo mejor de nuestras voluntades”.	
		Referencia a su rol como militar	Epistémico-axiológica: “Yo tengo una gran fe en que le vamos a poder dar cauce” Epistémico (testimonial): “y de sus manos, con estas mismas manos recibí yo el sable de mando de subteniente del Ejército”.	
	D2	Referencia a la relación líder-pueblo	Epistémico-axiológica: “Estoy convencido de que tenemos, de esa forma, una oportunidad única de superar los principales obstáculos”.	
Referencia a su rol como jefe de estado		Factual-existencial: “Ya dije y repito: crear empleos será mi obsesión”. Epistémico-axiológica: “Creo en un futuro grandioso para Brasil porque nuestra alegría es mayor que nuestro dolor”.		

4.2. *La utilización del “nosotros” en sus modalidades de inclusivo y genérico*

El emisor presidencial construye la identidad del *nosotros* en sus modalidades de inclusivo o genérico. El *nosotros* inclusivo incorpora al receptor en la referencia del emisor. Pudiera ser un uso intencionado, porque acerca las posiciones de los protagonistas de la enunciación; se da en casos de relaciones asimétricas como la de presidente/audiencia. En este particular se hace necesario conseguir una señal de acercamiento suplementaria para superar la barrera jerárquica y conseguir el grado suficiente de aproximación y complicidad (Molero 2001: 91).

El *nosotros* genérico incluye al emisor en un grupo, y lo representa en un colectivo (empresa, institución, gobierno, comunidad). De esta manera, el sujeto discursivo asume la responsabilidad y legitimidad asociada a un colectivo. En el caso de la muestra analizada, ambos líderes acuden a este uso (*yo* + gobierno) y en el caso del Presidente Chávez lo muestra también incluido en el ámbito militar.

En el cuadro 5 se observa la utilización que hacen los emisores del *nosotros* inclusivo y genérico.

Los agentes discursivos hacen especial énfasis en la utilización del *nosotros* genérico (yo + gobierno) como estrategia para posicionarse ante el pueblo como un equipo de gobierno serio y comprometido que velará por los intereses del pueblo y el desarrollo de su país. Utilizan el *nosotros* inclusivo para destacar la relación (yo + pueblo), con la finalidad de promover una relación de cercanía presidente/audiencia que permita crear un clima adecuado, en el cual, con la ayuda y el apoyo del pueblo, se puedan desarrollar y ejecutar exitosamente los planes de acción del nuevo gobierno. D1: “Tenemos que revolucionarnos”; D2: “Tenemos que enorgullecernos de todos esos bienes que producimos y comercializamos”.

El *nosotros* genérico también incorpora al locutor a un grupo, en D1: “venezolanos”, en D2: “brasileños”, sin hacer distinciones de clase social o ideología. En estos discursos los emisores hacen uso del *nosotros* genérico para identificarse ampliamente con sus países, D1: “Así estamos los venezolanos de hoy”; D2: “Tenemos que cuidar bien, muy bien, ese inmenso patrimonio productivo brasileño”. Esta utilización del *nosotros* genérico en el cual se involucran tanto a los oponentes como a los adherentes coloca a los enunciadores en una posición de imparcialidad, utilizada para sustentar que sus acciones políticas están diseñadas en beneficio de todos los habitantes del país (venezolanos - brasileños).

Cuadro 5. La construcción lingüística del *nosotros*

	D1		D2	
Nosotros inclusivo	<ul style="list-style-type: none"> - Así estamos los venezolanos de hoy, tenemos que mirar al pasado. - Nosotros somos uno de los países con mayor reserva de agua dulce del mundo entero. - Nosotros somos uno de los pueblos libertarios del mundo, nosotros somos un pueblo de creadores. 		<ul style="list-style-type: none"> - Tenemos que cuidar bien, muy bien, ese inmenso patrimonio productivo brasileño. - Necesitaremos exportar más, añadiendo valor a nuestros productos y actuando con energía. - Carecemos de un auténtico pacto social por los cambios. 	
Nosotros genérico	Yo + gobierno	<ul style="list-style-type: none"> - Nosotros tenemos un proyecto. - Nosotros tenemos que darle cauce a un movimiento que corre por toda Venezuela. - Es necesario que hagamos reformas. - Nosotros no hemos descansado y ustedes lo saben, buscando, viajando, hablando. - Nosotros somos gente seria. - Nosotros tenemos que enfrentar la emergencia social. 	Yo + gobierno	<ul style="list-style-type: none"> - Vamos a garantizar el acceso a la tierra para quien quiere trabajar. - Vamos a incrementar, también, la agricultura familiar, el cooperativismo, las formas de economía solidaria. - No permitiremos que la corrupción, el no pago de impuestos y el desperdicio continúen privando a la población de recursos que son suyos.

4.3. *La presentación del “otro”*

El *otro* aparece representado en algunas ocasiones mediante la tercera persona del plural (*ellos*), de forma tácita o mediante el señalamiento de situaciones en las cuales queda implícito el *ellos/gobiernos pasados* como responsables.

Las construcciones discursivas utilizadas para referirse al *otro* (oponente) en el caso de D1 son más directas: “Los que quieren conservar esto tal cual está”, expresión utilizada por Chávez para señalar a los grupos políticos opositores como obstáculos en el proceso de cambios y transformaciones que desea iniciar en el país. Las referencias al *otro* en D2 se hacen de forma indirecta, utilizando la despersonalización para no atribuirle responsabilidades específicas a personas o partidos; sin embargo, se puede notar cómo el emisor del discurso, al igual que en D1, hace alusiones a los errores de los gobiernos anteriores: “Deterioro de los lazos sociales en Brasil en las últimas dos décadas”. Esta expresión, a pesar de no utilizar señalamientos directos, con la acotación “en las últimas dos décadas” deja ver claramente que atribuye el deterioro de los lazos sociales en Brasil a los partidos políticos que gobernaron el país en los últimos veinte años.

La construcción de la imagen del oponente político en las descripciones que le son atribuidas en estos discursos constituye una presentación negativa del *otro*, característica que se corresponde con la función deslegitimadora del discurso político (Molero 2001). En ambos casos se deslegitima al oponente, descalificando los resultados de sus acciones gubernamentales.

5. FUNCIONES ESTRATÉGICAS

Las funciones estratégicas del discurso político, *legitimación* y *deslegitimación*, son utilizadas por los emisores según su intención de comunicación. Éstas se encargan de contribuir al reconocimiento, de forma positiva o negativa, de los actores sociales que intervienen en el discurso.

La *legitimación* consiste en propiciar la valoración positiva de un determinado evento o proceso, en el cual el *yo* se muestra como agente principal. Por su parte, la *deslegitimación* se basa en fomentar en los receptores matrices de opinión en contra de los oponentes del emisor del mensaje.

Para van Dijk (1999: 322) existen diferentes aspectos de la deslegitimación, entre los cuales podemos mencionar: deslegitimación de pertenencia, deslegitimación de acciones, deslegitimación de objetivos, deslegitimación de normas y valores, deslegitimación de la posición social y deslegitimación del acceso a los recursos sociales.

La deslegitimación del *otro* se produce en ambos discursos mediante la descalificación de sus acciones y los resultados de sus políticas: “agotamiento del modelo”, “estancamiento”, “sin capacidad, ni voluntad para resolverla (la crisis)”.

En los discursos analizados, ambos emisores utilizan la legitimación y la deslegitimación para consolidar su posición como líderes dentro de un sistema democrático, justificar sus propuestas de cambio y enfatizar los errores del *otro* (gobiernos anteriores). A continuación se observan algunos ejemplos tomados de los diferentes párrafos de los textos analizados:

En el discurso de Chávez:

Legitimación del “yo”

- (1) P3²: yo le dije al pueblo venezolano de muchas maneras y en muchos lugares que iba a comenzar mi discurso de hoy al asumir la Presidencia de Venezuela por mandato del pueblo venezolano y por el favor de Dios también.
- (2) P21: será necesario —insisto— en que cada quien aquí asuma sus responsabilidades, y especialmente quienes tenemos responsabilidades de conducción de instituciones públicas, privadas, religiosas, económicas, sociales, educativas, etc. Afinemos el rumbo, démosle a nuestros hijos y a nuestros nietos una patria que hoy no tenemos.

En los dos ejemplos anteriores se legitima la asunción al poder mediante el mecanismo democrático (mandato del pueblo), la apelación a lo religioso y por la finalidad de sus acciones y responsabilidades.

Deslegitimación del “otro”

- (3) P9: Esa crisis no hubo capacidad para resolverla, la más mínima capacidad ni la más mínima voluntad para resolverla y siguió galopando como un pequeño cáncer que no es extirpado a tiempo.
- (4) P11: Aquí hace una década ya, dentro de pocos días vamos a recordar con dolor aquella explosión de 1989, 27 de febrero, día horroroso, semana horrorosa, masacre, hambre y miseria y aún no hubo, a

2. Las siglas al comienzo de los ejemplos corresponden al número del párrafo de donde fue extraído.

pesar de eso, capacidad ni voluntad para tomar las acciones mínimas necesarias y regular, como pudo haberse hecho, la crisis moral, la crisis económica y ahora la galopante y terrible crisis social.

En estos ejemplos se deslegitima al *otro* mediante la descalificación de las actuaciones políticas del adversario y las consecuencias de las mismas.

En el discurso de Lula:

Legitimación del “yo”

- (5) P5: Fue para eso que el pueblo brasileño me eligió como Presidente de la República. Para cambiar. Este fue el sentido de cada voto que me dieron a mí y a mi bravo compañero José Alentar.
- (6) P6: Y yo estoy aquí, en este día soñado por tantas generaciones de luchadores que vinieron antes de nosotros, para reafirmar mis compromisos más profundos y esenciales.

El líder legitima su posición de poder mediante el mandato del pueblo brasileño, el objetivo (cambiar) y su pertenencia a la generación que ha querido transformar el rumbo del país.

Deslegitimación del “otro”

- (7) P4: Frente al agotamiento de un modelo que, en vez de generar crecimiento, produjo estancamiento, desempleo y hambre. Ante el fracaso de una cultura del individualismo, del egoísmo, de la indiferencia frente al prójimo, de la desintegración de las familias y de las comunidades. Frente a las amenazas de la soberanía nacional.

En este ejemplo se deslegitiman las normas, valores y acciones del adversario, al adjudicarle calificaciones negativas tales como estancamiento, desempleo, hambre, egoísmo, desintegración de la familia y de las comunidades.

6. LAS ESTRATEGIAS DISCURSIVAS UTILIZADAS EN LA CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDADES.

Para Chilton y Shäffner (2000: 304), “la noción de *funciones estratégicas* les permite a los analistas del texto y del habla concentrarse en

aquellos elementos que contribuyen a los fenómenos que las personas consideran intuitivamente como políticos, y obviar otras funciones como la informativa, la lúdica, etcétera”.

Las estrategias del discurso político identificadas en la muestra son: polifonía o intertextualidad, reserva, exclusión o marginación del otro, solidaridad o cercanía, victimización, polarización y coerción.

Cada una de las estrategias mencionadas se presenta mediante el auxilio o la utilización de figuras retóricas y recursos pragma-lingüísticos que pone en práctica el emisor para mostrar su identidad psicosocial y discursiva, pero también para cumplir las funciones estratégicas del discurso político.

a) *Estrategia polifónica o intertextual*: con esta estrategia los emisores reproducen en sus discursos, textos o conversaciones, frases pronunciadas por otros emisores. En la mayoría de los casos, se toman citas de autores reconocidos en diversos ámbitos sociales. Molero (2001: 99) afirma que en casi todas las intervenciones del Presidente Chávez es frecuente el uso de citas de otros discursos, con el predominio de los textos religiosos e históricos, entre otros. En D1, Chávez hace uso de la estrategia de la polifonía, valiéndose de la utilización de textos religiosos: “Yo hago un llamado [...] reconozcamos nuestras culpas como hacemos en la Iglesia”; textos poéticos: “el verso de Pedro Mir, ese gran poeta dominicano”; textos históricos: “Una frase que dijo aquí en esta misma tierra venezolana otro militar como yo, [...] Aquel inmenso venezolano, infinito, que fue Don Francisco de Miranda, el Generalísimo, cuando Simón Bolívar, Coronel, perdió el Castillo de Puerto Cabello”, entre otros. En el caso de D2, esta estrategia se construye con la utilización de frases propias del lenguaje coloquial: “Como dice la sabiduría popular”. La utilización de la estrategia polifónica en D2, en comparación con el uso que se hace de ella en el discurso del presidente Chávez, es poco representativa.

b) *Estrategia de reserva*: el hecho de pronunciar un discurso en el marco de un acto solemne (toma de posesión del cargo como presidente de la república) hace que los líderes utilicen la estrategia de la reserva para no transmitir una imagen tan negativa de sus oponentes. La puesta en práctica de esta estrategia se hace utilizando recursos como la despersonalización de las entidades causantes de los males (encubrimiento o neutralización del causativo de procesos de degradación). En D1, el uso de esta estrategia se observa en menor proporción en relación con otros discursos pronunciados por el mismo emisor en diversas ocasiones. En D2, se evidencia el uso de

esta estrategia durante toda la extensión del discurso; los causantes de los procesos de degradación quedan velados porque el origen del estancamiento social se atribuye a un modelo, mas no se menciona a quiénes lo propiciaron o lo pusieron en práctica: “Frente al agotamiento de un modelo que, en vez de generar crecimiento, produjo estancamiento, desempleo y hambre”.

c) *Estrategia de exclusión o marginación del otro*: esta estrategia intenta presentar al *otro* como el causante de los males y obstáculos en los procesos sociales y políticos de un país. Se identificó únicamente en el discurso del presidente Chávez: “unirnos a los que quieren conservar esto tal cual está” ya que, como se mencionó, el discurso del presidente brasileño Lula da Silva no señala de forma directa al *otro*, puesto que se atribuyen los errores del pasado a agentes no humanos.

d) *Estrategia de solidaridad o cercanía*: esta estrategia puede observarse en el uso del *nosotros* inclusivo y en la cercanía que reproducen ambos líderes al identificarse con los “dolores” y “sufrimientos” del pueblo. D1: “Son niños de Venezuela y son también nuestros hijos [...] yo los considero mis hijos porque ellos son inocentes de las pasiones que a nosotros nos impulsan”. D2: “Mientras exista un hermano brasileño, o una hermana brasileña, pasando hambre, tendremos motivos de sobra para cubrirnos de vergüenza”.

e) *Estrategia de victimización*: la utilización de esta estrategia aparece vinculada directamente a la construcción de pueblo (Venezuela/Brasil), en ambos casos los líderes presentan al pueblo de sus respectivos países como víctima de los sistemas de gobierno anteriores y utilizan la metáfora como recurso retórico que enfatiza la victimización. D1: “nuestra Patria hoy está herida en el corazón”. D2: “Un pueblo que sabe lo que es sufrir”.

f) *Estrategia de polarización*: se expresa particularmente en el discurso del Presidente Chávez (D1); con esta estrategia el emisor del discurso dibuja una línea imaginaria que marca la frontera entre un *yo* (presidente), equipo de gobierno y adherentes, y el *otro* o sector opositor; por ejemplo: “Nosotros por supuesto y yo, sin duda, estoy en las barras bolivarianas”.

g) *Estrategia de coerción*: para analizar la utilización de esta estrategia en la muestra estudiada se tomaron en cuenta todos aquellos actos de habla ejecutados por el enunciador en los cuales se manifiestan de forma implícita o explícita sanciones (legales o físicas), órdenes, leyes, sugerencias, etc. Como resultado se obtuvo que en D1 se utiliza la coerción a manera de sugerencia (orden encubierta), como por

ejemplo, para plantear al Congreso la posibilidad de que otorgue al gobierno que él lidera una Ley Habilitante que permita efectuar de forma inmediata cambios en el ámbito económico: “Mi sugerencia al Congreso, dedíquense a estudiar la posibilidad de darle al gobierno que hoy comienza, una Ley Habilitante”. En el ejemplo extraído de D2 se observa el acto de habla de “amenaza” como estrategia de coerción utilizada por el enunciador: “No permitiremos que la corrupción, el no pago de impuestos y el desperdicio continúen privando a la población de recursos que son suyos”. Es importante mencionar que el acto de habla de amenaza tiene implícita una sanción, que sería el recurso o instrumento legal utilizado por el líder para garantizar el pago de impuestos.

A continuación se presentan los cuadros 6 y 7 que resumen algunos ejemplos de las estrategias discursivas utilizadas en los discursos de los presidentes de Venezuela y Brasil:

Cuadro 6. Estrategias discursivas (D1)

Estrategias	Construcción/Texto
Polifonía o intertextualidad	<p style="text-align: center;"><u>Texto religioso</u></p> <p>P9: Yo hago un llamado [...] reconozcamos nuestras culpas como hacemos en la Iglesia, Monseñor: «Por mi culpa, por mi culpa, por mi gran culpa».</p> <p style="text-align: center;"><u>Texto poético</u></p> <p>P22: el verso de Pedro Mir, ese gran poeta dominicano: «Si alguien quiere saber cuál es su patria, no la busque, tendrá que pelear y luchar por ella».</p> <p style="text-align: center;"><u>Texto mitológico</u></p> <p>P5: Es tratar de armarnos de una visión jánica necesaria hoy, aquella visión del Dios Mitológico Jano, quien tenía una cara hacia el pasado y otra cara hacia el futuro.</p> <p style="text-align: center;"><u>Texto histórico</u></p> <p>P15: Una frase que dijo aquí en esta misma tierra venezolana otro militar como yo, [...] Aquel inmenso venezolano, infinito, que fue Don Francisco de Miranda, el Generalísimo, cuando Simón Bolívar, Coronel, perdió el Castillo de Puerto Cabello, la plaza de Puerto Cabello, que era el último punto fuerte de la Primera República.</p>
Exclusión o marginación del otro	<p>P26: unirnos a los que quieren conservar esto tal cual está, buscar consenso con los que se oponen a los cambios necesarios, yo digo hoy como Bolívar: ¡es una traición!</p>
Solidaridad o cercanía	<p>P15: Son niños de Venezuela y son también nuestros hijos [...] yo los considero mis hijos porque ellos son inocentes de las pasiones que a nosotros nos impulsan.</p> <p>P19: unamos lo mejor de nuestras voluntades porque es el momento de salir de la tumba.</p>
Victimización	<p>P15: yo retomo esa frase: nuestra Patria hoy está herida en el corazón, nosotros estamos en una especie de fosa humana.</p> <p>- Subyace la estrategia de la polifonía “yo retomo esa frase”.</p>
Polarización	<p>P26: Nosotros por supuesto y yo, sin duda, estoy en las barras bolivarianas.</p> <p>- Yo (presidente)= cuyas acciones están inspiradas en los planteamientos de Bolívar.</p>

Cuadro 7. Estrategias discursivas (D2)

Estrategias	Construcción/Texto
Polifonía o intertextualidad	P12: Como dice la sabiduría popular, una larga caminata comienza por los primeros pasos.
Reserva	P4: Frente al agotamiento de un modelo que, en vez de generar crecimiento, produjo estancamiento, desempleo y hambre.
Solidaridad o cercanía	P19: Mientras exista un hermano brasileño, o una hermana brasileña, pasando hambre, tendremos motivos de sobra para cubrirnos de vergüenza. P14: nuestra alegría es mayor que nuestro dolor. Nuestra fuerza es mayor que nuestra miseria. Nuestra esperanza es mayor que nuestro miedo. P67: Le pido a Dios [...] un corazón del tamaño de Brasil para sentirme unido a cada ciudadano y ciudadana de este país en el día a día de los próximos cuatro años.
Victimización	P13: Un pueblo que sabe lo que es sufrir. P17: Sobreviven de forma milagrosa por debajo de la línea de pobreza, cuando no mueren en la miseria, mendigando un pedazo de pan.
Coerción	P42: No permitiremos que la corrupción, el no pago de impuestos y el desperdicio continúen privando a la población de recursos que son suyos.

7. SEMEJANZAS Y DIFERENCIAS ENTRE LOS DISCURSOS DE CHÁVEZ Y LULA

Entre las semejanzas se distinguen las siguientes: 1) Ambos discursos tienen como tema principal la situación política, económica y social de Venezuela y Brasil para el momento de la toma de posesión. Dicha situación se cataloga con el término *crisis*, tal como se plantea de forma explícita en D1 o con la aproximación sinonímica “estancamiento”, expresión utilizada en D2. 2) Como solución para detener la crisis, ambos plantean iniciar procesos de cambios y transformaciones. 3) En ambos discursos se emplean las diferentes estrategias discursivas, coincidiendo en el uso de *polifonía*, *solidaridad y cercanía*, *victimización* y *coerción*. 4) Con respecto a las visiones del *yo* emisor (cómo se ve el líder a sí mismo), Chávez y Lula coinciden en sus discursos en las diferentes clasificaciones del desempeño del *yo*: a) ambos se legitiman en reiteradas oportunidades como presidentes y jefes de estado; b) se consideran instrumentos para lograr el cambio, D1: “instrumento de un colectivo” y D2 “(yo) imprimir al cambio un carácter de intensidad práctica”; c) se presentan como parte del pueblo, D1: “yo que campesino también soy”, D2: “niño que vendía maní y naranja” y d) asumen las responsabilidades inherentes a sus cargos como jefes de estado, D1: “he dado instrucciones”, D2: “definí entre las prioridades de mi gobierno”.

En cuanto a las diferencias se observaron las siguientes: 1) En D1 se plantea un cambio radical, el cual introduce el líder con el empleo del término

“revolución”. En D2 el emisor ofrece un “cambio gradual y continuado”, en el que se compromete a participar junto a la sociedad brasileña. 2) En D1, la oferta de cambio y transformación abarca dimensiones más amplias que involucran aspectos legales: “Reforma a la Constitución vigente”. En D2, los instrumentos propuestos para la transformación revisten un impacto de orden social: “Pacto Social”, proyecto de alimentación “Hambre Cero”, proyecto “Primer Empleo”. 3) Una marcada diferencia entre D1 y D2 se observa en el uso de la estrategia discursiva de la polarización, identificada únicamente en D1, donde el líder expresa de forma explícita su adhesión a una ideología: “estoy en las barras bolivarianas”.

8. CONCLUSIONES

El análisis de los discursos bajo un enfoque semántico-pragmático permite las siguientes conclusiones: 1) En el nivel lógico conceptual se observa que la visión negativa (*crisis*), a la cual los emisores de los discursos hacen referencia para el momento de la emisión del mensaje, es responsabilidad de los gobiernos anteriores. Los emisores utilizan estrategias diferentes para demostrarlo: en D1 se señalan como responsables directos entidades humanas y en D2 las responsabilidades recaen sobre entidades no humanas. Los sujetos discursivos plantean los procesos de cambio y transformación (en D1 radical y D2 gradual) como salida a la crisis, proponen instrumentos para el cambio y se presentan junto a su equipo de gobierno y sus adherentes políticos como agentes principales de la transformación del país (proceso de mejoramiento). 2) Desde el punto de vista lingüístico se identificó el uso de todas las modalidades (existencial, factual, axiológica y epistémica) en los discursos analizados. Sin embargo, es importante mencionar que este tipo de discursos se construye sobre la base de las promesas electorales, motivo por el cual se observa una tendencia al uso de las modalidades existencial (*ser*) y factual (*hacer*). El cuanto al *nosotros*, se identificó su uso tanto inclusivo como genérico; el primero acerca las posiciones de los protagonistas de la enunciación, en este caso presidente/pueblo-audiencia con el fin de propiciar la familiaridad, solidaridad y cercanía con el receptor. 3) En cuanto a las estrategias discursivas, se identificaron como comunes en ambos discursos la polifonía, la solidaridad y cercanía, la victimización y la coerción; las estrategias de polarización y exclusión o marginación del *otro* solamente se visualizaron en el discurso del presidente Chávez, quien a lo largo de su mensaje hace referencia en reiteradas oportunidades a sus ideales bolivarianos y excluye o

descalifica a sus oponentes políticos. 4) Los recursos retóricos, entre los que destacan la metáfora y el símil, se presentaron principalmente en la estrategia de *victimización* y en la estrategia *polifónica*. Estas estrategias facilitan al emisor el acercamiento a los receptores y a la vez cumplen su cometido principal como herramientas persuasivas. 5) Por último, la construcción del *otro* se observó tanto lingüística como discursivamente emparentada siempre con el ámbito conceptual de la *crisis*, por lo que su valoración en general es negativa; la construcción del *yo*, en cambio, se insertó en el ámbito de la construcción del *cambio*, lo que, en líneas generales, le confiere una valoración positiva.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Charaudeau, Patrick. 2005. *Le discours politique*. Vuibert: París.
- Chilton, Paul y Christina Schäffner. 2000. Discurso y política. En Teun van Dijk. (comp.), *El discurso como interacción social*, 297-329. Barcelona: Gedisa.
- Chirinos, Adiana; Antonio Franco y Lourdes Molero. 2006. Análisis semántico-pragmático de las caricaturas de Pedro León Zapata (Zapatazos). *Opción* 22, 49. 61-82.
- Chávez Frías, Hugo. 1999. [En línea]. *Discurso de toma de posesión del Presidente de Venezuela, Hugo Chávez Frías*. Disponible en <http://www.analitica.com/bitbliblioteca/hchavez/toma.asp>. [Consulta: 26 de octubre de 2005].
- Da Silva, Luiz Inácio Lula. 2003. [En línea]. *Discurso de toma de posesión del Presidente de la República Federativa del Brasil, Luiz Inácio Lula da Silva*. Disponible en http://www.mre.gov.br/espanhol/politica_externa/discursos/discursodetalhe.asp?ID_DISCURSO=2071. [Consulta: 26 de octubre 2005].
- Fernández, Sylvia y Lourdes Molero. 2003. Construcción lingüística de la imagen de la Universidad del Zulia en Panorama. *Opción* 19, 41. 58-84.
- Franco, Antonio y Leticia Martínez. 1999. La teoría de casos aplicada al estilo periodístico. *Opción* 15, 30. 67-87.

- Guillaume, Gustave. 1964. *Langage et science du langage*. Paris-Quebec: Nizet Presse de l'Université de Laval.
- Molero, Lourdes. 1984. Componente pragmático y componente semántico en el discurso político. *Opción* 2. 31-42.
- Molero, Lourdes. 1985. *Lingüística y discurso*. Maracaibo: Ediciones de la Facultad Experimental de Ciencias. Universidad del Zulia.
- Molero, Lourdes. 1999. Análisis de dos discursos del proceso electoral de 1998 bajo un enfoque semántico-pragmático. En Adriana Bolívar y Carlos Kohn (comps.), *El discurso político venezolano. Un estudio multidisciplinario*, 145-157. Caracas: Fondo Editorial Trópikos. Universidad Central de Venezuela.
- Molero, Lourdes. 2000. Sistema de Casos y Análisis del Discurso. *Revista de Filología y Lingüística de la Universidad de Costa Rica*. 26, 1. 211-224.
- Molero, Lourdes. 2001. Formas y estrategias de persuasión en el discurso político venezolano. La construcción del *yo* y del *otro* bajo un enfoque semántico y pragmático. *Revista Iberoamericana Discurso y Sociedad* 3, 4. 79-106.
- Molero, Lourdes. 2002. El personalismo en el discurso político venezolano. Un enfoque semántico y pragmático. *Revista Espacio Abierto* 11, 2. 291-334.
- Molero, Lourdes. 2003. El enfoque semántico-pragmático en el análisis del discurso. Visión teórica actual. *Lingua Americana* 7, 12. 5-28.
- Molero, Lourdes y Annabel Galbán. 2002. Estrategias discursivas de oposición en el discurso político electoral venezolano. En Lourdes Molero y Antonio Franco (eds.), *El discurso político en las ciencias sociales y humanas*, 107-123. Maracaibo: FONACIT.
- Molero, Lourdes y Antonio Franco (eds.). 2002. *El discurso político en las ciencias humanas y sociales*. Maracaibo: Universidad del Zulia - FONACIT.

- Molero, Lourdes; María Gracia Romero y Julián Cabeza. 2003. Revolución y oligarquía: la construcción lingüística y discursiva de procesos e identidades en el discurso político venezolano. *Revista Documentos de Español Actual* 5. 47-65.
- Pottier, Bernard. 1992. *Teoría y análisis en lingüística*. Madrid: Gredos.
- Pottier, Bernard. 1993. *Semántica general*. Madrid: Gredos.
- van Dijk, Teun. 1996. Análisis del discurso ideológico. *Versión* 6. 15-43.
- van Dijk, Teun. 1999. *Ideología. Una aproximación multidisciplinaria*. Barcelona: Gedisa.

ADIANA CHIRINOS

Magíster en Ciencias de la Comunicación, mención Sociosemiótica de la Comunicación y la Cultura. Es investigadora activa del CDCH-LUZ, PPI Nivel Candidato y profesora de la asignatura Lenguaje y Comunicación, adscrita al Departamento de Ciencias Humanas de la Facultad Experimental de Ciencias.

LOURDES MOLERO

Doctora en Lingüística (París IV, Sorbonne); diploma de la Escuela Práctica de Altos Estudios de París en Semiótica y maestría en Gerencia de la Educación Superior. Es profesora del departamento de Ciencias Humanas, de la Facultad de Ciencias de la Universidad del Zulia e investigadora activa del CDCH-LUZ, PPI Nivel IV. Es profesora del doctorado en Ciencias Humanas de la Universidad del Zulia. Posee más de 70 publicaciones y ha dictado numerosas asignaturas en los diversos postgrados.