

**“CASTROCHAVISMO”**

**DISPUTAS POR EL SENTIDO DISCURSIVO EN LAS ELECCIONES  
PRESIDENCIALES DE 2018 EN COLOMBIA**



**Universidad  
del Cauca®**

**YERALDINE GUTIÉRREZ LÓPEZ**

**UNIVERSIDAD DEL CAUCA**

**FACULTAD DE DERECHO, CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**

**CIENCIA POLÍTICA**

**POPAYÁN**

**2020**

**“CASTROCHAVISMO”**

**DISPUTAS POR EL SENTIDO DISCURSIVO EN LAS ELECCIONES  
PRESIDENCIALES DE 2018 EN COLOMBIA**



**Universidad  
del Cauca®**

**YERALDINE GUTIÉRREZ LÓPEZ**

**DIRECTORA:**

**Mag. DIANA CAROLINA PINTO VELASCO**

**UNIVERSIDAD DEL CAUCA**

**FACULTAD DE DERECHO, CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**

**CIENCIA POLÍTICA**

**POPAYÁN**

**2020**

**Nota de aceptación:**

---

---

---

---

---

---

Mag. DIANA CAROLINA PINTO VELASCO  
Presidente del jurado

---

Mag. JOSÉ ENRIQUE URRESTE CAMPO  
Jurado

---

Mag. JUAN CARLOS VARONA ALBÁN  
Jurado

Popayán, Cauca 28 de Enero de 2020

*Dedico este trabajo en primer lugar a Dios, mi fuerza espiritual. Por ser partícipe constante de mi vida, apoyarme en esta etapa y por su infinito amor.*

*A mi madre y mi padre, mi principal motivación, gracias por darle color a mi vida. Por confiar siempre en mí, y aportar en mi formación, no solo profesionalmente sino como ser.*

*A mis hermanas, de quienes he recibido amor y siempre un apoyo sincero. Al recuerdo de mi abuelo Eloy López, mi mayor ángel, maestro eterno.*

*A mi Alma Máter, la Universidad del Cauca por formarme ética y profesionalmente.*

## *Agradecimientos*

*Siempre a Dios agradeceré cada uno de mis logros, tanto por su compañía y amor.*

*Expreso mi gratitud a la Magister Diana Carolina Pinto, mi directora, por su dedicación, paciencia y grandes conocimientos, además, por impregnarme el ánimo de indagar en el campo de la comunicación Política. Ella supo guiarme con certeza hasta la culminación de la presente investigación.*

*A todos los demás docentes de la Universidad del Cauca, por sus aportes en mi formación como profesional y persona íntegra.*

*A mi familia, a mis amigos y amigas, que han compartido junto a mí sus enseñanzas y mis logros en estos años, así como quienes han estado para darme una voz de aliento en los momentos difíciles.*

*A ti querido lector. Y claro, a la vida por permitirme llegar a este punto, fin de una etapa más, pero comienzo de otra nueva que viviré con mayor intensidad.*

*Este logro ha sido posible gracias a la colaboración y el apoyo de muchas personas especiales, cuya buena disposición aportó un granito de arena en la culminación de mi carrera académica, la cual no habría sido la misma sin ellos, no habría gozado de tantos triunfos, alegrías y satisfacciones. Su presencia ha constituido el mayor aporte en esta etapa de mi vida, cuyos recuerdos perdurarán en mí. Desde lo más profundo de mi corazón agradezco a mis padres, a mis hermanas, y a la Universidad del Cauca.*

## TABLA DE CONTENIDO

<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO I. FUNDAMENTOS TEÓRICOS SOBRE EL ANÁLISIS DEL DISCURSO POLÍTICO.....</b>	<b>9</b>
1.1 Aporías del análisis de discurso .....	10
1.1.1 Análisis crítico del discurso (ACD) .....	12
1.1.1.1 Teun A. Vandijk.....	14
1.1.1.2 Norman Fairclough.....	15
1.1.1.3 Ruth Wodak.....	15
1.1.2 La teoría del discurso de la escuela de Essex.....	16
1.1.3 Escuela Francesa del análisis del discurso .....	19
1.2 Hacia una concepción ecléctica del análisis del discurso .....	23
1.2.1 Tres subespecies de destinatarios en el discurso político.....	23
1.2.2 Discurso Mediático .....	24
1.3 Significantes vacíos y flotantes .....	26
<b>CAPÍTULO II. LA MEDIATIZACIÓN DE UN SIGNIFICANTE VACÍO A TRAVÉS DEL LENGUAJE DE LA PRENSA: UNA MANERA DE COMUNICAR LO POLÍTICO.....</b>	<b>29</b>
2.1 El abordaje mediático del castrochavismo a través del lenguaje de la prensa a nivel internacional .....	30
2.2 El abordaje mediático del castrochavismo a través del lenguaje de la prensa en Colombia .....	38
2.2.1 Acuerdos de paz entre el gobierno de Juan Manuel Santos y las FARC; y las elecciones presidenciales del 2014.....	41

2.2.2 El plebiscito sobre los acuerdos de paz de Colombia de 2016 .....	43
2.2.3 La campaña electoral del 2017-2018 para las elecciones presidenciales.....	45
2.3. ¿Cómo se abordó metodológicamente el significante “castrochavismo”?.....	51
2.3.1 Metodología para el análisis de contenido del “Castrochavismo” .....	51
2.3.2 Diccionario político del castrochavismo .....	56
<b>CAPITULO III. EL LENGUAJE POLÍTICO-DISCURSIVO DE LOS ACTORES POLÍTICOS: UNA MANERA DE COMUNICAR EL CASTROCHAVISMO EN LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES DEL 2018 .....</b>	<b>61</b>
3.1 Discurso de los actores políticos del “Castrochavismo” en el escenario mediático de las elecciones presidenciales 2018.....	62
3.2 El Castrochavismo como significante vacío .....	71
3.3 El Castrochavismo como parte del discurso político .....	74
<b>CONSLUSIONES .....</b>	<b>80</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>82</b>

## Índice de gráficos

<i>Gráfica 1. Tendencia del Castrochavismo en Colombia 2013-2018.....</i>	<i>40</i>
<i>Gráfica 2. Castrochavismo en Colombia 2014.....</i>	<i>42</i>
<i>Gráfica 3. Castrochavismo en Colombia 2016.....</i>	<i>44</i>
<i>Gráfica 4. Castrochavismo en Colombia 2017.....</i>	<i>46</i>
<i>Gráfica 5. Castrochavismo en Colombia 2018.....</i>	<i>46</i>
<i>Gráfica 6. "Atribuyentes del Castrochavismo en Colombia por profesiones 2013-2018" .....</i>	<i>64</i>
<i>Gráfica 7. "Atribuyentes del Castrochavismo en Colombia por actores 2013-2018" .....</i>	<i>65</i>
<i>Gráfica 8. "Atribuyentes del Castrochavismo en Colombia por Partidos Políticos 2013-2018" .....</i>	<i>67</i>
<i>Gráfica 9. "Atribuidos del Castrochavismo en Colombia 2013-2018" .....</i>	<i>69</i>
<i>Gráfica 10. Confianza en medios de comunicación y Partidos políticos en Colombia .....</i>	<i>78</i>

## Índice de cuadros

<i>Cuadro 1. Principios básicos de la teoría del discurso de la Escuela Francesa según Annika Mattissek .....</i>	<i>21</i>
<i>Cuadro 2. Técnicas de la propaganda.....</i>	<i>37</i>
<i>Cuadro 3. Información de medios de comunicación "El espectador, El Tiempo y Semana" .....</i>	<i>52</i>
<i>Cuadro 4. Código de análisis del Castrochavismo .....</i>	<i>54</i>
<i>Cuadro 5. Frecuencia del "Castrochavismo" en la prensa por año y meses .....</i>	<i>55</i>

## Índice de imágenes

<i>Imagen 1. Trump pide a los votantes que se rebelen.....</i>	<i>32</i>
<i>Imagen 2. Venezuela: apuesta riesgosa.....</i>	<i>32</i>
<i>Imagen 3. México y el fantasma de Hugo Chávez.....</i>	<i>34</i>
<i>Imagen 4. ¿En qué NO se parecen estos líderes de izquierda? .....</i>	<i>34</i>
<i>Imagen 5. Comparación del candidato Obrador con el venezolano Chávez .....</i>	<i>34</i>
<i>Imagen 6. Argenzuela: parte I .....</i>	<i>36</i>
<i>Imagen 7. Cristina Kirchner provocaría una nueva Venezuela .....</i>	<i>36</i>
<i>Imagen 8. Tuit de Álvaro Uribe Vélez .....</i>	<i>41</i>



<i>Imagen 9. Tuit de Álvaro Uribe Vélez .....</i>	<i>41</i>
<i>Imagen 10. El Castrochavismo en la prensa .....</i>	<i>47</i>

## INTRODUCCIÓN

La Comunicación Política puede entenderse como la forma en que se construyen y presentan las propuestas políticas, siendo uno de los instrumentos decisivos en este ámbito, lo que hace pertinente indagar sobre las maneras en que los medios mismos cumplen un rol activo en la configuración de tal dimensión.

Es en el campo de la política donde el lenguaje es cuidadosamente escogido, en palabras de Laclau la competencia política puede ser vista como “intentos de las fuerzas políticas rivales de fijar parcialmente los significantes flotantes a configuraciones significantes particulares” (1993), es decir, la lucha política es una lucha por la fijación del sentido. Es así, como la política se convierte en productora de símbolos y signos legitimadores.

Para una mayor comprensión, se hace referencia al surgimiento de los estudios discursivos, los cuales nos remiten de manera obligada a dos procesos definitorios del siglo XX: “el cuestionamiento del quehacer y del valor de verdad del ejercicio científico, y la transformación de los medios de comunicación y su incidencia en los fenómenos sociales y políticos”. (Abril, 2007, pág. 19)

En este sentido se afirma que “los medios de comunicación modernos (internet, telefonía celular, televisión, radio), han venido a añadir a las antiguas complejidades al menos una doble y nueva problemática: todo utilizador de los medios de comunicación es en nuestros días un emisor privilegiado, y todo mensaje difundido por los medios de comunicación tiene -se quiera o no - un efecto de propaganda”. (Pasquali, 1980)

Teniendo en cuenta lo anterior, sale a luz la importancia del lenguaje en general y de las palabras en particular dentro de la contienda política y cómo el uso de significantes cobra gran relevancia. Tal es el caso del “Castrochavismo”, que cada vez más ocupa el discurso político en Colombia, pues esta idea se ha insertado en las discusiones cotidianas como una posible amenaza a la democracia e institucionalidad del país. “Y es que, a pesar de ser denunciado, pues sus detractores consideran que tal concepto es un “fantasma” y que aparentemente no existe, sino que es mera coincidencia ideológica o posiblemente una exageración infundada de la derecha”. (Fernandez, 2017, pág. 2)

Hasta ahora no hay consenso sobre lo que significa el Castrochavismo; ¿una teoría totalitaria? ¿una práctica? ¿una política de Gobierno? ¿una ideología? o ¿un significante vacío?, en este sentido, la coyuntura política y los países vecinos acentúan el fenómeno que según sus predicadores proviene de un traspaso directo en la interpretación y aplicación de las políticas de gobierno de los Castro en Cuba y de la revolución bolivariana de Hugo Chávez en Venezuela.

El acuñamiento del “Castrochavismo” por parte de los sectores considerados de derecha, principalmente por el senador Álvaro Uribe, giraron en torno a la idea de que la entrada del antiguo grupo guerrillero convertido en partido político FARC, al sistema político sería el fin de la democracia porque ellos se quedarían con el poder, y acabarían con las instituciones y con la separación de poderes, de ahí que este discurso se usará principalmente en el marco del proceso de paz, contra el Expresidente Juan M. Santos y su administración, como "dispositivo retórico" que buscó despertar entre los colombianos ciertos temores: “El de perder la identidad nacional (bajo una amenaza externa), el de imponerse una dictadura (una amenaza a la libertad) y/o que se instalará el comunismo (una amenaza interna a la propiedad privada)”. (La Silla Vacía, 2017)

Lo que tendió a problematizar la campaña presidencial colombiana de 2018, con ataques de diferente calibre en los debates políticos y los medios de comunicación, que indicaron el alto grado de polarización reinante en los comicios electorales. Y con la misma intensidad con que se agravaba la situación en el vecino país, en Colombia subía el tono verbal por la disputa del poder, donde el temor a un eventual gobierno de izquierda, cercano ideológicamente al fallecido presidente Hugo Chávez y su sucesor, Nicolás Maduro, se planteaba como un fantasma sobre parte del electorado.

En este contexto se hace necesario problematizar los usos del lenguaje y la comunicación en la política, nos preguntamos entonces ¿cómo se llevó a cabo la mediatización sobre el significante “castrochavismo” en las elecciones presidenciales de Colombia-2018? Por ello se parte como hipótesis central de que las prácticas comunicativas tanto de los medios, y los discursos de ciertos actores tienden a ser productores de significantes vacíos, dado a que no definen aquello que sí difunden, impregnando términos en la sociedad sin una connotación específica, lo cual amenazó en este caso el escenario político-electoral.

Dado a que como se ha observado y comprobado fehacientemente el contenido de los medios de comunicación, tanto informativos como de entretenimiento, tienen un importante impacto en

la política (Ascanio, 2014, pág. 16). Un efecto del que no queda al margen Colombia, país que se ha visto permeado en la última década por la proliferación de los medios de comunicación.

En el país existen 27 diarios legalmente registrados; 7565 emisoras de radio con carácter comercial, de interés público y de carácter comunitario que operan en todos los municipios con un cubrimiento cercano al 100% del territorio nacional. En cuanto a televisión, existen 120 canales y 76 concesionarios de televisión por suscripción. En cine existen 119 productoras y 3 empresas distribuidoras (Gutiérrez, 2009, págs. 138-139). Hechos que destacan la liberalización del sector de las telecomunicaciones y el avance de las nuevas tecnologías informativas con capitales privados, orientados a competir en el escenario político.

En una reciente investigación sobre las agendas informativas de los medios de Comunicación en Colombia realizada por un grupo de investigadores del Departamento de Comunicación de la Universidad Javeriana, “se ratifica empíricamente lo que siempre se ha expuesto : que los medios ofrecen agendas muy oficialistas y convencionales –tanto en sus contenidos como en sus fuentes y en su construcción informativa–, limitadas a los registros escuetos de los hechos” (Gutiérrez, 2009, pág. 139), es decir, sin contraste de voces y opiniones y que respondan a las demandas reales de los ciudadanos.

De ahí, que este estudio se concentre en Colombia, espacio en el que se desarrolla el objeto a estudiar – Castrochavismo-, al igual que su relación con las elecciones presidenciales del 2018; en el cual el papel de los medios de comunicación no ha sido ajeno a esta situación, sin embargo, cabe aclarar que los medios, son esa plataforma utilizada por actores políticos claves, quienes a través de estos canales transmiten sus discursos.

Las elecciones del 2018 se vieron permeadas por el “fantasma del castrochavismo”, y en el que contradestinatarios<sup>1</sup> se vieron enfrentados por fijar el sentido de significación de ese término. Durante el 2018, “podemos ver que la palabra terrorismo es nombrada 12 veces durante las declaraciones, Venezuela 9 veces y todo lo relacionado con la palabra castrochavismo 11 veces” (La Silla Vacía, 2018). Parte de la estructura del discurso es hacer énfasis en estos términos con

---

<sup>1</sup> Eliseo Verón (1987) hace referencia de los *contradestinatarios* como aquel destinatario negativo, excluido del colectivo de identificación. El lazo con esté reposa frente a lo que es verdadero para el enunciador es falso para el contradestinatario e inversamente. En verdad, ese “otro” discurso que habita todo discurso político no es otra cosa que la presencia, siempre latente de la lectura destructiva que define la posición del adversario.

diferentes fines, los cuales siempre terminan causando una reacción positiva o negativa en las personas que gracias a lo mismo terminan reproduciendo tal noción.

Para un mayor análisis de este fenómeno se parte del enfoque del análisis del discurso, al cual le interesa “cómo los discursos –estructuras de significado- posibilitan ciertas acciones: cómo se producen funcionan y cambian” (Marsh & Stoker, 1997, pág. 22), así mismo, en palabras de Concepción Montiel (2010):

Dada la relevancia que ha tomado el lenguaje y otros símbolos en el debate político, la importancia del análisis del discurso reside en que, a través de estos estudios podemos acceder a la propia actividad política, constituyéndose en un instrumento útil en la comprensión de la articulación y carácter de lo político en las sociedades contemporáneas. (pág. 16)

El análisis del discurso respecto a su relación con los otros enfoques de la Ciencia Política, no es más amplio o más constreñido que los demás dado que estos analizan las instituciones políticas y sociales, el comportamiento político individual y colectivo, etc. “Su particularidad radica en la orientación metodológica de naturaleza ecléctica, el tipo de teoría que puede elaborar y su ubicación dentro de la disciplina”. (Buenfil, 2008, pág. 30)

En cuanto a la Ciencia Política este estudio es relevante dada la importación del lenguaje dentro de las posiciones de sujeto que este permite dentro de lo social, “en el cual desconocer la importancia del lenguaje para *la política y lo político* equivale a desconocer el sistema de poder más convencional e interiorizado de los seres humanos”. (Barthes, 1964)

En el mismo sentido, implica nuevos y crecientes sentidos analíticos, dada la importancia que ha ganado el estudio del lenguaje desde la disciplina, desde el institucionalismo discursivo, el análisis político del discurso y el estudio de *lo político*, como constituyente de lo social. El estudio de dispositivos discursivos presenta su importancia en dos frentes. Primero, es importante para la sociedad dado que esto posibilita miradas críticas sobre como usamos el lenguaje, lo que permite una ciudadanía reflexiva y autocritica de sus identidades y procesos. Segundo, es importante para la Ciencia Política, porque permite identificar conceptos abstractos en su manifestación positiva. Además de agregar capacidad explicativa a la disciplina, permite la concreción de *corpus teórico* para el análisis del discurso.

Asimismo, la relevancia radica en la importancia de conocer cómo se dan o bajo qué lógica se llevan a cabo las campañas electorales, qué necesidades e intereses intervienen en su

construcción. En términos generales los estudios sobre el lenguaje y el discurso ganan cada vez mayor importancia dentro de la disciplina, tanto por su capacidad explicativa como porque permiten la identificación de fenómenos que van más allá de *la política* (lo instituido) y se insertan en *lo político* (lo instituyente). (Retamozo, 2009)

Cuando se plantean estudios sobre el discurso, usualmente, nos encontramos con un hecho problemático el cual se podría denominar el plano teórico, dado a que nos enfrentamos a la ambigüedad de lo que significa *discurso* y la imposibilidad de llegar a un acuerdo. Sin embargo, ante las múltiples visiones de lo que es discurso y ante la imposibilidad de continuar sin una definición que limite este concepto y le agjorne potencia analítica, se opta por la noción de Bárbara Johnstone, para quien los discursos son todas aquellas “maneras de hablar, que se reflejan en la repetida elección de ciertas estructuras y formulaciones, conducen a maneras habituales de imaginar el mundo que vienen a parecer naturales e incontestables”. (Johnstone, 2002, pág. 29)

A lo largo del trabajo se tendrán en cuenta varias teorías analíticas como lentes para analizar los datos y el referente empírico recolectado, principalmente el *significante vacío*, en sentido estricto comienza diciendo Ernesto Laclau, es un *significante sin significado*" (Laclau & Chantal Mouffe, 1985). Los significantes vacíos son importantes para la política porque, al encontrarse ellos vacíos de todo significado, dan lugar a la construcción de estructuras hegemónicas. Es así que la presencia de significantes vacíos es la condición misma de la hegemonía ya que *hegemonizar* significa, en este caso, llenar ese vacío que genera la imposibilidad constitutiva de la sociedad. Y esto no, es más –ni menos- que aquello que hace viable la existencia de la política, pues en términos Laclauianos la política es la disputa por el sentido, es decir, una semántica de la política. (Laclau & Chantal Mouffe, 1985)

De ahí, que se haya planteado como objetivo general analizar la mediatización sobre el *significante* “castrochavismo” en las elecciones presidenciales de Colombia-2018; para ello se realizó una identificación de los fundamentos teóricos sobre el análisis del discurso político, una caracterización del castrochavismo como un *significante vacío* que hace parte de una variedad de discursos mediatizados en el contenido noticioso de la prensa y/o revista digital en Colombia, con el fin último de establecer las construcciones discursivas de los actores políticos claves sobre el “Castrochavismo” en el escenario mediático de las elecciones, en el cual la poderosa influencia de los medios en el corto plazo demostró no ser un axioma para la comunicación

social. En cambio, la influencia de los medios parece demostrarse en el largo plazo, en ese proceso de mediatización que se traduce en graduales transformaciones en las prácticas sociales.

El diseño que se planteó en la presente investigación quedó encuadrado en el *método hipotético-deductivo* el cual sigue varios pasos esenciales: “observación del fenómeno a estudiar, creación de una hipótesis para explicar dicho fenómeno, deducción de consecuencias o proposiciones más elementales que la propia hipótesis, y verificación o comprobación de la verdad de los enunciados deducidos comparándolos con la experiencia” (Diccionario de Psicología Científica y filosófica, 2018). Este método permite combinar la reflexión racional (hipótesis) con la observación de la realidad (momento de verificación), fases que son necesarias para la presente investigación, la cual está guiada por el planteamiento del problema, objetivos e hipótesis, deducciones de consecuencias de la hipótesis y contrastación (refutada o aceptada).

El criterio seguido se basó en el análisis y desarrollo de cada objetivo, a partir de técnicas de estudio que permitieron una mejor comprensión de lo que se deseaba desarrollar. Para el primer objetivo, se buscó identificar los fundamentos teóricos sobre el análisis del discurso político en la construcción del significante castrochavismo a partir de *análisis documental*, en el cual se construyeron fichas de lectura que hacían referencia a teorías del discurso, entre ellos el significante vacío. Se realizó análisis de noticias, que permitieron ver el manejo del término, a partir de un código de análisis que contuvo variables tales como medio de comunicación, fecha de publicación, titular, resumen, tipo de contenido, sección, atribuyente, atribuido entre otras; que contribuyó a conocer el proceso inicial de “uso” de este término y cómo fue contextualizado en el escenario político de Colombia.

En consecución con el estudio, se pasó a desarrollar el segundo objetivo que nos permitió caracterizar la mediatización del “Castrochavismo”, teniendo en cuenta los contenidos de los medios de comunicación en Colombia, por ello se optó por un *análisis de contenido*, como procedimiento interpretativo y técnica de comprobación y verificación de la hipótesis, aplicados a los denominados productos comunicativos (mensajes, textos, discursos) o a interacciones comunicativas. Para la operatividad de este se tuvo en cuenta el código de análisis construido, que permitió sistematizar la información en Excel y generar el cruce de variables. Para ello se recurrió como fuente principal a la prensa digital y una revista, El Tiempo, EL Espectador, y la Revista Semana; dado a que son medios de mayor consumo, según el estudio General de Medios (EGM), de 46,5% de la población, el 76,5% consume revistas independientes, en el caso de

prensa del 26,2% poblacional hay un consumo de 41,1%. (Estudio General De Medios EGM - ACIM Colombia, 2016)

De todo lo anterior se puede resumir que el análisis de contenido, permite cuantificar la frecuencia de ocurrencia de las variables que pueden producir información. Este análisis se realiza a dos niveles: Primero, el contenido del mensaje manifiesto, y luego el análisis inferido o latente, tomando en cuenta el contexto.

Por último, se estableció las construcciones discursivas de los actores políticos claves sobre el “Castrochavismo” en el escenario mediático de las elecciones presidenciales 2018, el cual permitió ver la parte aplicativa del estudio a partir del *análisis del discurso*, “como ese proceso permanente y progresivo en el que actores colectivos protagonizan una lucha simbólica por la imposición de sus interpretaciones” (Ascanio, 2014, pág. 8). Se generó una división entre atribuyentes y atribuidos, los cuales fueron clasificados entre profesiones, actores claves o políticos, y por partidos políticos, con el fin de establecer y comprobar la hipótesis inicial sobre el castrochavismo desde una perspectiva teórica y metodológica como un significante vacío.

Es así, como en el uso del lenguaje que llamamos “discurso”, se construye y reproduce las relaciones entre grupos, las identidades y los valores individuales y colectivos de una sociedad, en el que la política representa un campo de batalla semántica donde se ocupan sentidos y representaciones sociales con el fin de conquistar la hegemonía interpretativa respecto de los problemas sociales, cimentando así la hegemonía política de una particular e interesada visión de mundo.

Para el primer capítulo el objetivo fue ir más allá de esa lectura superficial del discurso político, explorando especialmente el caso del Castrochavismo en Colombia en las elecciones del 2018, no sólo en su forma sino también en su contenido a partir de los fundamentos teóricos sobre el análisis del discurso a partir de tres escuelas: La Escuela de Análisis Crítico del Discurso (ACD), la Escuela de ESSEX, y la Escuela Francesa, además, se desarrolló la teoría de Eliseo Verón sobre los tipos de destinatarios, y para finalizar se retomó el tema sobre la mediatización, cuyo propósito fue dar una visión integradora de cómo se podía analizar este fenómeno político teniendo en cuenta las coyunturas políticas, los actores, incluyendo los medios de comunicación, además, de entender que más allá de ser un significante que hizo parte de un discurso político, fue una narrativa de poder, que acaeció en varios escenarios políticos en Colombia.



En segunda instancia, se tiene como objetivo caracterizar el abordaje de los medios de comunicación sobre el castrochavismo a través del lenguaje de la prensa, como una manera de comunicar lo político. Este capítulo se divide en tres subtítulos, el primero desarrolla el abordaje mediático del castrochavismo a nivel internacional, es decir, que se toma en cuenta la dimensión local e internacional del significante, dado a que no es un fenómeno latente, solamente, en Colombia, sino que ha trastocado otras fronteras en el campo electoral. El segundo constituye la configuración del castrochavismo en Colombia, en el cual se expone cómo el significante surge, en qué contexto, sus principales portavoces, con qué objetivo, y cómo los grupos lo apropian, y lo reproducen a través de los medios de comunicación a partir de la tendencia por años y meses del término desde el año 2013 hasta el 2018.

Por consiguiente, se explica cómo se abordó metodológicamente el significante “castrochavismo”, presentando las herramientas usadas, de modo que sea posible poner de manifiesto su relevancia en la política colombiana, por lo cual se construye un tipo de diccionario que pretende recolectar todos los significados posibles del “Castrochavismo” en los tres medios evaluados, el cual ayuda a entender el término en su totalidad, es decir, como un significante vacío.

Finalmente, se presenta el tercer capítulo cuyo objetivo fue establecer el discurso de los actores políticos del “castrochavismo” en el escenario mediático de las elecciones presidenciales 2018, en el cual se abarcará parte de esa constitución de la realidad social en un proceso permanente y progresivo en el que actores colectivos protagonizan una lucha simbólica por la imposición de sus interpretaciones. El debate de este capítulo contribuye a la discusión sobre la realidad política de Colombia y, en particular, el discurso de actores políticos en el escenario mediático y contextual de las elecciones.

Como se puede ver casi todo discurso es ideológico. Mediante el discurso ideológico se marcan las diferencias entre grupos antagónicos, que se mueven dentro de lo que Teun van Dijk (2003) ha llamado el cuadrante ideológico, y lo que tiende en últimas a producir significantes en este caso vacío, el cual se insertó, se reprodujo y se constituyó en parte de los discursos políticos de Colombia.

## **CAPÍTULO I. FUNDAMENTOS TEÓRICOS SOBRE EL ANÁLISIS DEL DISCURSO POLÍTICO**

Este capítulo se instala en un camino en que se realiza la reflexión acerca del análisis del discurso político, especialmente en la construcción de un significante vacío. Y es aquí donde utilizó el término Castrochavismo, ya que es a partir de él que resulta la presente investigación.

Mi objetivo central radicó en identificar los fundamentos teóricos sobre el análisis del discurso político en la construcción del significante “castrochavismo” en las elecciones presidenciales del 2018, poniendo el acento en la praxis comunicacional o uso del lenguaje que tiende a llamarse discurso, ya que a partir de este se evidencia la construcción y reproducción de relaciones entre grupos, las identidades y los valores individuales y colectivos de una sociedad en la producción de nuevos sentidos en el campo discursivo por la conquista del poder.

Lo anterior se aplica, en particular, al discurso político, es decir, en la práctica comunicativa mediante la cual se construyen, reproducen o cambian las relaciones de poder entre los actores políticos, ya que la política representa un campo de batalla semántica donde se ocupan sentidos, o en este caso, se busca llenar de significado a un significante vacío, con el fin último de conquistar la hegemonía interpretativa respecto de los problemas sociales, cimentando así, la hegemonía política de una particular e interesada visión del mundo.

La aproximación que se realiza en este apartado comprende un conjunto de medios teóricos, conceptuales y técnicos, que permitieron el análisis del castrochavismo no solo en su forma sino en su contenido, permitiendo reconocerlo como un fenómeno político, latente en el discurso de ciertos actores en el escenario electoral del 2018.

El primer capítulo consiste en una exposición sobre el estudio del discurso, en el que se presenta los diversos posicionamientos sobre el tema, los cuales son agrupados en tres escuelas: La Escuela de Análisis Crítico del Discurso (ACD), la Escuela de ESSEX, y la Escuela Francesa, además, se desarrolla la teoría de Eliseo Verón sobre los tipos de destinatarios, y para finalizar se aborda la mediatización, cuyo propósito es dar una visión integradora de cómo se puede analizar este fenómeno político teniendo en cuenta el discurso más el contexto, incluyendo los medios de comunicación, además, de entender que la constitución de la realidad política es un proceso constante en el que actores protagonizan una lucha semántica por la imposición de sus interpretaciones.

## 1.1 Aporías del análisis de discurso

La teoría del discurso, en tanto ontología social y propuesta investigativa para el estudio de lo político, señala el carácter antagonista de los procesos históricoculturales durante el establecimiento de significados y sentidos que configuran el campo de lo social. Pues, conocer el perfil discursivo de las palabras permite entender la lógica de la cultura política desde el ángulo del comportamiento “de quién comunica y qué comunica, y el canal o medio que le sirvió de intermediario; igualmente a quién se comunica y con qué efectos y en qué contexto”. (Cotteret, 1977)

Cuando se plantean estudios sobre el discurso, usualmente, nos encontramos con un hecho problemático desde el plano teórico al enfrentarnos a la ambigüedad de lo que significa discurso y la imposibilidad de llegar a un acuerdo común. Las definiciones apuntan a varios niveles de abstracción en la concepción del discurso, por ejemplo, Ian Parker explica que el término se utiliza en ocasiones “para designar a los modelos de significado que organizan los diferentes sistemas simbólicos que habitamos los seres humanos y que no son necesarios para entendernos” y, en otras, “para designar la totalidad de la esfera simbólica”. (1999)

Fairclough indica que el discurso es, en un sentido amplio, “el uso del lenguaje como una forma particular de la práctica social” y, en un sentido más estricto, “el lenguaje utilizado para representar una determinada práctica social desde un punto de vista determinado”. (1995, págs. 54-56)

Por su parte, Teun van Dijk ofrece una serie de definiciones del término, que comprendería desde “los objetos o muestras particulares, esto es, incidencias únicas que implican a actores sociales particulares en un escenario y contexto particular” hasta “un periodo, comunidad o cultura específicos [...] que se correspondería con la noción igualmente general, abstracta, social y compartida de ideología”. (1999, págs. 193-198)

Sin embargo, ante las múltiples visiones de lo que es discurso y ante la imposibilidad de continuar sin una definición que limite este concepto y su potencia analítica, se opta por la noción de Bárbara Johnstone, para quien los discursos son todas aquellas “maneras de hablar, que se reflejan en la repetida elección de ciertas estructuras y formulaciones, conducen a

maneras habituales de imaginar el mundo que vienen a parecer naturales e incontestables”. (Johnstone, 2002, pág. 29)

Aunque el discurso, también puede ser entendido como una totalidad, el cual se encuentra compuesto por diversos elementos, y es en esa diversidad, en la que se identifican los puntos de encuentro de las diferentes definiciones de discurso anteriormente expuestas, referente a los sistemas simbólicos que habitan los seres humanos, el conjunto de interacciones comunicativas propias de una sociedad; el contexto; la adopción del discurso como práctica social de un grupo; el análisis del sentido; las estrategias empleadas en la construcción del discurso, al ser estructurados cuidadosamente, es decir, al ser pensadas.

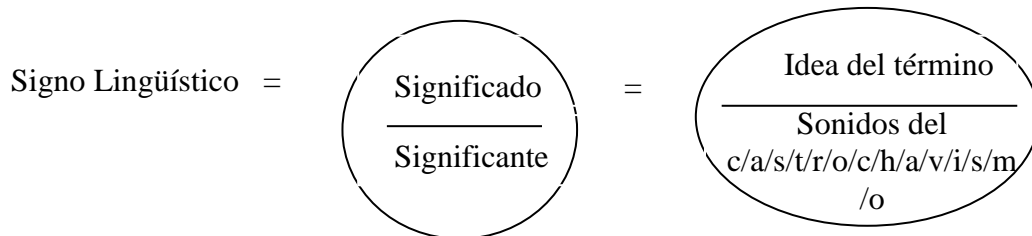
Esto nos permite avistar que los discursos permiten entender el pensamiento y las intenciones de quienes los emiten y, además, dejan entrever las relaciones de poder de una determinada sociedad. Los discursos de la prensa, por ejemplo, de las élites de poder, influyen en la construcción de la conciencia colectiva e individual. (Wodak & Meyer , 2003, pág. 5)

Por consiguiente, para entender con mayor amplitud el discurso alrededor del “Castrochavismo” se definen dos conceptos cruciales a partir de lo planteado por Ferdinand De Saussure, este autor se centró específicamente en los signos lingüísticos, es decir "las palabras", expresando que, la lengua es un sistema de signos. Se entiende este último, como la representación de una ausencia, ya que es la relación entre un elemento real y un elemento imaginario o conceptual, este puede ser desde la señal de un despertador, anuncios, emoticones, pictogramas, entre otros. Por lo tanto, un signo será cualquier elemento que se perciba sensorialmente y que los remite directamente a una idea o concepto.

El signo lingüístico estará formado por dos constituyentes, Saussure nos dice que es como las dos caras de una moneda, en este caso el significante y el significado, cuando se habla del significante se habla de una imagen acústica, mientras que el significado es aquella idea o concepto que se genera en nuestra mente, se define frecuentemente como la imagen mental suscitada por el significante, los cuales se corresponden recíprocamente. “La imagen acústica no es el sonido, sino la representación mental de la cadena de sonidos que se relacionan con un determinado concepto (si piensas en el sonido de una palabra sin pronunciarla, no hay sonido físico, pero sí una imagen acústica)” (Saussure, 1945, pág. 92), por ejemplo, los fonemas son

sonidos que oímos de una palabra o las letras que constituyen la palabra, es decir, lo material y es lo que permite que el significado se haga presente.

Al remitirse lo expuesto al objeto de estudio, el castrochavismo termina representando el significante, dado a la sucesión de sonidos que en la mente constituye, es decir, es una huella psíquica (recuerdo) que se tiene de la palabra al ser escuchada o escrita, dado a que se encuentra almacenada en la memoria de los colombianos y el significado (concepto), serán todas las características generales que se tienen del mismo. (Saussure, 1945, pág. 92)



Fuente: Elaboración propia, 2019.

Como se verá a lo largo del presente capítulo se abarcará la noción del significante y significado como base fundamental para entender el castrochavismo. Paralelamente se estudiará a tres de las escuelas más representativas de análisis del discurso: *Estudios Críticos del Discurso* (Teun A. Van Dijk, Norman Fairclough y Ruth Wodak), *Teoría del Discurso de la Escuela de ESSEX* (Laclau y Mouffe) y, la *Escuela Francesa*. El aporte de cada una de las escuelas en mención, es constituir un acercamiento al objeto de estudio desde el análisis del discurso y formularlo como un hacer-decir político aprehensible en la interacción comunicativa a partir de la potencialidad del significante, el cual tuvo la capacidad de materializar y movilizar la diversidad de formas de pensar, con el fin de representar la realidad colombiana. Además, éstas contribuyen a analizar el término desde diferentes perspectivas, tanto como un significante vacío, y como parte de un ente mayor (el discurso), y tener una visión crítica de cómo se construye el significado del mismo, y finalmente, como este es mediatizado en la sociedad.

### 1.1.1 Análisis crítico del discurso (ACD)

Se considera que todo análisis científico social que cuestiona la existencia de situaciones como objetos, y que se enfoca más en la forma en que se construyen los significados en la interacción comunicativa, es crítico, en el sentido de que toma en cuenta la dinámica social y las

disputas por el poder, en cualquier ámbito de la sociedad. Este es el caso del ACD, el cual tiene su origen en la escuela alemana, y en el Simposio de Ámsterdam, a principios de la década de los noventa, en donde surge el grupo de pares académicos más representativos de este paradigma de la investigación lingüística. (Abril, 2007, pág. 67)

El ACD es heredero del estudio del lenguaje en tanto práctica social, el cual se centra en un contexto determinado y con un interés preponderante en la diada dominación/poder, para lo cual reconoce el discurso público como la expresión donde se pone notoriamente la relación entre la lucha por el poder y el conflicto de intereses. Esta perspectiva crítica se asocia con el objeto de estudio, es decir el “Castrochavismo”, en el cual la competencia electoral confirma una lucha por conquistar las elecciones presidenciales del 2018, y en el que priman intereses de un cierto sector político.

A partir del ACD se confirma un compromiso sociopolítico con la construcción de una sociedad distinta a través de la observación de las expresiones y configuraciones discursivas de “dominación, discriminación, control y poder cimentadas por actores formadores de significado” (Abril, 2007, pág. 67). Esto conlleva a entender cómo ciertos grupos reproducen discursivamente ciertas prácticas racistas, subalternizantes, y excluyentes valiéndose de esa abstracción que es el castrochavismo. (Van Dijk, 2010, págs. 65-94)

Lo fundamental de tomar el estudio del discurso con una perspectiva crítica es la comprensión de los conceptos de poder e ideología, adoptados a las estrategias discursivas, al reconocimiento de los factores contextuales en la interpretación y la adopción de un lugar político desde el cual se investiga (Abril, 2007, pág. 67). He aquí de que la investigación sea enfocada en el signifiante vacío “Castrochavismo” en las elecciones del 2018 en Colombia; este término termina siendo parte de un ente mayor, es decir, de ciertos discursos políticos, lo que lo convierte en una unidad funcional-analítica a partir del cual se evidencia lo que ocurre y termina representando en el proceso de comunicación.

En este sentido, se identifican tres exponentes principales en el desarrollo del ACD: Teun A. Van Dijk (1993); Norman Fairclough (1989, 2001, 2003); y Ruth Wodak (2000) quienes desde su aporte robustecen el presente estudio.

### 1.1.1.1 Teun A. Vandijk

Tomando la perspectiva de Van Dijk, el ACD parte de una visión en que los datos que se analizan son enmarcados en una perspectiva histórico-social, cognitiva y lingüística, cuyo fin es generar conciencia sobre un espacio como tal; lo que implica que el “ACD es creador de conciencia, con el fin de descifrar las ideologías, así como las formas y los procesos sociales de circulación simbólica del poder en el mundo social, a partir del reconocimiento del carácter consensuado de los discursos, de las diferencias discursivas y de sus usos tapizados por los ejercicios de poder”. (Van Dijk, 1993, pág. 9)

El ACD parte que el poder es una forma de control. Si se tiene influencia en la forma cómo la gente piensa, pues se tiene control indirecto sobre su comportamiento. Y es a partir de estos planteamientos que se abre la visión de análisis del castrochavismo, no solo como un significante vacío, sino como parte de la configuración de las formas de dominación y el ejercicio de poder propios de una sociedad.

En lo propuesto por Van Dijk se reconoce que el castrochavismo, es un acontecimiento que trastocó la cognición individual y social, es decir, las creencias, las valoraciones y las emociones de quienes aprehendieron los significados de tal término. Por ello al estudiar el significante, se propuso conocer el papel que jugó las estructuras, estrategias u otras propiedades de los discursos del que hizo parte tal noción.

Siguiendo con este investigador, el ACD se concentra en preferencia en los discursos de los grupos de élite, ya que son ellos quienes tienen mayor capacidad de influencia y difusión, al contar con la fuerza coercitiva, simbólica, perlocutiva e instrumental. Los sectores dominantes de la sociedad pueden ejercer persuasión y manipulación a través de sus discursos para favorecer sus propios intereses, poder ejercer abuso, y mantener la desigualdad, esto es, en palabras de Van Dijk “el ejercicio ilegítimo de poder”. (Van Dijk, 2006, pág. 157)

De ahí que el ACD se fundamente en la tríada de relaciones que se establecen entre discurso, cognición (representaciones mentales que posibilitan la interacción de los individuos) y sociedad, centrandó su preocupación en reconocer *los problemas sociales y cuestiones políticas*, como el significante “castrochavismo”, que en últimas termina siendo un tema de interés político, en el cual sus estructuras como parte de un discurso representan, confirman, legitiman, reproducen o

desafían las relaciones de *abuso de poder (dominación)* en la sociedad, según lo planteado por Van Dijk.

### **1.1.1.2 Norman Fairclough**

Norman Fairclough en sus aportes en los años 1989, 2001, y 2003, contribuye a los antecedentes de los estudios críticos del discurso con una perspectiva transdisciplinar, formulando una relación entre los análisis lingüísticos y los análisis sociales, en el que incluye las nociones de interdiscursividad y la categoría de orden del discurso (Abril, 2007, pág. 71). Para este autor “los ámbitos de los ECD incluyen todos los espacios sociales y discursivos por los cuales el ser humano transita en tanto miembro de un grupo o una cultura, comprendiendo que los discursos y las formas simbólicas de expresión son un objeto más del mercado”. (Fairclough, 2003, pág. 52)

Este investigador concibe el discurso “como un hecho sociocultural que se articula a las prácticas propias de un grupo humano, en consecuencia, el discurso es una representación de algún aspecto de la vida social en alguna perspectiva particular” (Fairclough, 2003, pág. 52). Es decir, que el uso del lenguaje en el habla y en la escritura termina siendo una forma de “práctica social”; de ahí que dicha interpretación sugiera una relación determinante entre el evento comunicativo particular y las situaciones, instituciones y estructuras sociales que lo enmarcan. Lo propuesto por Fairclough, al rescatar el carácter eminentemente semiótico del discurso y, en particular, su carácter lingüístico, ubica los estudios del discurso más allá de una práctica que pretenda demostrar las luchas de poder, sino que este se instaura en distintos ámbitos y horizontes de la sociedad.

De modo que lo que plantea contribuye a definir la relación entre discurso-sociedad, los cuales se implican mutuamente, ya que si vemos el significante castrochavismo terminó constituyendo lo político y lo social, y simultáneamente fue constituido por la sociedad, atravesando varios ámbitos de la vida política en Colombia.

### **1.1.1.3 Ruth Wodak**

Ruth Wodak (2000), decide incursionar el carácter histórico del discurso, integrando los marcos históricos y sociopolíticos de los eventos discursivos al ejercicio analítico, a partir de la interdisciplinariedad. Este investigador concibe el discurso cómo:



Un complejo conjunto de actos lingüísticos simultáneos y secuencialmente interrelacionados, actos que se manifiestan a lo largo y ancho de los ámbitos sociales de acción como muestras semióticas (orales o escritas y temáticamente interrelacionadas) y muy frecuentemente como textos. (Wodak & Meyer , 2003, pág. 24)

Desde esta perspectiva el castrochavismo para ser estudiado aplica un marco histórico pero acotado, dado a que es una palabra que se enmarca desde el año 2013 como tal en Colombia, pero que fue necesario conocer su proceso para saber cómo fue insertado y reproducido. Así mismo, el abordaje en esta línea tiene como eje el contexto en función de las relaciones que se derivan del contexto de situación, que incluye las instituciones y la situación social en que inscriben las prácticas discursivas. Se considera el contexto como un elemento fundamental para entender y desentrañar tal significante, ya que es a partir de tres momentos (Proceso de Paz, Plebiscito y la campaña electoral de 2018), que se conoce la construcción del término en los discursos.

El aspecto crítico de esta propuesta radica más que en la búsqueda del carácter persuasivo del discurso, en las incoherencias y contradicciones del mismo, con el propósito de contribuir al mejoramiento de la comunicación.

En general los aportes fundamentales del análisis crítico del discurso, permiten entender que los sujetos son seres activos en la construcción del significado social, capaces de establecer, mantener y legitimar su poder, a partir de recursos discursivos que se despliegan en el campo político. De ahí, que radique la importancia de aprender a analizar los discursos y sus estructuras, y relacionarlos con estructuras sociales y políticas, con el fin de comprender cómo la dominación social se (re)produce con el discurso, a su vez, identificar la transformación de esas relaciones de poder, que desde luego pueden ser discursivas.

### **1.1.2 La teoría del discurso de la escuela de Essex**

Se conoce como Escuela de Essex o teoría del discurso a los adelantos teóricos realizados por Ernesto Laclau y Chantal Mouffe, argentino y belga respectivamente. La orientación tanto en el estudio como en el contenido teórico de su enfoque fue influenciada decisivamente por toda una serie de eventos políticos y experiencias personales, particularmente por el esfuerzo de entender la política latinoamericana.

Uno de sus textos más importante – considerado por muchos el fundador de la teoría del discurso de la escuela de Essex- fue Hegemonía y estrategia socialista: hacia la radicalización de

la democracia (Laclau & Mouffe, 1985), en el cual aportan ideas fundamentales que han sido desarrolladas y puestas en práctica en la Universidad de Essex –de ahí su nombre- por antiguos estudiantes y ahora autores como David Howarth, Aletta Norval, Jacob Torfing y Yannis Stavrakakis.

El trabajo de la Escuela de Essex se centra en una concepción maximalista del discurso, incluso llegando a ser considerada por algunos demasiado abstracta (Jorgense & Philips, 2002). De esta manera, todas las cosas que constituyen nuestra *realidad* son objeto legítimo del discurso (cosas, sujetos, prácticas, identidades, antagonismos, etc.) dado que sólo podemos aprehenderlas a través de un sistema de reglas o convenciones que han sido construidas social, cultural y sobre todo políticamente. En palabras de Howarth, Norval y Stavrakakis (2000) “todos los objetos son objetos del discurso, puesto que su significado depende de un sistema de reglas y diferencias significativas construido socialmente”. (pág. 3)

De esta manera, “una montaña puede percibirse como un lugar donde ir de excursión, extraer minerales o protegerse de un ataque del enemigo” (Laclau & Mouffe, 1985), o el hecho de que una roca sea interpretada como un objeto ornamental o como un proyectil dependerá de la superficie discursiva que interpele tal preposición. Por ello, a menudo se acusa a la Escuela de Essex de reducir la realidad al discurso y de negar la existencia de una realidad externa al mismo o de despreciar las condiciones estructurales/materiales para privilegiar a la superestructura, realizando la inversión de los postulados marxistas ortodoxos para caer en un nuevo tipo de esencialismo. Sin embargo, Laclau y Mouffe ya veían venir estas críticas y escribieron:

Un terremoto o la caída de un ladrillo es un suceso que ciertamente existe [...] Pero el que su especificidad como objetos se construya en términos de ‘fenómenos naturales’ o ‘expresiones de la ira de Dios’ dependerá de la estructura del campo discursivo. Lo que se niega no es el hecho de que tales objetos existan fuera del pensamiento, sino que puedan constituirse como objetos en la ausencia de ciertas condiciones discursivas de emergencia. (Laclau & Mouffe, 1985, pág. 108)

Laclau y Mouffe se apropian del concepto gramsciano de Hegemonía. “Lo utilizan para referirse a la combinación de una serie de discursos en un proyecto con aspiraciones universalistas” (Soage, 2006). Toda formación hegemónica pretende proponer la articulación completa y final de los elementos que configuran el orden social mediante la fijación de una serie de significadores centrales o puntos nodales. Sin embargo, nuestros autores demuestran la imposibilidad de aquella figura trascendental de una totalidad cerrada sobre sí misma como la

sociedad, la verdad, la objetividad o el sujeto, denunciando además el carácter autoritario de todo discurso que se muestre como único y transparente.

Así, por ejemplo, “los discursos capitalista y socialista proporcionan definiciones diferentes de conceptos como “democracia”, “estado” y “libertad” y los articulan en cadenas de significación que fijan los otros elementos del discurso además de ofrecer posiciones de sujeto con las que el individuo puede identificarse de acuerdo con la disponibilidad y credibilidad del proyecto y sus propios intereses. Laclau añadiría el concepto de significante vacío para designar a un principio general (justicia, libertad, igualdad) que aspiraría a unificar una formación social”. (Soage, 2006)

Así toda fijación de puntos nodales es necesariamente parcial, contingente y precaria, debido a que tales articulaciones discursivas son incapaces de contener la totalidad de todos los discursos. En palabras de Ana Soage “siempre hay un “exterior discursivo”, un “otro” que no puede ser acomodado y previene la completa realización del sujeto pero que, es necesario para definir su propia identidad” (Soage, 2006, pág. 13). Es así como en los límites y tensiones de toda formación discursiva aparecerán los antagonismos, dada la existencia de agentes sociales incapaces de realizar su identidad.

Éstos se ponen de manifiesto en el momento en que un proyecto deja de representar o servir los intereses de un grupo determinado o intenta extenderse a un grupo que no se reconoce en el mismo. El resultado de este momento es una dislocación que problematiza la continuidad del proyecto y que como tal conduce a la aparición de discursos alternativos o discursos otros (Laclau E. , 1990). Tal dislocación puede prevenirse ampliando la articulación hegemónica para incluir a los que se consideran fuera de la misma, a través de lo que Laclau y Mouffe (2004) llaman lógica de diferencia.

Por otro lado, los diferentes grupos no incluidos pueden olvidar sus diferencias y unirse en una lógica de equivalencia contra el discurso hegemónico que amenaza, o es incapaz de acomodar, sus intereses, y proponer una alternativa. Este sería el permanente juego por el control hegemónico del otro, los litigios incesantes que se articulan desde la discursividad y se materializan en antagonismos. Este continuo juego de diferencias y equivalencias es el corazón de la disputa hegemónica desde el plano discursivo que la Escuela de Essex propone.

Finalmente, es de aclarar que se toma lo planteado por Laclau y Mouffe para estudiar el castrochavismo por tres grandes razones: primero porque para Laclau no existe esa diferencia que, si existe, por ejemplo, en Foucault, de lo discursivo y extradiscursivo, para él ambas nociones, no son cuestiones separadas, sino que forman parte de una totalidad mayor, que lo que él denomina discurso, permitiendo que cuando se hable del discurso, no solo se hable simplemente del carácter lingüístico, es decir, de palabras, enunciados, de cuando un actor político hace un discurso, una noticia ya sea escrito o hablado, sino que cualquier acto, hecho o forma de producción social de sentido va a ser discurso, este es el caso del castrochavismo, como un significante que está produciendo sentido y significados, y que ha ganado forma a partir de la construcción discursiva.

El segundo nace del primer punto, la naturaleza de la discursividad frente a la realidad social, la cual está constituida discursivamente, pero eso no quiere decir que se niegue la existencia de cosas materiales, sino que este punto permite entender que el discurso constituye nuestro mundo, y que a la vez este es constituido por los sujetos. Por ejemplo, el castrochavismo no es algo que haya estado preestablecido, que haya estado ahí, que se pueda tocar, sino que es un ente que fue construyendo una realidad en el campo de la discursividad, y al tiempo fue constituido por ciertos actores, y es a partir de estos aportes, que se puede tomar esta palabra para ser estudiada. Noción que se estudia teórica y metodológicamente como un *significante Vacío*, al ser un término que no significa algo, aun cuando rebose de significados.

Como podemos observar la teoría del discurso de la Escuela de Essex es bastante robusta teóricamente, sin embargo, su talón de Aquiles aun hoy continúa siendo su componente metodológico, es decir, como aplicarla a casos concretos de estudios. En este punto se hace importante superar el purismo teórico que muchos autores defienden y pensar en una suerte de hibridez teórica y metodológica que sea específica y propicia para nuestro objeto de estudio.

### **1.1.3 Escuela Francesa del análisis del discurso**

La Escuela Francesa surgió en los años sesenta bajo el amparo del estructuralismo lingüístico, y se articuló alrededor del materialismo histórico y del psicoanálisis (Maingueneau, 1980). Por lo cual esta escuela comprende el discurso como “el lugar en el que se observan las relaciones que potencialmente ocurren entre el uso de la lengua y las manifestaciones ideológicas que allí se inscriben”. (Abril, 2007, pág. 49)

En esta perspectiva el discurso se fundamenta como una escenificación del lenguaje, en el que el sujeto es un ser psicológico y social; así, el discurso no puede ser estudiado de manera aislada, sino que, para ser entendido debe estudiarse incluyendo tanto el sujeto que lo produce como los contextos sociales en los que se genera. Por ende, “el discurso es un hacer-decir con una significación que interrelaciona las prácticas sociales, los sujetos y sus lugares de interacción” (Abril, 2007, pág. 50), esto nos da lugar para comprender el proceso de producción, emisión y recepción del castrochavismo a partir del uso de la lengua, con miras de conocer cómo se instauró el significado social de este término y de reconocer la significación en tanto síntesis de prácticas sociales.

Es preciso añadir que esta escuela presta una atención especial a textos producidos (uso escrito de la lengua) en el marco de instituciones y de lo doctrinal, en los cuales se entrecruzan aspectos históricos, sociales, políticos y que delimitan un espacio propio en un interdiscurso dado. De este modo, “esta escuela pretende dar cuenta de las relaciones entre texto, la formación discursiva y la manera como se constituye el sujeto en la interacción para configurar el sentido”. (Abril, 2007, pág. 50)

Dentro de esta escuela nos encontramos con dos posturas diferenciadas: Por un lado, la teoría de la enunciación que se desarrolla por el lingüista Benveniste (1971) a partir de la relación de la ideología y la lengua como piezas fundamentales para la constitución del discurso:

La enunciación es un acontecimiento que ocurre al surgir un enunciado y su sentido procede de la descripción, representación o imagen del acontecimiento histórico constituido al surgir el enunciado. Por su parte, el enunciado es una expresión que afirma o niega un objeto que es una entidad semántica que remite a un acontecimiento, una propiedad, un ser, una acción o una proposición. (Benveniste, 1971)

Este posicionamiento, permite demarcar en el estudio la relación que el sujeto enunciador establece con el enunciado en una situación comunicativa, además, dar cuenta de los mecanismos de construcción de sentido social en las expresiones discursivas de una sociedad como tal. En este sentido, acogiendo la teoría de la enunciación en la investigación sobre el castrochavismo, se establece que su aporte reside en aportar variables a tener en cuenta en el desarrollo del trabajo, cómo establecer las condiciones de producción, interpretación y construcción del significante como parte del discurso; explicitar los comportamientos discursivos de los sujetos y su posición ideológica. Entendiendo que son ciertos actores (sujetos de enunciación), quienes insertan la intencionalidad y asignan el sentido discursivo.

En últimas, el discurso constituye el eje principal como se relacionan las personas y que al tiempo posibilita, legitima y modifica el hacer político. Esta perspectiva conduce a reconocer trabajos de análisis del discurso como los de Patrick Charadeau, Bernard Combettes, Oswald Ducrot, y Dominique Maingueneau.

El segundo aspecto, parte directamente de los planteamientos de Michael Foucault (1970) quien vinculó el discurso con las prácticas de dominación y exclusiones sociales, junto a la idea de poder. Si bien en el caso estudiado el discurso alrededor del castrochavismo, permitió la legitimación de poder al institucionalizarse como una verdad.

En este sentido, los principales postulados de la escuela francesa del análisis del discurso podrían ser:

**Cuadro 1. Principios básicos de la teoría del discurso de la Escuela Francesa según Annika Mattissek**

<b>Postulados</b>	<b>Descripción</b>
Rol constitutivo del lenguaje y las prácticas lingüísticas	Las teorías del discurso asumen que la realidad social no se da de manera pre-discursiva, sino que se reproduce continuamente en las prácticas lingüísticas y otras prácticas simbólicas.
Contingencia de la realidad social	Esto implica que las estructuras de poder, las narrativas y las construcciones de identidad dentro de la sociedad no se dan objetiva o esencialmente, sino que se construyen socialmente y, por lo tanto, en principio están abiertas al cambio.
Crítica del sujeto autónomo	A diferencia de los enfoques basados en actores, los individuos no se entienden como sujetos más o menos autónomos con intenciones y capacidades específicas. Más bien, se enfatiza que los actores no solo están integrados en las estructuras de poder social que confinan y permiten acciones, sino que incluso las intenciones y los objetivos de los individuos se basan en mapas de significado históricos y socioculturales específicos. En consecuencia, el objetivo del análisis pasa de preguntar cómo las identidades moldean las acciones a la pregunta, en primer lugar, a cómo se construye la identidad en procesos discursivos.
Crítica de la idea de estructuras espaciales objetivamente dadas	En analogía a la realidad social en general, los patrones espaciales de las acciones humanas también se entienden como contingentes, es decir, no como reglas abstractas y lógicas internas, sino como resultados cambiantes e inestables de las creencias sociales, normas y estructuras de poder que se establecen (e institucionalizan) en un determinado punto en el tiempo.
Análisis de poder	El análisis de estructuras de poder, especialmente las conexiones entre la producción. El conocimiento y la verdad, por un lado, y el poder, por otro, forman parte integral de los análisis del discurso. Por lo tanto, la teoría del discurso siempre es decisivamente política (se trata de abrir la contingencia de estructuras de poder supuestamente objetivas y abrir así posibilidades de cambio y nuevas interpretaciones). Para la investigación empírica en Ciencia Política, esto resulta en la afirmación de cuestionar las estructuras e identidades socio-políticas, revelar sus premisas y condiciones subyacentes y revelar las perspectivas y prácticas alternativas que son marginadas por ellas.

Fuente: Mattissek, A. (2010, págs. 2-3). “*Analyzing city images potentials of the French School of discourse analysis*”. Elaboración propia. 2019.

Después de este breve recorrido por las principales escuelas del análisis del discurso (ACD, TDE y EFD) nos damos cuenta que no existe una perspectiva perfecta o mejor que las demás, sino que cada una tiene sus potencialidades en particularidades bastante específicas, así como también ciertas dimensiones problemáticas o que no logran iluminar con la suficiente claridad. En este sentido no nos interesa hacer parte de algún tipo de monismo epistemológico o caer en alguna clase de chauvinismo teórico, sino más bien desde una postura ecléctica y crítica con las diferentes escuelas y perspectivas tomar aquellos elementos de cada una que nos sean útil para iluminar las dimensiones que nos interesan a cerca de nuestro objeto de estudio.

En este sentido, de la Teoría del Discurso de Essex de Laclau rescatamos su problematización sobre lo discursivo y no o extra-discursivo, pues estamos convencidos que la diferenciación que se realiza desde algunas perspectivas es estéril dado que supone la existencia de dos realidades diferentes, una discursiva o abstracta y otra no discursiva o real-concreta. Esta perspectiva les hace el juego a los esencialismos Marxistas de la estructura y la super-estructura en donde cualquier idea, ideología o discurso son solo reflexiones de la estructura o condiciones materiales económicas. Por su parte, Laclau rompe con este dualismo del marxismo ortodoxo y atraviesa el fantasma del esencialismo al mostrarnos como las ideas y discursos no existen como epifenómenos de lo económico/material, sino que se yuxtaponen en sus condiciones de posibilidad.

De igual forma, rescatamos la teorización que realiza Laclau sobre los significantes (vacíos y flotantes) y su potencialidad en la política y lo político. De esta forma, se muestra como desde la discursividad se reproducen procesos políticos y culturales, más cercanos a la hegemonía Gramsciana que a la coerción Weberiana. En palabras del propio Laclau, la verdadera naturaleza de la lucha política es la fijación del sentido discursivo.

De la Escuela Francesa del Discurso retomamos sus premisas onto-epistemológicas sobre la realidad social y el discurso como objeto de estudio. Como por ejemplo el rol constitutivo del lenguaje para la realidad social, en otras palabras, “la realidad social no se da de manera pre-discursiva, sino que se reproduce continuamente” (Veron, 1987) en las prácticas lingüísticas y otras prácticas simbólicas.

Así como también la contingencia implícita en nuestro mundo, es decir, que las narrativas y las construcciones de identidad dentro de la sociedad no se dan objetiva o esencialistamente, sino

que se construyen socialmente y, por lo tanto, en principio están abiertas al cambio. Este punto es primario para nuestro trabajo, pues muestra como nuestro propio lenguaje es fruto de relaciones sociales y antagonismo político/culturales, como diría Lacan en sus famosos seminarios, nosotros no hablamos el lenguaje, sino que somos hablados por él.

## **1.2 Hacia una concepción ecléctica del análisis del discurso**

En el análisis del discurso, no se sostiene rígidamente a una teoría o un conjunto de supuestos; como se ha demostrado anteriormente se cuenta con una multiplicidad de escuelas con posiciones de diferente calibre, por ello, para la presente investigación se requiere de más herramientas que permitan la complementariedad del objeto de estudio.

Razón por la cual se retoma la teoría de Eliseo Verón sobre “los tipos de destinatarios”; lo referente a la “mediatización”; por último, a Laclau sobre los “Significantes vacíos y flotantes”.

### **1.2.1 Tres subespecies de destinatarios en el discurso político**

Consideremos ahora a Eliseo Verón, una figura primordial en los estudios discursivos en América Latina, desde su propuesta de la enunciación política en la palabra adversativa en donde se problematiza el plano de los *destinatarios del discurso*, es decir, a quienes llega el discurso, quienes lo reciben. Eliseo Verón propone tres tipos de destinatarios: “el prodestinatario o destinatario positivo, es esa posición que corresponde a un receptor que participa de las mismas ideas, que adhiere a los mismos valores y persigue los mismos objetivos que el enunciador. El destinatario positivo es antes que nada el partidario”. (Veron, 1987, pág. 4)

Existe también el contradestinatario o destinatario negativo, el cual está excluido del colectivo de identificación, “lo que es verdadero para el enunciador es falso para el contradestinatario e inversamente” (Veron, 1987, pág. 4), es decir, que el discurso del opositor, tiene una lectura negativa por parte de su adversario.

Por último, Eliseo Verón afirma que el análisis político del discurso, en un contexto democrático, revela la presencia de un tercer tipo de destinatario (*paradestinatario*), este “tercer hombre” resulta de una característica estructural del campo político en las democracias occidentales, es decir, “la presencia de sectores de la ciudadanía que permanecen “fuera del juego”, quienes son denominados usualmente como los indecisos”. (Veron, 1987, pág. 5)



Integrando los tipos de destinatario al estudio del significativo castrochavismo, surgió la importancia de tener en cuenta los actores claves implicados en el juego político del discurso, ya que en la configuración del término se relacionó este trinomio de destinatarios; por un lado, están aquellos que defendían la existencia del castrochavismo, y lo que implicaba si se hubiese instaurado por medio del proceso de paz, este discurso se reforzó en ciertos grupos que se adherían a estas ideas, es decir, en los prodestinatarios. Segundo se encontró que muchos consideraron tal noción como un fantasma, falacia, y una invención del sector de la derecha para el tiempo electoral, teniendo presente lo planteado por Verón, serían los contradestinatarios. En últimas, están los indecisos, que entran a ser algunos electores o ciudadanos.

### **1.2.2 Discurso Mediático**

Los medios de comunicación, hoy por hoy, cumplen importantes funciones en la vida de los ciudadanos, al tiempo que establecen una fuerte correlación con el sistema político; si bien, gracias a ellos, nos informamos sobre lo que sucede; conocemos lo que hacen o dejan de hacer los gobiernos; accedemos de manera inmediata a lo que sucede en cualquier lugar del mundo, entre otras funciones de gran relevancia.

Los medios de comunicación son instituciones que van en función de la lógica del mercado, según la capacidad de demanda. Cuando son de propiedad pública, en este caso parte del Estado, se convierten en vehículos del gobierno de turno, transmitiendo lo que ellos desean que los ciudadanos conozcan.

En el escenario mediático, los ciudadanos se comportan como meros espectadores de lo que se transmite en los medios de comunicación, con muy pocas posibilidades de interacción, como sucedió con el castrochavismo, fue un término que se impregnó y se viralizó por medio de esta institución, en el cual la sociedad terminó siendo un agente pasivo. “El espectador no ve las cosas ni las situaciones reales sino hechos y situaciones ficticias, ve imágenes que se proyectan y que han sido seleccionadas para él”. (Freidenberg, 2004, pág. 1)

El politólogo norteamericano Harold Lasswell (1948) planteó algunas de las funciones de los medios de comunicación con relación a la sociedad, las cuales se basan en *transmitir información*, *generar diversión* a partir del entretenimiento; *persuadir*, con el fin de formar tendencias en la opinión pública, influir sobre el electorado, modificar actitudes, moderar la

conducta, derrumbar o construir mitos para promover culturas dominantes; servir al sector comercial, y finalmente, socializar la cultura, a través de la educación.

Aparte de las funciones anteriormente mencionadas, conviene subrayar que, los medios desarrollan tres papeles sustantivos en cualquier sistema político moderno los cuales son: *eco*, *comparsa* y *protagonistas*:

En la mayoría de las situaciones, los medios son responsables de transmitir el *eco* de lo que otros actores comunican: los dirigentes, los partidos, el gobierno, los ciudadanos. En otros casos, los medios acompañan como *comparsas* a otros actores: se convierten en sustento de otros que apoyan o critican a los que representan a las instituciones, a sus políticas o a otros actores del sistema. En algunas situaciones, los medios se convierten en *protagonistas* cuando desarrollan una actuación o una estrategia propia promoviendo una determinada política, candidato o lucha contra una injusticia (por mencionar algunos). (Vallés, 2000, pág. 362)

Estas funciones reflejan la idea de que los medios de comunicación no sólo informan o dan marcos explicativos a los ciudadanos, sino que son mediadores políticos que canalizan y crean opinión pública; lo que los convierte cada vez más en actores centrales para el funcionamiento del sistema político e incluso estos tienden a ser más confiables, que los mismos políticos o instituciones, y que claramente veremos reflejado en la investigación, dado a que uno de los actores más presente en la discusión sobre el castrochavismo fueron los periodistas o columnistas.

Lo dicho hasta aquí supone que la poderosa influencia de los medios en el corto plazo ya demostró no ser un axioma para la comunicación social. En cambio, la influencia de los medios parece demostrarse en el largo plazo, en ese proceso surge la *mediatización*, la cual se traduce en graduales transformaciones en las prácticas sociales. Para Verón (2001) las sociedades posindustriales son sociedades en vías de mediatización, dicho de otro modo, “sociedades donde las prácticas sociales (las modalidades de funcionamiento institucional, los mecanismos de toma de decisiones, los hábitos de consumo, los comportamientos más o menos ritualizados, etc.) se transforman por el hecho de que existen medios”. (pág. 41)

Schulz define *mediatización* “como una situación de cambio social que se encuentra asociada con los medios de comunicación y con su desarrollo” (2004). Además, como el proceso por el que los medios interfieren en el proceso político y, si bien esto no supone el control mediático de las instituciones políticas, sí implica una creciente pérdida de su autonomía. En este proceso,

asociado a lógicas de polarización político mediática, los medios tratan de imponer su propia agenda y suplantar la agenda política. (Chavero et al., 2013)

Aunque esto no significa que se generen procesos de mediatización siempre que exista un posicionamiento de los medios de comunicación, sino que se da cuando los medios asumen un rol político y tratan de incidir en la propia actividad política; algunos autores proponen diversos indicadores para identificar el proceso de mediatización: “el peso de los medios como fuente para la información política; la (in)dependencia del poder político; la lógica mediática y la asunción por parte del sistema político de las lógicas mediáticas”. (Strömbäck, 2008, pág. 228)

Siguiendo por último a Strömbäck, y Hjarvard señalan que la “mediatización implica un proceso a través del cual los elementos nucleares de una actividad social o cultural (como trabajo, ocio, juego, etc.) toman forma mediática” (Strömbäck, 2008). Otros autores hablan de una mediatización estratégica que responde a intereses de subdivisión y categorización dentro de un marco de abuso ideológico.

En definitiva, los medios de comunicación fueron necesarios para que el castrochavismo se legitimara como parte de una variedad de discursos, en el que actores se valieron del mismo para desarrollar su ejercicio de poder, ya que las medidas que adoptan deben ser conocidas y difundidas.

En el cual el proceso comunicativo implica a todos los actores de forma activa, pues todos operan, todos influyen, todos interactúan. Es decir que, los significados que se transfieren no son solo el resultado de la acción de quien habla, sino del intercambio que se produce entre todos los implicados en el proceso. Incluso uno de los campos “transformados” por la existencia de los medios es el de las prácticas políticas, a través de la mediatización de lo político, lo cual se ha constituido bajo la “espectacularización de la política”.

### **1.3 Significantes vacíos y flotantes**

Las nociones de significativo vacío y flotante hacen parte de los trabajos realizados por Ernesto Laclau en el marco de su denominada Teoría de la hegemonía, sin embargo, no es algo que surja de la nada o de la “brillantez” intelectual de Laclau. Podemos rastrear de manera genealógica las nociones de *significante cero* que Claude Levi-Strauss plantean en “Introducción

a la obra de Marcel Mauss” (1951), *significantes míticos* de Roland Barthes en “Mitologías” (1957) o los *point de capiton* de Jacques Lacan en sus seminarios (1960).

Laclau retoma estos desarrollos para elaborar su teoría de la hegemonía desde el campo discursivo. El significante flotante aparece por primera vez en *Hegemonía y estrategia socialista* (Laclau & Mouffe, 1985) para dar cuenta de la lógica que rige todo proceso de articulación hegemónica. De esta manera, los significantes flotantes se vinculan con los intentos, siempre fallidos, de dominar el campo de la discursividad en torno a ciertos puntos nodales (Montero, 2012). Se pueden entender, en el lenguaje Laclauniano como elementos discursivos que fijan parcial y precariamente el sentido en la cadena significativa, lo que esto produce es una intertextualidad que aligera a los significantes y los dota de polisemia y ambigüedad.

Así, el carácter flotante del significante se convierte en una condición sin la cual no puede darse la operación hegemónica y de manera análoga, establece la posible demarcación de una frontera antagonica, de un exterior constitutivo que permite a los agentes o colectividades definirse en oposición a otro.

Por otra parte, Laclau introduce la noción de significante vacío en “Nuevas reflexiones sobre la revolución en nuestro tiempo” (1990), en este trabajo Laclau deja de lado el Topo de lo flotante o la flotación y empieza a hablar de un carácter “tendencialmente vacío” de los significantes. En este punto, la ambigüedad o polisemia del significante continúa siendo un componente central, sin embargo, lo que ocurre es un viraje en su naturaleza. Se transita de un significante que no tiene un significado robusto, delimitable o claro, es decir, una ausencia (los significantes flotantes) a un significado que tiene mucha fuerza semántica, que rebosa significado, es decir, de una sobre-presencia, un abuso de sentido (los significantes vacíos).

Es importante recordar entonces, que los significantes vacíos no se encuentran vacíos de significado o sentido, como su nombre nos lo podría hacer creer, sino todo lo contrario, están vacíos porque tiene mucho significado, porque su performatividad lo desborda y lo “vacía” pero solo de manera tendencial.

Recapitulando lo anteriormente expuesto, para nuestro objeto de estudio los significantes flotantes se pueden volver problemáticos o dados a la mal interpretación, ya que nos podría hacer pensar en que el Castro-chavismo posee un significado ligero, bastante claro y no problemático.

Cuando precisamente lo que se quiere demostrar es su naturaleza problemática, oscura y densa, para esto resulta conceptualmente más útil la categoría de significante vacío, es decir, el Castrochavismo posee tal fuerza performativa como acto de habla que su significante es incapaz de contenerla, y termina desbordándolo y así vaciándolo tendencialmente.

En resumen, el castrochavismo como parte de un discurso político bajo las lógicas mediáticas debe ser evaluado en su globalidad tanto internamente como en su proceso de consolidación (externa), es así, que para acercarse al objeto de estudio se articulará los aportes de cada una de las escuelas manifiestas anteriormente con las categorías analíticas.

Esto permite finalmente develar cómo se apropió, creó y se reprodujo un discurso con base a este significante, a partir del peso de los medios como fuente para la información política, dado a que muchas de las cosas que se aprehenden se hacen a través de un sistema de reglas o convenciones que han sido construidas social, cultural y sobre todo políticamente.

## **CAPÍTULO II. LA MEDIATIZACIÓN DE UN SIGNIFICANTE VACÍO A TRAVÉS DEL LENGUAJE DE LA PRENSA: UNA MANERA DE COMUNICAR LO POLÍTICO**

La política se ha convertido en un espectáculo y esto se debe, en gran parte, a la sustitución del contenido por la forma, el desplazamiento de lo real a lo simbólico y la transición de lo racional a lo puramente emocional.

No cabe duda que la política se ha convertido en un espectáculo y esto se debe, en gran parte, al uso del lenguaje instrumentado en la presentación de las noticias políticas que circulan en los medios de información. A través del lenguaje se construyen y reconstruyen los problemas sociales, los líderes, los enemigos, las crisis etc., desempeñando un papel importante en los estudios políticos, históricos, sociales y analíticos. (Montiel, 2010)

Se observa como el lenguaje en su construcción tiende a influir en la obtención de apoyos y oposiciones frente a causas políticas, por ejemplo, puede ejercer influencia en las prácticas políticas de los ciudadanos, en este caso en las elecciones presidenciales del 2018. “Los actores políticos también, se construyen, en cuanto a su lenguaje y sus acciones. Crean su propia subjetividad. Estos actores, se convierten en símbolos para los observadores, ya que representan valores, posturas morales, ideologías y puntos de referencia”. (Montiel, 2010)

Y es ahí, donde la noticia se convierte en esa herramienta de poder y persuasión, poniendo de manifiesto asuntos de interés general como el caso del castrochavismo. Para observar cómo se privilegia el término en la prensa, se tiene como objetivo central del capítulo caracterizar la mediatización sobre tal noción en el contenido noticioso de la prensa y/o revistas digitales en Colombia, es decir, que la relevancia del apartado radica en conocer el proceso comunicativo del Castrochavismo en Colombia a partir de su afluencia en varios contextos, y países. Aun cuando el término como tal, no sea referenciado en otros espacios con el mismo nombre, la diversidad de significados que adopta favorece a que éste se encuentre inmerso en diversos ámbitos de la política.

La presente investigación se centrará en el análisis de los documentos escritos, especialmente en el discurso de la prensa, el cual es un testimonio social que siempre se puede consultar. En consecución con el estudio, en el primer apartado se ubicará a nivel internacional cómo el Castrochavismo surge, en qué contexto, sus principales portavoces, con qué objetivo, y cómo los grupos lo apropian, y lo reproducen a través de los medios de comunicación.

Con respecto al segundo apartado, el objetivo es ir más allá de esa lectura superficial del discurso político, explorando especialmente el caso del Castrochavismo en Colombia en las elecciones del 2018, no sólo en su forma sino también en su contenido, identificando la frecuencia de los mensajes y en qué contexto se encontraba el país, que contribuirán a descubrir los procesos visibles y encubiertos que constituyen y determinan las relaciones comunicativas en una sociedad, para entender finalmente cómo el castrochavismo se insertó en el imaginario colectivo.

Por último, la tercera parte pretende dar cuenta del proceso metodológico, desentrañando los medios que registraron el significante, los criterios de selección, la primera publicación, el contexto, en función de qué, los actores tanto sociales, políticos, académicos, entre otros. Con el fin de dar cuenta de cómo se creó, se apropió y se reprodujo el “Castrochavismo” en Colombia; y para una mayor comprensión de lo que se ha denominado como significante vacío, se propone una forma de diccionario, que contendrá la interpretación de diferentes actores sobre el significado del término, por ello se presenta el abordaje sobre el castrochavismo en los medios de comunicación a través del lenguaje de la prensa, como una manera de comunicar lo político.

## **2.1 El abordaje mediático del castrochavismo a través del lenguaje de la prensa a nivel internacional**

De lo que no cabe duda es que la sombra del Castrochavismo es tan alargada que incluso se prolonga más allá de sí misma, si bien, cuenta con una dimensión local e internacional, que lo lleva a intentar transportar aquellos elementos y diagnósticos sobre la realidad política, social e histórica venezolana y cubana hacia una interpretación mucho mayor.

Con el Castrochavismo se ha profundizado el estigma hacía la izquierda en el continente de una manera radical, "se usó, en diferentes grados, para debilitar a la izquierda y meter miedo", dice el internacionalista Mariano de Alba. (2018)

Estas observaciones se relacionan con un episodio de la historia desarrollado entre “1950 y 1956, el macartismo, el cual fue la culminación del anticomunismo de la Guerra Fría en Estados Unidos bajo el Senador Joseph McCarthy quien fue un senador católico que, desde una comisión de investigación del Senado, desató una cacería de brujas contra funcionarios públicos y ciudadanos que tachaba de colaboradores del comunismo” (Tascón A. F., 2018, pág. 1); un

hecho que desencadenó en acusar y perseguir a personas e instituciones sin conexión alguna con esta doctrina, solo por la forma de pensar, tan liberal y crítica; lo cual marcó la democracia norteamericana. Una correlación evidente con lo que sucede actualmente con el castrochavismo, dado a que se pretende usar el terror político para macartizar a todo aquel que acepte o se enmarque en la izquierda dentro de la democracia, presentándolo como cómplice o facilitador del comunismo.

En contraste con lo anterior, cabe preguntarse con qué fin el castrochavismo se ha expandido, y ahí es donde nos encontramos, con aquellos que consideran que el término se ha utilizado como estrategia política en el campo electoral, especialmente, en campañas presidenciales como en México, Brasil, y Colombia durante el año 2018, en otros países como Argentina y Estados Unidos se ha hecho uso en diferentes coyunturas; cuyo propósito ha sido calificar o descalificar al enemigo político, en especial por parte de los sectores considerados de derecha. Sin embargo, el significante para muchos no es más que un neologismo, un fantasma, una falacia, o hasta una ideología.

En efecto, el castrochavismo se ha acentuado como el traspaso directo de la interpretación y aplicación de las políticas de Gobierno de los Castro en Cuba y de la revolución bolivariana de Hugo Chávez en Venezuela.

Tanto el castrismo como el chavismo hacen referencia a la ideología política de Fidel Castro y de Hugo Chávez, mas no al aspecto económico o político, que en ambos casos es el socialismo. El castrismo es empleado sobre todo de forma despectiva, pero en su origen se relaciona con la “teoría del foco” o “foquismo”. El castrismo fue una táctica de lucha guerrillera que, tras el triunfo de la Revolución cubana (1959), consideraba posible exportar la revolución en un país, a través de un “foco” o pequeño grupo guerrillero, sin que las condiciones estuvieran dadas para ello. El chavismo, en cambio, no es una táctica militar que se pueda exportar como el castrismo, sino una ideología que combina varios de los intereses de la ‘nueva izquierda’ posterior a 1989. Es una reevaluación de las doctrinas y de las estrategias de la izquierda desde el inicio del siglo XX. (Tufano, 2018, pág. 1)

Así, unir el castrismo con el chavismo como una fórmula matemática, da como resultado el conocido castrochavismo, el cual es usado con el fin de generar pánico y sacar provecho en las contiendas electorales. No cabe duda que el vecino país (Venezuela) y su sistema socialista atraviesa por un momento de crisis, caracterizada por la debilidad institucional, desequilibrio de poderes, corrupción, hiperinflación y consecuencias sociales, por lo cual ha sido tema de discusión sobre los modelos políticos, además, son hechos que se han vinculado a través del ‘castrochavismo’, con el fin de asociar la realidad de otros países.



Y es ahí, cuando entra a jugar un papel importante la mediatización de la política, ya que los medios terminan constituyendo la más importante fuente de información acerca de la política y la sociedad. Para el caso estudiado, esta institución es fundamental para explicar la construcción del mismo, y de la realidad social.

Para decirlo en sucinto modo, veremos como este significante no solo ha sido usado y referenciado en Colombia, sino que otros países se han visto permeados por este discurso, no exactamente con el término “Castrochavismo”, pero si con el referente de la venezolanización, a través de los medios.

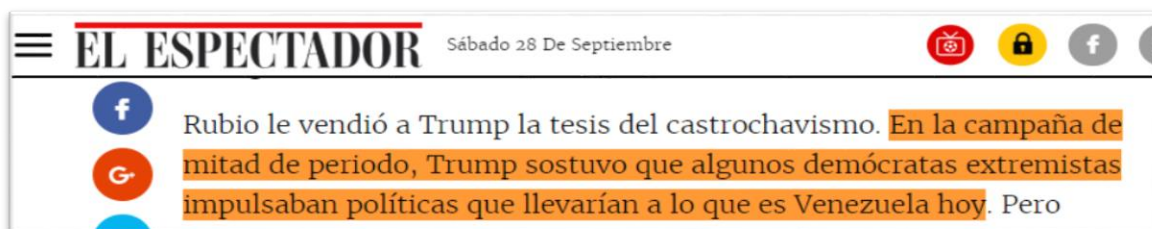
El primer caso lo encontramos en las elecciones presidenciales de Estados Unidos para el año 2016, el gobierno del demócrata (liberal) Barack Obama hizo causa común con su copartidaria y exsecretaria de Estado, Hillary Clinton, para preservar y dar continuidad a su administración. El Partido Republicano (conservador), lanzó como candidato al empresario Donald Trump, quien se valió de un discurso de miedos (a los inmigrantes, a los musulmanes, a los gays, a los negros, a los TLC), para contrarrestar a su oposición. “En la campaña de mitad de periodo, Trump sostuvo que algunos demócratas extremistas impulsaban políticas que llevarían a lo que es Venezuela hoy” (Tascón Á. F., 2019). Ver imagen 1 y 2.

Imagen 1. Trump pide a los votantes que se rebelen



Fuente: ( El Tiempo, 2019)

Imagen 2. Venezuela: apuesta riesgosa



Fuente: (El Espectador , 2019)

En esta línea, vemos a la noticia como una atracción emocional, que, a través de acontecimientos de actualidad, llama la atención de un público con expectativas, aquí la realidad social es reconstruida como noticia, expresando asociaciones sutilmente positivas y negativas respecto a hechos; también se hacen aseveraciones persuasivas teniendo en cuenta el contexto. Lo que se presentó anteriormente nos deja entrever que en esa disputa discursiva se hace la presentación positiva (nuestra) y la presentación negativa (del otro), lo cual obedece a los intereses del emisor.

El segundo caso lo encontramos en México para marzo de 2018, en plena campaña electoral. El caso ejemplar de un vídeo, el cual había sido supuestamente realizado por la cadena estatal venezolana de Televisión, en el cual aparentemente el presidente Maduro expresaba su apoyo a la campaña del candidato presidencial del Movimiento Regeneración Nacional (Morena), Andrés Manuel López Obrador, acción que resultó ser falsa, aunque el problema radicó en que más de 20.000 cibernautas conocieron la grabación. (BBC News Mundo, 2018)

Este hecho ratifica cómo el tema de Venezuela también hizo parte de la campaña electoral mexicana. Al respecto, la Revista BBC menciona que parece ser que desde el 2006, el tema de Venezuela aparece en México, en el cual al candidato de la izquierda Andrés Manuel López Obrador, se le acusa de querer convertir al país en Venezuela. (BBC News Mundo, 2018)

Esta estrategia lo que busco fue asemejar las propuestas de López Obrador con las del gobierno de Venezuela, y lo cual ha tenido mayor efecto por el manejo de las redes sociales, además, los debates no se quedaron atrás.

Lo que se pretende con este tipo de campaña no es tanto desmovilizar a los votantes de López Obrador sino evitar que siga su crecimiento y eso sí puede hacerlo porque puede hacer que el votante indeciso tenga miedo de irse hacia allá. Maduro y Venezuela se han vuelto un referente de lo que no se quiere para México. (BBC News Mundo, 2018)

En la base del discurso político, se encuentran las estrategias de legitimación y de deslegitimación, en el que el actor político trata de defender su postura propia y de desestimar la ajena mediante una disputa en el campo discursivo, en este caso, se valen de la situación que atraviesa Venezuela.

**Imagen 3. México y el fantasma de Hugo Chávez**



Fuente: (The New York Times, 2018)

**Imagen 4. ¿En qué NO se parecen estos líderes de izquierda?**



Fuente: (Nación321, 2018)

**Imagen 5. Comparación del candidato Obrador con el venezolano Chávez**



Fuente: (France24, 2018)

El tercer caso se centra en las elecciones de Brasil, en el que la crisis de Venezuela, suscitó debates polarizados, frente a la posibilidad de que el país se convirtiera al de Chávez, en su momento. Principalmente, por la oleada de refugiados que se han asentado en el territorio brasileño

La crisis de Venezuela es algo que preocupa a los brasileños, especialmente a los que pertenecen a las clases más conservadoras. En la frontera norte, en el estado de Roraima, el candidato de extrema derecha Jair Bolsonaro, conocido como el Trump de Brasil, es muy popular. Allí la gente quiere que se cierren las fronteras y se controle la llegada de inmigrantes. (BBC News Mundo, 2018)

Los vínculos con Venezuela fueron usados en Contra de Jair Bolsonaro, el actual presidente de Brasil. Se tiene conocimiento, de que la prensa brasileña rescató una entrevista que, en ese entonces, el precandidato del Partido Social Liberal ofreció en 1999, “en la que definía a Hugo Chávez como "una esperanza para América Latina" e incluso expresaba su interés por viajar a Venezuela para intentar conocer al mandatario que por aquellos días apenas acababa de llegar al poder”. (BBC News Mundo, 2018)

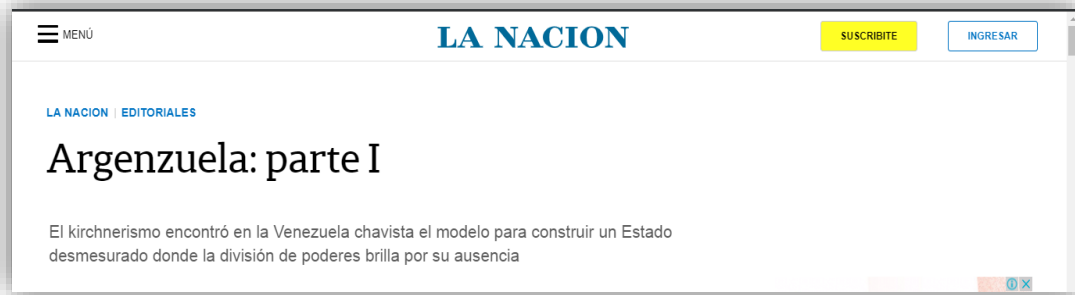
A lo cual la Web O Antagonista, no dio espera, y consultó a finales del 2017 por aquellas declaraciones, Bolsonaro insinuó que se había equivocado al juzgarlo. "El 90% del pueblo venezolano vibró con la elección de Chávez, así como Brasil vibró con Lula. Me gustó ver a un coronel paracaidista en el gobierno. Su discurso era otro. La gente se engaña con las personas", señaló. (BBC News Mundo, 2018). Aun con su aclaratoria, la crisis de Venezuela le generó ciertos obstáculos a este candidato de derecha, el cual afirmó en repetidas ocasiones ser anticomunista, más que al mismo Partido de los Trabajadores.

Las similitudes frente al discurso son muy pequeñas, pero la preocupación que se generó en el imaginario de determinados sectores de la sociedad brasileña estuvo presente, sobre todo en la derecha, que consideraban que el país podría ir en esa dirección si un gobierno más socialista ganaba.

Desde un punto de vista analítico, las estrategias en el campo político permiten generar una relación directa entre los usos del lenguaje con la intencionalidad en el accionar político, y permiten entender la forma que toman los procesos políticos, sobre todo en tiempos de elecciones. Cómo lo diría la escuela francesa, el lenguaje no puede ser considerado como ente independiente de quien lo produce, y está en sí, condicionado por las prácticas sociales. En este sentido, "el discurso es un hacer-decir con una significación que combina las prácticas sociales, los sujetos y sus lugares de interacción". (Abril, 2007, pág. 50)

Otro caso que cabe mencionar es el de Argentina, país que, durante el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner, se le acusaba de llevar el territorio por la senda trazada del fallecido presidente de Venezuela, Hugo Chávez, por lo cual se le asignó al país el apodo "Argenzuela". Expresión que aparecía cada vez que el gobierno kirchnerista introducía alguna medida o un proyecto de ley, que veían similar a las medidas adoptadas en el territorio venezolano, (ver imagen 6. "El kirchnerismo encontró en Venezuela el modelo para construir un Estado desmesurado en una Argentina diminuta. Para hacer de la Argentina una Argenzuela". (La Nación, 2014)

**Imagen 6. Argenzuela: parte I**



Fuente: (La Nación, 2014)

Aun en la actualidad, Kirchner sigue siendo señalada por sus oponentes, por ejemplo, el Presidente de Brasil, da declaraciones frente “a que si ella llegase de nuevo a la presidencia podría provocar una nueva Venezuela en Argentina, al igual que consideran que sería un retroceso en la cuestión ideológica”. (Panam Post, 2019)

**Imagen 7. Cristina Kirchner provocaría una nueva Venezuela**



Fuente: (Panam Post, 2019)

La realidad de Argentina no dista de las anteriores, pues vemos que los discursos difundidos por los medios de comunicación, están controlados, seleccionados y son insertados, con el fin de obtener poder y llegar a dominar, además, son discursos que esperan tener una reacción, dado que se emiten con una intención, en este caso emocional. En las diez estrategias de manipulación mediática de Chomsky (1990) afirma que:

Hacer uso del aspecto emocional es una técnica clásica para causar un corto circuito en el análisis racional, y finalmente al sentido crítico de los individuos. Por otra parte, la utilización del registro emocional permite abrir la puerta de acceso al inconsciente para implantar o injertar ideas, deseos, miedos y temores, compulsiones, o inducir comportamientos, a lo que él llama utilizar el aspecto emocional mucho más que la reflexión. (pág. 1)

Esto implica que los actores que emiten el mensaje a través de los medios de comunicación, apelan a las emociones de los receptores, así cortan el sentido crítico de todos los ciudadanos y

controlan sus razonamientos. Recordemos lo poderoso que es el miedo y cómo es capaz de movilizar a las personas para una causa “mayor”, en este caso el temor de que el país se convirtiera en Venezuela, u optará por sus políticas.

Una síntesis de este posicionamiento surge de las nueve leyes que agrupan las pautas propagandísticas propuestas por Emma Rodero, de las cuales se consideran que ocho hicieron parte de la consolidación del significante, para un mayor análisis se exponen a continuación en el cuadro 2:

**Cuadro 2. Técnicas de la propaganda**

<b>Leyes propagandísticas</b>	<b>Conceptualización</b>	<b>El significante castrochavismo</b>
<b>Ley de la Simplicidad</b>	El mensaje debe ser lo más sencillo posible para que todos y cada uno de los individuos sean capaces de comprenderlo, sin exigirles demasiado esfuerzo	En los discursos que se promovieron alrededor del significante castrochavismo, se puede analizar que se hace uso de un lenguaje sencillo, con pocos términos técnicos y fácilmente comprensible para todos, al igual de la utilización masiva de una semántica con fuerte carga emocional a través de miedos, como la idea del socialismo, una venezonalización, entre otras, que conllevó a trastocar los sentimientos de los ciudadanos, con el fin de generar una simpatía con el receptor. Los discursos fueron cortos y directos, además, la polarización que se logró por la repetición y saturación en medios de comunicación, principalmente en redes sociales, potencializó su capacidad argumentativa como parte de un discurso.
<b>Ley de la espoleta</b>	Consiste en atacar los espíritus por la parte más débil e inesperada. El mensaje, con fuerte carga emocional, se dirige al aspecto más vulnerable del individuo. Se espolean las fobias comunes y tradicionales.	
<b>Ley de la simpatía</b>	Las opiniones no se combaten con opiniones ni los argumentos lógicos con argumentos, opiniones y argumentos se combaten con provocaciones dirigidas directamente a los sentimientos.	
<b>Ley de la síntesis</b>	La exposición breve en los discursos	
<b>Ley de la repetición</b>	Reiteración extrema del mensaje para lograr su eficacia y retención	
<b>Ley de la saturación</b>	El desgaste que, en buena parte, es consecuencia de las anteriores.	
<b>Ley de la dosificación</b>	Se trata de mantener una presencia y una imagen constante en los medios	
<b>Ley de la orquestación</b>	Hacía de la reiteración del mensaje, pero de forma orquestada para que no derivara en un discurso monótono	

*Fuente: Rodero Antón, E. (2000, págs. 6-8). “Concepto y técnicas de la propaganda y su aplicación al nazismo. Elaboración propia. 2019.*

Son, por lo tanto, ocho leyes que sintetizan las pautas propagandísticas que se emplearon durante la campaña de las elecciones presidenciales del 2018 frente al significante castrochavismo. En este sentido, vemos cómo se configuró ese imaginario colectivo alrededor de un supuesto comunismo, de un socialismo del siglo XXI, y de una Venezuela en crisis; lo que

nos remite al Castrochavismo en Colombia; efecto de actos de habla que cumplen con intenciones y opiniones que se insertan en el contexto del hablante.

## **2.2 El abordaje mediático del castrochavismo a través del lenguaje de la prensa en Colombia**

El castrochavismo ha venido ocupando cada vez más el discurso político en Colombia, pues esta idea se ha insertado en las discusiones cotidianas como una posible amenaza a la institucionalidad y democracia del país. Para la campaña presidencial del 2017-2018, el “Castrochavismo” se convirtió en la idea más poderosa. Ningún discurso define mejor el debate político de ese entonces.

Pero, esto también nos permite entender mejor la cultura política colombiana, que desde hace unos 70 años girar alrededor del combate del comunismo, esta vez es el “Castrochavismo” la representación de ese enemigo.

Desde que Laureano Gómez acusó a Alfonso López Pumarejo de “bolchevique”, pasando por la “solución” criminal a la amenaza de Jorge Eliécer Gaitán, por los bombardeos estilo Vietnam a las imaginarias “repúblicas independientes” de Álvaro Gómez y el medio siglo de combate sin tregua a las guerrillas marxistas terroristas, lo que ha dividido y unido al sistema político colombiano ha sido el pavor al comunismo y la idea de que solo con el uso de la fuerza es posible frenarlo. (El Espectador, 2017)

Frenarlo, porque Colombia ha vivido con el temor de que el comunismo se tome el poder. Pero, es ese miedo, el que ha servido para crear el “Castrochavismo”, acuñamiento que se ha hecho principalmente por parte de los sectores considerados de derecha, principalmente por el Senador Álvaro Uribe, lo cual giró en torno a la idea de que la entrada del antiguo grupo guerrillero convertido en Partido Político FARC, al sistema político sería el fin de la democracia porque ellos se quedarían con el poder, y acabarían con las instituciones y con la separación de poderes, de ahí que este discurso se ha principalmente utilizado en el marco del proceso de paz, contra el Expresidente Juan M. Santos y su administración, como "dispositivo retórico" que busca despertar entre los colombianos ciertos temores: “El de perder la identidad nacional (bajo una amenaza externa), el de imponerse una dictadura (una amenaza a la libertad) y/o que se instale el comunismo (una amenaza interna a la propiedad privada)”. (La Silla Vacía, 2017)

Una de las primeras referencias al ‘castrochavismo’ se dio antes de la instalación de la mesa de negociación en Oslo. En ese entonces, Uribe sostuvo que la eventual firma de un acuerdo de paz entre el gobierno y las Farc “abriría el camino para instalar en nuestro país el modelo castrochavista”. Dos

años después, el uribismo sería la fuerza más votada en las elecciones legislativas, en parte, como resultado de ese discurso. (El Tiempo, 2018)

Situación que tendió a problematizar la campaña presidencial colombiana del 2018, con ataques de diferente calibre, primordialmente en los medios de comunicación, que evidenciaron el alto grado de polarización. Además, con la compleja y difícil realidad institucional que afronta el vecino país, en Colombia empezó a subirse el tono verbal en la disputa por el poder, donde el temor a un eventual gobierno de izquierda, cercano a la ideología de Venezuela, se presentó como un fantasma sobre parte del electorado, en el que la derecha aprovechó para dividir al establecimiento con esta polarización feroz al estilo laureanista.

La pregunta que hay que hacerse en este punto es: ¿cómo un término acuñado por la derecha para fines propagandísticos y electorales acabó instalándose como una realidad en el imaginario no solo de los ciudadanos, sino también en el de los periodistas, líderes de opinión, académicos y, más importante aún, sin ningún tipo de reflexividad?

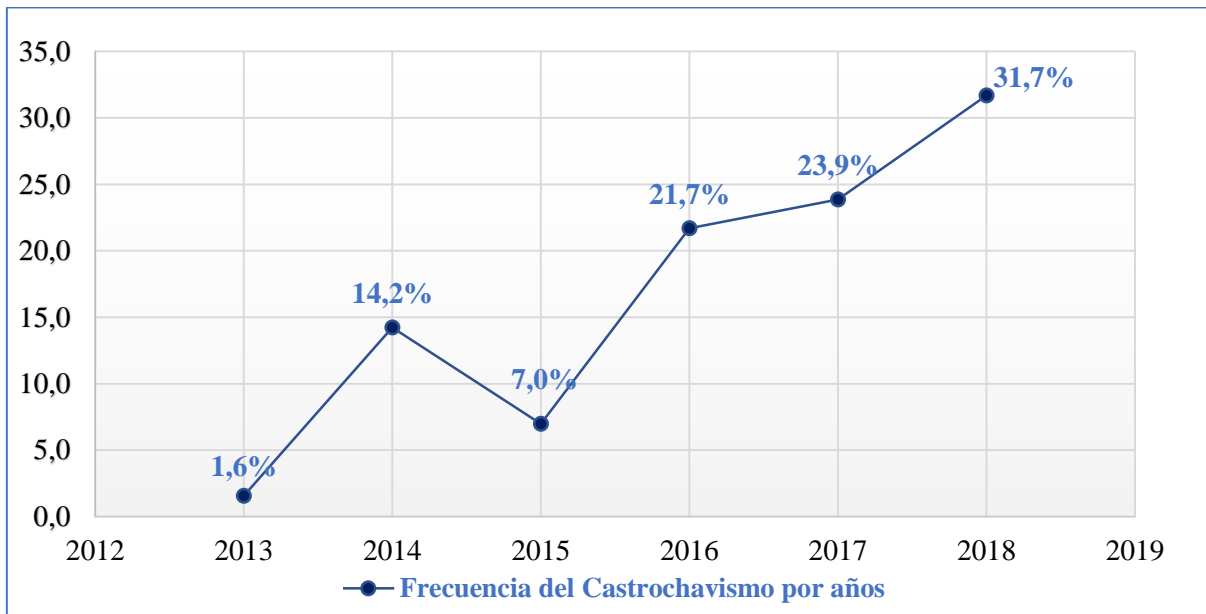
Uno de los principales análisis es el surgimiento del Castrochavismo en las plataformas mediáticas, en donde nos acercamos a una realidad social en la cual para el año 2013 no solo la prensa se vio impregnada, ya que las redes sociales fueron el primer nicho que dio cabida a la discusión de este signifiante, al ser uno de los principales espacios de difusión, sin embargo, nos encontramos que la red social imperante fue “twitter”, como aquel campo de batalla por imponer una posición radical sobre el mismo, en los cuales los principales portavoces fueron políticos con afiliaciones de extrema derecha.

Sin embargo, en esa identificación de la mediatización sobre el “Castrochavismo”, se recurre al contenido noticioso de la prensa, lo que permitió cuantificar y analizar su presencia mes a mes desde el año 2013 hasta el 2018, por lo cual se pudo establecer la tendencia del término por año, considerando su incremento y descenso durante el periodo de estudio, así mismo, se identificó las coyunturas políticas preponderantes en cada lapso temporal a partir de un código de análisis construido con noticias, artículos, columnas de opinión que hacían referencia del término, logrando una rigurosidad metodológica.

Al observar la frecuencia del castrochavismo desde el año 2013, en los medios estudiados, el Espectador, El Tiempo, y Revista Semana; nos encontramos con cifras relevantes por noticias al año sobre este término, a partir del análisis de medios.



**Gráfica 1. Tendencia del Castrochavismo en Colombia 2013-2018**



Fuente: Información de Revista Semana, El Espectador, y El Tiempo. Elaboración propia, 2019.

Lo primero que se observa, en la lectura de las frecuencias de las unidades de información, es que el Castrochavismo se autorepresenta en un buen nivel en la prensa escrita, al ser referenciado durante el 2013 al 2018, 830 veces en los tres medios estudiados. En Revista Semana durante el tiempo comprendido, se da 173 apariciones de dicho término, que representa el 20,8% de las noticias por año; en El Tiempo 204 veces, con un porcentaje del 24,6% y, en El Espectador 453 pronunciamientos, con el 54,6% del total.

A partir de lo cual es posible develar que no todos los medios se refieren en la misma proporción y por igual a un acontecimiento determinado. El énfasis que cada uno le otorga a situaciones específica marca diferencias en el modo de proceder y en su percepción de las cuestiones sociales.

El castrochavismo en Colombia produjo cantidad de comentarios y opiniones en los medios de comunicación como lo indica la gráfica 1, haciendo prescindible someter esa información a un análisis contextual que permita conocer con mayor profundidad la manera en que la prensa trata de construir y legitimar una realidad social en particular.

Al analizar los resultados anteriores se concluye que hay tres momentos que le dieron fuerza y sustento a la construcción del “Castrochavismo”: 1. Acuerdos de paz entre el gobierno de Juan Manuel Santos y las FARC y las elecciones presidenciales del 2014; 2. El plebiscito sobre los

acuerdos de paz en Colombia 2016 y, 3. La campaña electoral del 2017-2018, para las elecciones legislativas y presidencial.

### 2.2.1 Acuerdos de paz entre el gobierno de Juan Manuel Santos y las FARC; y las elecciones presidenciales del 2014.

Desde el comienzo de las conversaciones entre el Estado de Colombia y las FARC en el año 2012, el proceso contó con detractores, los cuales hicieron uso de un discurso agresivo con el gobierno de Santos y, por ende, de la paz. Además, el escepticismo de la sociedad contribuyó a reforzar ese lenguaje, y es a partir de ese contexto, que surge el llamado “Castrochavismo”, el cual para el año 2013 ya representaba el 1,5% de mención en la prensa, lo que indica que es un tema que para ese entonces empieza hacer parte de la agenda de medios, dado a que se presenta como un tema sobresaliente en un contexto determinado; con este efecto, se puede vincular a actores políticos, los cuales establecen que temas deben ser importantes para la sociedad, como se ve reflejado en el principal portavoz de tal noción, es decir, el Senador Álvaro Uribe Vélez, quien se valió de su fuerza política para persuadir al receptor sobre sus ideas, con un lenguaje de miedo, además, de recurrir a técnicas para desvalorizar las ideas del proceso de paz, para aparecer como mediador, callando contradicciones y señalando consecuencias inevitables.

Finalmente, hay quienes han señalado que el Acuerdo mismo contiene elementos de política pública que nos llevarían hacia el llamado “castro-chavismo”. Quienes se oponen al Acuerdo han mencionado tres factores: i) La expropiación de la propiedad privada; ii) La persecución penal y policial de los adversarios políticos; y iii) La infiltración de las FFMM con la guerrilla. (El Tiempo, 2016)

Por su parte, las posturas de Uribe, tienden a ser más controversiales:

Según Uribe, “Santos fue el periodista latinoamericano y el miembro del Gobierno más radical en contra del castrochavismo. Y se ha convertido en el gran validador de la dictadura de Venezuela, que va por el camino de la dictadura de Cuba”. (El Tiempo, 2013)

Imagen 8. Tuit de Álvaro Uribe Vélez



Fuente: (Twitter @AlvaroUribeVel, 2013)

Imagen 9. Tuit de Álvaro Uribe Vélez



Fuente: (Twitter @AlvaroUribeVel, 2013)

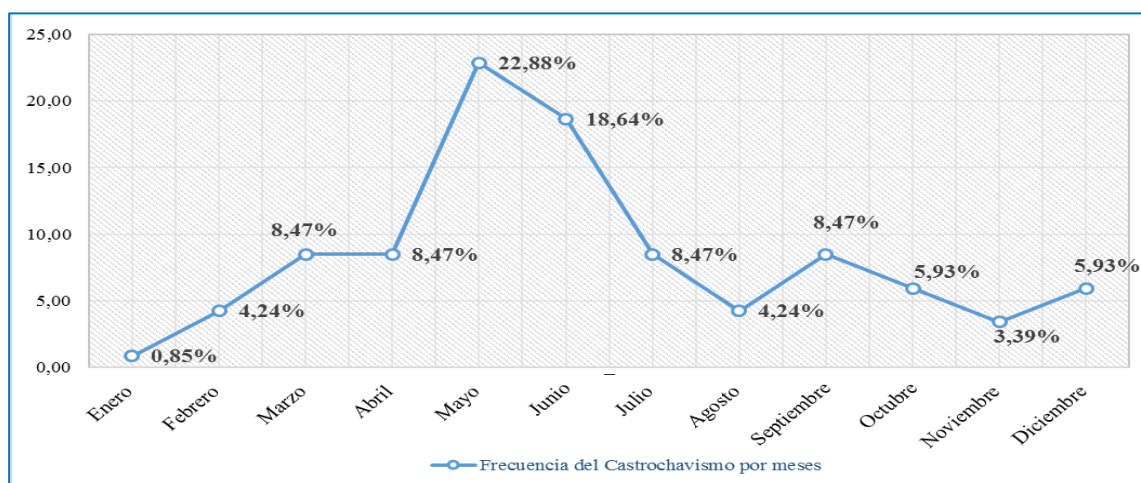
Además, es dentro de este discurso en el que Venezuela entra a ser tema de discusión, como aquel caballo de batalla de la oposición durante las negociaciones, haciendo más énfasis en la campaña presidencial del 2014, año en el que se repitió insaciablemente que todo en el acuerdo y en el proceso de paz con las FARC llevaría al país al castrochavismo, se pasó de 1,5% a un 14,2% de referencias frente al término. Lo que muestra que tendencialmente tal expresión se acomoda a la coyuntura política, dependiendo de las intenciones e intereses de quien lo usa.

Para ese año la necesidad del momento era ganar las elecciones, por eso varios sectores políticos, primordialmente la derecha se valió de la crisis venezolana a través del efecto visual, en el que medios colombianos transmitían imágenes de la situación del vecino país, y todo giró en torno a un juego de poder.

Un juego que intenta repetir el castrochavismo las veces que sean necesario para insertarlo en el imaginario de la sociedad, el cual tiende a cambiar en cada discurso, como lo decía anteriormente, según las circunstancias y en donde cumpla en sí la función que el emisor desea. En este caso se busca convencer al electorado de la amenaza castrochavista, y que se estaba aportas de la llegada del mismo. De acuerdo con el ACD “el poder es una forma de control. Si se tiene influencia en la forma cómo la gente piensa, pues se tiene control indirecto sobre su comportamiento”. (Van Dijk, 2016, pág. 208)

Por ello, este acontecimiento debe ser evaluado en su globalidad tanto internamente como tomando en cuenta las circunstancias, dado a que el ritmo de mención tiende a variar mes por mes, como lo muestra la gráfica 2:

**Gráfica 2. Castrochavismo en Colombia 2014**



Fuente: Información de Revista Semana, El Espectador, y El Tiempo. Elaboración propia, 2019.

Lo que se revela en las 118 noticias, artículos y columnas de opinión estudiadas entre el 2014, es que existe un profundo cambio en la mención del término por mes; entre enero y abril se hace alusión del significante de una manera moderada, dado que para el contexto no era necesario, pero hay un gran incremento entre mayo y junio, con porcentajes de 22, 88% y 18,64%, lo que permite inferir que, por la coyuntura se da un mayor uso del discurso castrochavista con fines electorales. En el mes de mayo tuvo lugar la primera vuelta de las elecciones del 2014 y el 15 de junio la segunda, cuya estrategia era sacar provecho de la situación venezolana con el objetivo de crear un “estado de miedo”, y obtener más votos. Así mismo, se observa que para los siguientes meses se genera un descenso significativo, de lo que se puede leer y comprender que se hace a un lado el discurso, porque ya no es imperante activar tal idea y erosionar la desconfianza, sin embargo, se empieza a pavimentar un camino con el temor, que haría eco en el plebiscito.

### **2.2.2 El plebiscito sobre los acuerdos de paz de Colombia de 2016**

El castrochavismo solo alcanzaría su auge durante la campaña del “NO” en el plebiscito, mecanismo de refrendación para aprobar los acuerdos entre el gobierno de Colombia y las Farc, espacio que fue aprovechado por los líderes del No para polarizar al país a partir de su retórica y hacer triunfar el miedo.

Antes de la firma del acuerdo el sector de la derecha en cabeza de Uribe, se referían al término de una manera vaga y poco clara, en este contexto es usado con mayor fuerza como un dispositivo retorico para persuadir al público colombiano. Con un documento de casi 310 páginas en un país poco proclive a la lectura, era mucho más fácil transmitir una imagen de que el acuerdo con las Farc le daba vía libre al castrochavismo. Además, la restante pedagogía que se hizo frente a él, aumentó la incertidumbre entre la población, y todo ello, se expresaba, ante la transformación de las Farc en partido político.

El Gobierno disimula su indiferencia frente a los anhelos populares con un acuerdo de demagogia agrarista que busca la colectivización del campo y la destrucción del agro productivo. Así empezaron (Fidel) Castro y (Hugo) Chávez”, sostuvo al respecto el expresidente Álvaro Uribe. (El Espectador, 2016)

Los promotores del No han utilizado un argumento del ex presidente Álvaro Uribe que ha calado hondo en la opinión pública: que, si se refrenda el Acuerdo con las Farc, se allanará el camino para la llegada a Colombia del castro-chavismo y que, de esta manera, Colombia seguirá los pasos de Venezuela. (La Silla Vacía, 2016)

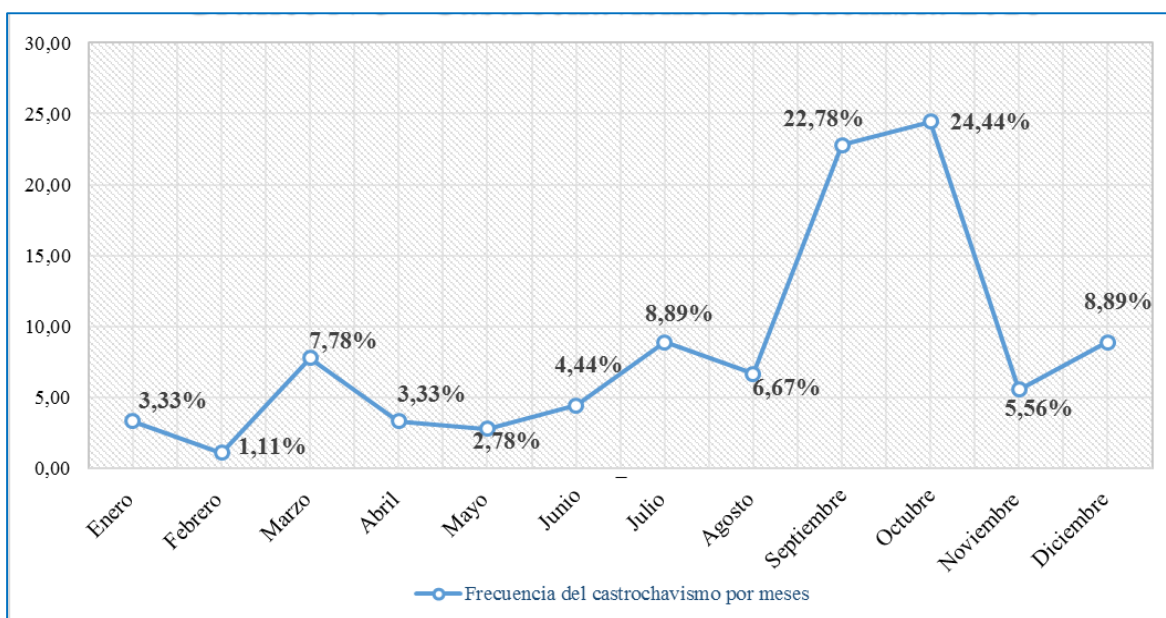
En su momento el expresidente Juan Manuel Santos manifestó que las malas interpretaciones sobre su administración se debían al papel que cumplió la oposición, “se han dicho muchas

mentiras de que estamos entregando el país al castrochavismo, al comunismo, que me volví miembro de las FARC (...) nada de eso es cierto. Es toda una estrategia de sembrar miedo y mentiras”. (Semana, 2016)

El análisis de estos fragmentos, nos deja entrever que la información noticiosa se utiliza como un medio para divulgar el espectáculo y, muchas veces se pueden encontrar seudocomunicaciones, dejando a un lado la reflexión crítica y divulgando los mensajes políticos combativos.

Cabe resaltar, que para el año 2016 el “Castrochavismo” estuvo representando con un porcentaje del 21,7 %, uno de los índices más relevantes en este proceso discursivo, datos que se encuentran ligados por la firma del acuerdo de paz que agitó las masas de la derecha en Colombia, y lo que ratificaba la idea general de la entrega del país al socialismo, y lo que aseguraba que existía un terreno fértil para el castrochavismo. El resultado del plebiscito fue contundente frente a la situación, según datos de la Registraduría Nacional, el 'No' ganó con el 50,23 % de los votos (6.424.385 votos) contra el 49,76 % (6.363.989), un triunfo que para muchos fue otorgado por repetir el mismo discurso hasta la saciedad, logrando que tallara en el imaginario de las personas. A continuación, se representa la tendencia del significativo, mes por mes durante el 2016.

**Gráfica 3. Castrochavismo en Colombia 2016**



Fuente: Información de Revista Semana, El Espectador, y El Tiempo. Elaboración propia, 2019.

La tendencia del Castrochavismo durante el 2016 fue significativa, como se puede observar en la gráfica N°3, no se puede hablar de altos porcentajes entre enero y julio, ya que entre ese periodo se codificaron un total de 69 noticias, que representa el 38,33% de las noticias sistematizadas, lo que nos abre un panorama similar al del año 2014, en el que el uso del término se realiza en un determinado tiempo, sobre todo cuando se acerca un hecho importante, ya sea de carácter electoral, o en este caso de la refrendación del acuerdo, donde la exposición en medios del significante fue mayor en el mes de septiembre con 22,78%, próximo a realizarse el plebiscito. A ello, se puede añadir que para el mes de octubre hay un leve incremento de 1,6% en el nombramiento de dicha expresión, aumento que se explica por el resultado obtenido en el plebiscito, lo cual entra a generar opiniones contrarias frente al papel que jugó el castrochavismo. Esto da cuenta principalmente de cómo se orienta el discurso, con la posible intención de que se consolide e inserte una determinada percepción de la realidad en la sociedad colombiana.

En cuanto al lenguaje de la prensa, este no es más que el lenguaje político que da significado a la situación social y, es en la creación de estos significados donde se dan las principales maniobras políticas. “Lo que la gente experimenta es el lenguaje sobre los acontecimientos políticos, no los acontecimientos en cualquier otro sentido; incluso desarrollos cercanos a nosotros toman su significado del lenguaje que los describe”. (Montiel, 2010)

### **2.2.3 La campaña electoral del 2017-2018 para las elecciones presidenciales**

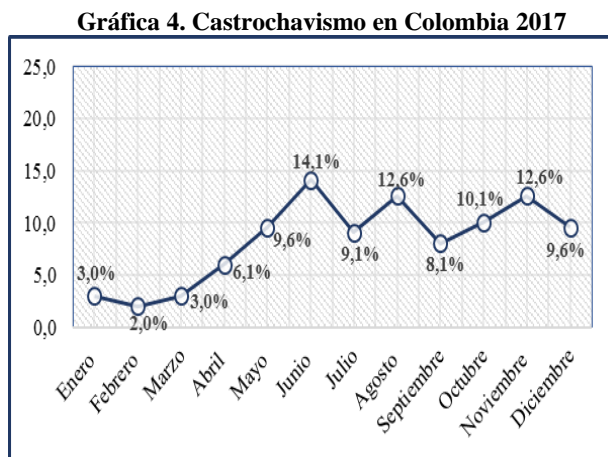
Durante la campaña presidencial de 2018, el castrochavismo vuelve a tomar forma y fuerza, desde finales del 2017 se ve el uso frecuente del término, alrededor de 198 noticias, lo cual expresado en porcentajes sería el 23,8% que contienen esta palabra, tanto en columnas de opinión, en entrevistas, en especiales, y artículos en general, los que nos indica como una palabra termina generando tanta controversia en medio de las elecciones.

También nos indica el abuso de poder del mismo, y la vaguedad de la información superficial, es preciso subrayar en este punto el papel de la prensa en palabras de Ascanio (2014), “la prensa es un informador, pero también un intérprete de los asuntos públicos, y es un elemento de contacto social que trata de decirlo todo y de manera instantánea” (pág. 54), de ello se puede decir, que la prensa entra a formar parte de un contexto, y lo que transmite se ajusta al momento.

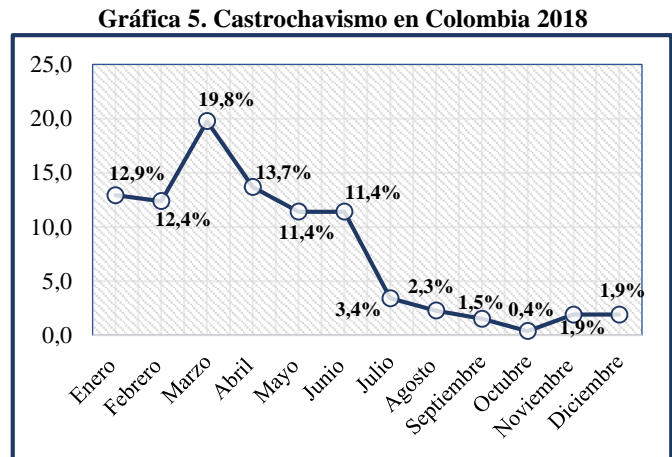
Además, los medios de comunicación tienden a otorgar legitimidad a ciertos acontecimientos, lo que es significativo para atraer el interés del público, aunque muchas veces ese interés puede

ser superficial, como sucede con el Castrochavismo, que es un significante que se utiliza en coyunturas específicas, y es en esos espacios donde se expone con mayor frecuencia el término para despertar la atención de la sociedad, pero luego de que pasan esos acontecimientos, la palabra queda relegada tanto en el discurso de los actores políticos, en el lenguaje de la prensa y, por ende, en los actos de habla del ciudadano común.

Revisando la periodicidad del Castrochavismo durante el 2018, se evidencia lo anteriormente expuesto, en el caso del 2017 se evidencia una constante, como se observará en las siguientes gráficas



Fuente: Información de Revista Semana, El Espectador, y El Tiempo. Elaboración propia, 2019.



Fuente: Información de Revista Semana, El Espectador, y El Tiempo. Elaboración propia, 2019.

El 2017, también estuvo impregnado por el significante castrochavista, en la prensa aparecían las palabras Venezuela, comunismo, socialismo del siglo XXI, fantasma, falacia, proceso de paz, amenaza, todo ello como parte de la construcción del proceso comunicativo de un discurso político trabajado de una manera cuidadosa, que puede haber sido cimentado de forma consciente y en otros inconscientemente, con el fin de disuadir una audiencia relativamente grande y heterogénea, por lo cual muchas de las noticias apelaban a la emotividad en un contexto específico.

Sin embargo, en el 2017 el comportamiento de la enunciación del término desciende en los primeros meses, debido a que los portavoces principales, es decir, el sector de derecha, no genera un mayor pronunciamiento, aunque es de resaltar que no solo es este círculo quienes hacen mención; empresarios, intelectuales, sectores políticos, jerarcas eclesiásticos, medios, entre otros; hacen parte de la larga lista de quienes han dado indicios en tal dirección. En este sentido, el

gráfico 4 expone que los porcentajes del mes de junio (14,1%), agosto (12,6%) y noviembre (12,6%), son los tiempos donde hay mayor concentración de noticias frente al tema, no obstante, Julio (9,1%), septiembre (8,1%), octubre (10,1%) y diciembre (9,6%), mantienen un nivel moderado. De lo cual se observa que son valores que empiezan a ascender a medida que se acercan las elecciones, en el cual la campaña del 2018 se verá impregnada por los juegos del lenguaje, y en el que varios actores intentaran fijar el sentido discursivo en la arena política, que venían sedimentando desde años anteriores, tanto con el proceso de paz, el plebiscito y, por último, en este contexto.

**Imagen 8. El Castrochavismo en la prensa**



Fuente: Elaboración Propia

Ya próxima las elecciones del 2018, las redes sociales, los medios de comunicación, las cadenas por WhatsApp, estuvieron saturadas de información frente a tal fenómeno mediático, que no dio espera para mediar entre los miedos y las elecciones, un ejemplo claro, es la *imagen 10* que señala, que tal discurso terminó ganando más valor, nadie puede ignorar que el ruido que se gestó alrededor de ello, ayudo a su polarización.

Y es la crisis que vive Venezuela la que ha mantenido vivo el “fantasma”, y a ello se le suma, el hilo conductor del discurso uribista, el mismo que se convirtió en uno de las referencias para la campaña por el No, y vale recordar, la marcha del primero de abril del 2017, que ayudaron a nutrir un enemigo, en el que el único capaz de derrotarlo sería el Senador Uribe, vale aclarar, que

Finalmente, es para el año de las elecciones presidenciales del 2018, en el que se adquiere el mayor auge posible del significativo vacío “Castrochavismo”, imaginario que se potencializa principalmente por la participación de las FARC en la política, después de reconocer la personería jurídica del partido político de la Fuerza Alternativa Revolucionaria del Común (FARC), reforzándose aún más la idea de la entrega del país al comunismo.



el enemigo se trasmuto, si en su momento fueron las FARC, ahora sería el Castrochavismo, el cual tuvo gran efecto en la opinión pública.

El castrochavismo es uno de los fantasmas que más asusta a los colombianos. Según la Gran Encuesta Invamer de Caracol TV, Blu Radio y SEMANA, 59.4 por ciento de los colombianos consideran que el país está en riesgo de volverse en un futuro como Venezuela. La cifra ha ido creciendo. En mayo era el 55.4 y en septiembre el 57 por ciento. La idea de que el país tome el rumbo de los vecinos puede ser uno de los motores de la elección de 2018. (Semana, 2017)

Además, un estudio realizado por la Misión de Observación Electoral (MOE), donde analizó un total de 8.188.417 mensajes elaborados en Facebook, Twitter, Instagram, YouTube y Blogs, desde el primero de enero hasta el 5 de marzo del 2018, todos sobre el proceso electoral colombiano, concluyó que los principales argumentos que se usan para generar ataques en redes sociales son el odio contra las Farc con el 34% de la conversación de intolerancia, seguido por la Corrupción con el 26%, Castrochavismo 24% y Paramilitarismo con el 7%. Existen otros argumentos de intolerancia que sumados logran el 9%. (Misión de Observación Electoral MOE, 2018)

Se puede analizar que el juego de palabras en los medios de comunicación, fue creciendo sistemáticamente durante el periodo preelectoral hasta llegar a los niveles más altos en el año de elecciones. Para el 2018 se codificaron 263 noticias, que representan el 31,7 % del total respectivamente, en el cual se visualiza que, entre enero y junio, el rango estuvo entre el 10% y el 20%, siendo los más altos picos entre febrero con un porcentaje del 19,39% del total y marzo con 19,77 %, entre abril y mayo se autorepresenta entre el 13,69% y 11,41%, siendo este último, la misma proporción para el mes de junio; vale mencionar que en el mes de marzo se realizaron las elecciones legislativas, hecho que estuvo permeado en menor medida por dicho discurso, caso contrario sucedió en las elecciones presidenciales de Colombia, en el cual los discursos se tradujeron de manera real en ataques entre los candidatos, lo que puede explicar los incrementos en ese lapso de tiempo. Sin embargo, la mención del significante para el año 2019 se redujo sustancialmente, representado el 4,04% del total de noticias estudiadas,

Hay que entender que, en el centro del debate de la campaña presidencial, la noción fue reasignada a otro actor, ya no se hablaba de que el expresidente Juan Manuel Santos, sería el que llevaría al país al comunismo, sino Gustavo Petro, por la cercanía que algunos consideraban que tenía con el ya fallecido Hugo Chávez, y en el caso de Humberto de la Calle, por tendencias hacía la izquierda.

A Andrés Manuel López Obrador, conocido por todo México como AMLO, y a Gustavo Petro los persiguió el mismo fantasma mientras aspiraban a la presidencia de sus países: el castrochavismo. A ambos los compararon explícitamente con Hugo Chávez y los acusaron de encarnar el populismo de izquierda que llevaría a sus respectivos países por el desastroso camino de Venezuela”. (El Espectador, 2018)

Tras su alianza con Clara López, varios sectores salieron a señalarlo y a decir que ahora sí quedó comprobado que usted (De la calle) es de izquierda y que, prácticamente, quiere un modelo para Colombia como el de Venezuela, al estilo “castrochavista”. ¿Qué responde a esos señalamientos?”. (El Espectador, 2018)

Se debe hacer una observación con relación a que no solamente cambia el actor al que se le atribuye el término, sino que ya no hay un portavoz principal, ya que, con el temor de no ser asociado con el Castrochavismo, varios candidatos construyeron su discurso alrededor de él, entre ellos Iván Duque, Marta Lucía Ramírez, Alejandro Ordóñez, y Germán Vargas Lleras, entre otros.

Este discurso cumplió diversas funciones en el campo electoral, tanto en lo decisonal, en lo persuasivo y en lo propagandístico, instalándose en un momento de expectativas frente al proceso de paz, con una sociedad escéptica, unos líderes políticos que buscaban la ruptura del *Statu quo*, y unos medios de comunicación en espera de espectáculo. Lo que constituye para la Escuela Francesa:

Una escenificación del lenguaje, en el que el sujeto es un ser psicológico y social; así, el discurso no puede ser estudiado de manera aislada, sino que, para ser entendido debe estudiarse incluyendo tanto el sujeto que lo produce como los contextos sociales en los que se genera. (Abril, 2007, pág. 50)

Desde esta visión, el discurso es un hacer-decir con una significación que interrelaciona las prácticas sociales, los sujetos y sus lugares de interacción. A continuación, se ha diseñado una línea del tiempo, que reúne los momentos pertinentes de la construcción del Significante “Castrochavismo”:

## Línea Del Tiempo Momentos imperantes en la construcción del "Castrochavismo"



**2012**

### Proceso de paz

- Los diálogos de paz entre el Estado Colombiano y las FARC
- Génesis del Castrochavismo



### Plebiscito por la paz

- Mecanismo de referendación para aprobar los acuerdos entre el gobierno de Colombia y las FARC. El "No" triunfa.



**2018**

### Elecciones Legislativas y presidenciales.

- Primera vuelta 27 de mayo/segunda vuelta 17 de junio
- Auge exponencial del significante "Castrochavismo"

**2014**

### Elecciones Presidenciales

- Primera vuelta 25 de mayo/ segunda vuelta el 15 de junio. Elecciones consideradas polémicas, dada la llamada "guerra sucia" que sostuvo.



728 215 292 478 88 742 147 308 278 953

**2017**

### Precampaña electoral

- La marcha del 1° de abril, en contra del Gobierno (Proceso de paz), en cabeza de Uribe.
- Pre-campaña Castrochavista



El castrochavismo para ser estudiado aplica un marco histórico pero acotado, dado a que es una palabra que se enmarca desde el año 2013 como tal en Colombia, pero que fue necesario conocer su proceso para saber cómo fue insertado y reproducido en las elecciones del 2018, Ruth Wodak (2000, pág. 23) enfatiza la importancia del análisis contextual y la perspectiva histórica para comprender los fenómenos sociales que se investigan. Es decir, desde una perspectiva histórica de las prácticas discursivas.

Por ende; el contexto, el lenguaje, la sociedad y la estructura de la comunicación se convierten en una esfera pública y política, en la cual se ha venido desarrollando el significante "Castrochavista" como medio revelador de un entorno probablemente inexistente, al ser un término que ha sido llenado de toda connotación y significación, pero sin saber realmente lo qué significa, lo cual devela una realidad sociopolítica.

### **2.3. ¿Cómo se abordó metodológicamente el significante “castrochavismo”?**

En los apartados previos, se analizó la construcción del significante castrochavismo, enfatizando en el hecho de que este último manifiesta todas las formas de juego del lenguaje como una práctica social, cuya articulación a las condiciones comunicativas y políticas determinan su comprensión. Abordar tal discurso impone aproximarse a su carácter estructural y funcional. Desde este punto de vista, se presenta cómo se procedió para el análisis de esta unidad discursiva, su correlación con los contextos presentados y actores claves. Se presenta también las herramientas usadas, de modo que sea posible poner de manifiesto su relevancia en la política colombiana, por lo cual se construye un tipo de diccionario que pretende recolectar todos los significados posibles del “Castrochavismo” en los tres medios evaluados, el cual permitirá entender el término en su totalidad, es decir, como un significante vacío.

#### **2.3.1 Metodología para el análisis de contenido del “Castrochavismo”**

En la identificación de la mediatización sobre el “Castrochavismo” se tuvo en cuenta los contenidos de los medios de comunicación en Colombia, por lo cual se optó por un “análisis de contenido”, como aquella técnica de interpretación y comprobación de los productos comunicativos, que implican interacciones comunicacionales.

Para Ascanio el análisis de contenido tiene varias aplicaciones como: a) describir los contenidos, b) relacionar al emisor con el contenido, c) análisis de los estilos de comunicar, d) análisis de las características psicológicas del emisor, e) medir los efectos de lo que se dice. (2014, pág. 153)

Este método, además, permite determinar la presencia de ciertas palabras o conceptos dentro de un texto, para este caso, permitió identificar el “castrochavismo” en la prensa, para luego cuantificar y analizar esa presencia, los significados y la incidencia, lo que permitió la realización del presente estudio.

El primer caso consistió en la caracterización y definición de la unidad de análisis, es decir, el Castrochavismo en Colombia en las elecciones del 2018, lo que implicó establecer si era un término usado frecuentemente en la prensa, por ello se utiliza el término “frecuencia”, para conocer el número de veces que se repite la unidad en el corpus.

Una vez identificada la unidad analítica, es posible definir los medios de comunicación, para ello se recurrió como fuente principal a la prensa digital y a una revista (El tiempo, El

Espectador, y la Revista Semana), dado a que son uno de los medios de mayor consumo según el estudio General de Medios (EGM), del 46,5% de la población el 76,5% consume revistas independientes, en el caso de prensa el 26,2% poblacional tiene un consumo de 41,1%. En segunda instancia, a partir del ranking de prensa que realiza esta institución, refleja que la revista Semana se posiciona como el medio más visitado con 1471 visitas, seguido por el Tiempo con 958 visitas, y 459 el diario Espectador, bajo estos criterios se dio la selección. Se eligió la prensa escrita, por su característica masiva, su adhesión al contexto, y la permanencia en el tiempo. (Estudio General De Medios EGM - ACIM Colombia, 2016)

**Cuadro 3. Información de medios de comunicación “El espectador, El Tiempo y Semana”**

Periódicos /Revista	Circulación	Secciones	Periodos estudiados
<b>El Espectador</b>	Nacional, semanario en papel y diario en versión electrónica.	Archivo	2013-01 2013-02
<b>El Tiempo</b>	Regional, diario en papel y en versión electrónica.	Cultura	2014-01
		Economía	2014-02
<b>Semana</b>	Nacional, edición impresa, y versión electrónica	Elecciones	2016-01
		Especiales	2016-02
		Opinión	2017-01
		Política	2017-02
		Proceso de Paz	2018-01
	Todos de Circulación regular en Colombia		2018-02

Fuente: Pardo Abril, N. (2007, pág. 95). “*Cómo hacer análisis Crítico del discurso: Una perspectiva latinoamericana*”. Elaboración propia. 2019.

El cuadro 3, nos brinda una perspectiva clara de los medios utilizados, las secciones responden al propósito de identificar la ubicación imperante del castrochavismo en el medio y los años que se estudiaron.

Para tal fin, se construyó un código de análisis, que permitió caracterizar las noticias según los siguientes rasgos:

- ID, se identifica la cantidad de noticias
- Tipo de medio, el cual contribuyo a diferenciar si la información es tomada de prensa digital o de revista.
- Medio de información: permite la identificación de las fuentes (Semana, El Tiempo, y El Espectador), con ello se conoció qué medio publicó más frente al castrochavismo.

- Día, mes y año de la publicación de la noticia, ayudo a la consolidación de los contextos y coyunturas en las que estaba presente el castrochavismo, además, de conocer en qué año se hizo mayor uso del mismo.
- Titular del artículo de prensa o revista
- Resumen, en el cual se hizo una breve descripción del contenido informativo, para saber en sí que se decía del término, con qué fin y qué actor.
- Significado asignado, en esta casilla lo que se pretendió fue conocer la definición otorgada al “castrochavismo”; lo que ayudo a la formulación del diccionario, y de entender, porque se considera tal palabra, como un *significante vacío*.
- Tipo de contenido, fase en la que conoció si la palabra se encontraba en una noticia, artículo, crónica, reportaje, columna de opinión, entrevista, u otro; el resultado obtenido fue que el castrochavismo permeo los tres géneros periodísticos, el informativo, el de opinión y el interpretativo.
- La sección definió donde se encontraba la noticia, esta parte facilitó saber si se estaba hablando de tal noción en la política, en la economía, o hacía parte de la opinión, en el proceso de paz o en las elecciones.
- Atribuyentes del significante, permitió identificar el vocero principal, o como se indica, el creador del término, al igual, de quienes hicieron mayor uso en ciertos contextos, y con qué fin, además, de evidenciar su afinidad política. Estudio que se ampliará en el tercer capítulo.
- El Atribuido, da cuenta a quien se le es asignado el castrochavismo, y por qué se le otorga. En este paso se entiende como se forma la opinión pública, ya que lo que se transmite en los medios, es preestablecido en la sociedad. Al igual que el anterior, se manejará en el tercer capítulo.
- Intención de la atribución, se toman tres categorías, el ataque y la defensa, y la otra, es cuando no se puede codificar, dio indicio de la finalidad del mensaje, y los juicios de valor proyectados en la noticia.
- Enlace, facilitó la dirección específica de la noticia
- Otro A1, es una categoría que facilitó colocar otros actores que emiten el mensaje, dado a que, en la variable de atribuyente era difícil abarcar el heterogéneo público que habló de la noción. Además, cumplió la función de saber cómo estos actores definían el término.

- Ocupación, esta casilla se enlaza con Otro A1, ya que se hizo con el fin de saber la profesión de aquellos que le daban significado a tal expresión (atribuyente), y que nos permitió la realización del diccionario por ocupaciones e indujo a establecer el público que le dio forma.
- Otro A2, al igual que el atribuyente, se creó una casilla para aquellos actores que se le facultaba tal vocablo, y que no se encontraban en el código de análisis.

Ahora bien, la aplicación netamente de lo expuesto anteriormente se da en el código de análisis construido, como se muestra a continuación:

**Cuadro 4. Código de análisis del Castrochavismo**

Código de Análisis del "Castrochavismo" en 2018												
ID	Tipo de medio (Código)	Tipo de medio	Medio de comunicación (Código)	Medio de comunicación	DíaF	MesF	Año F	Titular	Resumen	Significado asignado	Tipo de contenido (Código)	Tipo de contenido

Código de Análisis del "Castrochavismo" en 2018											
Sección (Código)	Sección	Atribuyente (Código)	Atribuyente	Atribuido (Código)	Atribuido	Intención de la Atribución (Código)	Intención de la Atribución	Enlace	OtroA 1	Ocupación	Otro A2

Fuente: Elaboración propia

En resumen, con estas 19 variables, se obtuvo el proceso comunicativo del “castrochavismo” en Colombia en 2018. El Id, permitió conocer que se codificaron 830 noticias en total, en donde El Espectador, fue el medio en el que se hizo mayor pronunciamiento de tal expresión con 453 veces, que representa el 54,6 %, El Tiempo lo nombro 204 con una representación del 24,6%, y 173 en el caso de la revista Semana, es decir, el 20,8% de noticias, esto es proyectado por el medio de comunicación.

El día, mes y año de la fuente nos dio a conocer el tiempo en que se utilizó, la frecuencia por mes y año, además, con ello se puedo interpretar porque se hacía mención del término en esos periodos, es de aclarar, que se hizo la sumatoria de los tres medios para obtener una totalidad tanto por año y por mes, con el fin de poder graficar.

**Cuadro 5. Frecuencia del “Castrochavismo” en la prensa por año y meses**

Mes /Año	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Enero	1	1	4	6	6	34
Febrero	0	5	6	2	4	51
Marzo	0	10	4	14	6	52
Abril	1	10	5	6	12	36
Mayo	4	27	4	5	19	30
Junio	0	22	3	8	28	30
Julio	0	10	5	16	18	9
Agosto	1	5	5	12	25	6
Septiembre	2	10	6	41	16	4
Octubre	0	7	11	44	20	1
Noviembre	4	4	1	10	25	5
Diciembre	0	7	4	16	19	5
<b>Total frecuencias</b>	<i>13</i>	<i>118</i>	<i>58</i>	<i>180</i>	<i>198</i>	<i>263</i>

Fuente: Frecuencia del castrochavismo encontrado en 830 artículos y noticias del Espectador, El tiempo y la Revista Semana, en diversos contextos.

Se observa en el cuadro 5, que desde el año 2013 hasta el 2018 aparece una ponderación del castrochavismo que le otorga la prensa colombiana, además, hay años que nos ofrecen una coyuntura política, para el año 2013 se encuentra el proceso de paz, 2014 elecciones presidenciales, 2016 plebiscito, y entre 2017-2018 la precampaña de las elecciones presidenciales.

Tanto el titular, resumen y significado asignado, ayudo en el análisis de la noticia, del contexto, si se expresaba la noción de manera explícita o implícita, y en diseñar el diccionario, de tal modo que nos visualiza la variedad de significados que se le insertan al Castrochavismo, así, por ejemplo, se decía que este era un invento político, otros sectores consideraban que Colombia se pudiese convertir en una nueva Venezuela, se asociaba al comunismo, entre otros.

Para la operatividad del trabajo las demás variables se trabajarán en el siguiente capítulo, aunque es de anotar que, en el caso del tipo de contenido, como se anotó anteriormente, se insertó en los tres géneros periodísticos, con mayor frecuencia en las columnas de opinión.

Frente a los actores claves, se encuentra el Senador Álvaro Uribe, como el creador y principal portavoz, en el caso de los atribuidos, el Expresidente Juan Manuel Santos y el Senador Gustavo Petro. Como se verá encontraremos una variedad de actores, que le dan representatividad al término.



En síntesis, el análisis de contenido permitió cuantificar la frecuencia de ocurrencia de las variables brindando la información necesaria para la construcción del capítulo. Con este análisis se trató de extraer y procesar datos relevantes sobre las condiciones mismas en que se ha producido la comunicación, lo cual se convierte en un “paradigma del análisis social”. (Ascanio, 2014, pág. 15)

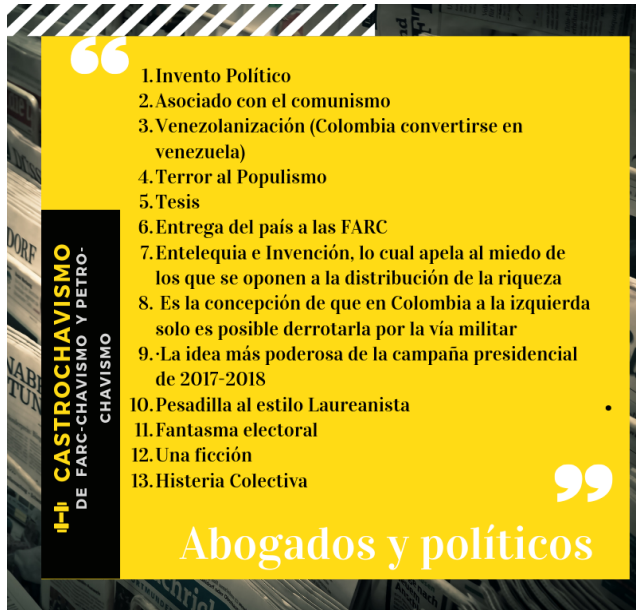
### **2.3.2 Diccionario político del castrochavismo**

El diccionario que se presentará del significante “Castrochavismo”, se hace con el fin de conocer las definiciones asignadas o los relacionamientos que se hacen con esta noción por diferentes actores en el escenario político, quienes han hecho alusión del mismo, pero proporcionando lo que probablemente es, desde su perspectiva.

El presente registro de definiciones se logró con las noticias codificadas de los tres medios estudiados desde el 2013 hasta el 2018, en donde varios sectores convergen, y otros no. Esto nos permitirá abrir la discusión de qué sí es el “castrochavismo” un significante vacío, y de cómo este término se insertó en el imaginario colectivo, sin claridad de lo que significa.

El diccionario se representa a partir de imágenes, en cada imagen se consigna el significado que se le da, y en la parte inferior de ellas, se ilustra quien es el actor o grupo que hace referencia, en donde se encontrará una clasificación entre abogados y políticos, académicos e investigadores, analistas políticos y económicos, ciudadanos, consultores políticos, economistas y políticos, escritores, partidos políticos, jerarcas eclesiásticos, periodistas, politólogos, y se asigna la categoría de “otro u varios”, en la cual entran variedad de profesiones, que no fueron agrupadas.

Figura 1. Castrochavismo “Abogados y políticos”



Fuente: Información de Revista Semana, El Espectador, y El Tiempo. Elaboración propia, 2019.

Figura 4. Castrochavismo “Economista y Políticos”



Fuente: Información de Revista Semana, El Espectador, y El Tiempo. Elaboración propia, 2019.

## DICCIONARIO POLÍTICO DEL SIGNIFICANTE “CASTROCHAVISMO” POR ACTORES

Figura 2. Castrochavismo “Consultores políticos”



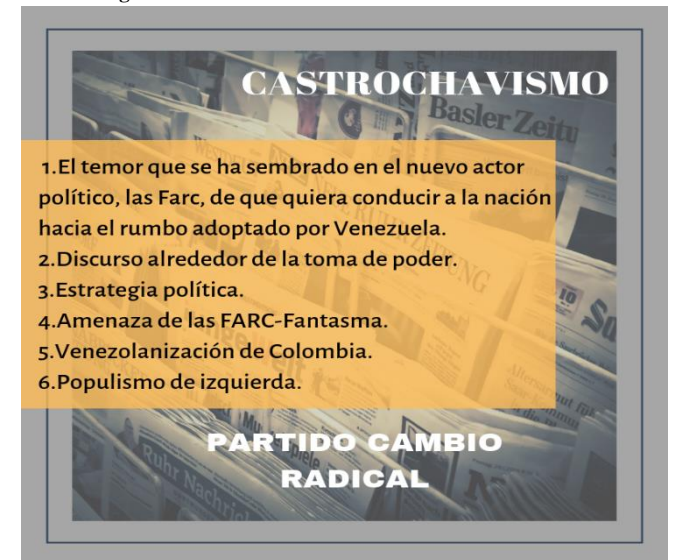
Fuente: Información de Revista Semana, El Espectador, y El Tiempo. Elaboración propia, 2019.

Figura 3. Castrochavismo “Analistas Políticos y Económicos”



Fuente: Información de Revista Semana, El Espectador, y El Tiempo. Elaboración propia, 2019.

Figura 5. Castrochavismo “Partido Cambio Radical”



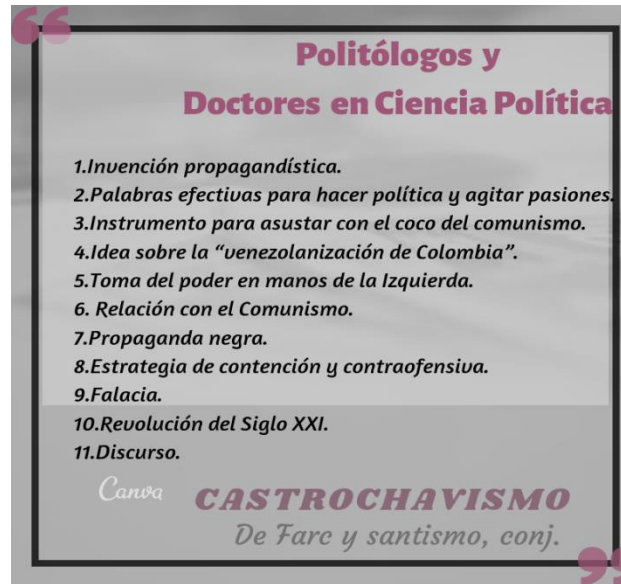
Fuente: Información de Revista Semana, El Espectador, y El Tiempo. Elaboración propia, 2019.

Figura 6. Castrochavismo “Escritores”



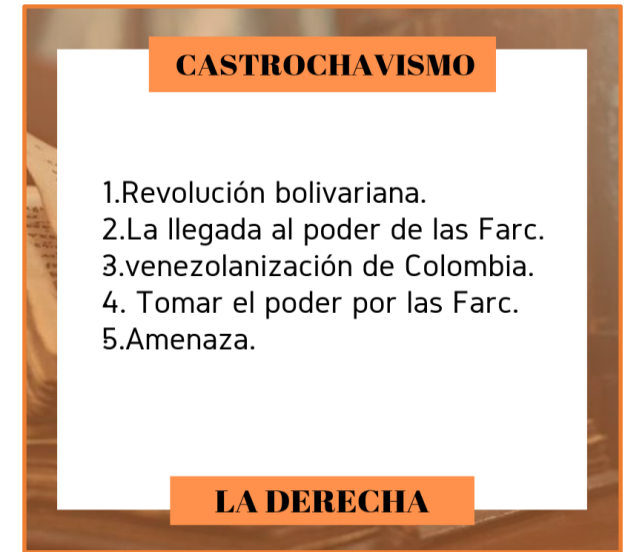
Fuente: Información de Revista Semana, El Espectador, y El Tiempo. Elaboración propia, 2019.

Figura 7. Castrochavismo “Políticos y Doctores en Ciencia Política”



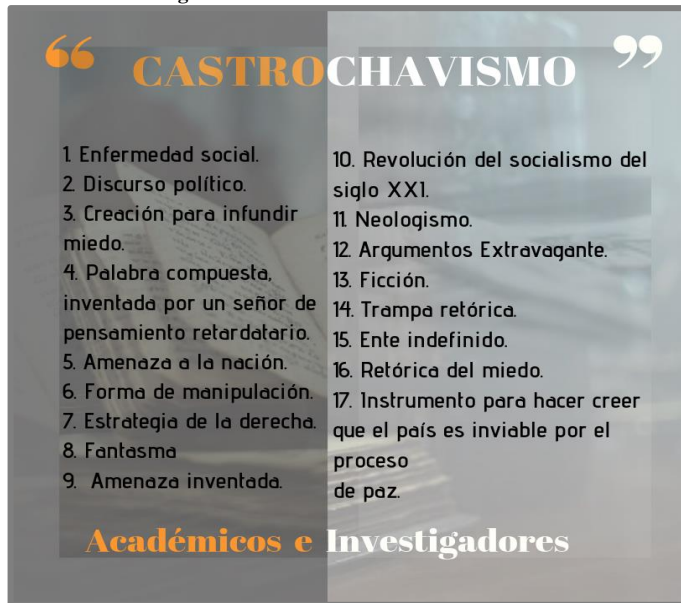
Fuente: Información de Revista Semana, El Espectador, y El Tiempo. Elaboración propia, 2019.

Figura 8. Castrochavismo “Sector de la Derecha”



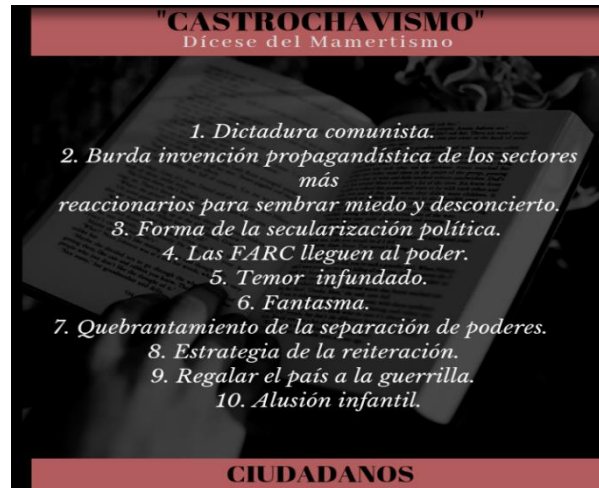
Fuente: Información de Revista Semana, El Espectador, y El Tiempo. Elaboración propia, 2019.

Figura 9. Castrochavismo “Escritores”



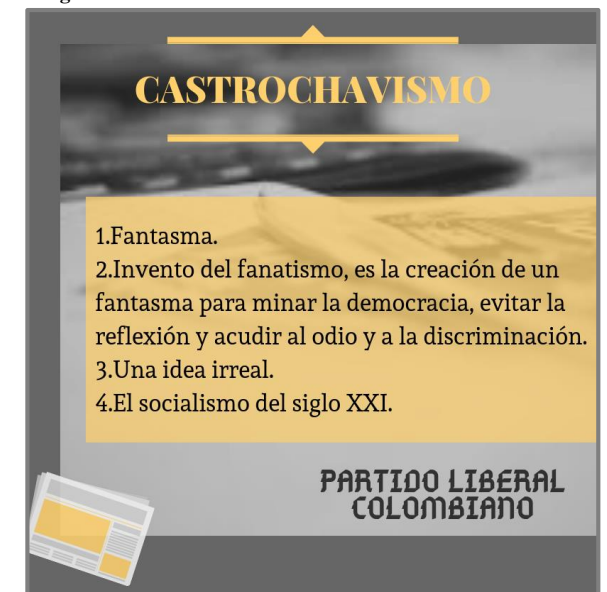
Fuente: Información de Revista Semana, El Espectador, y El Tiempo. Elaboración propia, 2019.

Figura 10. Castrochavismo “Ciudadanos”



Fuente: Información de Revista Semana, El Espectador, y El Tiempo. Elaboración propia, 2019.

Figura 11. Castrochavismo “Partido Liberal Colombiano”



Fuente: Información de Revista Semana, El Espectador, y El Tiempo. Elaboración propia, 2019.

Figura 12. Castrochavismo “Periodistas y Columnistas de opinión”

**CASTROCHAVISMO**

1. Supuesta Amenaza comunista.	11. Populismo o socialismo del siglo XXI.
2. Invento- Fantasma.	12. Entrega del país a las FARC.
3. Régimen similar al venezolano.	13. Instrumento que apelo al odio, al miedo y a la estigmatización.
4. Estrategia política de uribe.	14. Conjura tóxica.
5. Concepción ideológica.	15. Discurso del miedo.
6. Estrategia de mentir, desinformar y aterrorizar a la gente.	16. Neologismo de la Ultraderecha.
7. Convertirse en Venezuela (Venezolanización).	18.17. Retórica del odio.
8. Mito endeble.	19. Ficción creada por la extrema derecha.
9. Instrumento de marketing político.	20. Táctica de miedo.
10. Instrumentalización del miedo.	21. Una etiqueta política.
	22. Espantapájaros.

**Periodistas & Columnistas de opinión**

Fuente: Información de Revista Semana, El Espectador, y El Tiempo. Elaboración propia, 2019.

Figura 13. Castrochavismo “Partido Social de Unidad Nacional”

**CASTROCHAVISMO**

1. Estrategia de sembrar miedo y mentiras.
2. Producto de jugar con el miedo y los odios.
3. Idea de entregar el poder a las FARC.
4. Instaurar un régimen.
5. Una calumnia.
6. Comunismo.
7. Argumento falso.
8. Premisas imaginarias.

**PARTIDO SOCIAL DE UNIDAD NACIONAL**

Fuente: Información de Revista Semana, El Espectador, y El Tiempo. Elaboración propia, 2019.

Figura 14. Castrochavismo “Partido Colombia Humana-Pastores cristianos”

**CASTRO CHAVISMO**

1. Invento de uribe.
2. Invento creado para generar miedo con el gobierno de Nicolás Maduro.
3. Instrumento de miedo.
4. Falsedad.
5. Mito y acto de sabotaje.

**PARTIDO COLOMBIA HUMANA**

1. Desgracia que se posaría en el país de la mano del comunismo.
2. La salvación que proviene del infierno.
3. Dictadura comunista, atea y gay.

**PASTORES CRISTIANOS**

Fuente: Información de Revista Semana, El Espectador, y El Tiempo. Elaboración propia, 2019.

Figura 15. Castrochavismo “Partido Centro Democrático”

**CASTROCHAVISMO**  
CastristaChavista

1. Amenaza para la democracia colombiana porque busca expandir la revolución del siglo XXI propuesta por Chávez.	6. Modelo político o modelo de comunismo.
2. Toma por el comunismo internacional.	7. Tesis marxistas-leninistas.
3. Entrega de las instituciones del país al terrorismo que llevará al país a una crisis similar a la que vive Venezuela y que padece Cuba hace más de 50 años.	8. Dejar al país venezolanizado y desabastecido.
4. Diálogos con terroristas.	9. Apocalipsis, acabar con la propiedad privada.
5. Socialismo Siglo XXI.	10. Dictadura de Venezuela.
	11. La llegada al poder de las Farc.
	12. Entrega del país a las Farc e Instaurar un régimen.

**PARTIDO CENTRO DEMOCRÁTICO**

Fuente: Información de Revista Semana, El Espectador, y El Tiempo. Elaboración propia, 2019.

Figura 16. Castrochavismo “Varios u Otros”

**CASTROCHAVISMO**  
Castro madurismo

1. Política de miedo.	12. Argumento de ataque.
2. Miedo fabricado por la prensa occidental.	13. Discurso de campaña.
3. Fantasma.	14. Venezolanizar Colombia y hacer del país una copia fiel de Cuba.
4. Sofisma.	15. Pieza exótica que hace parte de un derroche de imaginación.
5. Empoderamiento de los miembros de las Farc.	16. Muletilla Instrumentalizada por la ultraderecha.
6. Las Farc en la vida política.	17. Falsa analogía.
7. Experimento político radical.	18. Código discursivo
8. La versión colombiana de Nicolás Maduro.	
9. Socialismo del siglo XXI.	
10. Especie de 'coco' que viene siendo utilizado para atemorizar a los electores más incautos.	
11. Miedo a que la izquierda llegue al poder.	

**VARIOS U OTROS**

Fuente: Información de Revista Semana, El Espectador, y El Tiempo. Elaboración propia, 2019.

Figura 17. Castrochavismo “Partido Centro Democrático”

**CASTROCHAVISMO**  
CastristaChavista

1. Entrega de las llaves de la paz a Chávez.	5. Entrega del país a las Farc por parte de un gobierno débil o vendido.
2. La izquierda comunista.	6. Discurso y consecuencia de los acuerdos de paz.
3. La dictadura homosexual.	7. Alianza con las Farc.
4. Socialismo cubano que ha sido liderado por los hermanos Castro por casi 60 años, combinado con el socialismo del siglo XXI de Hugo Chávez, colapsado económica pero no políticamente.	8. Narcoterrorismo” de las Farc.

**PARTIDO CENTRO DEMOCRÁTICO**

Fuente: Información de Revista Semana, El Espectador, y El Tiempo. Elaboración propia, 2019.

Como resultado el Castrochavismo se toma como significativo vacío debido a la multiplicidad de significados que se le pueden atribuir, como se examinó anteriormente, en el que este NO es vacío porque sea escaso de significados, en palabras de Laclau, es vacío en la medida que tiene demasiado significado, en el que la forma del significante no es capaz de colmarla, por ello tiende a vaciarse.

El castrochavismo como significante, no es una entidad que hay que combatir, sino que es un instrumento de lucha política, y la fuerza política que tenga la capacidad de fijarle un significado, de detener el rebose de significados, va a ser quien gane la disputa por ese término. Y en el que los medios de comunicación son tan necesarios, ya que es a partir de ellos, que se activan y fortalecen conceptos, ideas y tendencias, fomentando un determinado comportamiento político en la sociedad.

En definitiva, “las estructuras discursivas representan, confirman, legitiman, reproducen o desafían las relaciones de abuso de poder (dominación) en la sociedad” (Van Dijk, 2016, pág. 205). Incluso Fairclough y Wodak (1997) expresan que las relaciones de poder son discursivas, en el cual el discurso constituye sociedad y cultura con implicancias ideológicas e históricas, por lo cual esta termina siendo una forma de acción social”. (pág. 284)

### **CAPITULO III. EL LENGUAJE POLÍTICO-DISCURSIVO DE LOS ACTORES POLÍTICOS: UNA MANERA DE COMUNICAR EL CASTROCHAVISMO EN LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES DEL 2018**

El discurso político no sólo es comunicación sino también es un instrumento de poder social y dominación, cuya producción se da en espacios donde se lleva a cabo la correlación de fuerza, donde actores políticos convergen para conquistar el campo discursivo.

En la política el discurso es concreto, aunque es cuidadosamente pensado, analizado y reproducido, en el que se debe favorecer las peculiaridades comunicativas de su emisor. Con el significativo “Castrochavismo” se recurrió a varias técnicas para persuadir al receptor, como revalorizar las ideas del portavoz, desvalorizar las opiniones del adversario, y en ciertos casos los actores aparecen como mediadores, en el que señalan consecuencias inevitables frente al término.

Lo anterior se aplica, en particular, en que la política representa un campo de batalla semántica, donde se busca conquistar, en palabras de Ascanio (2014) “la hegemonía interpretativa respecto de los problemas sociales, cimentando la hegemonía política de una particular e interesada visión del mundo”. (pág. 7)

Y es en esa lucha por la imposición de sus interpretaciones que se hace necesario el uso de los medios de comunicación, como instrumento que permite visibilizar y potencializar el mensaje entre la sociedad. Para una mayor comprensión del objeto a estudiar, se plantea como objetivo del capítulo establecer las construcciones discursivas de los actores políticos claves sobre el “Castrochavismo” en el escenario mediático de las elecciones presidenciales del 2018.

En el cual la importancia en cuestión no se limita solo a un discurso actual, y presente, sino que, en el paso del tiempo, el presente estudio nos ayude a percatarnos de que el lenguaje del poder estuvo latente en aquel contexto.

En los tres apartados en el que se dividirá el capítulo, se examina el Castrochavismo no solo en su forma sino en su contenido. En el primer momento, se hace mención del discurso de los actores políticos del “Castrochavismo” en el escenario mediático de las elecciones presidenciales

2018, haciendo énfasis en los principales portavoces del término, cuántas veces aparecen, la intención, a quien era asignado el término y el por qué.

En el segundo apartado se hablará por qué se considera el castrochavismo como un significativo vacío, y cómo a raíz de la multiplicidad de significados asignados llega a ser parte del juego del lenguaje; para dar paso al tercer momento, en el que se hace referencia del castrochavismo como parte de un ente mayor, es decir, del discurso político, y la competencia que genera en el mercado de la comunicación a través de la mediatización, explorando lo que en apariencia constituye nada más como escritos, tiende a ser desde otro punto de vista discursos, que muchas veces tratan de persuadir ya sea de manera consciente o inconsciente.

### **3.1 Discurso de los actores políticos del “Castrochavismo” en el escenario mediático de las elecciones presidenciales 2018**

Todo actor busca ser legitimado y reconocido en el campo político, mediático, social o económico, por ello se valen del discurso para lograrlo, aunque no es el único medio. A través de él, se logran imponer opiniones e ideas, que permite con mayor facilidad ganar apoyo, sumar adeptos y en el caso político, conquistar votos para implementar sus estrategias.

Cuando un actor transmite un discurso, en este caso político hacía la sociedad en un determinado contexto vale preguntarse qué es realmente lo que está comunicando y con qué intenciones, por ello se debe conocer la manera en qué lo hace y las estrategias discursivas que usa para ejecutar su acción.

En el caso del castrochavismo, el discurso político que giró en torno a él, no solo jugó un papel comunicativo, sino como un instrumento de poder.

El discurso ejerce, expresa, oculta y revela el poder, también constituye un dominio privilegiado, el cual es producido dentro de la escena política, es decir, dentro de los aparatos donde se desarrolla explícitamente el juego del poder”. (Bolívar, 2010)

En otras palabras, se puede decir que el discurso político se estructura en contextos específicos, por ello tienden a transformarse en el paso del tiempo. El Castrochavismo, como se ha podido analizar se construyó con fines político y electorales, con base a interpretaciones y puntos de vista de diferente proporción, que se transportó en diferentes coyunturas.

En esta perspectiva se consideran las cuatro grandes estrategias discursivas que permiten explicar cómo funcionó la comunicación con respecto al objeto estudiado, en beneficio de quienes difundieron el término: “Primero, expresar/enfatizar información positiva sobre *nosotros*. Segundo, expresar/enfatizar información negativa sobre *ellos*; tercero suprimir/des-enfatizar información positiva sobre *ellos*, y por último suprimir/des-enfatizar información negativa sobre *nosotros*”. (Bolívar, 2010)

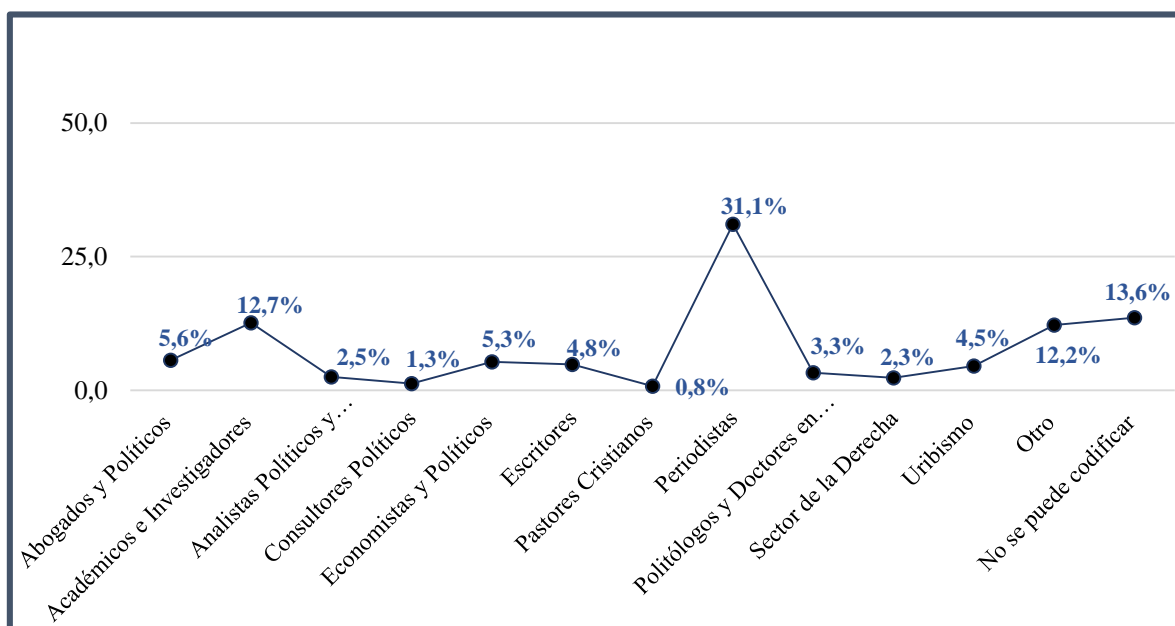
De acuerdo con lo anterior, el lenguaje adoptado en la campaña presidencial acudió a estas estrategias discursivas en esa confrontación entre el *nosotros* y el *ellos*. Así se dio forma, en gran parte, a la polarización del castrochavismo, en que se hizo uso de las estrategias sociales y políticas que se evidenciaron en la dinámica social colombiana.

Un claro ejemplo, fue el uso que se le dio al Castrochavismo como discurso detractor frente a la administración de Juan Manuel Santos, y al proceso de paz, además, de ser un discurso que se moldeó para persuadir a los electores. En el cual se eligió como modelo a Venezuela y a Cuba, como representación literal de lo que significa el “Castro-chavismo”, generando significados con una efectividad comunicativa, en el que la opinión pública aceptó y moldeó según su afiliación ideológica; lo que se quiere decir, es que esa comunicación de ciertos actores timoteó y condujo sus ideas con éxito, logrando un lenguaje autoritario y legitimado como expresión de poder en Colombia.

En esa expresión de poder, surgen aquellos que atribuyen el significante a sus opositores, en el estudio presente se analiza una disputa evidente ente el sector de derecha y de izquierda, o al tiempo una lucha de la derecha con la derecha. Las gráficas N° 6, 7 y 8 resumen los atribuyentes del castrochavismo en Colombia comprendido desde el año 2013 hasta el 2018, es decir, aquellos que hicieron uso del término en sus discursos, y muchos de los cuales quedaron plasmados en la prensa.



**Gráfica 6. "Atribuyentes del Castrochavismo en Colombia por profesiones 2013-2018"**



Fuente: Información de Revista Semana, El Espectador, y El Tiempo. Elaboración propia, 2019.

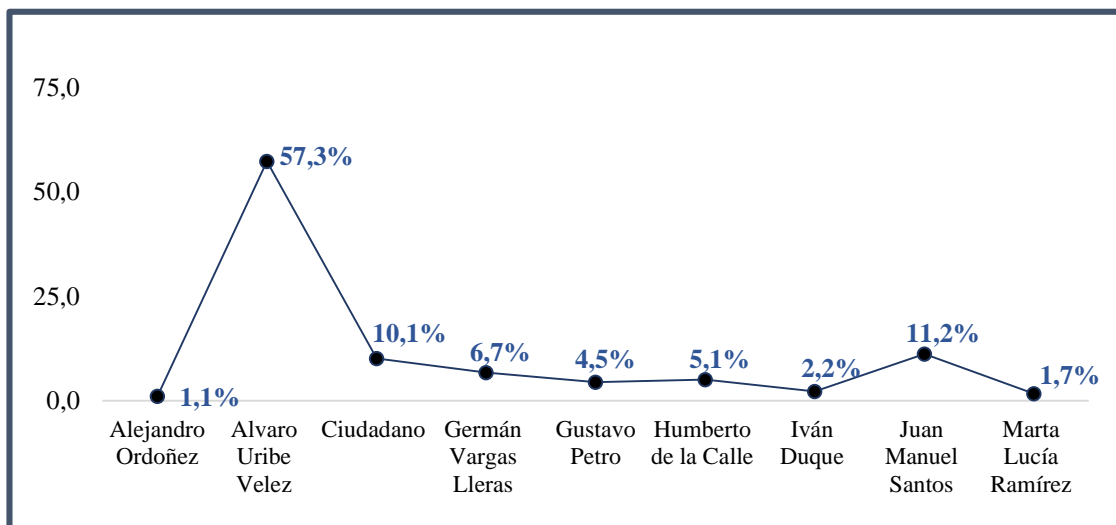
No solo los políticos hacen parte de la política, hay otros miembros que intervienen de maneras muy diversas, en el que intentan influir en el proceso político con intervenciones de distinto tipo, como lo analizamos en la gráfica 6, en la que se observa la participación de una gama de actores, entre los cuales se destaca a los periodistas con 199 pronunciamientos del término que representa el 31,1% del total, quienes han hecho uso del mismo con la intención de atacar a un sector, dado a que las veces que lo enuncian, 53 de ellas lo hicieron con tal fin. En la ponderación el principal actor al que se le embiste tal palabra es al Senador Álvaro Uribe Vélez, al partido Centro Democrático, también interrelacionan al uribismo y parte del sector de la derecha.

Seguido se encuentra los académicos e investigadores con el 12,7% (81 veces), en el que aparece en menor medida la intención de ataque, lo cual está representado con el 8,9 %. Por otro lado, se encuentran Abogados y Políticos quienes hacen referencia del significativo con un porcentaje de 5,6%, Economistas y Políticos con el 5,3%, Escritores con el 4,8%, el uribismo con el 4,5%, Politólogos y Doctores en Ciencia Política con el 3,3 %, Analistas políticos y Económicos 2,5 %, el sector de la derecha con cifras alrededor de 2,3%, Consultores políticos con un bajo porcentaje de 1,3 %, y Pastores con 0,8%.

En esta variedad de actores, están aquellos que no contaban con una categoría, por lo cual son agrupados en la casilla “otros”, con una representación porcentual de 12,2%, y en el caso de actores no explícitos se les asignó la variable “no se puede codificar”, con el 13,6 %.

El primer factor al cual hay que hacer referencia es que la mayoría de actores hicieron uso del término con la intención de atacar a ciertos sectores o personajes en el escenario político, representado por el 28,0%, lo que nos revela dos aspectos fundamentales en el estudio del “castrochavismo”. En primer lugar, la estabilidad del concepto a través de la reiteración en los discursos de los actores, y, en segundo lugar, la utilidad del mismo para generar una lucha entre enunciadores. En esa gama de actores, se hace una clasificación de actores claves o principales en la consolidación del significante, a continuación, se autorepresentan en la gráfica N°7:

**Gráfica 7. "Atribuyentes del Castrochavismo en Colombia por actores 2013-2018"**



Fuente: Información de Revista Semana, El Espectador, y El Tiempo. Elaboración propia, 2019.

Como se decía anteriormente, en la política los actores buscan ser legitimados, por lo cual recurren a todo tipo de estrategias, entre ellas, está como principal herramienta el discurso político, por el cual se trata de dar valor a la propuesta propia y desvalorizar la ajena. Como podemos ver en la gráfica 7 el mayor vocero del “Castrochavismo” entre el 2013 hasta el 2018, ha sido el Senador Álvaro Uribe Vélez el cual representa el 57,3% del total, es decir, 102 entradas de las noticias codificadas, siendo el principal promotor del término, cuya intencionalidad fue el ataque como arma destructiva al proceso de paz, el plebiscito y las

elecciones presidenciales del 2018. El Expresidente Juan Manuel Santos, fue el actor político a quien más le otorgó este término dado a las negociaciones que su gobierno llevo a cabo con las FARC, por lo cual su administración fue asociada con el modelo político de Venezuela, y lo que conllevaría en palabras de Uribe al Castrochavismo.

En sí, el temor que se despertó a partir de este imaginario, se debió principalmente a la participación de las FARC en la política, el cual el Senador Uribe Vélez, el Centro Democrático y el uribismo en general alimentaron y dieron vida.

Actores como Gustavo Petro (4,5%), Humberto De La Calle (5,1%), y Juan Manuel Santos (11,2%), hacen mención del término a partir de la modalidad de defensa, desmintiendo la posible existencia del fantasma castrochavista, como lo llaman recurrentemente. Si bien, son portavoces, pero en pos de que a ellos también se les asoció con tal noción, la gran mayoría de sus argumentos iban encaminados a desvincularse frente a todo tipo de conexión con la posible idea de instauración del castrochavismo en Colombia.

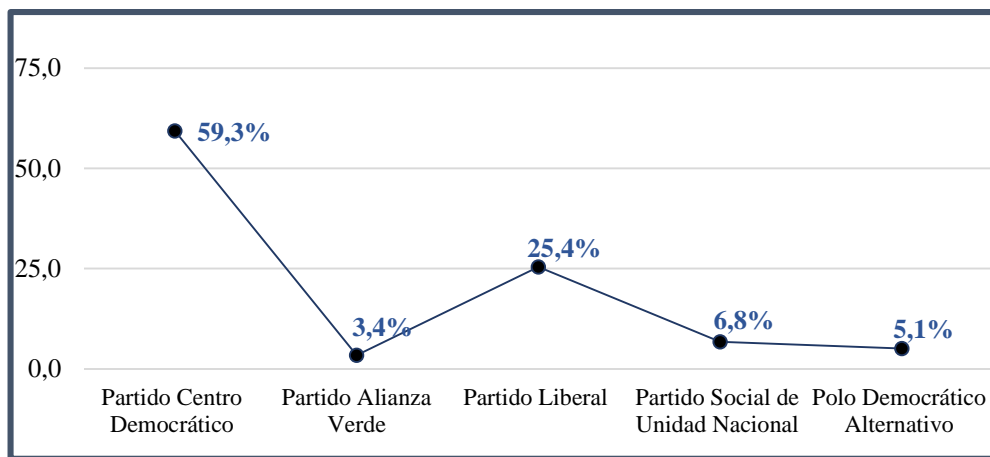
En el caso de los ciudadanos, los cuales se ven implicados en esa lucha por fijar el sentido discursivo, su participación es de 10,1%, de lo cual se puede inferir que su comunicación también se ve comprometida, y permeada por tal noción.

Si nos preguntamos cuáles han sido las estrategias del Senador Uribe, el partido Centro Democrático, y el sector de la derecha, como principales promotores del “castrochavismo” para lograr el control del poder y tener bajo su dominio a una parte de las instituciones y el aparente apoyo del pueblo, se puede decir que lo han hecho a partir de un discurso fundamentado en favorecer la polarización extrema entre *derecha* e *izquierda*; sus estrategias macrosociales han sido dirigidas hacia el desmantelamiento del *statu quo*; y se han concentrado en la autolegitimación como líderes nacionales, deslegitimando a sus adversarios, y en sus estrategias comunicativas ha imperado el discurso sobre el “Castrochavismo”, aprovechando el contexto político-social de Venezuela. A la final, cada actor social trata de mantener y confirmar un discurso por el cual compite en el mercado de la comunicación diaria, en busca de su consolidación y aceptación, con el fin de lograr un determinado control político y hasta social.

Por ello el discurso arroja un estilo que permite favorecer las peculiaridades comunicativas del que emite el mensaje para persuadir a los receptores, por ejemplo, el uso de esta noción es

una composición de contextos, de diversas ideas y de emociones. Como el discurso político hace uso de fragmentos, frases y palabras elaboradas para poder decir lo que conviene decir y nada más. Así, pues, el estilo de este discurso por parte de cada actor tiende a ser pragmático, problemático y negativo. A fin de estudiar la participación de cada atribuyente, se presenta la gráfica 8 referente a la frecuencia de uso que algunos partidos políticos hicieron del término.

**Gráfica 8. "Atribuyentes del Castrochavismo en Colombia por Partidos Políticos 2013-2018"**



Fuente: Información de Revista Semana, El Espectador, y El Tiempo. Elaboración propia, 2019.

Lo que revela el pronunciamiento de cada actor son las diferentes visiones que tienen cada uno según sus experiencias y sus maneras ideológicas de utilizar el lenguaje, lo cual hace parte de la constitución de la realidad.

Según la participación de ciertos partidos políticos, se encontraron 59 frecuencias distribuidas de la manera siguiente: Partido Centro Democrático (59,3%), Partido Alianza Verde (3,4%), Partido Liberal (25,4%), Partido Social de Unidad Nacional (6,8%) y Polo Democrático Alternativo (5,1%). Es decir, el 7% de las frecuencias correspondió a estos actores, lo cual nos indica que es una proporción baja, pero significativa en términos de que es un indicador de que el castrochavismo permeó el lenguaje tanto en el sector político, social, económico, y cultural.

El lenguaje es parte de la cultura y la información que se trasmite a través de él, es la piedra de toque de cualquier sistema político, ya que ese lenguaje puede estar condicionado por los intereses de quienes opinan en los medios de comunicación social. Lo que se dice en la prensa y cómo se dice puede tener consecuencias para el funcionamiento político. (Ascanio, Análisis del discurso político, 2014, pág. 99)

Analizar los argumentos esgrimidos nos conduce también a una generalización del tipo de discurso y tratamiento que hacen los medios de comunicación sobre el castrochavismo en Colombia, ya que no se trata de una mera palabra, sino de un discurso bien elaborado, que reproduce en sus enunciados un modelo del proceso político, que pretende cristalizar un conjunto complejo de relaciones de poder.

Discurso que quedo en niveles abstractos, dado a que más que ser práctico y real, fue conceptual en cuanto solo se generaron definiciones del término o lo que con él podría posiblemente suceder. Este discurso menos tangible, reflejo los conflictos de un país por la lucha del poder y el control, en donde se valieron de la coerción, la resistencia, la oposición, la protesta y hasta el encubrimiento con el fin de conquistar el apoyo del país.

Apoyo que se vio reflejado en la gran popularidad que ganó, debido a su uso en reiterados contextos, cuyo protagonista fue Álvaro Uribe Vélez y el Partido Político Centro Democrático, con argumentos que giraron en torno a la idea de una ideología política de izquierda. Este fenómeno distó mucho de la realidad del país, pero por su gran potencial como dispositivo retorico impactó en la sociedad colombiana, implantándose un imaginario que trastocó los miedos por la posible llegada de las FARC al poder, por medio del cual se acabarían las instituciones y se instauraría una dictadura.

Es evidente que el campo discursivo de lo político implica un enfrentamiento, una lucha y una relación con un enemigo, en el cual se construye un adversario a quien va dirigido de manera directa o indirecta el discurso. En cierto modo, en los actos de enunciación supone una guerra de enunciadores, la propuesta de Verón (1987), supone no menos de dos destinatarios, un destinatario positivo y un destinatario negativo, en el cual el discurso político se dirige a ambos al mismo tiempo. (pág. 3)

El destinatario positivo es esa posición que corresponde a un receptor que participa de las mismas ideas, que adhiere a los mismos valores y persigue los mismos objetivos que el enunciador. El destinatario positivo, es antes que nada el partidario. Hablaremos, en su caso, de *prodestinatario*. (Verón, 1987, pág. 4)

La relación entre el enunciador y el prodestinatario, se genera a partir de un campo de identificación, expresado por un nosotros de manera inclusiva.

El destinatario negativo lo llamaremos *contradestinatario*. El lazo con éste reposa, por parte del enunciador en la hipótesis de una inversión de la creencia: lo que es verdadero para el enunciador es

falso para el contradestinataro e inversamente; o bien: lo que es bueno para el enunciador es malo para el contradestinataro; o bien: lo que es sinceridad para el enunciador es mala fe para el contradestinataro. (Verón, 1987, pág. 4)

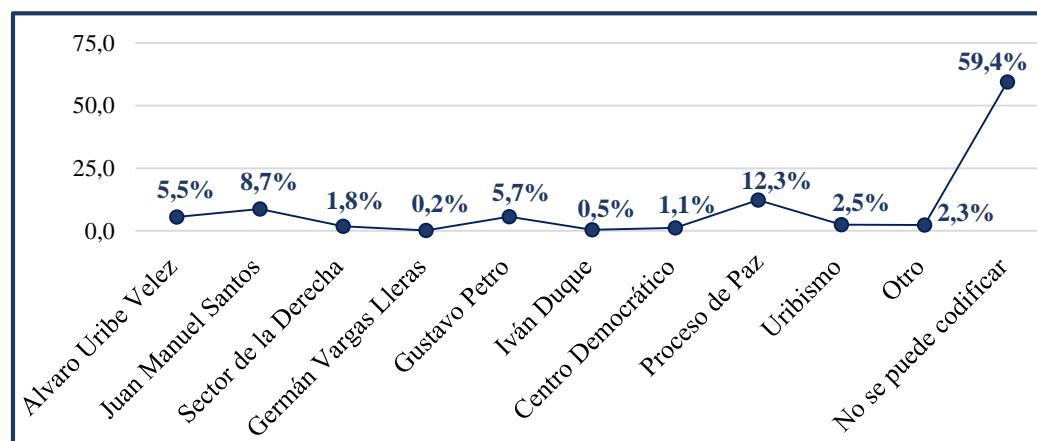
Lo anterior tiene implicaciones en que el discurso del otro, siempre tendrá una lectura negativa por parte del adversario, y es lo que en últimas lo define. Y es en ese análisis que se presenta un tercer tipo de destinatario, al cual Verón nombra como el *paradestinataro*.

Este tercer hombre resulta de una característica estructural del campo político en las democracias parlamentarias occidentales, a saber, la presencia de sectores de la ciudadanía que se mantienen, en cierto modo “fuera del juego” y que, en los procesos electorales, son identificados habitualmente como los “indecisos”; si votan, deciden su voto a último momento. Designaremos esta posición del paradestinataro. Al paradestinataro va dirigido todo lo que en el discurso político es *del orden de la persuasión*. (Verón, 1987, pág. 5)

Integrando los tres tipos nombrados, se establece que, en el discurso político se refuerza las creencias e ideas con respecto del prodestinataro, en el caso estudiado, se relaciona a aquellos que compartían la misma concepción frente al castrochavismo y se adherían a lo que el enunciador transmitía. Frente al contradestinataro, surge la polémica, es decir, aquellos que se oponían unos a otros, como por ejemplo el Senador Álvaro Uribe y el Expresidente Juan Manuel Santos. Por último, la persuasión que le concierne al paradestinataro, que puede ser asociado en el caso de los ciudadanos.

Siguiendo con lo planteado se considera importante presentar los actores a los cuales se les fue atribuido el vocablo, lo que nos conduce a conocer esas relaciones de fuerza que se producen en contextos específicos.

**Gráfica 9. "Atribuidos del Castrochavismo en Colombia 2013-2018"**



Fuente: Información de Revista Semana, El Espectador, y El Tiempo. Elaboración propia, 2019

De este modo, ese juego del lenguaje político es el que tiende a darle significado a la situación social, y es en donde se dan las principales maniobras políticas. En esa lucha entre enunciadores, los líderes políticos dependen de la situación social para poder idear el discurso apropiado que se ajuste a las necesidades del momento.

Analizando lo expuesto en la gráfica 9, se puede inducir que el proceso de paz fue el escenario indicado para insertar el Castrochavismo con un porcentaje del 12,3%, lo cual representa la responsabilidad asignada de que por el acuerdo se estaba pavimentando el camino a tal imaginario, se destaca que este discurso expresó y reveló el poder de algunos, además, la mayoría de las noticias donde se hacía referencia de las negociaciones eran con la intención de atacar (33,2%) y asociarlo con Venezuela, la entrega del país a las Farc, al socialismo, entre otras.

Conforme a esto, el discurso político no sólo es comunicación sino también es un instrumento de control y dominación, que muy pocos tienen el privilegio de acceder a esa lucha discursiva, solo aquellos que cuentan con los medios tanto económicos como políticos, e instrumentales (acceso a medios de comunicación), entran en el juego semántico.

Con respecto a los demás actores implicados, está el Senador Álvaro Uribe Vélez (5,5%), el Presidente Iván duque (0,5%), el Partido Centro Democrático (1,1%), el uribismo en general (2,5%), y el sector de la derecha (1,8%), una conglomeración a la cual se les asigna con la idea de ser los portavoces y actores que crearon, reprodujeron y en últimas apropiaron en sus discursos el tema del castrochavismo para influir en la sociedad, generar conflicto sobre la realidad política y crear espectáculo frente a la crisis de Venezuela y el proceso que se llevaba a cabo.

Además, se reconoce otros dos actores, el Expresidente Juan Manuel Santos (8,7%), y el Senador Gustavo Petro (5,7%), los cuales en repetidas ocasiones han sido atacados con esta idea por sus adversarios políticos, cuyo propósito ha sido despertar entre los colombianos temor. La aproximación que se generó ante Petro, se hizo durante la campaña de las elecciones presidenciales del 2018, donde se afirmaba que la posible llegada al poder de él llevaría a que Colombia se convirtiera en una segunda Venezuela. A lo que Gustavo Petro en varias de sus intervenciones señaló claramente la inexistencia de tal fenómeno.

Vale reconocer que parte de los pronunciamientos por parte de cada actor se hizo en función de ataque, el cual se autorepresenta con el 37,1 % correspondiente al total de las 877 enunciaciones que realizaron los actores expuestos. En tema de defensa se asigna el 3 %, esto nos indica que una pequeña proporción de actores acudieron a responder a sus atribuyentes en pro de ser desvinculados ante toda conexión con el castrochavismo, y dejar en claro los fines con que los asociaban. El 60% restante estima aquellas noticias a las cuales no se les identifican la intención del discurso.

En concordancia con lo ya señalado, vale comprender la correlación que se genera entre el discurso y el lenguaje político, el cual puede ser entendido en tres niveles diferentes y yuxtapuestos:

Primero, el lenguaje que dice cosas. Se trata de la transmisión y explicación de la realidad que nos rodea por medio de un sistema de significados; segundo, el lenguaje que oculta cosas. Sólo se comunica lo que es acorde a justificar situaciones sociales y políticas, desde esta perspectiva su función es ideológica y legitimadora, tornando la investigación en análisis de las ideologías que aparecen implícitas en el discurso; y tercero, el lenguaje que revela o traiciona significados, aquí se encubre la realidad sociopolítica o se tergiversa conforme a la necesidad de legitimación y justificación inherente al mismo discurso". (Montiel, 2009)

Finalmente, podemos concluir que la importancia del análisis del discurso radica en que la mayoría de los casos el discurso contribuye a la reproducción del poder y al abuso del mismo, es decir, la violación de normas, leyes y reglas; dado a que las personas que tienen el poder son las que controlan el discurso, cuyos actos comunicativos llevan implícitamente intenciones, y al controlar las intenciones controlan los actos. Asimismo, en el discurso se encuentran distintas estrategias persuasivas, como la presentación positiva (nuestra) y la presentación negativa del (otro), estas permiten dar relevancia a lo que se quiere resaltar en el discurso, obedeciendo a los intereses del emisor y a sus ideologías.

### **3.2 El Castrochavismo como significante vacío**

Comencemos entonces planteando la cuestión de los significantes vacíos. ¿Qué sería un significante vacío en el sentido más literal del término? "*Un significante vacío –comienza diciendo Ernesto Laclau- es, en sentido estricto del término, un significante sin significado*". (Laclau E. , 1996, pág. 69)



El mejor ejemplo de la idea planteada por Laclau, es el término “Castrochavismo”. Se trata de un “significante” que no posee “significado”. Puede llenarse de contenido según quien lo utilice, según las demandas que éste detecte en la sociedad, y por ello este significante no responden a un mismo argumento. Uno puede llegar a ser castrochavista o estar en contra por identificación, sin saber, punto por punto, qué quiere decir eso en cada momento.

Así, el castrochavismo lo que logró fue articular un conjunto de fuerzas heterogéneas que no pudieron ser integradas orgánicamente dentro del sistema político. Esa cadena de equivalencias, esa indignación generalizada, se cristalizó en torno a este *significante vacío* que, a su vez, se redujo a un solo nombre, el “Castrochavismo en Colombia”.

Los significantes vacíos son elementos particulares (“palabras o imágenes”, “términos privilegiados”) que refieren a la cadena equivalencial como un todo. Son significantes sin significado que, inscritos en momentos de cambio político y de construcción de identidad popular, juegan un importante papel en la configuración de una nueva hegemonía política. (Laclau E. , 2005)

El castrochavismo toma forma de significante vacío en tanto su significado ya no puede ser establecido con especificidad (una cosa significa el castrochavismo para Santos, otra para el uribismo, otra para los de izquierda, otra para la clase media, otra para investigadores, etc.), como lo evidenciamos en el anterior capítulo. El castrochavismo en el escenario político venció a otros significantes como la paz, la justicia, la corrupción; puesto que demostró una mayor capacidad de vaciamiento, y se convirtió en respuesta a la multiplicidad de demandas de los sectores políticos, sociales y económicos del país.

Este significante al articular las demandas sociales, tiende a ser parte de un discurso perfecto para ser usado en ciertos contextos, por lo cual varios actores se valieron de él para reforzar sus mensajes, y alimentar su existencia con la promesa de no permitir su llegada al país, dado a que con ello sería el fin de la democracia en Colombia, y la instauración del socialismo por parte de las FARC. En la medida en que se impidiera este “fenómeno”, habría una mejor economía, mejor educación, más empleo, en sí, el bienestar en general. En este sentido, tal noción invitó a distintos actores para que se congregaran y lograr efectivamente el bienestar de la sociedad. Así se evidenció en los discursos del Senador Uribe Vélez.

El Gobierno disimula su indiferencia frente a los anhelos populares con un acuerdo de demagogia agrarista que busca la colectivización del campo y la destrucción del agro productivo. Así empezaron Castro y Chávez, dejaron a sus pueblos sin comida, después destruyeron la industria, la economía toda, ahuyentaron a los empresarios y arruinaron a los trabajadores. Los ciudadanos honestos del campo

rechazan la expropiación de sus tierras, reclaman condiciones para hacerlas producir. El Gobierno niega servir al Castro Chavismo pero le allana el camino, Chávez inicialmente negó el castrismo, la FARC por lo menos confiesa su socialismo Siglo XXI. (Vélez, 2016)

A partir de la idea consolidada por Laclau, la sociedad necesita de un líder para que aglomere las diversas demandas de cada uno de los sectores, para unificarlos y traducirlos en un único discurso político, por eso el castrochavismo, fue ese significante vacío que paso a ser llenado por cada una de esas voluntades eclécticas, pero equivalenciales transformándose en un único ideal, que adquirió tanto protagonismo a partir de su vocero principal, Uribe Vélez.

En ese marco, la lucha por la fijación del sentido es la lucha por la construcción de estructuras hegemónicas, en el que se busca imponer un significante vacío con su respectivo significado, lo que condensa la lucha política, y la disputa discursiva.

Los significantes vacíos puedan adquirir significados diversos e incluso opuestos. El significante está, desde este punto de vista, emancipado de cualquier dependencia con respecto al significado, que se dirime en la lucha hegemónica. (Montero, 2012, pág. 10)

Para ilustrar este punto, se ha dicho que el castrochavismo no cuenta con un significado sustancial y único, y que su sentido dependió de la cadena discursiva en la que se articulaba. Además, en los distintos espacios de disputa, la apropiación de este significante consistió en asociarlo con determinadas circunstancias, lo que se constituyó en argumentos y representaciones propias del discurso político.

Así, puede decirse que se apoyaron en situaciones como (castrochavismo + comunismo); (castrochavismo + venezolanización); (castrochavismo + Farc en el poder); (castrochavismo + proceso de paz); (castrochavismo + socialismos del siglo XXI); (castrochavismo + dictadura homosexual); (castrochavismo + fantasma); (castrochavismo + instrumento de marketing político): discurso que se dividió entre dos sectores, el punto de vista de los adversarios los cuales presentan tal significante como una amenaza para la institucionalidad, y aquellos que lo ven como una estrategia política, que se sustenta de ideas inexistentes.

Como puede verse, efectivamente el “Castrochavismo” constituye un significante polisémico, que fue constituido en espacios de pugna por el poder político, cuyo resultado esperado era la fijación parcial del sentido del término. Pero, más que ello el éxito residió en la imposición de

este significante con sus sustentos en la sociedad colombiana, haciéndolo parte de la comunicación en general.

En este sentido, hay que rescatar la problematización que realiza Laclau desde la teoría del discurso de Essex, sobre los significantes vacíos en la potencialidad de la política y lo político. De esta forma, se muestra como desde la discursividad se reproducen procesos políticos y culturales, en el que la verdadera naturaleza de la lucha política es la fijación del sentido discursivo.

Dentro de esta escuela, el discurso no solo debe centrarse en la descripción, sino en el hecho de prescribir; en el que no solo se representa o se expresa, sino en el cual se configura y se determinan los hechos sociales, para ser enmarcado en un horizonte de sentido, en el espacio discursivo determinado. De la misma manera, es importante en los estudios de la Escuela de Essex, la hegemonía que es en sí la articulación de una serie de demandas direccionadas en una misma línea, con el fin de constituir una voluntad colectiva, más que una alianza estratégica. De modo que el Castrochavismo se constituyó como una expresión discursiva, interconectada con momentos específicos de la vida política, lográndose articular a los intereses de un cierto grupo de actores.

Esto nos conlleva a entender que el significante castrochavismo, deber ser entendido como esa relación de dominación y poder, en el que se evidencia un conflicto de intereses, como en su momento lo dirían los estudios críticos del discurso.

Es en el campo de la discursividad donde se ubican las estructuras de significación, donde se lleva a cabo la correlación discurso-sociedad, y en el cual surgen las practicas simbólicas, en el que los individuos aprehenden y apropian significantes del mundo, convirtiéndose en un campo de competencia, en el que unas multiplicidades de discursos luchan por dominar y controlar ese campo. (Abril, 2007, pág. 67)

### **3.3 El Castrochavismo como parte del discurso político**

El castrochavismo, aunque es abordado como un significante vacío desde la teoría de Laclau, responde a una lógica discursiva mayor, es decir, hace parte de un discurso de un cierto sector. Según la Escuela de Essex “todas las cosas que constituyen nuestra *realidad*, son objeto legítimo

del discurso (cosas, sujetos, prácticas, identidades, antagonismos, etc.) dado que sólo podemos aprehenderlas a través de un sistema de reglas o convenciones que han sido construidas social, cultural y sobre todo políticamente”, o sea, que el castrochavismo, no solo opero como significante, sino como un discurso”. (Howarth, Norval, & Stavrakakis, 2000, pág. 7)

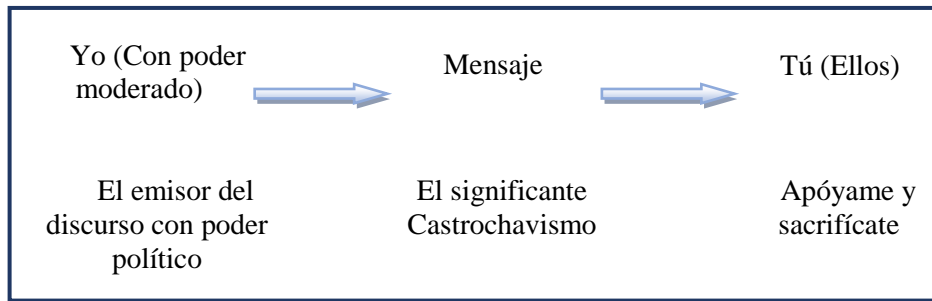
En este caso su circulación se dio a partir desde la discursividad de una parte del sector de la derecha, los cuales emplearon el castrochavismo para defender sus puntos de vista, para justificar lo que pensaban y decían, con el fin de refutar otras creencias y para legitimarse como líderes políticos. Este grupo reprodujo discursivamente ciertas prácticas racistas, subalternantes y excluyentes valiéndose de esta abstracción.

Las palabras reflejan el pensamiento y la intención de quien comunica. La esencia misma del lenguaje es así un acto de representación del pensamiento; vale decir, un modo especial de la actividad del espíritu humano. (Austin, 1996)

El discurso político alrededor del castrochavismo actuó en ciertos casos como instrumento de persuasión (legítima), y en otros como manipulación (ilegítima). “La diferencia entre estos dos aspectos radica en que en la primera los receptores son libres de aceptar o no los argumentos de quien persuade, mientras que en la manipulación los interlocutores se les asigna un papel más pasivo, es decir, que esta situación se da cuando la sociedad no es capaz de comprender las verdaderas intenciones y acciones definidas por el manipulador” (Van Dijk, 2006, pág. 51). Un ejemplo claro, es el hecho de que los ciudadanos creyeran que, con la posible llegada de las Farc al poder, se instauraría el castrochavismo y, por ende, sería el fin de las instituciones, ideas insertadas en su imaginario a partir del discurso de ciertos actores.

El discurso difundido por cierta parte del sector de la derecha, más precisamente por el uribismo en torno a tal significante vacío, busco fue reconocer, distinguir y confirmar a los partidarios y atraer a los indecisos, a través de un discurso estratégico, que no se concentró tanto en informar o transmitir una convicción, sino en producir actos, por ello su base partió desde la polémica ante la construcción de un adversario, teatralizando de un modo determinado, el ser y el deber ser político ante un público objetivo y en vista de una intervención sobre este.

En el componente de los discursos del que hizo parte el significante vacío castrochavismo en las elecciones se encuentra la siguiente relación sumaria:



Fuente: Ascanio Guevara, A. (2014, pág. 70). “Análisis del discurso propio”.  
Elaboración propia. 2019.

El *yo*, es el líder o emisor, es decir, el actor del discurso, cuyo propósito es transmitir el *mensaje* (castrochavismo como amenaza), y en el caso de *Ellos*, se refiere a los receptores o al nicho electoral, cual fin último es generar una hazaña colectiva, que implique sacrificios compartidos, con el fin de un bienestar general. Este esquema, nos permite entender el juego semántico frente al castrochavismo durante las elecciones del 2018, en el que los interlocutores (votantes) eran el público objetivo, y en el cual el propósito compartido de ellos era impedir la llegada del tal imaginario.

Es ahí, en el que el discurso juega un rol decisivo, intermediario, en este sistema, puesto que a partir de él se reproduce y adquieren prácticas discriminatorias por sí misma como, por otro lado, es la fuente y el medio primario para la adquisición de prejuicios e ideologías. Al mismo tiempo, es a través del discurso, la interacción y la comunicación que los contenidos de modelos mentales, y las actitudes pueden ser construidas, y por lo tanto ser diseminados en la sociedad. (Van Dijk, 2010)

Al acercarnos al objeto de estudio desde el análisis del discurso y formularse como un hacer-decir político aprehensible en la interacción comunicativa, se observa la potencialidad del castrochavismo de materializar y movilizar las opiniones de una sociedad heterogénea, alrededor de un saber compartido.

El propósito final de integrar el castrochavismo en los discursos promulgados durante el proceso de paz, el plebiscito, y las elecciones presidenciales del 2018 se hizo con el fin de vender la idea de un proyecto político de un sector determinado, el cual se comunicó bien y se moldeó adecuadamente a cada situación, y que en últimas sería aceptado por la opinión pública, logrando un discurso autorizado y legitimado.

El discurso como parte del objeto de estudio, se define dentro de la perspectiva de Van Dijk como una secuencia de acciones organizadas lógicamente, el cual está relacionada con algunas nociones.

Primero, el carácter verbal o no verbal, lo que incluye tanto lo oral o lo escrito; en el segundo caso, es aquello que atiende aquellas expresiones portadoras de significado como la línea, el color, el movimiento o los sonidos. Otra noción fundamental es su carácter interactivo-comunicativo, en el cual se construyen e interpretan de manera colectiva significados, y en el que se da el reconocimiento del interlocutor. Por último, se encuentra la noción del contexto, que es propuesta como el conjunto de factores espaciotemporales y sociocognitivos que determinan el significado de lo expresado discursivamente. (Van Dijk, 2000)

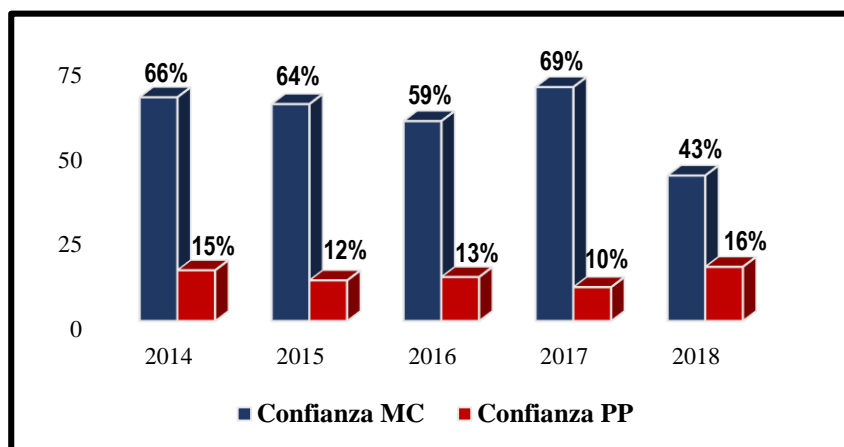
Hemos visto que el discurso jugó un rol central en la reproducción del castrochavismo, debido a su rol intermediario entre la interacción y la comunicación, ayudando a crear y apropiar tal significante en la sociedad. Sin embargo, nos encontramos con un segundo mediador, los medios de comunicación.

Sin los medios de comunicación no hubiese sido probable la reproducción del castrochavismo, ya que a partir de estas plataformas se conoce la dirección e intensidad del desarrollo social y político sobre un asunto determinado, uno de estos medios es la prensa escrita.

A partir de la prensa, se pudo analizar como los medios otorgaron un status al castrochavismo, legitimando tal significante en el dominio público. Lo cierto, es que la prensa, con su difusión cuasi permanente de tal noción durante la campaña de las elecciones del 2018, señaló de manera consciente o inconsciente de lo que se debía hablar o por lo menos lo que se debía considerar; a partir del establecimiento de la agenda de medios, la cual es una manera estratégica de orientar el proceso cognitivo de la sociedad.

Basado en lo anterior, vemos que la política en la actualidad tiene más de torneo y de espectáculo, en donde se espera que gane el que obtenga mayor capacidad de respuesta y cuente con más poder, aunque la información que se ponga en circulación no contenga el más alto contenido pedagógico. En efecto, se optó por representar la confianza frente a los medios de comunicación con relación a la confianza de los partidos políticos en Colombia en la siguiente gráfica:

**Gráfica 10. Confianza en medios de comunicación y Partidos políticos en Colombia 2014-2018**



Fuente: Informes de LAPOP 2016 y 2018. Elaboración propia. 2019.

El hecho de que la población tenga altos niveles de credibilidad frente a los medios de comunicación, arroja un posible indicador de que estos se han convertido en un referente de confianza y de información verídica para la ciudadanía, más que los mismos partidos y actores que se encuentran inmersos en ellos. Además de tener en cuenta que son el instrumento principal de la vida política e institución fundamental para explicar la construcción de la realidad social. Son un espacio público, por lo mismo hoy por hoy la sociedad recurre a ellos como fuente informativa. Para el presente estudio, estos índices reflejan sencillamente que los medios siguen siendo movilizados de opinión, los cuales configuran y moldean lo que transmiten para hacer reflexionar a los públicos en un entorno dado.

Esta herramienta permitió canalizar el significativo “castrochavismo”, a partir de lo que se conoce como mediatización. En palabras de Schulz, define *mediatización* “como una situación de cambio social que se encuentra asociada con los medios de comunicación y con su desarrollo” (Schulz, 2004, pág. 16). No es que los medios determinen la acción política, sino que su lógica señala para los actores políticos que algunas decisiones son más probables que otras. Esta reacción es la consecuencia de percibir a los medios y a la comunicación medida como un espacio para ganar importancia en su entorno.

La idea de mediatización permite entender como el significativo castrochavismo se configuró y se enmarcó en los medios de comunicación, y como estos asumen un rol político y tratan de

incidir en la propia actividad política. Dado a que hoy por hoy los medios hacen parte y conforman las instituciones y las sociedades, generándose lo que Verón llamaría las sociedades mediatizadas.

En el presente estudio se confirma la existencia de una íntima relación entre el entorno político, y los medios de comunicación. Todo ello ha dado origen a un clima de opinión frente al castrochavismo, que se formó a través del tiempo para consolidarse primero como una opinión publicada (en la prensa), y luego como una opinión pública (en la sociedad).

Finalmente, se puede decir que el significante “Castrochavista” como parte fundamental de los discursos de la campaña presidencial del 2018, expresó una crisis, generalmente sostenida por líderes percibidos como “salvadores”; una actitud maquiavélica que reconstruyó los valores comunes y provocó una manipulación cognitiva, desarrollando una voluntad de exclusión y de odio contra aquellos que no participaron de esa visión.



## CONSLUSIONES

A lo largo del trabajo se logró evidenciar que es en el campo de la discursividad donde se ubican las estructuras de significación, es allí donde se desarrollaron las practicas simbólicas y discursivas del castrochavismo, a partir de los juegos de lenguaje, y es, donde los individuos aprehendieron los múltiples significados referente al significante, el cual gozó de una configuración contextual y competitiva, en el que una variedad de discursos luchó por dominar ese campo.

El significante vacío del castrochavismo se dio justamente cuando dentro del campo de la discursividad se generó una desarticulación, representando una verdadera disputa en esa lucha de producir nuevos sentidos, quien tenía la fuerza, ya sea coercitiva, simbólica, perlocutiva para hacerlo, es quien hegemonizaba el campo político. El castrochavismo se tomó como significante vacío debido a la multiplicidad de significados que se le atribuyeron. No es vacío, porque sea escaso de significados, sino que es vacío en la medida que tiene demasiado significado, que la forma del significante no es capaz de colmarla, por ende, tiende a vaciarse.

De donde se infiere que el castrochavismo como significante, no es una entidad que hay que combatir, sino que es un instrumento de lucha política, y la fuerza política que tenga la capacidad de fijarle un significado, de detener el rebose de significado, va a ser quien gane la disputa por ese término.

Y es en esa lucha que se confirma la existencia de una íntima relación entre el entorno político, y los medios de comunicación, dado que a partir de ellos se dio origen y se potencializó un clima de opinión frente al castrochavismo, que se formó a través del tiempo para consolidarse primero como una opinión publicada (en la prensa), y luego como una opinión publica (en la sociedad).

La importancia radica en que la información de la prensa sirvió para solidificar, en la sociedad, ciertos aspectos del significante, pero sin una reflexión crítica, en el que se divulgaron mensajes combativos y sin mayor contenido pedagógico, ya que lo que constituyó nada más que narraciones, eran discursos de poder que en muchos casos trató de disuadir con una retórica trabajada con cuidado, consciente o inconscientemente a la sociedad colombiana.

Se puede decir que el significante castrochavista como parte fundamental de los discursos de la campaña presidencial del 2018, expresó una crisis, generalmente sostenida por líderes percibidos como “salvadores”; una actitud maquiavélica que reconstruyó los valores comunes y provocó una manipulación cognitiva, desarrollando una voluntad de exclusión y de odio contra aquellos que no participaron de esa visión. Éxito que sostuvo por los medios de comunicación, dada su importancia en el origen del poder, ya que los procesos políticos requieren de la comunicación, así mismo, en el ejercicio de poder, los líderes políticos adoptan medidas para que sus discursos sean conocidos.

Es de aclarar que en la presente investigación no estoy buscando una verdad oculta de lo que realmente llaman el castrochavismo en su esencia, es decir, develar lo qué es, realmente no fue mi preocupación central, sino las formas de interpretar este fenómeno en las elecciones presidenciales del 2018, cómo se llevó a cabo y cómo finalmente termina siendo parte de la comunicación de los medios y de la opinión pública. El hecho de ubicarlo como un significante vacío, es un recurso tanto teórico como metodológico, pero eso no quiere decir que eso sea efectivamente el castrochavismo, lo conceptualizo de esa manera, pero eso no es en sí lo que significa.

## BIBLIOGRAFÍA

- Abril, N. P. (2007). *Cómo hacer análisis Crítico del Discurso: Una perspectiva Latinoamericana*. Bogotá: OPR-DIGITAL.
- Alba, M. D. (11 de Marzo de 2018). En Colombia y México, el castrochavismo intenta otra vez influir en elecciones. *La Nación*. Obtenido de <https://www.lanacion.com.ar/el-mundo/en-colombia-y-mexico-el-castrochavismo-intenta-otra-vez-influir-en-elecciones-nid2115969>
- Anton, E. R. (2000). *Concepto y técnicas de la propaganda y su aplicación*. España: Universidad Pontificia de Salamanca.
- Ascanio, A. (2014). *Análisis del discurso político*. México: Trillas.
- Austin, J. L. (1996). *Cómo hacer cosas con las palabras*. Barcelona: Paidós.
- Barthes, R. (1964). *Elementos de Semiología*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica .
- BBC News Mundo. (14 de Mayo de 2018). Cómo la crisis de Venezuela está influyendo en las campañas presidenciales de Colombia, México y Brasil. Obtenido de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-44064677>
- Benveniste, É. (1971). *Problemas de Lingüística general*. México: Siglo XXI.
- Bolívar, A. (2010). *Las estrategias lingüísticas del discurso ideológico: Hablar para dividir*. El país político- SIC 728.
- Buenfil, R. N. (2008). *Investigación social, herramientas teóricas y análisis político. La categoría intermedia*. México: Casa Juan Pablos .
- Chavero, P., González, J., Bouza, F., Castromil, A., & Rodríguez, R. (2013). *La mediatización de la agenda política: La discusión del pacto social como conflicto de agendas, 2009-2011*. Revista Latina de Comunicación Social.
- Chomsky, N. (1990). *10 estrategias de manipulación mediática*. Departamento de filosofía. Ética e filosofía do direito.
- Cotteret, J. M. (1977). *La comunicación política: gobernantes y gobernados*. Buenos Aires: El Ateneo.

- Diccionario de Psicología Científica y filosófica*. (2018). Recuperado el Marzo de 2019, de <https://www.e-torredebabel.com/Psicologia/Vocabulario/Metodo-Hipotetico-Deductivo.htm>
- El Espectador*. (28 de Enero de 2019). Obtenido de <https://www.elespectador.com/opinion/venezuela-apuesta-riesgosa-columna-836404>
- El Espectador. (28 de Agosto de 2016). Castrochavismo, gais y paz. (J. S. Jimenez, Ed.) *El Espectador*. Obtenido de <https://www.elespectador.com/noticias/elmundo/castrochavismo-gais-y-paz-articulo-651711>
- El Espectador. (7 de Julio de 2017). El castrochavismo, un fantasma efímero. (A. F. Tascón, Ed.) Obtenido de <https://www.elespectador.com/opinion/el-castrochavismo-un-fantasma-efimero-columna-701170>
- El Espectador. (15 de Febrero de 2018). “No tenemos inclinación hacia socialismo del siglo XXI”: De la Calle. Obtenido de <https://www.elespectador.com/elecciones-2018/noticias/politica/no-tenemos-inclinacion-hacia-socialismo-del-siglo-xxi-de-la-calle-articulo-739201>
- El Espectador. (7 de Julio de 2018). Petro vs. López Obrador, ¿cuál es la diferencia? Obtenido de <https://www.semana.com/nacion/articulo/cual-es-la-diferencia-entre-gustavo-petro-y-manuel-lopez-obrador/574296>
- El Tiempo. (12 de Mayo de 2013). Uribe dice que el verdadero rostro de Santos "da pánico". Obtenido de <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-12794597>
- El Tiempo. (30 de Septiembre de 2016). ¿Qué es cierto y qué es mito sobre el 'castrochavismo'? (J. G. ESTRADA, Ed.) Obtenido de <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16715527>
- El Tiempo. (24 de Enero de 2018). ¿Miedo al ‘castrochavismo’? (S. Tufano, Ed.) Obtenido de <https://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/sara-tufano/miedo-al-castrochavismo-174452>

- El Tiempo*. (19 de Junio de 2019). Recuperado el 12 de Mayo de 2019, de [https://elpais.com/internacional/2019/06/19/estados\\_unidos/1560898947\\_787665.html](https://elpais.com/internacional/2019/06/19/estados_unidos/1560898947_787665.html)
- Estudio General De Medios EGM - ACIM Colombia. (2016). *Ranking prensa y revistas independientes* . EGM . Obtenido de <http://www.acimcolombia.com/boletines/boletines/>
- Fairclough, N. (1995). *Discurso Mediático*. Londres: Edward Arnold.
- Fairclough, N. (2003). *Analysing Discourse: Textual analysis for social research*. Nueva York: Routledge.
- Fairclough, N., & Wodak, R. (1997). *Análisis Crítico del Discurso. Discurso como interacción social*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Fernandez, F. (2017). Castrochavismo en Colombia: ¿Fantasma o realidad? *Panam Post: Noticias y Análisis de las Américas*, 2.
- Foucault, M. (1970). *El orden del discurso* . México: Tusquets Editores .
- France24. (2 de Mayo de 2018). Obtenido de <https://www.france24.com/es/20180501-mexico-comparaciones-obrador-venezolano-chavez>
- Freidenberg, F. (2004). *LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS: ¿TAMBIÉN SON ACTORES?* . Universidad de Salamanca.
- Guevara, A. A. (2014). *Análisis del Discurso Político*. México: Trillas.
- Gutiérrez, G. A. (2009). Los medios de comunicación en Colombia frente a las demandas de los ciudadanos. *Actualidades Pedagógicas*, 4.
- Howarth, D., Norval, A., & Stavrakakis, Y. (2000). *Discourse theory and political analysis, Identities, hegemonies and social change*. Manchester: Manchester University Press.
- Johnstone, B. (2002). *Análisis del discurso* . USA: British Library.
- Jorffing, J. (1999). *New theories of discourse, Laclau, Mouffe and Zizek*. Massachusetts: Blackwell Publishers.
- Jorgense, M., & Philips, L. (2002). *Discourse analysis as theory and method*. London: Sage Publications.

- La Nación. (30 de Agosto de 2014). Argenzuela: parte I. Obtenido de <https://www.lanacion.com.ar/editoriales/argenzuela-parte-i-nid1723004>
- La Silla Vacía. (29 de 09 de 2016). Los temores del No: 4. El castrochavismo.
- La Silla Vacía. (7 de Abril de 2017). El Cuentazo del Castrochavismo. (A. G. Suárez, Ed.) Obtenido de <https://lasillavacia.com/silla-llena/red-de-la-paz/historia/el-cuentazo-del-castrochavismo-60510>
- La Silla Vacía. (30 de Octubre de 2018). Ese cuento del castrochavismo de Uribe sí que sirvió. pág. 1.
- Laclau, E. (1990). *Nuevas reflexiones sobre la revolución en nuestro tiempo*. Buenos Aires : Nueva Visión.
- Laclau, E. (1993). *Discurso*. Universidad de Essex.
- Laclau, E. (1996). ¿Por qué los significantes vacíos son importantes para la política? En *Emancipación y diferencia* (pág. 69). Buenos Aires : Ariel.
- Laclau, E. (2005). *La razón Populista* . Buenos Aires: FCE.
- Laclau, E., & Chantal Mouffe. (1985). *Hegemonía y estrategia socialista: Hacia una radicalización de la democracia* . Londres: Verso.
- Laswell, H. (1948). *The structure and function of communication in society*. En Bryson, L. (comp.). *The communication of ideas*. New York: Harper and Brothers.
- Maingueneau, D. (1980). *Introducción a los métodos de análisis del discurso: Problemas y perspectivas*. Buenos Aires: Hachette.
- Marsh, D., & Stoker, G. (1997). *Teoría y métodos de la ciencia política (versión española de Jesús Cuellar Menezo)*. Madrid: Alianza.
- Mattisek, A. (2010). Analyzing City Images Potentials Of The “French School Of Discourse Analysis”. *Erdkunde*, 315-326.
- Misión de Observación Electoral MOE. (18 de Abril de 2018). El 20% de la conversación sobre las Elecciones en Colombia pasa por agresividad e intolerancia. Obtenido de

<https://moe.org.co/20-de-conversacion-sobre-elecciones-en-colombia-pasa-por-agresividad/>

Montero, A. S. (Diciembre de 2012). Significantes vacíos y disputas por el sentido en el discurso político: un enfoque argumentativo. *Identidades*(3).

Montiel, L. E. (2009). *El análisis del discurso y su relevancia en la teoría y en la práctica política* . Universidad Autónoma de Baja California : REVISTA INTERNACIONAL DE PENSAMIENTO POLÍTICO - I ÉPOCA - VOL. 5,15-32.

*Nación321*. (12 de Enero de 2018). Obtenido de <https://www.nacion321.com/internacional/amlo-y-maduro-en-que-no-se-parecen-estos-lideres-de-izquierda>

Panam Post. (16 de Mayo de 2019). *Noticias y Análisis de las Américas*. Obtenido de <https://es.panampost.com/mamela-fiallo/2019/05/16/bolsonaro-cristina-kirchner-provocaria-nueva-venezuela-en-argentina/>

*Panam Post*. (16 de Mayo de 2019). Obtenido de <https://es.panampost.com/mamela-fiallo/2019/05/16/bolsonaro-cristina-kirchner-provocaria-nueva-venezuela-en-argentina/>

Parker, I. (1999). *Una introducción a variedades de discurso y análisis* . Buckingham: Open University Press.

Pasquali, A. (1980). *Comunicación y cultura de masas*. Caracas: Monte Ávila .

Retamozo, M. (2009). *La Ciencia Política Contemporánea: ¿Constricción de la Ciencia y aniquilamiento de lo político?, Apuntes críticos para los estudios políticos en América Latina*. Ciudad De México : Andamios .

Saussure, F. D. (1945). *Curso de Lingüística General: Naturaleza del signo Lingüístico*. Buenos Aires: Losada.

Schulz, W. (2004). *Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept*. European Journal of communication.

Semana. (13 de Marzo de 2016). "Siento que estoy haciendo lo correcto, aunque a veces me siento incomprendido": Santos. Obtenido de

<https://www.semana.com/nacion/articulo/presidente-juan-manuel-santos-habla-sobre-el-proceso-de-paz-con-las-farc/465292>

Semana. (12 de Julio de 2017). El fantasma del castrochavismo sigue al acecho.

Soage, A. (2006). La teoría del discurso de Essex en su contexto teórico . *CÍRCULO de Lingüística Aplicada a la Comunicación (clac)*, 45-61.

Strömbäck, J. (2008). *Cuatro fases de la mediatización: un análisis de la mediatización de la política*. Revista Internacional de Prensa/Política.

Tascón, A. F. (14 de Enero de 2018). ¿Castrochavismo o macartismo? *EL ESPECTADOR*. Obtenido de <https://www.elespectador.com/opinion/castrochavismo-o-macartismo-columna-733310>

Tascón, Á. F. (28 de Enero de 2019). Venezuela: apuesta riesgosa. *EL ESPECTADOR*, pág. 1. Obtenido de <https://www.elespectador.com/opinion/venezuela-apuesta-riesgosa-columna-836404>

*The New York Times*. (29 de Junio de 2018). Obtenido de <https://www.nytimes.com/es/2018/06/29/opinion-barrera-tyszka-amlo-hugo-chavez-mexico-venezuela/>

Tufano, S. (22 de Febrero de 2018). La derrota del discurso uribista. *EL TIEMPO*. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/sara-tufano/la-derrota-del-discurso-uribista-185656>

*Twitter @AlvaroUribeVel*. (12 de Mayo de 2013). Obtenido de <https://twitter.com/alvarouribevel/status/333672672896618497>

*Twitter @AlvaroUribeVel*. (15 de Diciembre de 2013). Obtenido de <https://twitter.com/alvarouribevel/status/412222004025393152>

Vallés, J. (2000). *Ciencia Política: una introducción*. Barcelona: Ariel.

Van Dijk, T. (1993). *Principios del Análisis Crítico del discurso*. En: *Discurso y sociedad*. Barcelona.

Van Dijk, T. (1999). *Ideología. Una aproximación Multidisciplinaria*. Barcelona: Gedisa.



- Van Dijk, T. (2000). *El discurso como estructura y como proceso*. Barcelona: Gedisa.
- Van Dijk, T. (2003). *Ideología y Discurso*. Barcelona: Ariel.
- Van Dijk, T. (2006). Discurso y manipulación: Discusión teórica y algunas aplicaciones. *Revista Signos*, 49-74.
- Van Dijk, T. (2010). *Análisis del discurso del racismo*. CyE.
- Van Dijk, T. (2016). *Análisi Crítico del Discurso*. Universidad Austral de Chile: Revista Austral de Ciencias Sociales, núm. 30, enero-junio.
- Van Leeuwen, T. (1998). *Enciclopedia de Semiótica*. Nueva York: Oxford Univesity Press.
- Vélez, Á. U. (26 de Agosto de 2016). Uribe: “Este proceso convierte a FARC en grupo paramilitar”. *Semana*. Obtenido de <https://www.semana.com/nacion/articulo/proceso-de-paz-alvaro-uribe-rechaza-el-acuerdo-final-entre-gobierno-y-farc/491269>
- Veron, E. (1987). La palabra adversativa. En E. (. Veron, *El discurso politico: lenguajes y acontecimientos* (págs. 13-26). Buenos aires: Hachette.
- Verón, E. (2001). *Interfaces. Sobre la democracia audiovisual avanzada en El cuerpo de las imágenes*. Buenos Aires: Norma.
- Wodak, R. (2000). *¿La sociolingÜística necesita una teoría social? En: Discurso y Sociedad*.
- Wodak, R., & Meyer , M. (2003). *Métodos de Análisis Crítico del Discurso* . Barcelona: Gedisa.