

La construcción del pueblo en el populismo: Análisis al discurso de Álvaro

Uribe Vélez (2002 - 2010)*

Laura Catalina Blandón**

Javier Alexander Molina***

“La importancia del populismo para la democracia radica en que le ofrece a ésta la conformación de un pueblo, algo que es condición sine qua non del funcionamiento democrático”

Ernesto Laclau (2005).

Resumen:

El objetivo de este artículo es presentar un análisis sobre las categorías que enmarcan la construcción del pueblo en el populismo en el discurso político del ex presidente Álvaro Uribe Vélez. La metodología se fundamenta en la aplicación del método descriptivo multidimensional y el análisis estadístico de datos textuales. Se trabajan 65 discursos emitidos por el líder político colombiano durante su período presidencial 2002-2010. Los resultados se soportan sobre la base de tres categorías propuestas por la teoría de la hegemonía como enfoque para el análisis político. La evidencia empírica referente de análisis son las palabras de mayor repetición que

* El artículo se desprende de la primera parte de una construcción mayor, denominada: La construcción de pueblo en el populismo: el caso de Álvaro Uribe Vélez (2002 -2010) y su modelo de Estado de Opinión (2008 - 2010). Esta se configura como el trabajo de grado para la conclusión del pregrado de los autores. Agradecimientos especiales al profesor Carlos Andrés Ramírez del programa de Ciencia Política de la Pontificia Universidad Javeriana Cali, por su ayuda en la delimitación del problema de estudio.

** Estudiante del programa de Estudios Políticos y Resolución de Conflictos de la Universidad del Valle. Practicante en la Unidad de Acción Vallecaucana. Integrante del Grupo de Investigación de Gestión y Política Pública de la Universidad del Valle, categoría A de Colciencias. Correo electrónico: blandon.laura@gmail.com.

*** Estudiante del programa de Estudios Políticos y Resolución de Conflictos de la Universidad del Valle y Entrenador en McDonald's - Arcos Dorados. Practicante en la Unidad de Acción Vallecaucana. Integrante del Grupo de Investigación de Gestión y Política Pública de la Universidad del Valle, categoría A de Colciencias. Correo electrónico: javieralexandermolina@outlook.com

incentivaron la construcción de bandos dentro de la sociedad colombiana y la nominación de las políticas de gobierno que se desprenden de esta relación. La pertinencia e innovación del estudio se fundamenta en su intención de aportar nuevas herramientas metodológicas al populismo como fenómeno de análisis para la ciencia política y el conjunto de las disciplinas sociales en Colombia y América Latina.

Palabras clave: Populismo, hegemonía, discurso, Álvaro Uribe Vélez.

Abstract:

The construction of the town in populism: discourse analysis of Álvaro Uribe Vélez (2002 – 2010).

The aim of this paper is to present an analysis of the categories that frame construction town in populism in the political discourse of former President Álvaro Uribe Vélez. The methodology is based on the application of multidimensional descriptive method and statistical analysis of textual data. 65 speeches issued by the Colombian political leader during his presidential period 2002-2010 was working. The results are supported on the basis of three categories proposed by the theory of hegemony as an approach to political analysis. The empirical evidence concerning analysis are the words most repeat encouraged the construction of camps within Colombian society and the nomination of government policies that flow from this relationship. The relevance and innovation of the study is based on its intention to bring new methodological populism as a phenomenon of analysis for political science and social studies set in Colombia and Latin America tools.

Keywords: Populism, hegemony, speech, Álvaro Uribe Vélez.

Introducción.

Una de las realidades indiscutibles de la política colombiana es la gran influencia que ha tenido el ex presidente y hoy Senador de la República Álvaro Uribe Vélez (AUV, en adelante) en su historia reciente. Este político logró ocupar durante ocho años la Presidencia de Colombia tras una reforma constitucional (Acto Legislativo 02 del 2004) que aprobó su reelección inmediata. Posteriormente, gracias a su apoyo ancló a la cabeza del ejecutivo al hoy presidente Juan Manuel Santos que se posesionó en el cargo gracias a las banderas políticas impulsadas por este líder (especialmente por el tema de la seguridad). Hoy, el Senado de la República cuenta con su presencia, además de la de 19 senadores que hacen parte del Centro Democrático; partido creado, desarrollado y comandado por él.

Su popularidad como presidente fue una constante durante su gobierno. Un promedio de su favorabilidad durante sus ocho años como mandatario arroja como resultado un 72%, cifra histórica si es comparada con sus antecesores. De hecho, cuando AUV entra al gobierno en el 2002 llega con un 69% de aprobación, posteriormente, se retiró en el 2010 con un 75% (Londoño, 2010). El mantenimiento de este fenómeno cobra trascendencia al combinarse con diversidad de escándalos y polémicas que se generaron durante y en la etapa posterior a su administración. En este orden de ideas, AUV se convierte en un personaje sumamente interesante para cualquier estudioso de la política y las ciencias sociales, pues una dicotomía de factores tales como su agresiva capacidad de movilización de las masas y la particularidad de su discurso, hacen que su estilo de gobierno sea asociado con el concepto de populismo y/o el neopopulismo (Fierro, 2012). Es esta última construcción conceptual y teórica, la materia prima para configurar la siguiente pregunta de investigación orientadora del estudio: *¿Cuáles fueron las principales*

estrategias discursivas propias del populismo de las que se valió AUV para consolidar su propuesta como hegemónica durante su administración presidencial (2002 - 2010)?

Es así, como en un primer paso se procede a la construcción del estado del arte nutriéndose de literatura que se desprende de distintas vertientes académicas como la antropología, la sociología, la politología y la comunicación. El profesor Cárdenas (2012) hace un interesante recuento sobre estudios de AUV como líder político. El catedrático afirma que en términos de cantidad los estudios realizados a este personaje en revistas científicas, tesis doctorales y de maestría poseen una presencia baja, casi nula, si se compara con homólogos como Hugo Chávez.

Sin embargo, son interesantes para un primer acercamiento los estudios de Duque (2009), que articulan el liderazgo de AUV como el resultado de la agrupación de tres categorías: i) el contexto, ii) unas características y capacidades propias del líder y iii) un vínculo de estas en relación con el pueblo. Se destacan en este trabajo, los rasgos conservadores y autoritarios de su gestión nominados por este autor. Por otro lado, aparece el trabajo de Carrillo (2010), ella en su trabajo de grado, analiza el discurso del hoy senador teniendo como referente ciertos insumos conceptuales de la teoría de Ernesto Laclau. Conceptos como significantes vacíos, hegemonía, retórica, entre otros, son articulados con el neopopulismo, este último, a grosso modo es definido dentro de este trabajo como el conjunto de las características propias del populismo tendientes hacia la derecha y el neoliberalismo. Finalmente, están las apreciaciones de Galindo (2006). En su trabajo, ella se encarga de poner en duda la utilización tanto del concepto de populismo y neopopulismo en el caso específico de AUV trayendo a colación aspectos ligados al contexto histórico del país en el cual hay una profunda fragmentación cultural y partidista que impiden una

formación de “pueblo” sólida, por ende tras su utilización de las categorías de Kenneth Roberts concluye que no es adecuado situar a AUV dentro de los parámetros analíticos ofrecidos por las teorías del populismo. Estas discrepancias encontradas a lo largo de las investigaciones consultadas escritas por estos y otros autores (Cárdenas, 2013. Rodríguez, 2013. Hoyos, 2010), evidencian que este fenómeno está en una dinámica de abierta discusión dispuesta a recibir aportes para el análisis desde cualquier frente de la ciencia social.

Ahora bien, el marco teórico que servirá como soporte a la metodología y posterior discusión, se estructura sobre la base de los conceptos de populismo, discurso y hegemonía. El primero que es el más amplio de los tres, este es definido por Frei y Rovira (2008) como una *impresión y ambivalencia* por la carencia de consenso en el forjamiento de un término genérico que sirva como marco de análisis para estudios de diverso corte sobre este tema. Aun así, Roberts (1999) a través de la nominación de diversas características tales como liderazgos personalistas, procesos de movilización en donde se acuña una relación de simpatía entre el líder y las masas, minimizando el peso institucional e incrementando el contacto directo entre ambos actores, pretende dar mayor cuerpo al concepto. Como valor agregado, *un discurso polarizador de la sociedad* y un proyecto económico en el que los sectores más deprimidos se ven recogidos, son elementos *per se* del populismo según su clasificación.

Por otro lado, autores como Errejón (2011a, 2011b, 2012) y Laclau (2005) otorgan un peso trascendental al discurso como insumo polarizador de la sociedad, profundizando sobre esta característica enlistada por Roberts. El discurso en términos de Errejón rebaza el campo de lo escrito y lo hablado. Más allá de lo evidente, el discurso y la eficacia de éste en una relación entre pueblo y líder

envuelve un conjunto de entes externos que lo refuerza y lo constituye como el soporte de una dicotomía. De esta manera, esta categoría se fija en prácticas e instituciones que *construyen significado político* a través de hechos determinados. Aspectos institucionales y culturales son esenciales para determinar “*el saber y el sentir popular*”. Es por esta razón, que la fortaleza del discurso se mide en aquellos dispositivos que generen sentidos compartidos: “Lo que hay que buscar en cada caso no son sólo las manifestaciones gráficas, escritas o verbales de un actor, sino el marco de significado desde el que la realidad social es procesada, explicada y ordenada para generar determinados posicionamientos” (Errejón. 2011b:10).

Es precisamente este recurso del que se vale el líder, el cual se configura como uno de los aspectos fundamentales para pasar a una segunda categoría: la hegemonía (Carrillo, 2010:10). Laclau (2005. 95) define esta como: “la capacidad que tiene una diferencia sin dejar de ser particular, de asumir la representación de una totalidad inconmensurable. De esta manera, su cuerpo está dividido entre la particularidad que ella aún es y la significación más universal de la que es portadora”. En este estado de cosas, la hegemonía es la materialización de un discurso polarizador en el cual la sociedad se fragmenta entre un grupo con aspiración de generalidad capaz de absorber las demandas de grupos dispares en una misma propuesta a través de la equivalencia y grupos disidentes, es decir, la contrahegemonía. De esta manera el populismo de manera esencial se vale aparatos discursivos sumamente eficaces capacitados para agrupar a las masas en armonía con la propuesta del líder, estas estrategias del discurso encargadas de polarizar la sociedad entre un *pueblo* soportado sobre la propuesta hegemónica y un (os) bando (s) disidente (s) se basa en una relación *amigo – enemigo* (Mouffe, 2003. 2007). De esta manera, todos

aquellos sentidos compartido cargados de significado político anteriormente nominados se determinan por la generación de un nosotros soportado sobre la existencia de un ellos (Mouffe, 1995 citada por Errejón, 2011b). Es así como la literatura propia de los enfoques para el análisis político que han estudiado el populismo y la hegemonía, conciben a la política como un escenario de conflicto en el cual la lucha se configura por la construcción de los bandos. Es menester por lo tanto, determinar como soporte teórico cooperante para responder la pregunta de investigación, las estrategias discursivas que logran consolidar la hegemonía. El enfoque constructivista propuesto por Errejón (2011b:11) propone cuatro parámetros de relevancia intrínseca para el presente estudio, estos son:

- A. Un “nosotros” que padece la problemática.
- B. Un “ellos” responsable de la injusticia.
- C. Una propuesta de solución imaginada como alcanzable.
- D. Una motivación, referentes o aglutinantes simbólicos para la movilización en pos de los objetivos comunes del “nosotros”.

A través de esta operación, es posible comprender el modo en el que el discurso ordena el campo político colombiano, produciendo grupos, bandos y alineaciones en torno a una agenda determinada, con base en todo un proyecto político desarrollado durante ocho años en el gobierno de AUV. Así, sobre la base de las tres primeras categorías se analizará en la metodología y discusión como en los discursos más relevantes se polariza la sociedad a través de un ellos y un nosotros y se hace una propuesta de solución a la problemática que aglutina a los distintos grupos en la propuesta hegemónica.

Método

Unidad de análisis

La muestra fue seleccionada mediante el método de muestreo intencional u opinático (Lagares y Puerto, 2001). Se tomó como criterio de selección la tipología de discursos políticos desarrollada por Jacques Gerstlé (2005, p. 27), en la cual se establecen siete tipos de discursos políticos. Tomando como base dicho criterio, fueron seleccionados 6 discursos de balance, 18 discursos políticos de llamado, 15 discursos didácticos, 4 discursos polémicos, 2 discursos de debate electoral, 16 de confirmación y, finalmente, 4 de agregación (tabla 2). En total se obtuvieron 65 discursos políticos emitidos por AUV durante su período presidencial 2002-2010 (tabla1) tomados de su página web alvarouribevelez.com.co/discursosmemorables.

Tabla 1: Total de la muestra.

Período presidencial	Total	Porcentaje
2002-2006	25	38,46
2006-2010	40	61,54
Total	65	100

En la tabla 2 se especifica el total de discursos políticos agrupados en la tipología de Gerstlé (2005).

Tabla 2: Total de discursos agrupados por tipos de discursos políticos.

Tipo de discurso político	Total	Porcentaje
De balance	6	9,23
De llamado	18	27,69
Didáctico	15	23,08
Polémico	4	6,15
De debate electoral	2	3,08
De confirmación	16	24,62
De agregación	4	6,15
Total	65	100

Procedimiento

El ejercicio investigativo se estructuró en cuatro etapas:

- 1) Selección de la muestra de acuerdo con el criterio establecido (tipología de Gerstlé).
- 2) Construcción de una matriz en Excel que posibilitara el registro de los discursos (corpus) indicando el periodo presidencial y el tipo de discurso político en el cual se inscribe cada unidad léxica (segmentos o palabras repetidas).
- 3) Identificación de las categorías desarrolladas por Errejón (2011b) a partir del análisis del contexto semántico de las palabras, con el fin de determinar la forma como se construye pueblo en AUV.
- 4) Por último, se analizaron los resultados con base en las herramientas teóricas de la hegemonía como enfoque para el análisis político.

La recolección de información se llevó a cabo durante quince días iniciando el 10 de noviembre de 2014 y finalizando el 24 de noviembre de 2014.

Diseño

Desde la perspectiva metodológica de la investigación cuantitativa, esta investigación es definida por Peña (2000) como descriptiva multidimensional, en tanto se centra en la aplicación de análisis de correspondencia, con el fin de determinar la asociación de palabras en los discursos políticos analizados. Por su parte, el análisis de los datos se realiza a partir Análisis Estadístico de Datos Textuales (AEDT), centrado únicamente en un nivel de análisis: unidimensional. (Becué, Lebart y Rajadell, 1992).

Dado que la unidad de análisis es textual (palabras repetidas), según Torruella y Llisterri (1999, citado por Sánchez, L., López, W., & Barreto I), el tipo de diseño adoptado en este ejercicio investigativo corresponde al corpus especializado que acopia textos en un periodo determinado.

Umbral de frecuencia elegidos

Con el fin de establecer los segmentos o palabras que harían parte del análisis unidimensional, se estableció un umbral de 20, por tanto, se trabajó con aquellas palabras cuya frecuencia fuera igual o mayor a 21.

Resultados

Los resultados que se presentan en este apartado se organizan en tres categorías identificadas en los discursos políticos de AUV: “nosotros”, “ellos” y “una propuesta de solución”.

En la categoría “nosotros”, definida por la existencia de un “ellos”, se ubican todos aquellos segmentos o palabras que están relacionadas con la delimitación de un sujeto colectivo de problemas y expectativas compartidas por el líder político AUV (Errejón, 2011b).

En la categoría “ellos” se incluyen palabras o segmentos que hacen referencia a esos grupos de la sociedad colombiana, identificados como antagonistas o adversarios, que generan ordenamientos contrapuestos de las fidelidades e identidad política de AUV (Anderson, citado por Errejón, 2011b).

Finalmente, la categoría de “una propuesta de solución” incluye las palabras o segmentos repetidos en los diversos discursos emitidos por AUV que describen o refieren la solución política alcanzable para la solución de las injusticias que padece Colombia.

Nosotros

La palabra con más frecuencia identificada en los discursos políticos de AUV en el marco de la categoría “nosotros” es *patria*¹. Adicionalmente, palabras como *pueblo* y *compatriotas*, directamente asociadas al sentimiento de identidad que vincula al individuo con su patria, también presenta una significativa frecuencia en los discursos políticos.

Tabla 3: Palabras repetidas en la categoría “nosotros”

Vocabulario de palabras "nosotros"	
Palabra	Frecuencia
Pueblo	288
Patria	326
Compatriotas	280
Amigos	34

Con relación a los segmentos repetidos, se encuentra que *la comunidad* es el segmento con mayor frecuencia en los discursos políticos analizados. Por su parte, los segmentos *mis compañeros* y *los ciudadanos* acompañan, con una menor frecuencia, el enmarcamiento del discurso político en esta categoría. Respecto a éstos dos últimos segmentos, es importante señalar que, el primero se centra en la concepción de la identidad política construida y compartida por el líder AUV: la seguridad democrática y, el segundo segmento, hace referencia al carácter de legalidad, -por cuanto excluye a los grupos armados al margen de la ley (ellos)-, de quienes residen en la comunidad política y a quienes va orientado su discurso y dirigidas sus políticas.

Tabla 4: Segmentos repetidos en la categoría “nosotros”

Segmentos "nosotros"

¹ Se usa las cursivas para señalar aquellas expresiones que fueron directamente identificadas en los discursos políticos analizados.

Segmentos	Frecuencia
Mis compañeros	29
Los ciudadanos	40
La comunidad	239

Ellos

En primer lugar, se observa que la palabra con mayor frecuencia es *terrorismo* la cual delimita el contexto sobre el cual es interpretado el adversario o antagonista. En relación a esta palabra, se desprenden otras como *terroristas*, *cobardes*, *criminales*, las cuales operan como connotaciones negativas de la categoría “ellos”. Luego, palabras como *FARC* e *izquierda*, son encontradas en los discursos políticos como alusión, en el primer caso, a un grupo al margen de la ley que no comparte la identidad política dominante y, en el segundo caso, a un sector legal de la sociedad que se diferencia del “nosotros” a partir de la generación de ordenamientos contrapuestos al del líder AUV.

Tabla 5: Palabras repetidas en la categoría “ellos”.

Vocabulario de palabras de "ellos"	
Palabra	Frecuencia
Terrorismo	443
Criminales	93
Izquierda	82
Cobardes	21
FARC	195
Terroristas	216

El segmento con la frecuencia más alta es *enemigos del gobierno*, el cual en el discurso hace referencia a todos aquellos sectores de ciudadanos, grupos al margen de la ley, partidos y movimientos políticos y, en general, personas que no comparten las tesis políticas defendidas por el gobierno de AUV. Junto a este segmento

aparece esos *bandidos* que al igual que en el caso de las palabras *criminales*, *cobardes* y *terroristas*, operan como adjetivos calificativos de “ellos”.

Tabla 6: Segmentos repetidos en la categoría “ellos”.

Segmentos	Frecuencia
Enemigos del gobierno	22
Esos bandidos	21

Una propuesta de solución

Las palabras con mayor número de repeticiones en esta categoría están referidas a los valores democráticos que sustentan la propuesta política de AUV. Así, por ejemplo, palabras como *seguridad*, *democracia*, *justicia* y *paz*, son mencionadas en sus discursos como valores realizables a través de la política de Seguridad Democrática. De igual manera, se identifican palabras que no son concebidas en el discurso como parte de la solución, pero que si se perfilan como la consecuencia de la llevar a cabo la política de seguridad, concebida desde el gobierno de AUV como a solución a los problemas e injusticias de la sociedad colombiana. Estas son *prosperidad* y *equidad*, elementos constitutivos de una comunidad política deseable.

Tabla 7: Palabras repetidas en la categoría “una propuesta de solución”

Palabras de "una propuesta de solución"	
Palabras	Frecuencia
Seguridad	545
Democracia	369
Justicia	308
Prosperidad	62
Equidad	89
Paz	384

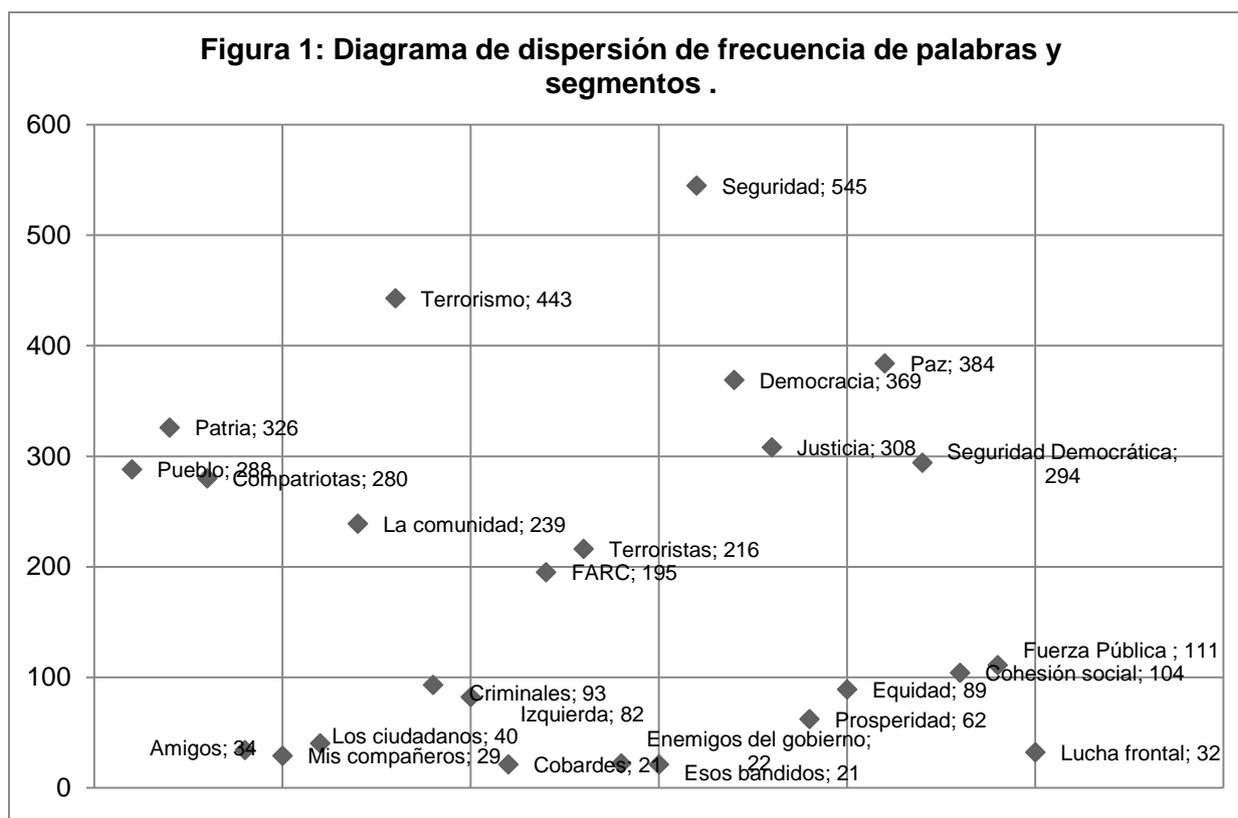
En primer lugar, es claro que el segmento con mayor frecuencia es Seguridad Democrática, relacionado directamente con la política de seguridad diseñada y ejecutada por AUV a lo largo de su periodo presidencial (2002-2010). En relación con este segmento se encuentran *lucha frontal* y *fuerza pública*, ambos concebidos como estrategias del gobierno para derrotar a los grupos armados al margen de la ley. Este último, objetivo esencial de la propuesta política de seguridad.

Por otro lado, el segmento *cohesión social*, aparece (junto a la seguridad democrática y la confianza inversionista) como uno de los tres pilares del accionar del gobierno de AUV. En los discursos políticos se entienden como la fuente de la “perdurabilidad democrática”.

Tabla 8: Segmentos repetidos de “una propuesta de solución”

Segmentos de "una propuesta de solución"	
Segmento	Frecuencia
Seguridad Democrática	294
Cohesión social	104
Fuerza Pública	111
Lucha frontal	32

A continuación para sintetizar de manera gráfica la frecuencia de las palabras y segmentos descritos en las tres categorías de análisis, se situará en el cuerpo del apartado un diagrama de dispersión (figura 1) encargado de presentar de manera conjunta todas las palabras objeto de análisis. El gráfico consta de un eje principal (Y) en el cual se ubican de manera ordenada cada palabra y segmento en un intervalo de 21 a 600; el eje X no posee cifras, pues no es necesario para la intensión de mostrar la repetición de la frecuencia de las palabras. Por esta razón, este eje es el espacio de cada uno de los términos en relación con cada repetición.



Fuente: Elaboración propia.

Componentes característicos del discurso político de AUV según la tipología de Gerstlé.

Las expresiones que caracterizan al discurso político de balance se ubican en la categoría “ellos”. En efecto, palabras como *FARC*, *terrorismo* y *terrorista* ocupan el 45,5% de las palabras repetidas en los discursos de balance. Sin embargo, junto a esta categoría aparece, en segundo lugar con un 32,9%, el uso de palabras como *seguridad* y *lucha* correspondientes a la categoría “solución”. La palabra más relacionada en este tipo de discursos es *seguridad* con 23 repeticiones, la cual fue expuesta en el vocabulario de palabras como valor democrático supremo.

Por su parte, el discurso político de llamado se soportó mayoritariamente (70,7%, respecto al uso y repetición de palabras inscritas en otras categorías) sobre la

categoría “solución” con el uso reiterado de las palabras *seguridad*, *democracia* y *paz*, siendo ésta última la palabra más referenciada por AUV en éste tipo de discursos (95 repeticiones).

Al igual que en el caso anterior, los discursos políticos de tipo didáctico fueron contruidos por el líder con base en la categoría “solución” (84,7%). Sin embargo, a diferencia de los discursos de llamado, aquí la palabra con mayor frecuencia es *seguridad* con 140 menciones a lo largo de los discursos didácticos analizados.

Las expresiones que distinguen al discurso polémico se ubican en la categoría “solución”. Por lo anterior, a diferencia de unas pocas menciones (2) que se hace en de palabras como *FARC* y *terroristas* (categoría “ellos”), no hay más palabras relacionadas con “nosotros” y “ellos” usadas exclusivamente en la construcción de este tipo de discurso político. Por ende, la categoría “solución” constituye el 71,4% del total de categorías usadas por AUV en los discursos polémicos, siendo *democracia*, con 5 repeticiones, la palabra con mayor frecuencia.

Asimismo, los discursos políticos de debate electoral se estructuran a partir del uso de palabras como *seguridad* y *democracia* enmarcadas en la categoría “ellos”. Sin embargo esta categoría constituye el 48,5% de las categorías presentes en los discursos de este corte. Ahora bien, la palabra con mayor frecuencia, teniendo en cuenta que no pertenece a la categoría dominante, es *FARC* (ellos) con 14 menciones.

En relación con los discursos políticos de confirmación, es importante señalar que las expresiones que caracterizan este discurso son las agrupadas en las categorías “nosotros” y “solución” con un 31,67% y 47,9%, respectivamente. Respecto a las

palabras o segmentos con mayor frecuencia, se ubica la palabra *paz* con 98 repeticiones.

Finalmente, los discursos políticos de agregación se caracterizan, al igual que la mayor parte de los anteriores discursos analizados, por el uso de palabras que se agrupan bajo la categoría “solución” (67,5%). Así, *democracia, equidad y Seguridad Democrática* son las palabras con mayor frecuencia en los discursos de agregación emitidos por AUV.

Discusión.

Las palabras, figuras, símbolos y objetos adoptados por propuestas que tienen aspiración de ser hegemónicas juegan un papel fundamental en los estilos populistas, pues se encargan de configurar *significantes vacíos* que incentivan la construcción de un pueblo que se autoproclama como la totalidad (Duque, 2013: 71). Cada uno de estos mecanismos discursivos se caracteriza por tener un carácter supremamente amplio de generalidad llegando al punto de agrupar diversidad de sectores heterogéneos en una misma propuesta. Carrillo (2010:37) afirma que estos términos son tan poco específicos y su significado es tan vacío que se puede generar equivalencias en las cuales muchos grupos por disímiles que sean no se sienten excluidos de la propuesta totalizadora. Es así como esta categoría abordada por Laclau (2005. 131 - 150) entendida como “palabras – imágenes” o “términos privilegiados” son definitivas para él, pues configuran la condición misma de la hegemonía (Laclau, 1996 citado por Montero 2013).

Es así, como este concepto toma esencial trascendencia para la presente discusión, pues cada una de las palabras y segmentos contabilizados fueron una constante en los 65 discursos analizados. Sin importar el tipo (balance, didáctico, polémico, etc.),

la coyuntura política o el contexto en el que fueron pronunciados los discursos, existieron términos que se utilizaban de manera constante y cotidiana por el ex presidente AUV, en los cuales se evidencia la intención de polarizar la sociedad entre un ellos y un nosotros, además de la puesta en escena de una solución a la problemática vivida por el nosotros y generada por el ellos, provocando una relación de víctima – victimario/ amigo – enemigo.

Dos de los términos que mayor respaldo promueven a la anterior afirmación fueron *terrorismo* y *terrorista*. Estas palabras tuvieron una gran cantidad de repeticiones (216 y 443, respectivamente) en los 65 discursos objeto de estudio. Estas construcciones discursivas son significantes vacíos con una fuerte carga de connotación negativa que al asociarse con palabras como Las *FARC*, *bandidos*, *criminales* e *izquierda* generaron la conjunción en un grupo homogéneo de un enemigo común disímil al pueblo. En diversidad de discursos en contextos como posesiones presidenciales (en el caso de AUV fueron dos, la del 2002 y la 2006), homenajes y reconocimientos, posiciones en momentos coyunturales de orden nacional e internacional, hasta la rendición de cuentas de resultados de gestión administrativa, se evidenciaba la presencia de los términos nominados como causantes de las problemáticas de corte económico, social y político en el país, es así, como AUV en ocho de administración logró polarizar el país entre el terrorismo y las víctimas del terrorismo.

En este orden de ideas, sin tener en cuenta las implicaciones y repercusiones que genera para alguien ser acusado de terrorista (Casas, Ramírez y Caro, 2011) se evidenció la utilización de manera sistemática de este recurso, no solo para referirse a las FARC, grupo insurgente con el cual se asoció el término en la mayoría de los discursos seleccionados, además de los otros juicios de valor nominados, sino

también para movimientos sociales, ONG, periodistas o simplemente disidentes de las propuestas de gobierno (Flórez, 2011).

Por otro lado, tuvo gran protagonismo el establecimiento del pueblo a través de un conjunto estratégico de significantes vacíos representados en el estudio por palabras y segmentos adoptados y puestos en escena según las demandas del contexto. Algunos términos como *pueblo*, *compatriotas*, *amigos*, *mis compañeros*, *patria*, los ciudadanos y *la comunidad* fueron una amalgama de insumos propuestos por AUV para articular en una misma línea discursiva sus políticas de gobierno y su búsqueda para adherir a las masas a su propuesta. Es por esta razón, que un factor común en el análisis de su discurso fue encontrar en un mismo espacio la utilización de uno (s) de este (os) término (s) integrador (es) en conjunto con juicios de valor y palabras de connotación negativa, evidenciándose así su intención de polarizar y construir un pueblo en el conjunto de la población Colombiana.

Como valor agregado, las palabras y segmentos aglomerados en la categoría tres son el resultado de una polarización sobre la cual el líder soportó sus políticas de gobierno. Por esta razón términos como cohesión social y seguridad democrática tuvieron gran repetición en los discursos estudiados, pues estos eran los pilares que orientaban el plan de desarrollo en las dos administraciones presidenciales. Así pues, con el análisis de varios tipos de discurso, se evidencia que AUV es un político consecuente a la hora de polarizar la sociedad e introducir de manera cotidiana en cualquier escenario en el cual se expresa un conjunto repetido de términos y estrategias discursivas que lo articulan a él al conjunto de la sociedad, a través de la victimización generada por un bando enemigo, razón por la cual es necesario implementar políticas públicas en las cuales el enemigo esté implicado por ser el causante principal de las problemáticas comunes.

Finalmente, el presente estudio permite aproximarse a tres conjeturas generales. La primera, es que a pesar de la dificultad de encasillar el estilo de gobierno AUV dentro del populismo o el neopopulismo por la carencia de consenso académico hacia el uso de estos conceptos y de los estudios que han tratado de aproximarse a este fenómeno, es posible destacar los marcados rasgos populistas de este mandatario en su discurso político, pues como se evidencio en el conjunto del texto, su discurso a pesar de la diversidad de contextos y situaciones en que es pronunciado, posee unos parámetros comunes en cuanto al uso de estrategias discursivas, los cuales han sido señalados por algunos teóricos como rasgos populistas. Segundo, la importancia que tienen los estudios sobre hegemonía como enfoque para el análisis político. Errejón (2011b: 3) sitúa en la palestra epistemológica una crítica hacia “la ciencia política dura” sistematizadora de datos institucionales, jurídicos o electores proponiendo que la disciplina instale su atención hacia fenómenos que son una realidad, pero que algunas veces son difusos, escurridizos y difíciles de analizar a través del rigor metodológico impuesto por los paradigmas imperantes en la investigación social. Es así, como el presente estudio trató de combinar ambas posturas, por un lado se fijó en un fenómeno que está en constante evolución y renovación como lo es el populismo y la hegemonía como fenómenos de análisis y, por el otro, decidió adoptar como parámetro metodológico para el análisis una herramienta estadística que se configura como maniobra de repetido uso principalmente para el análisis electoral, campo intrínseco de la politología.

Por último, es menester situar como tópico más importante, la interesante discusión hacia las que nos lleva Laclau en su texto de *la razón populista*, y que es citada a manera de epígrafe en el presente estudio, es decir, la construcción de pueblo como

condición *sine qua non* para la democracia que en efecto es desarrollada por el populismo, como lo hizo manifiesto el presente estudio. El populismo puede situarse en distintos contextos como una antinomia, pues por un lado, puede darse la posibilidad de generar un pueblo politizado, apropiado y conocedor de sus necesidades, que ve en el Estado un ente de relación recíproca en donde las instituciones garantizan el cumplimiento de derechos civiles, económicos y políticos. Pero por otro, se pueden suscitar aproximaciones a la pérdida de utilidad de las instituciones, haciendo de la opinión pública un elemento favorable para que el líder tome decisiones alejadas del bien común. Es así, como a pesar de esta ambivalencia y el carácter peyorativo que pueda llegar a tener, que el populismo en la práctica puede ser un fenómeno sumamente eficaz para darle un cuerpo de pragmatismo al abstracto concepto de pueblo, siendo sin duda, un tema que promete generar largo debate académico, sobre todo por la realidad que están atravesando los países latinoamericanos en la actualidad.

Referencias.

Becué, M., Lebart, L., & Rajadell, N. (1992). El análisis estadístico de datos textuales. La lectura según los escolares de enseñanza primaria. *Anuario de psicología*, Núm. 55, pp. 7-22.

Barreto, I., Velandia-Morales, A., y Rincón-Vásquez, J. C. (2011). En Sánchez, L., López, W., & Barreto I (2013). Enmarcamiento cognitivo de la cultura política. Un análisis desde las redes sociales en internet (Twitter). *Revista interamericana de psicología*, Núm. 3, pp. 383-394.

Cárdenas Támara, F. (2012). Aparato discursivo del ex presidente Álvaro Uribe Vélez. Horizontes miméticos del pensamiento hegemónico neoliberal en Colombia (2002 - 2010). *Análisis político*, pp. 139 – 157.

Cárdenas Támara, F. (2013). (Des) orden y signos políticos dominantes del expresidente colombiano Álvaro Uribe Vélez. *Estudios Políticos N° 42*. Universidad de Antioquia, pp. 85-111.

Carrillo, C. (2010). *Análisis del discurso de Álvaro Uribe Vélez (2002-2006) bajo una lógica neo populista*. Monografía presentada para optar al título de politóloga. Universidad del Rosario. Bogotá D.C.

Casas Z, Ramírez M, Caro A. (2011). La oscuridad que encierra el término terrorista: una cuestión aún por definir. *Revista semilleros de Investigación N°3*. Universidad pedagógica y tecnológica. Colombia.

Congreso de la República de Colombia. Acto legislativo 02 de 2004 (27 de diciembre del 2004). Por el cual se reforman algunos artículos de la Constitución Política de Colombia y se dictan otras disposiciones. Bogotá D.C.

Duque, G. (2013). El populismo abortado: los significantes vacíos en el gobierno del General Gustavo de Gustavo Rojas Pinilla. *Trans-pasando Fronteras, Núm. 4*, pp. 67-91. Universidad Icesi. Cali, Colombia.

Duque, J. (2009) Álvaro Uribe Vélez: Populismo, autoritarismo y conservadurismo. En: *Liderazgo político en sociedades modernas*. Colegio de Veracruz. México.

Errejón, I. (2011a). La construcción discursiva de identidades populares. *Viento sur. N° 114*. España.

Errejón, I. (2012). *La lucha por la hegemonía en Bolivia (2006 - 2009). Un análisis discursivo*. Tesis de grado para optar al título de doctor en ciencia política. Universidad Complutense de Madrid, España.

Errejón, I. (2011b) ¿Qué es el análisis político? Una propuesta desde la teoría del análisis del discurso y la hegemonía. *RELACSO. Revista Estudiantil Latinoamericana de Ciencias Sociales*. México.

Fierro, M. (2012). *Álvaro Uribe Vélez: Neopopulismo, retórica y asimilación del discurso por los bogotanos*. Tesis presentada para optar al título de magister en Estudios Políticos. Universidad Nacional de Colombia. Bogotá. D.C

Flórez, Fernando. (2011). Álvaro Uribe y el terrorismo. *Revista semana*. Bogotá. Recuperado de: <http://www.semana.com/opinion/articulo/alvaro-uribe-terrorismo/236313-3>

Frei R. & Rovira C. (2008). El populismo como experimento político: historia y teoría política de una ambivalencia. *Revista de sociología*. Santiago, Chile.

Galindo, C. (2007). Neopopulismo en Colombia: El caso de Álvaro Uribe Vélez. *Iconos. Revista de Ciencias Sociales*. Núm. 27, Quito.

Gerstlé, J. (2005). *La comunicación Política*. Editorial LOM. Chile.

Hoyos, G. (2010). Estado de opinión: ¿información, comunicación y lenguaje público? *Signo y pensamiento, Vol 29*. Bogotá, Colombia.

Laclau, E. (2005). *La razón populista*. Fondo de cultura económica. Argentina.

Lagares, P. & Puerto, J. (2001). *Población y muestra*. Técnicas de muestreo. *MaMaEuSch*, pp. 1-19. Recuperado de http://optimierung.mathematik.uni-kl.de/mamaeusch/veroeffentlichungen/ver_texte/sampling_es.pdf.

Londoño, J. (2010). La de Uribe, una histórica popularidad. *El colombiano*. Recuperado de: http://www.elcolombiano.com/BancoConocimiento/L/la_de_uribe_una_historica_popularidad/la_de_uribe_una_historica_popularidad.asp.

Montero, A. (2012). Significantes vacíos y disputas por el sentido en el discurso político: un enfoque argumentativo. *Identidades Nº3*.

Mouffe, Ch. (2007). *En torno a lo político*. Fondo de Cultura Económica. Buenos Aires, Argentina.

Mouffe, Ch. (2003). *La paradoja democrática*. Gedisa. Barcelona, España.

Roberts, K. (1999). El neoliberalismo y la transformación del populismo en América Latina: el caso peruano. En. *Populismo y neopopulismo en América latina. El caso de la cenicienta*. Eudeba. Buenos Aires.

Rodríguez, A. (2013). *El Estado de opinión: La construcción del discurso de Seguridad en el gobierno de Álvaro Uribe Vélez*. Tesis para obtener el título de magister en comunicación con mención en opinión pública. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Sede Ecuador.

Peña, D. (2000). En Lebart, A. Salem & M. Bécue. *Análisis estadístico de textos* (Prólogo). Lleida: Editorial milenio.