

Proceso de demonización de la oposición política en los hitos discursivos de Hugo Chávez según la prensa digital

Luis M. Romero-Rodríguez
Max Römer Pieretti *

Resumen:

El presente artículo tiene como objetivo analizar el discurso público del ex presidente venezolano Hugo Rafael Chávez Frías (1998-2013) en función de determinar la tendencia de demonización de su oposición política en el contexto venezolano e internacional. La evaluación se realiza a través de la clasificación de los extractos de las declaraciones y frases de la que los medios impresos en su versión digital se hicieron eco la semana posterior al anuncio de su muerte.

Palabras Claves: Demonización; Satanización; Opinión pública; Desinformación; Hugo Chávez; Venezuela.

Abstract:

The following article analyses the political discourse of the late president Hugo Rafael Chávez Frías (1998-2013) in relation to his tendency to demonize the opposition both at home and abroad. This analysis was carried out examining quotations and phrases reproduced by the print media in their online version.

Keywords: Demonization; Public opinion; Des-information; Hugo Chávez; Venezuela.

Proceso de demonización de la oposición policial en los hitos discursivos de Hugo Chávez según la prensa digital
Luis M. Romero- Rodríguez y Max Römer Pieretti

Résumé:

Cet article se propose d'analyser le discours de l'ex-président vénézuélien Hugo Rafael Chávez Frías (1998-2013) afin de cerner l'existence d'une tendance à la diabolisation de son opposition politique nationale et internationale. Elle est réalisée à partir de la classification d'extraits de déclarations et de phrases dont les journaux, dans leur version en ligne, se sont fait écho la semaine qui a suivi à l'annonce de sa disparition

Mots clé: Diabolisation; Calomnie; Opinion publique; Désinformation; Hugo Chávez. Venezuela.

Recibido: 08/04/2016

Aprobado: 23/06/2016

1. Introducción

El uso estratégico del lenguaje es elemental para la adquisición y ejercicio del poder, incluso cuando éste es alcanzado y mantenido por vías democráticas (Fairclough, 1989; Foucault, 1980). El discurso se constituye como una de las bases fundamentales del acto político, mientras que el acceso al podio discursivo social –actos de masas, medios de comunicación, canales de distribución de mensajes– sería otro de los elementos *sine qua non* para su ejercicio.

La retórica clásica y en particular, la retórica aristotélica, desarrolla los componentes del discurso a través de tres elementos: *ethos*, *pathos* y *logos*. El *ethos* (ἦθος) refiere a la imagen que da de sí mismo el emisor para captar a la audiencia y acercarse a ella, el *pathos* (πάθος) es el uso del sentimiento para afectar el juicio de un auditorio sobre una cosa o persona y el *logos* (λόγος) se refiere a los argumentos y los razonamientos que se esgrimen para la actividad persuasiva (Aristóteles, A. V. Lecumberri, Trad, 2006).

La demonización es una técnica retórica que busca desinformar o alterar percepciones y realidades sobre un acontecimiento, descripción o una persona a partir de presentarla como nocivas para la sociedad, generalmente con pocos argumentos válidos (*logos*) pero con gran carga emocional (*pathos*), lo que presupone en inversa que el emisor de la satanización se victimice o sacralice (*ethos*).

Las obras *Rebelión en la Granja* (2006) y la ficción distópica *1984* (2007) de George Orwell muestran componentes de demonización como vías de manipulación en la base de los grupos sociales imperantes. En la primera se denota a través de la victimización de los animales de la granja contra su dueño, el señor Jones y la demonización de su papel como granjero; y en la segunda la satanización del ficticio personaje Emmanuel Goldstein, sujeto de los dos minutos

de odio diarios, organizados por el *Ministerio de la Verdad*, por ser la antítesis del Gran Hermano. Ambos procesos de satanización buscaban imponer una línea de pensamiento único en función del líder, a la vez de simplificar las propias relaciones contra su oposición ideológica en la abreviación de lucha entre el bien y el mal.

Temas como el patriotismo radical, el racismo, el *apartheid*, el machismo, el feminismo, la homofobia, la preparación de actos bélicos, la religión, la oposición política o las minorías étnicas conllevan consigo una carga de demonización hacia el sujeto con convicciones contrarias, quien es referido dicotómicamente como un ente objeto de desagrado o nocividad para la humanidad, a los fines de obtener la buena pro de la opinión pública.

Para la sacralización del emisor en ese *ethos*, no sólo se utilizan recursos como la discreción (*phrónesis*), la integridad (*areté*) o la buena voluntad (*eúnoia*), sino que, bajo esta estratagema, suele posicionarse a través de la demonización o satanización de aquello con lo cual la opinión de ese auditorio –opinión pública– siente detracción o miedo. Por ende, se busca lograr la conexión sentimental con esa audiencia a través de la transposición de la lucha entre el bien –representado por el emisor– y el mal.

A consecuencia de la demonización discursiva se logra la construcción simbólica de una realidad contraria al bien, por lo que se genera en la cognición social una condición, rasgo, comportamiento o atributo que hace que su portador sea culturalmente inaceptable, inferior o menospreciado. Así pues, la secuela de esta satanización es la estigmatización de los acarreadores de dichas características, los cuales generalmente son enviados al ostracismo y la devaluación perceptiva, lo que daña su identidad social y lo aísla de la sociedad e incluso de sí mismo (Goffman, 2006), llevando consigo una carga de discriminación, paradigmas erróneos, estereotipos, tópicos e invisibilización, que no hacen posible entender al otro como un sujeto racional portador de derechos y moralmente equitativo.

Así la demonización estimula en la opinión pública generalizada una reacción de descrédito que elimina las restricciones morales y el *ius naturalis* de

existencia de sus portadores, legitimándose la conculcación de sus facultades políticas, económicas o sociales e incluso sus propios derechos inalienables, buscando aislar al contrario de su posibilidad de acceso a la defensa de sus derechos, hacerlo moralmente inferior, criminalizar sus puntos de vista, radicalizar el discurso, distraer y polarizar a la sociedad; mientras por otro lado se trasponen las ideas del emisor como acertadas y justificadas expresa o tácitamente.

A la vez, esta técnica retórica operativa fija los cimientos de un enfrentamiento real o imaginario para causar temor social, paranoia o histeria colectiva, que permite a su emisor ejercer el poder sin frenos o límites contra cualquier opositor, pues cualquier persona que se oponga a dicho ejercicio en función de un supuesto bien común, es señalado como cómplice del mal (Zafaroni, 2012).

La “mediatización” del contenido satanizador coadyuva a que las audiencias se identifiquen con los agresores e imiten sus actos (Huesmann, 1986; Adams-Price y Greene, 1990; Eyal y Rubin, 2003), entendiendo que los medios de comunicación sirven de nexo sentimental y en consecuencia de identificación, entendiendo ésta como vinculación emocional-empática (Zillmann, 1994; Livingstone, 1998; Fernández-Villanueva, Revilla y Domínguez-Bilbao, 2010).

1.1 La demonización en la Venezuela de Chávez

En 1998, en el marco de la primera campaña presidencial en la que se enfrentaban Hugo Chávez y su principal adversario, Henrique Salas-Römer, el primero comienza a utilizar adjetivos y epítetos para referirse a quienes se oponían a su liderazgo, cuestión muy común en las campañas electorales donde se busca el desprestigio del contrario sobre la base de la ridiculización y estigmatización de sus experiencias e ideologías. En esta primera oportunidad, el adjetivo no suponía directamente un improperio, ya que llamaba a su oponente con el nombre del caballo de éste “Frijolito”, apodo con el que dicotómicamente también fue conocido un popular personaje humorístico de la radio, la televisión y el cine venezolano a mediados del siglo XX, representado por las ocurrencias de una familia afro-descendiente de bajos recursos económicos –Frijolito y

Robustiana– (Pérez-Savelli & Ortiz-Guinand, 2010), por lo que el mote de referencia utilizado por Chávez, entonces por primera vez candidato presidencial, ridiculizaba a su oponente electoral basado en la memoria colectiva de estos personajes.

El 04 de octubre de 2000, a tan solo año y medio de haber conseguido alzarse con la presidencia de Venezuela, el ex mandatario venezolano, en el marco de sus facultades otorgadas por su segunda Ley Habilitante¹, realiza un decreto con rango y fuerza de Ley de Reforma del Reglamento del Ejercicio de la Profesión Docente (Decreto 1.011), contentivo de controvertidos lineamientos sobre el acceso a la carrera magisterial y la creación de la figura de supervisores itinerantes de la enseñanza, a los cuales el mismo instrumento legal le otorgaba la facultad de intervenir y suspender parcial o totalmente a miembros del cuerpo directivo de los planteles, tanto públicos como privados. La promulgación y publicación de dicho decreto, polemizaba aún más con los acuerdos bilaterales de cooperación técnico-educativos suscritos entre el gobierno venezolano y sus homólogos cubanos, pues comenzaba a existir la preocupación de una *cubanización* del modelo educativo y su consiguiente sistema de ideologización. Así lo dejaban saber la Asociación de Colegios Privados (ACP), la Red Venezolana de Educación en y para los Derechos Humanos y sus 14 entidades afiliadas, como también sectores gremiales y políticos de la vida pública de esa nación suramericana².

Dichas actividades de rechazo colegiadas vinieron acompañadas en paralelo con interposiciones de recursos de nulidad del citado decreto ante el Tribunal Supremo de Justicia³ y manifestaciones en todo el país bajo la consigna *con mis hijos no te metas*, acciones que obligaron al gobierno venezolano a retractarse, al menos momentáneamente, de la aplicación de la norma citada. Así,

¹ Herramienta jurídica de rango constitucional en Venezuela (artículos 203 y 236, Num. 8 *ejusdem*), la cual otorga al Presidente de la República facultades legislativas. Este instrumento facultativo debe contar con la aprobación de las 3/5 partes de los diputados del poder legislativo nacional.

² Estas asociaciones y gremios realizaron el 9 de febrero de 2001 un documento de adhesión en contra del proyecto de Ley: <http://goo.gl/aOS7hj>

³ Cuya sentencia en la Sala Constitucional del máximo ente judicial venezolano se declaró sin lugar: <http://goo.gl/74wBjT>

para el 10 de junio de 2001, en su programa dominical *Aló Presidente*, el mandatario venezolano adjetivaba a la oposición a su gobierno por primera vez como *escuálidos*, por lo que él la consideraba incompetente y trivial, añadiendo “no podemos permitir que los escuálidos, los oligarcas, no paguen”. Más adelante, en cadena nacional del 8 de agosto de 2001, la descripción que se daba a la oposición política marcaba gran diferencia entre dos tipos de venezolanos: los patriotas chavistas y los oligarcas escuálidos, lo que comenzaba a dividir al país, al menos discursivamente, en dos polos simplificados del bien y el mal:

¡Oye! Los escuálidos vale. Los escuálidos están cayendo en la desesperación. Recuerden esta frase, que es —permítanme, de mi autoría— el escualidismo es la fase superior del puntofijismo [...] Los escuálidos se la pasan gastando plata (sic). ¡Cómo gastan real! (sic) Claro, tienen mucho real (sic). Quizás que no consiguen en qué gastarlo, ojalá lo gastaran en unas escuelas bolivarianas. Saben escuálidos ¿cuánto cuesta transformar una escuela normal que esté funcionando pero que le falten instalaciones etcétera? [...] Transformar una escuela normal en bolivariana nos cuestan entre 50, 80 o a veces 100 millones de bolívares cada escuela. Oye ¡qué bueno sería que ustedes gastaran, aportaran para que dejen de ser escuálidos! Y se incorporen a la revolución, al proceso de reconstrucción del país. (Chávez, 2001).

Paulatinamente el discurso oficial fue aumentando la separación social. Con descalificaciones a su oposición tales como “ricos de cuna”, “burgueses”, “oligarcas”, “fascistas”, “cachorros del imperio”, “agentes de la CIA” o “apátridas”, Hugo Chávez iba alimentando a sus seguidores con una receta de odio en contra de cualquier adversario. De esta manera, la oposición, natural de toda democracia, iba mutando en el discurso a ser considerada enemiga más que oponente, rival o contrario.

Luego del paro empresarial y petrolero que mutó el 11 de abril de 2002 en abandono del cargo presidencial y culminó en un golpe de Estado, presidencia *de*

*facto*⁴ (Römer-Pieretti, 2009) y posterior retoma del poder dos días más tarde por parte de Chávez, el discurso incendiario en contra de la oposición política afloró aún más, al llamar “golpistas” a cualquier opositor a su mandato, aunado a eslóganes políticos como “no volverán” –al poder–. Así comenzaba a estructurarse un largo camino de demonización en contra de cualquiera que se opusiese a su figura presidencial, no sólo en el ámbito político venezolano sino contra la iglesia católica, la comunidad judía- venezolana, organismos internacionales, presidentes de otras naciones y hasta sus propios afectos que no respaldaban todas sus decisiones.

Como hecho público, notorio y comunicacional, persistente tanto en medios venezolanos como internacionales, Venezuela aparece como sujeto frecuente por la propia dinámica de su dialéctica de confrontación interna, producto de la historia de su crecimiento social y económico desde el proceso de colonización (Römer-Pieretti y Herrero, 2014) que ha servido como punta de lanza del chavismo material para realzar las propias diferencias socio-económicas y fenotípicas de sus ciudadanos.

Esta condición de por sí entabla una asimetría de emisores donde por un lado se encuentra el “chavismo” como estructura discursiva de poder, liderados por el propio finado ex presidente, pero que también ocupaba a sus compañeros de fórmula y seguidores y por el otro lado el sector opositor, que vive en base al cuestionamiento de su propia identidad en las relaciones discursivas de ese poder, por lo que ese ambiente dialéctico de la negación del otro es vertiente de una exclusión social (Römer-Pieretti, 2013).

⁴ Sobre esta cuestión existen múltiples interpretaciones. La primera que se trató de un golpe de Estado orquestado por militares y civiles afectos a la oposición, la segunda que revisa un abandono injustificado del cargo por renuncia entregada al entonces Jefe del Estado Mayor Conjunto, General Lucas Rincón Romero y la tercera –posición de este trabajo- en base a la sentencia de la Sala Plena Accidental del Tribunal Supremo de Justicia de agosto de 2002, que refería no existió rebelión militar previa a la renuncia de Hugo Chávez, por lo que se asume que primeramente había existido un abandono del cargo mediante renuncia y luego una toma del poder *de facto*, por medios inconstitucionales.

1.2 La violencia simbólica en Venezuela

El poder simbólico, al tener mayor alcance de difusión, incrementa su capacidad de construir realidades (Searle, 1958, 1997; Watzlawick, 1979) e incluso impone un orden en esas realidades construidas. (Bourdieu, 1988). Cuando ese poder simbólico utiliza la retórica para construir un deber ser único, adecuado o pertinente so pena de quedar ilegitimado, se elimina toda posibilidad de alternativas de pensamiento u obra, se cristaliza un estereotipo tipificado como normal, incluso sacralizado, mientras se institucionaliza mediante la violencia discursiva un *otro* objeto de descalificaciones, banalizaciones e invisibilización de sus necesidades sociales.

Aunque la violencia retórica y el proceso de satanización de un polo de pensamiento distinto al que mantiene el acceso preferencial al podio discursivo social no ocasiona directamente daños físicos en la contraparte demonizada, propios del pragmatismo del ejercicio de la violencia, ésta podría propender a incentivar ataques mediante el uso de la fuerza legítima-correctiva por parte de las instituciones de seguridad del Estado (Alvarado, 2009) o de los partidarios del demonizador como un medio *manus militaris* de lucha contra el antagonista creado discursivamente, por lo que la violencia discursiva tiene profundos efectos sentimentales y afectivos en los individuos (Livingstone, 1998; Zillmann, 1994) creando el caldo de cultivo idóneo para la consumación de la violencia física, la incitación al odio y el rechazo al pensamiento disyuntivo, entendiendo que la identidad social es un proceso dialógico de confección del tejido semántico del colectivo originario (nostredad – nosotros) y de los propios sujetos ajenos (otredad – los otros) (Gergen y Keith, 1985; Gergen, 1992).

No en vano, para 2013 Venezuela se constituía como uno de los diez países más violentos del mundo y segundo lugar en el continente americano con 53.7 homicidios intencionales por cada 100.000 habitantes/año (Oficina de Naciones Unidas contra la Droga y el Delito, 2013), mientras que las cifras de organismos no gubernamentales como el Observatorio Venezolano de la Violencia (OVV) reportaban 79 asesinatos por cada 100.000 habitantes/año, lo que equivaldría a un estimado de casi 24.000 muertes por el uso de la violencia en un año.

La tendencia del incremento sustancial de esta tasa de homicidios ha sido vertiginosa justamente a partir de 1998, cuando se reportaban 19 homicidios por cada 100.000 habitantes /año, 34.7 decesos por debajo de la tasa oficial y 60 menos que las estadísticas actuales de las organizaciones no gubernamentales que hacen vida en ese país, mientras que las principales causas que se han atribuido sobre este *crescendo* de violencia ha sido la impunidad, la falta de separación e independencia de los poderes públicos, los fracasos en políticas de seguridad ciudadana y el incremento de la pobreza (Abadi, 2014).

Sin embargo, no es baladí analizar otras posibles causas de la violencia en Venezuela, tal como es el caso del análisis del discurso oficial como modelador e institucionalizador de realidades colectivas, sobre todo cuando la crisis de valores parece haberse apropiado del pensamiento colectivo en Venezuela, radicando ahí la importancia de atender el caso de marras pues, de acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS), la violencia que genera más de 10 decesos por cada 100.000 habitantes / año, es considerada una epidemia.

En este sentido, la presente investigación apunta a revisar el discurso del finado ex presidente venezolano en relación al proceso de demonización de su oposición política nacional e internacional, a los fines de poder comprender la polarización existente en esa nación y verificar la incidencia de la construcción discursiva como una de las posibles causas del estado actual de la violencia.

2. Metodología

2.1 Objeto, objetivos e hipótesis

A raíz del anuncio de la muerte de Hugo Chávez en marzo de 2013, los medios de comunicación dedicaron páginas con obituarios y resúmenes de sus principales intervenciones en público, tanto en el foro venezolano, como en el internacional. Si bien es muy seductor analizar el proceso de discusiones y turbias informaciones que se tejieron en torno a la muerte del mandatario venezolano, la presente investigación pretende conocer algunos hitos discursivos que permitan

desvelar el proceso de demonización de la oposición política venezolana a partir de lo que fueron considerados como hitos discursivos del ex mandatario y que pueden ser vitales para explicar la propia polarización como factor posiblemente relacionado a la violencia que actualmente vive esa nación suramericana.

En consecuencia, y como el discurso del mediático ex presidente es prácticamente inabordable en una investigación –se calcula que habló frente a los medios de comunicación más de 54 días seguidos desde el 2 de febrero de 1999 hasta el 22 de enero de 2010 (Natanson, 2010)–, se toman para esta investigación aquellos extractos del discurso del finado presidente venezolano en diarios que se encuentran en versión digital en castellano que transcurrida la primera semana del fallecimiento optaron por hacer un resumen de sus citas más mediáticas.

Sobre la base de esa enorme data, se determina preguntarse ¿Cómo reflejaron los medios de comunicación en castellano los grandes hitos del discurso de Chávez al momento de su fallecimiento?

Con esa pregunta de investigación, se procedió a obtener de fuentes secundarias –prensa digital– una relación de aquellos instantes del discurso del presidente Chávez que los propios medios seleccionaron como importantes.

Así, el objetivo de este estudio es el de revisar los principales hitos discursivos de la retórica del ex mandatario venezolano con relación a quienes se oponían a su gobierno, tanto en el ámbito doméstico como en la arena internacional. Para ello, se han determinado tres objetivos específicos:

- Seleccionar ediciones digitales de medios de comunicación que hayan compilado las frases más importantes de Hugo Chávez en el intervalo de una semana posterior al anuncio de su fallecimiento.
- Realizar un análisis de contenido de base interpretativa sobre las frases con mayor interés de la prensa en el lapso referido y que fueran conferidas por parte de Hugo Chávez en el transcurso de su gobierno (1999-2013).
- Cuantificar y valorar la retórica demonizadora en contra de sus oponentes políticos y analizar la posible influencia de dicho discurso en la polarización de la Venezuela actual.

2.2 Estrategias metodológicas

El método seguido para obtener la información fue el siguiente:

- 1) El 20 de julio de 2015, usando el metabuscador *google.es*.
- 2) Esta relación de palabras clave diarios + Chávez + frases + marzo 2013 generó un total de 13.200.000 resultados.
- 3) Se asumieron para el estudio solo las primeras cuatro páginas o pantallas del metabuscador en referencia.
- 4) De los resultados obtenidos fueron filtrados los resultados a través de la siguiente relación de palabras clave: se introdujo la siguiente secuencia de palabras clave: diarios + muerte de Chávez + discurso + frases + marzo 2013.
- 5) Esta segunda relación, generó un total de 6.700.000 resultados.
- 6) Igualmente se asumieron las primeras cuatro pantallas en las que figuraban medios de comunicación en su versión digital, de las que se excluyeron *blogs* e informaciones posteriores al 11 de marzo de 2013

Ulteriormente se procedió a realizar un análisis de contenido de base interpretativa de las frases divulgadas por los medios de comunicación. Entendido este tipo de método interpretativo como que “*involve interpretation of findings across studies to generate new inductive understandings of the phenomena, events or experiences*” (Saini & Shlonsky, 2012: 31). Se asumió que la muerte de Chávez, por tratarse de un evento noticioso, debía tener una reinterpretación, aprovechando para ello los textos destacados por la prensa y así, generar nuevas comprensiones del fenómeno Chávez y los medios.

En total, luego de la criba de las páginas que *google.es* arrojó, se asumieron sólo aquellas reseñas noticiosas que rescataron las frases de Chávez (y que los medios de comunicación consideraron más relevantes) quedando seleccionados 13 medios de comunicación con ediciones digitales (en orden alfabético):

perú21.pe del 5/03/2013
diariodeibiza.es del 5/03/2013
actualidad.rt.com del 5/03/2013

lanacion.com.ve del 6/03/2013
elmundo.com.sv del 6/03/2013
diarioadn.co del 6/03/2013

cnnspanol.com del 6/03/2013
 correodelorinoco.gov.ve del 6/03/2013
 var2.lagaceta.com.ar del 6/03/2013
 lajornadanet.com del 6/03/2013

laprensa.hn del 6/03/2013
 diarioinforme.net del 5 y 7 /03/2013
 voces.huffingpost.com del 7/03/2013

Luego de una revisión de las publicaciones señaladas, se asumieron como importantes para el análisis de contenido –por contemplar frases tanto para el contexto interno venezolano como para la comunidad internacional– los siguientes textos parciales de diferentes discursos del presidente Chávez (en orden cronológico):

Tabla 1. Textos parciales de las declaraciones de Hugo Chávez

FECHA	EXTRACTO DE LAS DECLARACIONES	OBJETIVO/ DIRIGIDO A
02/02/1999	“Juro delante de Dios, juro delante de la patria, juro delante de mi pueblo que sobre esta moribunda Constitución (d. 1961) impulsaré las transformaciones democráticas necesarias para que la república nueva tenga una Carta Magna adecuada a los nuevos tiempos. Lo juro”,	Opinión pública nacional e internacional.
27/08/2000	“Aquí hay un llamado: ‘Sociedad civil dispuesta a desobedecer’ –dice alguien– ah, Elías Santana. Ese es otro representante de un sector pequeñísimo de la sociedad civil (...). Bueno aquí según el diario <i>El Nacional</i> de hoy, dice el señor Elías Santana, a nombre de ‘Queremos elegir’ una agrupación, pequeña agrupación, tiene derecho a participar y siempre ha participado, pero no crean que ahora están esponjados y representan a la sociedad civil”.	Oposición venezolana.
11/10/2005	“Vicente Fox da tristeza porque se convirtió en un cachorro del imperio. Da tristeza el entreguismo del presidente Fox. Da verdaderamente tristeza, qué triste cómo un presidente se preste para ser un cachorro del imperio”.	Vicente Fox, presidente de los Estados Unidos Mexicanos para la fecha de la declaración.

FECHA	EXTRACTO DE LAS DECLARACIONES	OBJETIVO/ DIRIGIDO A
19/03/2006	“Eres un ignorante, burro, hombre enfermo, inmoral, cobarde, mentiroso, genocida, mataniños, borracho, ridículo. Ah, <i>mister</i> Danger, te metiste conmigo pajarito y entonces yo te voy a recordar desde acá desde las sabanas de Apure donde los llaneros le hicieron morder el polvo a los imperialistas que aquí vinieron. Te lo voy a decir en verso, <i>mister</i> Danger, en un verso que es de Cantaclaro: yo soy como el espinito <i>mister</i> Danger, que en esta sabana florea, le doy aroma al que pasa y espino al que me menea”.	George W. Bush, presidente de los Estados Unidos de Norteamérica para la fecha de la declaración.
28/04/2006	“Es un corrupto, sinvergüenza y ladrón de cuatro esquinas. Si por obra del demonio el señor (Alan) García llega a ser elegido presidente del Perú voy a retirar a mi embajador, porque con un presidente así, Venezuela no va a tener relaciones con el Perú. No vamos a tener relaciones con un presidente de esta calaña, con un ladrón, con un tahúr. A ver si voy a una cumbre y me roba este billete”.	Alan García, ex presidente de la República del Perú y candidato de la presidencia para la fecha de la declaración.
20/09/2006	“Huele a azufre”.	George W. Bush, presidente de los Estados Unidos de Norteamérica, en ocasión de anteceder sus declaraciones en la Organización de Naciones Unidas.
23/01/2007	"A ellos les mueve la ambición y por eso se están echando el cuchillo. Nosotros, en cambio, discutimos y debatimos”.	Directiva de Radio Caracas Televisión, canal al que se le negó la renovación de la concesión.
14/11/2007	“Ahora yo entiendo la furia del rey (Juan Carlos de España) (...) Señor rey, yo le digo lo siguiente: tenemos 500 años aquí y nunca nos callaremos, mucho menos a la voz de un monarca”.	Rey Juan Carlos I de España, en respuesta a la frase “¿por qué no te callas?”
06/12/2007	“Señores de la oposición sepan administrar esta victoria de mierda. Fue una victoria de mierda y la nuestra una derrota de coraje. Para mí fue la mejor derrota porque con una victoria pírrica la propuesta más bien hubiese sido catastrófica”.	Oposición política venezolana.

FECHA	EXTRACTO DE LAS DECLARACIONES	OBJETIVO/ DIRIGIDO A
12/05/2008	“Señora canciller (Ángela Merkel), se puede ir a (...) Y no voy a decir más porque es una mujer. Ella es de la derecha alemana, la misma que apoyó a Hitler y la misma que apoyó al fascismo”.	Canciller alemana Ángela Merkel.
11/09/2008	“Váyanse al carajo yanquis de mierda que aquí hay un pueblo digno, aquí hay un pueblo digno, yanquis de mierda, váyanse al carajo 100 veces, aquí estamos los hijos de (Simón) Bolívar, de Guaicaipuro (líder indígena local) y de Tupac Amaru. Nosotros estamos resueltos a ser libres”.	Gobierno de los Estados Unidos de Norteamérica.
11/09/2008	“Hago responsable de lo que pueda ocurrir al gobierno de Estados Unidos, que está detrás de todas las conspiraciones contra nuestro pueblo; hago responsable al gobierno de Estados Unidos por el envío petrolero de Venezuela a aquel país. Si viniera alguna agresión contra Venezuela, pues no habrá petróleo ni para el pueblo ni para el gobierno de Estados Unidos. Sépanlo yanquis de mierda”.	Gobierno de los Estados Unidos de Norteamérica.
04/02/2012	“Como se habla del casticismo al cuadrado yo me sumo al chavismo para hacerlo al cuadrado”.	Oposición política venezolana.
06/04/2012	“Dame vida Dios aunque sea llameante, vida dolorosa, no me importa. Dame tu corona, Cristo. Dámela que yo sangro, dame tu cruz, cien cruces, que yo la llevo, pero dame vida. No me llesves todavía, dame tus espinas, dame tu sangre, que yo estoy dispuesto a llevarla pero con vida, Cristo, mi señor. Amén”.	Opinión pública nacional e internacional. Iglesia Católica.

Fuente: Elaboración propia.

Estos textos se introdujeron en el software *AtlasTi* (versión 6.2.28) para el análisis de contenido cualitativo bajo los siguientes códigos que emergieron durante el análisis (en orden alfabético):

Gráfico 1. Códigos definidos dentro de *AtlasTi* de los extractos discursivos

Amenazas	Gentilicio	Medios de comunicación	Religión- fe
Atributos personales	Ideología	Muerte	República
Constitución	Imperio	Nuevos calificativos	Tristeza
Declaraciones bélicas	Invasión	Ofensivas de otros	Venganza
Democracia	Jurar	Oposición	Victoria bélica
Demonio	Libertad	Otros presidentes	Vida como contrario a muerte
Descalificación	Logros del adversario	Patria	
Desobediencia/obediencia	Logros internacionales	Pueblo	

Fuente: Elaboración propia a partir de AtlasTi (v. 6.2.28).

La lista de códigos, como se ve, destaca los discursos reflejados por la prensa en dos grandes familias:

- Las cualidades del líder y su sistema político: atributos personales, Constitución, democracia, gentilicio, jurar, libertad, patria, pueblo, religión-fe, república, tristeza
- Los atributos que tiene la oposición interna e internacional: amenazas, declaraciones bélicas, demonio, descalificación, desobediencia/obediencia, imperio, invasión, logros del adversario, logros internacionales, medios de comunicación, muerte, ofensivas de otros, oposición, otros presidentes, venganza.

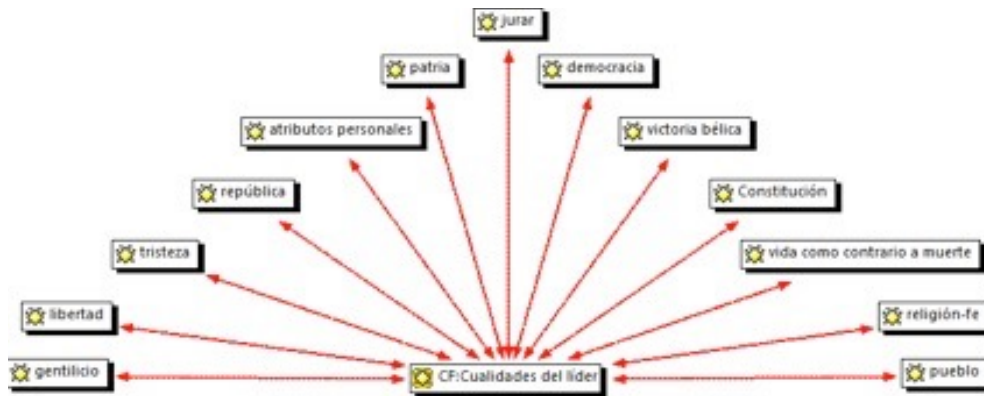
3. Resultados

En los textos analizados, se contabilizaron las siguientes unidades retóricas/ muestrales: amenazas (6), los atributos personales (11), la Constitución (2), las declaraciones bélicas (5), la democracia (1), demonio (2), descalificaciones (32), desobediencia (2), gentilicio (10), ideología (2), imperio (6), invasión (1), jurar

(4), libertad (1), logros del adversario (2), logros internacionales (1), medios de comunicación (1), muerte (1), nuevos calificativos (5), ofensivas de otros (4), oposición (5), otros presidentes (5), patria (2), pueblo (1), religión-fe (6), república (1), tristeza (5), venganza (2), victoria bélica (1) y vida como contrario a muerte (6).

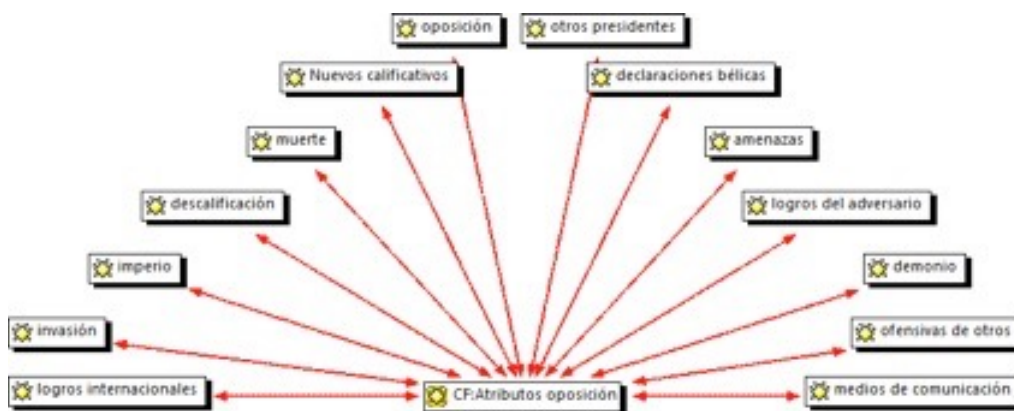
Como el análisis resulta poco manejable, puesto que resultaron demasiados códigos empleados, se decidió por categorizar las unidades muestrales en las dos grandes familias referidas *ut supra*, que arrojaron los siguientes árboles de relación:

Gráfico 2. Árbol de relación de cualidades del líder



Fuente: Elaboración propia a partir de AtrasTi (v. 6.2.28).

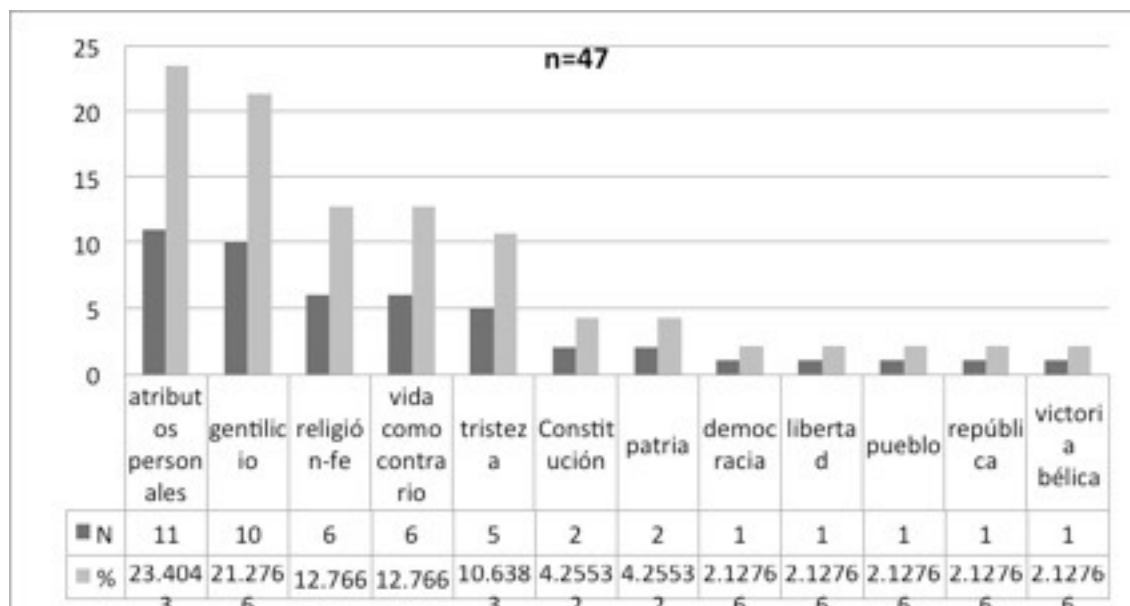
Gráfico 3. Árbol de relación de atributos de la oposición



Fuente: Elaboración propia a partir de AtrasTi (v. 6.2.28).

Si observamos las relaciones porcentuales del discurso chavista se tendría un cuadro de proporciones mayores en materia de descalificaciones a la oposición (76 menciones, es decir, 62% del discurso analizado) frente a los atributos que el mismo Chávez dice tener de sí mismo (47 menciones, equivalentes al 38% del objeto discursivo).

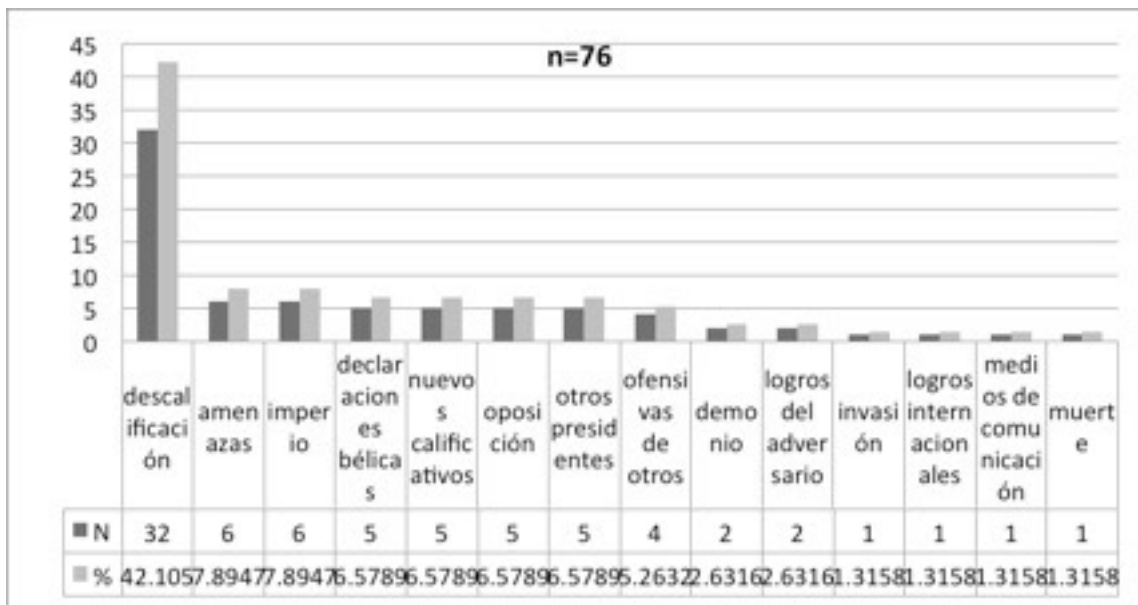
Gráfico 4. Cuantificación de atributos de cualidades de líder en el discurso



Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar, las cualidades de las que se apropia el presidente Chávez están directamente relacionadas con sus atributos personales, sus cualidades como líder, además de su vínculo con la venezolanidad, con el gentilicio, así como con la vida, la religión, la pena que le dan ciertos adversarios como Vicente Fox (tristeza) y otros atributos que relaciona con su propia persona como patria, democracia, libertad, pueblo y república.

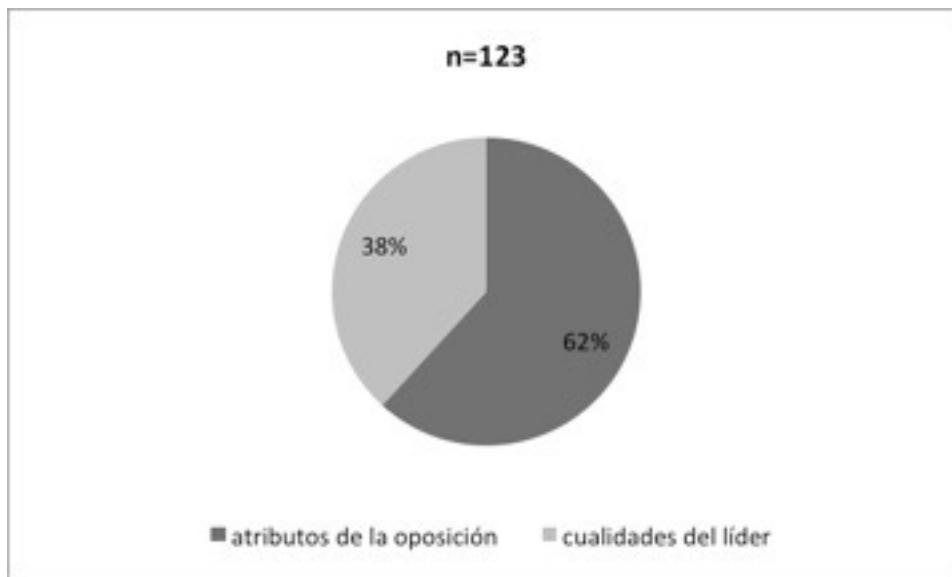
Gráfico 5. Cuantificación de atributos de oposición en el discurso



Fuente: Elaboración propia.

Del otro lado de su discurso, en relación de opuestos discursivos, está la oposición a la que categoriza en sus textos con adjetivos calificativos (42,11%), así como relacionarla como amenaza a su gobierno y al país o de la vuelta del imperio sobre el territorio (cada una con 7,89%) y una proporción de declaraciones bélicas contra la oposición, presidentes de otras naciones adversas a su proyecto, el manejo de la oposición, y más descalificaciones (6,579% cada una sumando el 26,36%) lo que convierte al discurso de Hugo Chávez en un verdadero bombardeo de adjetivaciones y descalificaciones a sus oponentes tanto dentro de Venezuela como fuera de ella.

Gráfico 6. Comparativa de categorías del discurso



Fuente: Elaboración propia.

Así, la forma de demonizar a los oponentes a su gobierno ocupó el 62% de su discurso, casi dos terceras partes, mientras que para destacar sus esfuerzos por la revolución, sus muestras de adhesión a la causa ocupan el 38%, lo que subraya que las formas de su texto son particularmente directas contra la oposición, generando en consecuencia, manifestaciones que, tal vez por altaneras, fueron destacadas por la prensa los días posteriores a su muerte.

Por su parte, es la prensa de esos días posteriores a la muerte del presidente Chávez la encargada de destacar los mecanismos de demonización hacia la oposición. El rescate de los textos -que tanto dentro como fuera de Venezuela- considerados en esta investigación como hitos de la ideología de la demonización del chavismo, son si se quiere, parte del imaginario colectivo creado, en parte, por los propios medios de comunicación que, en una revisión *ex post facto* muestran al líder en ese doble rol de destacar sus virtudes como líder y de denostar a sus opositores.

4. Conclusiones y discusión

4.1. Cuantificación de la retórica demonizadora en el discurso de Hugo Chávez

De las 14 recopilaciones discursivas tomadas en consideración en esta investigación, se lograron extraer 30 códigos temáticos clasificados en 2 familias. La primera, relativa a las cualidades del líder y su sistema político, en la que el emisor se refiere a sus propios atributos y características de gobierno; y la segunda, relativa a los atributos en los que califica a la oposición –tanto doméstica como internacional–.

Sobre la familia discursiva *cualidades de líder* se contabilizó la presencia de 47 menciones de los códigos de este atributo, lo que significa un 38% del discurso analizado, mientras que los calificativos de la oposición ocuparon un total de 76 menciones, equivalentes al 62% del total de los extractos simbólicos.

Del total de los atributos de la oposición como opuesto discursivo, 68,47% fueron adjetivaciones descalificativas y amenazas, mientras que 15,78% relacionaban a sus oponentes como una amenaza para la estabilidad del proyecto que encabezaba o la propia gobernabilidad del país, por lo que en adhesión, se podría englobar que 84,25% de los hitos discursivos analizados contienen elementos retóricos de violencia contra la otredad.

En cuanto a la demonización directa a los oponentes a su gobierno, casi dos terceras partes (62%) ocuparon el total de la muestra analizada, cifras que definen el discurso de Hugo Chávez como un continuo mecanismo de satanización hacia la oposición interna e internacional.

Estos datos, sin ser conclusivos por tratarse de una muestra de medios de comunicación en el período señalado en la metodología, se contrastan con los postulados teóricos que se han expresado en esta investigación.

4.2. Proceso de demonización en la cognición social de la otredad venezolana

La demonización, lejos de buscar puntos de acuerdo o confluencia de intereses, intenta estigmatizar a un grupo social para fijar la percepción de imposibilidad de coexistencia. En los casos analizados se entrevé con meridiana claridad que el discurso genera realidades (Searle, 1958, 1997; Watzlawick, 1979) que incluso pueden ir contra toda naturaleza del propio intercambio social.

El culto sistemático y la aceptación irreflexiva de ese discurso difamatorio conllevan a una parte de la sociedad a su acritica y anomia sobre los desaciertos de quien ostenta el papel de héroe, ya que se supone que los errores son simples daños colaterales de una guerra entre el bien y el mal (Field, 1996), por lo que la desinformación colectiva es consecuencia y causa a la vez del empleo de esta estratagema.

Para generar identificación con el protagonista (Fernández-Villanueva *et al.*, 2011; Livingstone, 1998; Zillmann, 1994) y por ende, el rechazo expreso o tácito al antagonista, es necesario crear una dinámica de confrontación aun cuando sea inexistente la misma, utilizando los recursos de la empatía y la transferencia (Field, 1996), por lo que se genera en la cognición social un pre-condicionamiento que hace que el opositor sea inaceptable o moralmente inferior, acarreado así la estigmatización, invisibilización y devaluación perceptiva, aislando a parte de la sociedad y enviándola al ostracismo. (Goffman, 2006).

El excesivo uso de un discurso demonizador lleva consigo también una enorme carga de apreciación negativa que no permite la relación natural inter-pares, ni por parte del emisor ni de sus seguidores, simplificando al conjunto

externo a través de estereotipos y tópicos que discriminan activamente al contrario.

Los calificativos directos, que ocuparon 62% del discurso del finado ex mandatario venezolano y referidos con anterioridad, podrían responder a cuatro tácticas semiológicas para demonizar al “otro”, mientras se auto-sacralizaba su propia figura de líder con 38% de la retórica en análisis. Estas estrategias son:

- Crear discursivamente un enemigo: Todo argumento de la lucha entre el bien y el mal debe identificar un protagonista –que hace o intenta hacer el bien– y un antagonista (Field, 1996). En el caso venezolano, el enemigo podía ser multidiverso como se demuestra en los objetivos discursivos de la tabla 1 de la presente investigación. Chávez en su retórica acusaba a cualquier persona, organización o país que se opusiera a su ideología o gobierno como enemigo de Venezuela, con el fin de gestar un imaginario de guerra continua, que servía bien para cohesionar a sus acólitos y seguidores, justificar el fracaso de su gobierno, así como para invisibilizar y deslegitimar los razonamientos del contrario político.
- Justificar los desaciertos de la gestión: Crear discursivamente a un enemigo, además de crear un imaginario de la lucha entre el bien y el mal, también servía como justificante sobre la ingobernabilidad del país y los desaciertos en las políticas económicas, sociales y de seguridad. La pragmática de esta estrategia minimiza la necesidad de rendir cuentas o explicar a los gobernados y la comunidad internacional los fracasos de su modelo de gobierno, bajo la fórmula de culpar a otros de la inestabilidad e ingobernabilidad de su propia gestión, bajo la figura de una guerra silenciosa que se lleva a cabo.
- Crear eslóganes de campaña: Los adjetivos calificativos contribuyen a crear *soundbytes*, frases u oraciones sin mucha complejidad que consiguen la atención de los medios y la opinión pública, quedando también postrada en la memoria de sus adeptos. Las intervenciones retóricas del ex mandatario hacían uso continuo de los descalificativos, resultando su aplicación con aceptación popular y creando hitos discursivos como los que se revisan en la prensa digital estudiada en la tabla 1 de la presente investigación. A través del uso de estos lemas se reduce también la necesidad de diálogo y debate, por lo que la mayo

-ría de sus seguidores renunciaban a cualquier posibilidad de conversación de ideas contrarias por el simple hecho de pre-existir una disonancia cognitiva al interpretar que cualquier discusión es baladí, más aún si el interlocutor pertenece a la clase demonizada. En esta etapa los adjetivos pueden carecer de razonamiento (*logos*), pero son acompañados con grandes contenidos emocionales (*pathos*). (Aristóteles, 2006).

Polarizar y radicalizar las posiciones ideológicas: La continua exposición a discursos donde se refería a aquellos líderes y sectores venezolanos que no apoyaban su gestión, así como personalidades de otros países como enemigos, fue calando en el imaginario colectivo. Esta retórica incendiaria originaba dos realidades distintas de un mismo país, una desde la óptica de una invisibilizada y demonizada oposición y otra desde el monólogo oficial. Así se dejaba ver en la dicotomía “patria”, “patriotas”, “revolucionarios”, sacralizados tácitamente en el discurso, mientras que se satanizaba cualquier intento de pensamiento contrario.

5. Comentarios finales

El acceso preferencial al podio discursivo social, otorga la capacidad al emisor de institucionalizar realidades a través del lenguaje, como elemento fundamental para la adquisición y mantenimiento del poder simbólico, por lo que el discurso es en su esencia un acto político.

Aunque la transmisión de los mensajes sean intermediados por los medios de comunicación, que otorgan mayor divulgación a dichas realidades constituidas como acto persuasivo, el modelo del periodismo actual, atravesado por una lógica de incompletitud discursiva, intentan mantener fidelidad a la cita y la fuente, aun cuando el contenido de los mensajes pudieren tener una incidencia catastrófica en las relaciones sociales. Esto es indicativo que el filtro ético de los mensajes se encuentra sólo en la capacidad de acceso preferencial de los medios y no en la divulgación de sus contenidos.

Es evidente la tendencia polarizadora en los actos discursivos del finado ex presidente Hugo Chávez, sobre todo a través del recurso de la demonización en contra de grupos o sujetos que no avalaran su filosofía o pragmática de gobierno.

Esta sobreexposición a contenidos disyuntivos, incluso con axiomas de odio, ridiculización y antagonismo, aumentan el contenido de violencia discursiva y en definitiva otorga una mayor polarización, en el entendido que sobre el citado mandatario existió una especie de culto a la personalidad, que incrementaba la identificación auditorio-emisor.

No en vano, desde 1999 a marzo de 2013, fecha la cual fue anunciada la muerte de Chávez, la tasa de homicidios y delitos violentos aumentó 415,78% (Abadi, 2014), a razón de 29,69% anual, ubicando a Venezuela en la disputa por el primer país con más muertes por violencia del mundo.

Aunque lógicamente estas cifras son resultado de muchos factores, tales como la impunidad –según expertos del Observatorio Venezolano de la Violencia, sólo 2% de los homicidios habían sido resueltos–, las marcadas diferencias entre clases económicas, el incremento de la pobreza, el crecimiento demográfico desproporcionado, la carencia de autonomía e independencia del poder judicial y la sobresaturación de tribunales y prisiones; el discurso violento producto de la propia polarización del país, tendiente al odio racial y económico, puede también ser fundamental para explicar el súbito incremento de las citadas sumas.

Por estas razones, aunque la estrategia de demonización y polarización puede resultar efectiva a fines electorales y de apoyo internacional, al invisibilizar oposiciones y sacralizar una lucha imaginaria que sirve para justificar los propios errores, también se constituye dicotómicamente como una fórmula equívoca que genera daños perceptivos sociales, cicatrices que difícilmente puedan con el tiempo desaparecer.

Referencias Bibliográficas

Actualidad (5 de marzo de 2013) Las mejores frases de Hugo Chávez en sus 14 años de gobierno. *Actualidad*. Recuperado de <http://actualidad.rt.com/actualidad/view/88259-frases-hechas-chavez-imperio-politica>

Proceso de demonización de la oposición policial en los hitos discursivos de Hugo Chávez según la prensa digital
Luis M. Romero- Rodríguez y Max Römer Pieretti

Abadi, A. (2014, Enero 11). Muertes por violencia en Venezuela comparadas con el mundo. Extraído de <http://prodavinci.com/blogs/las-muertes-por-violencia-en-venezuela-comparadas-con-el-mundo-por-anabella-abadi-m-numeralia/>

Adams-Price, C; Greene, A.L. (1990). Secondary attachments and self-concept during adolescence. *Sex Roles*, (22), 187-198.

ADN (6 de marzo de 2013) Frases y momentos 'célebres' de Chávez. ADN. Recuperado de <http://diarioadn.co/actualidad/mundo/muerte-de-hugo-ch%C3%A1vez-frases-y-momentos-c%C3%A9lebres-de-ch%C3%A1vez-1.49970>

Arévalo, J.J. (6 de marzo de 2013). Frases célebres de Hugo Chávez en sus momentos de vida. Grabadas y recordadas para tener en cuenta. *La Jornada*. Recuperado de <http://www.lajornadanet.com/diario/archivo/2013/marzo/6/3.php>

Aristóteles. (2006). *Poética*. (A. V. Lecumberri, Trad.) Madrid: Alianza Editorial.

Bourdieu, P. (1988). Espacio social y poder simbólico. Cosas dichas. Buenos Aires: Gedisa.

Chávez, H. (2001). *Cadena Nacional - 8 de agosto*. Extraído de <http://www.analitica.com/bitbliblioteca/hchavez/cadena20010808.asp>

CNNEspañol.com (6 de marzo de 2013). Las frases más polémicas de Chávez. *CNN En Español*. Recuperado de <http://cnnespanol.cnn.com/2013/03/06/las-frases-mas-polemicas-de-hugo-chavez/>

Correo del Orinoco (6 de marzo de 2013). Las frases de Chávez que pasaron a la historia. Desde que llegó al poder en febrero de 1999. Correo del Orinoco. Recuperado de <http://www.correodelorinoco.gob.ve/nacionales/frases-chavez-que-pasaron-a-historia>

d'Aubeterre, L. (2009). Violencia social y discurso político presidencial venezolano: un estudio psicosocial. *Psicología & Sociedade*, 21(3), 391-401.

Diario El Mundo (5 de marzo de 2013). Frases célebres de la retórica de Chávez a lo largo de sus gobiernos. *Diario El Mundo*. Recuperado de <http://elmundo.com.sv/frases-celebres-de-la-retorica-de-chavez-a-lo-largo-de-sus-gobiernos>

EFE (5 de marzo de 2013). "Chávez ya no soy yo, Chávez somos todos", una de sus frases célebres. *Diario Informe*. Recuperado de <http://diarioinforme.net/politica/chavez-ya-no-soy-yo-chavez-somos-todos-una-de-sus-frases-celebres>

EFE/EP (6 de marzo de 2013). Muere Hugo Chávez. *Diario de Ibiza*. Recuperado de <http://www.diariodeibiza.es/internacional/2013/03/05/muere-hugo-chavez/607518.html>

Eyal, K; Rubin, A. (2003). Viewer aggression and homophily: Identification and parasocial relationships with television characters. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, (47), 77-98.

Fairdough, N. (1989). *Language and Power*. London: Longman.

Fernández-Villanueva, C; Revilla, J; Domínguez-Bilbao, R. (2011). Identificación y especularidad en los espectadores de violencia en televisión: Una reconstrucción a partir del discurso. *Comunicación y Sociedad*, Vol. XXIV (1), 7-33.

Field, S. (1996). El manual del guionista. Ejercicios e instrucciones para escribir un buen guion paso a paso. Madrid: Plot Ediciones.

Foucault, M. (1980). Power/Knowledge. Selected Interviews and Other Writings 1972-1977. London: Harvester.

Proceso de demonización de la oposición policial en los hitos discursivos de Hugo Chávez según la prensa digital
Luis M. Romero- Rodríguez y Max Römer Pieretti

Gergen, K., Keith, D. (1985). *The social construction of the person*. New York: Springer.

Gergen, K. (1992). *El yo saturado: Dilemas de identidad en el mundo contemporáneo*. Madrid: Paidós.

Goffman, E. (2006). *Estigma. La identidad deteriorada*. Buenos Aires: Amorrortu.

Huesmann, L. (1986). Psychological processes promoting the relation between exposure to media violence and aggressive behaviour by the viewer. *Journal of Social Issues*, 42, 125-139.

Huffpost Voces (7 de marzo de 2013) 'No me dejen morir', últimas palabras de un agonizante Chávez. *Huffington Post*. Recuperado de http://voces.huffingtonpost.com/2013/03/07/hugo-chavez-ultimas-palabras_n_2829126.html?view=print&comm_ref=false

La Gaceta.com (6 de marzo de 2013). Las frases más polémicas de Chávez. *La Gaceta.com*. Recuperado de <http://var2.lagaceta.com.ar/nota/535466/mundomundo/frases-mas-polemicas-chavez.html>

La Nación (6 de marzo de 2013). Sus famosas y polémicas frases. *La Nación*. Recuperado de <http://www.lanacion.com.ve/nacional/sus-famosas-y-polemicas-frases/>

La Prensa (6 de marzo de 2013) Frases famosas de Chávez: "Ayer estuvo el diablo aquí..." *La Prensa*. Recuperado de <http://www.laprensa.hn/inicio/355554-332/frases-famosas-de-ch%C3%A1vez-ayer-estuvo-el-diablo-aqu%C3%AD?kw=Frases%20famosas%20de%20Chavez>

Livingstone, S. (1998). *Making sense of televisión: The psychology of audience interpretation*. New York: Routledge.

Lozano, A. (7 de marzo de 2013). Chávez: chispa y creatividad para patentar memorables frases. *Diario Informe*. Recuperado de <http://diarioinforme.net/destacados/chavez-chispa-y-creatividad-para-patentar-memorables-frases-citas>

Mas de Xaxás, J. (2005). *Mentiras. Viaje de un periodista a la desinformación*. Barcelona: Destino.

Natanson, J. (2010). Medios y "Nueva izquierda": Algunos apuntes impresionistas. En O. R. (editor), *¿Por qué nos odian tanto?* Bogotá: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, C3, FES.

Oficina de Naciones Unidas contra la Droga y el Delito. (2013). *Estudio Mundial sobre el Homicidio*. Londres: UNODC.

Orwell, G. (2006). *Rebelión en la granja*. Barcelona: Destino.

Orwell, G. (2007). *1984*. Barcelona: Destino.

Peru 21 (5 de marzo de 2013) Hugo Chávez: Las frases más afiladas del polémico mandatario venezolano. *Perú 21*. Recuperado de <http://peru21.pe/politica/hugo-chavez-frases-mas-afiladas-polemico-mandatario-venezolano-2120334>

Rodrigo-Alsina, M. (1995). *Los modelos de comunicación*. Madrid: Tecnos.

Römer-Pieretti, M (2009). Análisis semiótico greimasiano de la Venezuela de abril de 2002. Una aproximación explicativa del "Efecto CNN". *Doxa Comunicación*, 8, 25-52.

Römer-Pieretti, M. (2013). " Por ahora" construcción de la identidad cultural y política en la Venezuela de Chávez. En D. Caldevilla (Coord.) *Parámetros actuales de evaluación para la comunicación persuasiva*. (pp. 365-380). Madrid: Visión Libros.

Proceso de demonización de la oposición policial en los hitos discursivos de Hugo Chávez según la prensa digital
Luis M. Romero- Rodríguez y Max Römer Pieretti

Römer-Pieretti, M; Herrero, J.C. (2014). Análisis semiótico de los anuncios para televisión de las campañas a la presidencia de Venezuela 2012. En S. Liberal y P. Fernández (Coords.) *Últimos estudios sobre Publicidad: de 'Las Meninas' a los tuits*. (pp. 73-89). Madrid: Editorial Fragua.

Romero-Rodríguez, L. (2015). Mediamorfosis y desinformación en la infoesfera: Alfabetización mediática, digital e informacional ante los cambios de hábitos de consumo informativo. *Education in the Knowledge Society (EKS)*, 16 (1), 44-57. DOI: 10.14201/eks20151614457

Romero-Rodríguez, L. (2016). La desinformación económica en España: Análisis del caso BFA-Bankia y su salida a bolsa. *Communication & Society*, 29(1), 37-51. DOI: 10.15581/003.29.1.sp.37-51

Pérez-Savelli, M; Ortiz-Guinand, E. (2010). *Y aquí están ¡Frijolito y Robustiana!*
Extraído de: <http://extempforaneo.net/wordpress/raices/y-aqui-estan-%C2%A1frijolito-y-robustiana>

Saini, M; Shlonsky, A. (2012). *Systematic synthesis of qualitative research*. New York: Oxford University Press.

Searle, J. R. (1958). *Speech Acts: An essay in the Philosophy of Language*. New York: Cambridge Press University.

Searle, J. R. (1997). *La construcción de la realidad social*. Barcelona: Paidós.

Watzlawick, P. (1979). *¿Es real la realidad? Confusión, Desinformación, Comunicación*. Barcelona: Herder.

Zafaroni, E. (2012). *La cuestión criminal*. Buenos Aires: Planeta.

Zillmann, Dolf. (1994). Mechanisms of emotional involvement with drama. *Poetics*, (23), 33-51.