

# Discurso político del exceso en tiempos de crisis: vocabulario populista de los candidatos presidenciales en Chile y Colombia (2021-2022)

## Political discourse of excess in times of crisis: populist vocabulary of presidential candidates in Chile and Colombia (2021-2022)

**Freddy Santamaría-Velasco; Néstor Julián Restrepo-Echavarría; Dora A. Ramírez-Vallejo**

Como citar este artículo:

**Santamaría-Velasco, Freddy; Restrepo-Echavarría, Néstor Julián; Ramírez-Vallejo, Dora A.** (2024). "Discurso político del exceso en tiempos de crisis: vocabulario populista de los candidatos presidenciales en Chile y Colombia (2021-2022) [Political discourse of excess in times of crisis: populist vocabulary of presidential candidates in Chile and Colombia (2021-2022)]". *Infonomy*, v. 2, n. 6, e24063. <https://doi.org/10.3145/infonomy.24.063>



**Freddy Santamaría-Velasco**

<https://orcid.org/0000-0003-3864-5237>

<https://directorioexit.info/ficha7200>

Universidad Pontificia Bolivariana

Facultad de Ciencias Políticas

Grupo de Investigación en Estudios Políticos

Circular 1ª 70-01, barrio Laureles, Medellín, Colombia

[freddy.santamariave@upb.edu.co](mailto:freddy.santamariave@upb.edu.co)



**Néstor Julián Restrepo-Echavarría**

<https://orcid.org/0000-0002-2881-1249>

<https://directorioexit.info/ficha4787>

Universidad EAFIT

Escuela de Humanidades

Grupo de investigación Comunicación y estudios culturales

Carrera 49 N° 7 Sur-50, Medellín, Colombia

[nrestr12@eafit.edu.co](mailto:nrestr12@eafit.edu.co)



**Dora A. Ramírez-Vallejo**

<https://orcid.org/0000-0002-5123-0987>

<https://directorioexit.info/ficha7199>

Museo Casa de la Memoria

Universidad Pontificia Bolivariana; Universidad EAFIT

Consultora Análisis del Discurso y Datos

[doraramirezvallejo@gmail.com](mailto:doraramirezvallejo@gmail.com)

## Resumen

El 19 de diciembre de 2021 los chilenos eligieron como primer mandatario de su país a Gabriel Boric. Seis meses después, el 19 de junio de 2022 en las elecciones presidenciales de Colombia, el ganador fue Gustavo Petro. Aunque son diferentes países de Latinoamérica, ambos tenían contextos electorales parecidos provocados por la crisis socioeconómica dejada por la pandemia del Covid-19, las movilizaciones y protestas sociales de diferentes sectores de la sociedad, el rechazo a la política e instituciones tradicionales y una contienda electoral variopinta con diferentes personajes, algunos de los cuales prometían solucionar esta insatisfacción cada vez más creciente en los ciudadanos. Este artículo analiza el discurso electoral de Gabriel Boric y José Antonio Kast en Chile y de Gustavo Petro y Rodolfo Hernández en Colombia, con el fin de identificar los excesos discursivos que usaron estos dirigentes políticos para valerse del contexto de crisis y exaltar su figura política para obtener la victoria electoral. Se ha usado una metodología de análisis del discurso político con códigos y categorías que configuran un vocabulario populista, para después revisar la muestra a partir del procesamiento de lenguaje natural *Python*.

## Palabras clave

Crisis latinoamericana; América Latina; Análisis del discurso político; Populismo; Elecciones presidenciales; Contienda electoral; Vocabulario populista; Chile; Colombia.

## Abstract

On December 19, 2021, Chileans elected Gabriel Boric as their country's first president. Six months later, on June 19, 2022 in the Colombian presidential elections, the winner was Gustavo Petro. Although they are different countries in Latin America, both had similar electoral contexts caused by the socioeconomic crisis left by the Covid-19 pandemic, the social mobilizations and protests of different sectors of society, the rejection of traditional politics and institutions, and an electoral contest with different characters; among which, some promised to solve this increasingly growing dissatisfaction among citizens. This article analyzes the electoral speech of Gabriel Boric and José Antonio Kast in Chile and Gustavo Petro and Rodolfo Hernández in Colombia, in order to identify the

discursive excesses that these political leaders used to take advantage of the context of crisis and exalt their political figure to obtain electoral victory. A political discourse analysis methodology was used with codes and categories that configure a populist vocabulary, and then the sample was reviewed using *Python* natural language processing.

### Keywords

Latin American crisis; Latin America; Analysis of political discourse; Populism; Presidential elections; Electoral contests; Populist vocabulary; Chile; Colombia.

## 1. Introducción

El 19 de diciembre de 2021 los chilenos eligieron primer mandatario de su país a Gabriel Boric. Seis meses después, el 19 de junio de 2022 en las elecciones presidenciales de Colombia, el ganador fue Gustavo Petro. Aunque son diferentes países de Latinoamérica, ambos tenían contextos electorales parecidos provocados por la crisis socioeconómica dejada por la pandemia del Covid-19, las movilizaciones y protestas sociales de diferentes sectores de la sociedad, el rechazo a la política e instituciones tradicionales y una contienda electoral variopinta con diferentes personajes, entre los cuales, algunos prometían solucionar esta insatisfacción cada vez más creciente en los ciudadanos. De acuerdo con los datos entregados por *Latinobarómetro*, para el 2020, el apoyo a la democracia por encima de cualquier otra forma de gobierno se situó en Chile en un 64,5% y en Colombia en 49,5%. No obstante, en cuanto a la satisfacción con la democracia como forma de gobierno, los resultados se muestran en la tabla 1.

La tabla refleja que, de los encuestados, en Chile un 51,4% está “No muy satisfecho”, mientras que en Colombia está cifra baja un poco a 49,5%. Al sumar “Muy satisfecho” con “Más bien satisfecho”, los chilenos suman un total de 19,1% y los colombianos 18,0%. Las cifras reflejan la poca o nada satisfacción que se tienen en el 2020 con el funcionamiento de la democracia. Para el 2021, según datos del Barómetro de las Américas, en Chile había un 29% de satisfacción con la democracia y en Colombia un 26%.

En el informe de *Latinobarómetro* “Adios a Macondo” de 2021, se describe que los países latinoamericanos vivieron una atomización de las reglas democráticas debido a que sus ciudadanos ya no estaban dispuestos a tolerar las anteriores condiciones con las que se venía gobernando, tales como: “El abuso de poder, los privilegios, la restricción de la pluralidad están en el corazón de la demanda de igualdad ante la ley, de respeto, de dignidad” (*Latinobarómetro*, 2021, p. 1). Para el informe de 2023, “La recesión democrática de América Latina”, se ratifica que el tiempo de deterioro sistemático en las condiciones políticas de estos países se evidencia en el estado crítico en el que se encuentra la democracia, la preferencia de las personas por líderes con actitudes autoritarias, así como el desplome de las

tradicionales estructuras de partidos políticos. De ahí las alternancias en el poder que ha habido desde el 2018, fruto de

“Las quejas por opciones, pluralidad y soluciones no se expresan verbalmente, pero sí lo hacen en el malestar hacia la política, el alejamiento de los partidos, el abstencionismo, el voto nulo y blanco, y la alternancia en el poder” (*Latinobarómetro*, 2023, p. 1).

Tabla 1. Satisfacción con la democracia en Chile y Colombia en 2020

<b>Satisfacción con la democracia</b>			
En general, ¿Diría Ud que está muy satisfecho, más bien satisfecho, no muy satisfecho o nada satisfecho con el funcionamiento de la democracia en {PAÍS}?			
<b>Categoría</b>	<b>Total</b>	<b>Identificación del País</b>	
		<b>Chile</b>	<b>Colombia</b>
Muy satisfecho	4.2%	1.3%	7.0%
Más bien satisfecho	14.4%	17.8%	11.0%
No muy satisfecho	50.4%	51.4%	49.5%
Nada satisfecho	31.0%	29.4%	32.6%
(N)	2,279 (100%)	1,125 (100%)	1,154 (100%)

Fuente: *Latinobarómetro*

Estos datos evidencian una percepción de crisis de las instituciones democráticas tradicionales en la que sus ciudadanos solicitan un cambio social.

Estas demandas de un cambio se expresaron en las protestas sociales que se presentaron en Chile y en Colombia. Las movilizaciones en Chile se desataron el 14 de octubre de 2019, cuando el gobierno del entonces presidente Sebastián Piñera subió el precio del pasaje del metro 30 pesos (para un total de 830 pesos chilenos). Por tal situación los estudiantes salieron a protestar pero la situación se fue agravando en la capital Santiago; se quemaron estaciones de metro, se saquearon comercios y se atacaron espacios públicos. Como respuesta, el presidente decretó estado de emergencia, con el fin de desplegar los militares y ordenar toque de queda. No obstante, el 19 de octubre el presidente Piñera tuvo que ceder ante la presión de la movilización y suspender el alza de la tarifa del metro (*BBC*, 23 octubre 2019). Aun así, las movilizaciones siguieron, no solo en la capital sino en el resto del país. El mismo presidente en mensaje televisado el 20 de octubre de 2019 dijo:

“Estamos en guerra contra un enemigo poderoso, implacable, que no respeta a nada, ni a nadie, que está dispuesto a usar la violencia y la delincuencia sin ningún límite, incluso cuando significa pérdidas de vidas humanas, que está dispuesto a quemar nuestros hospitales, nuestras estaciones del Me-

tro, nuestros supermercados, con el único propósito de producir el mayor daño posible a todos los chilenos.

Ellos están en guerra contra todos los chilenos de buena voluntad que queremos vivir en democracia con libertad y en paz” (*Prensa Presidencia*, 20 de octubre de 2019, párr. 1).

Finalmente, terminó su discurso diciendo que comprendía muy bien a quienes protestaban, por sus carencias y privaciones, por sentir que el gobierno no les había entregado lo correspondiente. Por eso, se comprometió que en su gobierno seguiría mejorando las pensiones, bajando los precios de los medicamentos y generando todas las condiciones para que los chilenos tuvieran la oportunidad de una vida plena y feliz. No obstante, días después, el 25 de octubre de 2019 se dio la convocatoria más grande que se haya tenido en la capital, en la Plaza Italia, con al menos un millón de personas en las calles (**Urrejola**, 2019). El 15 de noviembre, se logró establecer un acuerdo entre las partes para hacer un plebiscito en el que los ciudadanos elegirían si querían o no una nueva constitución; el plebiscito se llevó a cabo en abril de 2020. Este fue el contexto previo a las elecciones presidenciales del 2021, un ambiente político con insatisfacción por las instancias democráticas tradicionales, el gobierno de turno y con múltiples demandas sociales.

Por su parte, en Colombia, el paro nacional se inició el 28 de abril de 2021. Tuvo como motivación la imposición por parte del entonces presidente Iván Duque Márquez de una reforma tributaria que terminaba por afectar a la clase media y con menos recursos económicos. La principal crítica que se realizó fue que el texto no fue dialogado con los demás sectores de la sociedad sino que fue impuesto con una medida para tapan el hueco fiscal del país, más aún después de la crisis socioeconómica provocada por la pandemia del Covid-19. Hubo movilizaciones de diferentes sectores sociales del país, que se vio opacada por los diferentes desmanes, saqueos, bloqueos y uso de la violencia por parte de manifestantes y fuerza pública.

“Los líderes políticos y de opinión movilizaron, estigmatizaron, defendieron y se refirieron a este tema según sus intereses políticos. A partir de tweets discursivos en Twitter, se usaron expresivos como <<vándalos>>, <<delincuentes>> y <<terroristas>>” (**Ramírez-Vallejo; Santamaría-Velasco**, 2021, p. 107).

Estas descripciones enmarcaron desde el discurso a quienes participaron en el paro. Este evento fue la manifestación explícita del descontento del pueblo frente al uso y abuso del poder.

Una de las falsas promesas de la democracia es la expectativa de respuesta a todos los que integran esta sociedad pluralista. Es una falsa promesa en la medida que las voluntades de todos estos sujetos son tan diversas que pueden ser contrarias unas con otras. La solicitud de un grupo puede ser la extinción de otro grupo

El anterior contexto engloba altos porcentajes de insatisfacción con la democracia, problemas sociales y económicos incrementados por la pandemia del COVID-19 y las manifestaciones de protesta social. Tienen como característica principal la exaltación de la ciudadanía como dinamizadora de los procesos políticos contemporáneos debido a que no se ve representada en los intereses que defienden sus representantes. Sin embargo, es una sociedad centrífuga en la que es difícil encontrar un centro de poder pues hay muchos, hay múltiples sujetos que dinamizan una sociedad pluralista en la que cada uno busca cumplir y que le cumplan su particular interés. Esto es lo que **Bobbio** (2014) llamó una sociedad pluralista, con múltiples voluntades y, por lo mismo, divisiones y contraposiciones (en competencia).

De ahí que una de las falsas promesas de la democracia sea la expectativa de respuesta a todos los que integran esta sociedad pluralista (**Bobbio**, 2014). Es una falsa promesa en la medida que las voluntades de todos estos sujetos son tan diversas que pueden ser contrarias unas con otras. La solicitud de un grupo puede ser la extinción de otro grupo. Por lo mismo, hay una sobrecarga del sistema democrático

“¿Cómo puede el gobierno responder, si las peticiones que provienen de una sociedad libre y emancipada cada vez son más numerosas, cada vez más inalcanzables, cada vez más costosas?” (**Bobbio**, 2014, p. 43).

No hay ningún sistema tan eficiente y perfecto como para resolver todos estos requerimientos porque todos terminan dependiendo de los límites y alcances que tenemos como seres humanos.

Este es terreno fértil para favorecer el nacimiento y crecimiento de líderes políticos que aprovechan la crisis para llamar a la revolución y, por ende, resolver todas las peticiones de los ciudadanos (aunque nunca se puedan cumplir).

Este artículo analizó las elecciones presidenciales de Chile (2021) y Colombia (2022) en las que se enfrentaron respectivamente Gabriel Boric con José Antonio Kast y Gustavo Petro con Rodolfo Hernández. Entre las similitudes entre Petro y Boric está que representan a una izquierda progresista latinoamericana, critican la política tradicional de sus países e hicieron campaña electoral señalando las difíciles condiciones socioeconómicas de sus países. Por su parte, Hernández se caracterizó por tener un discurso antipolítico como empresario (**Lynch**, 1999; **Mair**, 2019), en contra del mismo juego democrático aunque estuviera participando en las elecciones.

Gabriel Boric, político que en 2021 tenía 35 años, fue designado como candidato presidencial del *Partido Convergencia Social* y diferentes partidos del *Frente Amplio* para las elecciones primarias. Al ganar al candidato del *Partido Comunista de Chile* Daniel Jadue, se le nombró candidato oficial del pacto “Apruebo dignidad” para las

elecciones presidenciales de noviembre del 2021. Ganó la presidencia en segunda vuelta con 4.620.672 votos (55,87% de sufragios válidos) (*Biblioteca del Congreso Nacional de Chile*, s.f.). Ganó a su contendor conservador José Antonio Kast, quien, aunque había ganado en la primera vuelta, obtuvo el 44% en la segunda. Y Gustavo Petro ganó las elecciones presidenciales al enfrentarse en segunda vuelta al candidato Rodolfo Hernández, obtuvo la victoria con 11.280.925 votos (50,4%), 3 puntos por encima de su contrincante. Hernández estuvo cerca de la victoria pues consiguió 10.580.158 millones de votos (*La República*, 19 de junio de 2022). Petro ya había sido candidato presidencial en 2010 (quedó en cuarto lugar) y 2018 (segundo lugar). Por eso, el 2022 fue su tercera oportunidad para participar en las elecciones y salir victorioso.

## 2. Discusión teórica: Creciente sensación de que las cosas van mal y llamado al cambio: naturaleza de la crisis

La revolución es un concepto que se ha usado de manera generalizada, más aún en el contexto político, porque involucra que tiene una antesala de crisis. No obstante, siguiendo a **Wasserman** en su columna de *El Tiempo* (12 de mayo de 2023), las grandes revoluciones que ha habido son desde el conocimiento, científicas, como fue el caso del giro copernicano:

“Llamo revolución a un cambio súbito, transformación radical de impacto grande y general; no devaluaré la palabra usándola para cualquier cambio menor. Las revoluciones más grandes de las que he sido testigo se dieron en el conocimiento (...) Mis revoluciones científicas fueron éxitos maravillosos que cambiaron la vida en el planeta. Las políticas fueron catástrofes humanitarias” (párr. 1).

Aunque el término “revolución” supone un acotamiento científico, su repercusión tiene un alcance político y religioso más que relevante. El discurso político ha sabido resaltar este concepto de “revolución” desde la exaltación y el posicionamiento público de la crisis. Si hay crisis se justificaría la idea del cambio y de la revolución en su nombre. Así pues, se da un discurso político en exceso, con grandilocuencias, para describir el problema y lo que debe cambiar. Este discurso político del exceso, como un elemento recurrente de las democracias modernas, surge desde las crisis mismas; similar a las revoluciones científicas (**Kuhn**, 2013). La exaltación de la crisis nutre los discursos de estos líderes políticos que se autodenominan como aquellos que sí escuchan las

Si hay crisis se justificaría la idea del cambio y de la revolución en su nombre. Así pues, se da un discurso político en exceso, con grandilocuencias, para describir el problema y lo que debe cambiar. Este discurso político del exceso, como un elemento recurrente de las democracias modernas, surge desde las crisis mismas

demandas del pueblo. En concreto las crisis hacen explícito un nuevo paradigma o nueva forma de entender lo político.

A este fenómeno del discurso del exceso genéricamente se le ha llamado populismo. La palabra “populismo” que muchas veces no se sabe bien qué es lo que significa (**Rosanvallón**, 2020), qué es finalmente, ni de dónde surge, ni por qué esta práctica política aparece con cada vez más frecuencia en las democracias. Por un lado, cuando se discute sobre populismo parece que se quiere indicar que un determinado grupo político quiere encarnar a la totalidad de los individuos y, al tiempo, que esos individuos se ven representados en ese grupo. Por otro lado, desde una perspectiva liberal, se designa como populista a aquel que se encuentra ejerciendo el poder y cambia o desea cambiar las reglas de juego institucionales para promoverse en su cargo. El discurso del exceso reviste una interesante novedad al manifestarse en posiciones tanto de derecha como de izquierda, de un líder político que se encuentra en el poder o no.

Cuando se habla de “crisis” se le asocia con la noción de revolución, en la medida que la segunda se apoya en la primera; una revolución, de hacerse, se hace por algo. Es decir, las condiciones cambian y lo bueno ya no sirve o se vuelve particular, quedando lo malo, lo negativo, como lo general. Esto negativo será lo que provoque que en la conciencia de los sujetos que operan surja el pensamiento de que las cosas (las formas, los modos o las estructuras) puedan y deban ser de otro modo. En unas pocas palabras, *que las cosas no pueden continuar así*. De ahí que se aproveche y desgasten las máximas, por ejemplo, “el cambio es posible”, “necesitamos un cambio”, “el cambio viene”; frases constantes del discurso político del exceso.

### 3. Discurso político del exceso: discurso populista y su líder populista

La posibilidad de la revolución depende de una crisis previa. Crisis que, además, obedece a un elemento antagónico respecto de una hegemonía vigente. Este campo antagónico tiene como opositores a la democracia liberal. El discurso del exceso, que podría configurarse paulatinamente en populismo, presenta novedad o propuestas reiteradas de cambio, se propone mediar la conciencia de la crisis y la desafección del pueblo por medio de una radicalización de la democracia misma. Por eso se deben recordar y reconocer tres elementos generales de la democracia liberal y que el populismo en el poder, como advierte **Takis Pappas** (2019), no aceptaría:

1. Que la sociedad contiene divisiones que generan conflicto.
2. Que la democracia liberal requiere que las diferentes partes en que se puede dividir una sociedad —especialmente las representadas en partidos políticos— se comporten moderadamente, busquen consensos y prefieran resultados de suma positiva (cierto pragmatismo programático).

3. Y que la sociedad en su conjunto (instituciones y clase dirigente) de adherirse a salvaguardar espacios para las minorías y mantenga el Estado de derecho consagrado en las constituciones.

Con todo, el discurso populista parece ser una nueva construcción estructural, discursiva y antagónica que emerge en el contexto de formación de una crisis y que arremete contra la forma del poder vigente. Y lo que parece quedar obsoleto es la democracia liberal y lo nuevo, que en principio debe ser más eficiente y resolver mayor número de problemas, es el populismo.

Por ejemplo, **Todorov** (2012) describe que el discurso populista recurre al miedo frente a sus oyentes,

“su público habitual forma parte no de la clase más pobre, sino de la que teme acercarse a ella y unirse al grupo de los rechazados, los excluidos y los vencidos” (p. 151).

Este identifica a un responsable(s) de esta crisis para después presentar la solución que propone que se fundamenta desde el orden y la protección del espacio y de los ideales nacionales. Un rasgo del discurso populista es la demagogia, es decir, identificar las preocupaciones de muchos ciudadanos para proponer soluciones fáciles de entender, pero casi imposibles de aplicar.

El líder antagónico casi que con vocación mesiánica aprovecha su conocimiento de la exaltación que genera la crisis, por eso la enuncia como algo que viene o se está dando; busca convencer al pueblo a través del uso del discurso. El poder se ejerce por medio del lenguaje, quien tenga dominio de la palabra podrá dominar sus acciones y por qué no a un pueblo. Según **Charaudeau** (2009) el líder con vocación populista inicialmente debe:

- a) describir la situación social de manera catastrófica, de tal manera que se muestra al pueblo siempre como una víctima por salvar.
- b) por lo mismo, va a denunciar a los culpables con nombre propio, la clase política, élites, instituciones o burocracia.
- c) exaltando ciertos valores perdidos, de ahí, que siendo un orador carismático debe mostrarse como un visionario que se endilga como aquel que rompe con el pasado y que va a salvar a la sociedad (**Charaudeau**, 2009, p. 264).

De ahí que el líder populista debe ser un maestro de la palabra por el manejo de un discurso y de una retórica que forman parte de la dramaturgia política. Una vez más, lleva al exceso las características del *performance* político. Su lenguaje debe ser particularmente sencillo y comprensible, tanto más cuanto pretende erigirse contra el lenguaje estereotipado (**Charaudeau**, 2009, p. 264).

Así pues, en el discurso populista hay una paradoja: en la democracia la demanda es fácil pero la respuesta es difícil. Para **Bobbio** (2014; 1996) no hay ningún sistema, por eficiente que sea, que pueda resolver todos los requerimientos de un Estado liberal “En la democracia la demanda es fácil y la respuesta difícil” (**Bobbio**, 2014, p. 44). Es muy difícil que un gobierno pueda responder de forma ágil y oportuna a todas las solicitudes de una sociedad libre.

Como la demanda es insatisfecha, el nosotros que emerge es la comunidad de insatisfechos que tiene dos elementos constitutivos, por un lado, 1) su propia insatisfacción y 2) la localización de un culpable para esa insatisfacción. Los elementos tienen como base común la esencia misma del *afecto* y por lo mismo esa comunidad, llamada “pueblo” es una comunidad afectiva, una comunidad pasional arrastrada por los afectos.

Es fácil observar que hoy día la lucha contra el poder –contra el sistema como se lee en marchas– no es solo contra el gobierno, es también contra las empresas, el patriarcado, las tradiciones, la familia tradicional, la educación, la religión. “Este enemigo puede ser calificado de <<casta>>, <<oligarquía>>, <<élite>> o de <<sistema>> ¿qué o quiénes son ese sistema? Vaya uno a saber qué es eso llamado sistema (...) Su existencia traza una “frontera interior que divide lo social en dos campos separados y antagónicos” (**Rosanvallón**, 2020, p. 35). En suma, el enemigo está en todas partes y en todo tipo de relación, puede ser cualquiera. Y, con todo, no deja de ser abstracto.

Ahora bien, aunque da la impresión de que la concreción es el paso siguiente, tanto en el nivel de las demandas como en el del enemigo, no va a ser así. La concreción supone de alguna manera particularización y, a su vez, la particularización rompe la totalidad. La solución, entonces, no va por ahí, sino que, si se quiere seguir con la construcción del pueblo, la única vía habrá de consistir en que el pueblo se mueva, no solo en el sentido de que se movilice sino en el que debe permanecer en movimiento.

Aunque da la impresión de que la concreción es el paso siguiente, tanto en el nivel de las demandas como en el del enemigo, no va a ser así. La concreción supone de alguna manera particularización y, a su vez, la particularización rompe la totalidad

Por otro lado, el término “enemigo” tiene un significado flotante y por ello también móvil (**Laclau**, 2009). Vacío en un primer sentido porque si el enemigo es perfectamente identificable la movilización no tendría juego de representaciones: el enemigo es esto y solo esto, por lo que eliminándolo se “gana” la batalla, pero el pueblo pierde su vínculo. Y es flotante, porque merced a ese momento etéreo, se puede considerar enemigo a lo que en cada momento sea menester, lo que conduce a que el movimiento siga fluyendo.

Estos significados flotantes se dan en el discurso al usar una palabra que agrupa múltiples descripciones, que de acuerdo con el contexto de cada persona tendrá un significado (**Laclau; Mouffe**, 2010). El sujeto hablante, en este caso el populista, que emitió tal término, guiará a sus oyentes para explicar cómo debe ser comprendido; esto es, qué significado debe tener. Por ejemplo: el uso de los términos “pueblo unido”, “seguridad democrática”, “inmigración”, “castrochavismo”, “igualdad”, “opresor”, “paz total”, “potencia mundial de la vida”, etc. Así pues, no todo puede permanecer en el aire o en abstracto. Si la dinámica del pueblo en su construcción está guiada por el afecto, este tiene que concretarse en algo. Ese algo muchas veces lo busca asumir el líder carismático.

El líder, por tanto, es aquello concreto que representa la unidad. Es, por lo mismo, un concepto vacío que reúne a la vez todo y nada, es decir, todos los afectos y anhelos, pero ninguno en particular. El nuevo poder encarnado (visión por demás cristiana y mesiánica) en el líder no está para que se le hagan demandas, ni tiene en su interés, al menos en principio, atenderlas: “todas las demandas son equivalentes si hay alguien personal que las resuelve todas. Ese es el líder” (**Villa-cañas-Berlanga**, 2017, p. 75). El discurso populista, una vez en el poder, de alguna manera, llega aquí a una paradoja.

El líder, por tanto, es aquello concreto que representa la unidad. Es, por lo mismo, un concepto vacío que reúne a la vez todo y nada, es decir, todos los afectos y anhelos, pero ninguno en particular. El nuevo poder encarnado (visión por demás cristiana y mesiánica) en el líder no está para que se le hagan demandas, ni tiene en su interés, al menos en principio, atenderlas

#### 4. Metodología

Se propone una metodología de análisis del discurso político para el tratamiento del corpus. La perspectiva de esta metodología se comprende desde una concepción pragmática del lenguaje, a saber, de que las palabras son también actos (**Wittgenstein**, 2009, §546) y que, por lo mismo, dominar un lenguaje es dominar una técnica (**Wittgenstein**, 2009, §199). El lenguaje no es más que otra de las actividades que realizamos normalmente y a partir de este esclarecimiento de nuestra prácticas sociales es que podemos entender el lenguaje (**Van-Dijk**, 2006) y la construcción de la realidad social (**Searle**, 1995; 2009), como prácticas resultantes de la acción humana en el ámbito de la comunidad misma.

Por lo mismo, lo social es eminentemente un espacio discursivo de hablantes (usuarios) que participan en ella. Somos comunidades de habla, en donde prometemos, exhortamos, direccionamos, manipulamos, emocionamos, asentimos y nos adherimos a un sin número de prácticas lingüísticas en las que dentro diferentes *juegos del lenguaje*. Hablar un lenguaje es participar de un universo lingüístico, es decir, es tomar parte de una práctica humana gobernada por reglas (**Santamaría-**

**Velasco; Ruiz-Martínez, 2021).** De este modo, abordar el discurso político desde la perspectiva pragmática del lenguaje se vincula a la acción humana, a la actividad misma de participar en una comunidad lingüística. Dichos compromisos discursivos involucran relaciones de poder.

Por consiguiente, se seleccionó la ventana de tiempo 21 de noviembre 2021 hasta el 19 de diciembre del 2021 (Chile) y del 29 de mayo de 2022 al 19 de junio del 2022 (Colombia) para decir criterios de elección de la muestra, de las cuentas de Gabriel Boric @GabrielBoric, José Antonio Kast @joseantoniokast, Gustavo Petro @petrogustavo y Rodolfo Hernández @ingrodolfohdez.

Para el tratamiento de la muestra, de los tweets de los candidatos presidenciales de Colombia y Chile, se hizo una limpieza del texto que consistió en la eliminación símbolos, palabras vacías que no agregan valor al contenido, también llamadas *stopwords*, acentos, emojis, símbolos, URLs y todos los caracteres que no son necesarios para el análisis. En la revisión de las *stopwords*, definidas como palabras con alta frecuencia y poca importancia, se tuvo cuidado de eliminar o conservar palabras, toda vez que de esto dependen los resultados del análisis. Para ello, se importó la librería NLTK (*Natural Language Toolkit*) de *Python* que contiene *stopwords* en español y de manera independiente se añadieron otras palabras que en los tweets no aportan valor en el mensaje del candidato. Posterior a la limpieza de texto, se continuó el proceso de tokenización al dividir las cadenas de texto por palabras independientes. En este proceso se utilizó una función de *Python* que divide las palabras una vez encuentre un espacio entre ellas. Con el proceso de tokenización, se obtiene a su vez la frecuencia de las palabras. Finalmente, la nube de palabras se realizó con la librería *WordCloud* de *Python* para integrar en una misma imagen las palabras más frecuentes, resaltando en un tamaño más grande aquellas que tengan mayor frecuencia respecto a las otras.

Ahora bien, en cuanto al vocabulario populista donde se tenían consignadas palabras clave que identifican al candidato presidencial con un rasgo particular, se realizó una función en *Python* que permitiera contabilizar las palabras que tuvieran una misma raíz. Por ejemplo, la frecuencia de la palabra “cambio” contiene otras palabras que tienen la misma raíz como “cambie”, “cambiaron”, “cambiaran”, entre otras. Para los bigramas, por ejemplo, donde se quiere identificar expresiones como “su candidato”, “campaña cambio”, se utiliza el transformador con el método de *CountVectorizer* para que realice los bigramas, es decir, cadenas de texto compuestas por dos palabras y finalmente se contabiliza la frecuencia con que los bigramas aparecen dentro de los tweets analizados.

Cada característica del vocabulario populista está conformada por un conjunto de palabras y sus frecuencias; por tanto, para comparar a los candidatos en cada característica, se calculó el total de las frecuencias de las palabras en cada candidato, para obtener su frecuencia relativa (esto es la frecuencia de cada palabra dividida por el total).

Tabla 2. Categorías y códigos para el análisis de la muestra

Categoría	Código
Expresiones de caudillo carismático	Personalización, Imagen personal, Líder, guía, ideólogo, jefe absoluto, encabezar el gobierno, militar, padre, dirección política.
Se muestra como la solución a los problemas antes que las instituciones	Yo sé, ordeno bajar el precio, nosotros, promoveré, cambios, volver al pasado, paz para todos, riqueza para todos, prosperidad para todos, comida para todos, país de propietarios.
Promueve actitud de adoración ciega de sus seguidores	Salvador, Patria, Nación, Soy su líder, su candidato, su presidente, los amo, los quiero, nuestra verdad, familia, amor, fe.
Usa permanentemente emociones para manipular a seguidores	Rabia, alegría, esperanza, sueños, odio, causas, indignación, religión, dios me cuide nos cuide, somos grandes, volveremos a ser grandes, imperialista, lacayo, castro-chavismo, volvernos Venezuela, Comunismo, Fascismo, derecho, anti derechos, nos roban, corrupción. Baila en fiestas, come en la calle, besa niños, insulta oponentes.
Pretende encarnar al pueblo	Todos somos, yo represento a los débiles, los nadie y las nadie.
Se presenta como enemigo de las elites políticas corruptas.	Luchar contra: los políticos son corruptos, corrupción, vieja política, partidos tradicionales, oligarquías, pasado, clase política tradicional.
Se presenta como enemigo de las élites económicas corruptas.	Luchar contra: la oligarquía, el imperialismo, los que socavan la riqueza del país, los populistas, los comunistas, empresarios corruptos, multinacionales, los gringos, baqueros corruptos.
Tiene tendencias autoritarias, militaristas o violentas	Mando, control, ejército, seguridad, territorio, enemigo, conspiración, muerte, Negación a los jueces, a los congresistas, destruir, orden.
Dice respetar las instituciones, pero las ataca y desprestigia permanentemente	Soy respetuoso de, soy garante, respeto la división de poderes, las instituciones son sagradas.
Busca comunicarse directa e innecesariamente con el pueblo, por encima de los medios de comunicación y de los partidos políticos.	Mis amigos son los débiles y desprotegidos, solo hablo con la gente, la campaña es en la calle, pueblo, nación república. No hablo con periodistas, me debo a mi electorado.
Usa un lenguaje crudo y ofensivo	Insultos, desgraciado, sucio, deshonesto, a patria, ateo, corrupto, puta, mal nacido, vendido, bruto, oligarca, comunista, facho.
Divide buenos y malos	Los buenos somos más, la inmensa mayoría, los destructores del país, luchamos por nuestro país.
Usa ademanes, prendas o costumbres populares para presentarse como un ser humano común	Sombrero, camiseta de fútbol, comer en el mercado, restaurante popular, vestuario típico, bailar, caminar en la calle y saludar gente.
Deslegitima completamente las posiciones de sus opositores.	Los que no quieren el progreso, los otros.

Fuente: Construcción a partir de Krauze, 2018; Vallespín, Martínez-Bascuñan, 2017





personalización e identificación de guetos y causas, que niegan la institucionalidad de la democracia y el Estado liberal en su estrategia comunicativa en la red social X en ambas campañas presidenciales Chile y Colombia, donde la polarización y la división de la opinión pública estuvieron al orden del día.

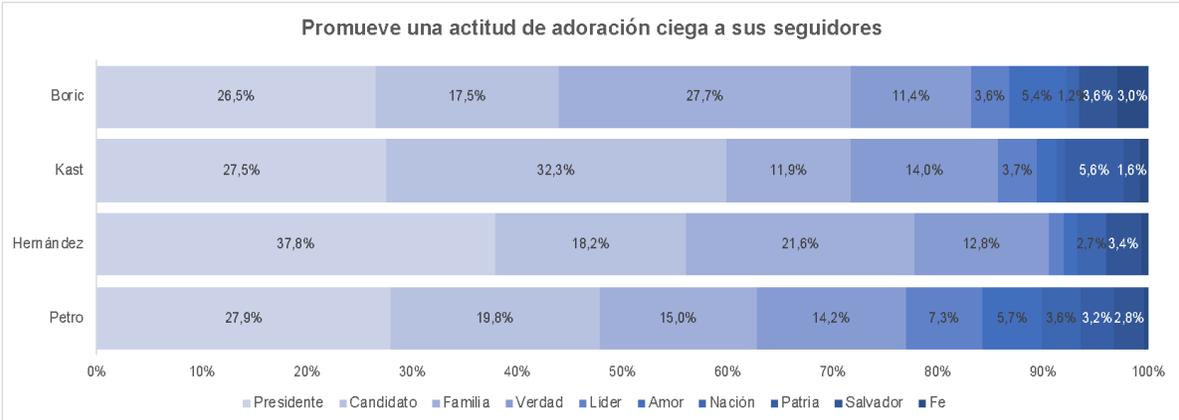


Figura 3. Promoción de una actitud de adoración ciega en los seguidores.  
Fuente: Construcción con base en el corpus analizado.

A la pregunta ¿El candidato o el político promueve una actitud de adoración ciega por parte de los seguidores? Se evidencia como la personalización es la constante en las cuatro campañas donde las variables presidente, candidato son las que más se repiten. En el caso de la campaña de la campaña de Kast, este hace una fuerte referencia al candidato 32,3% que como se evidencia en los resultados, en muchos momentos era referencia a su oponente, de igual manera, Rodolfo Hernández hace una fuerte referencia a la construcción narrativa del presidente 37,8%.

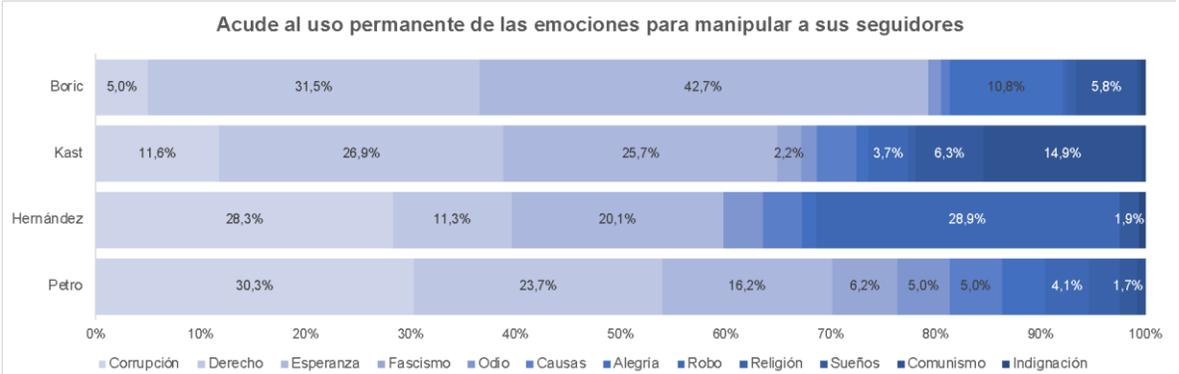


Figura 4. Uso permanente de las emociones para manipular seguidores.  
Fuente: Construcción basada en el corpus analizado.

En esta pregunta son varios los resultados que se evidencian, lo primero es como las dos campañas colombianas los temas de corrupción Hernández con 26,3% y 30,3% fueron el gran tema que buscó mover la emoción de los electores, mientras en Chile la lucha por los derechos, la esperanza fueron las variables que movieron las dos elecciones en Chile con 31,5% Boric y 26,9%, mientras 42,7% y 25,7%. Se esperaba que en los mensajes del candidato Kast tuviera más presencia en temas emocionales como el comunismo con 14,9% y la misma religión.

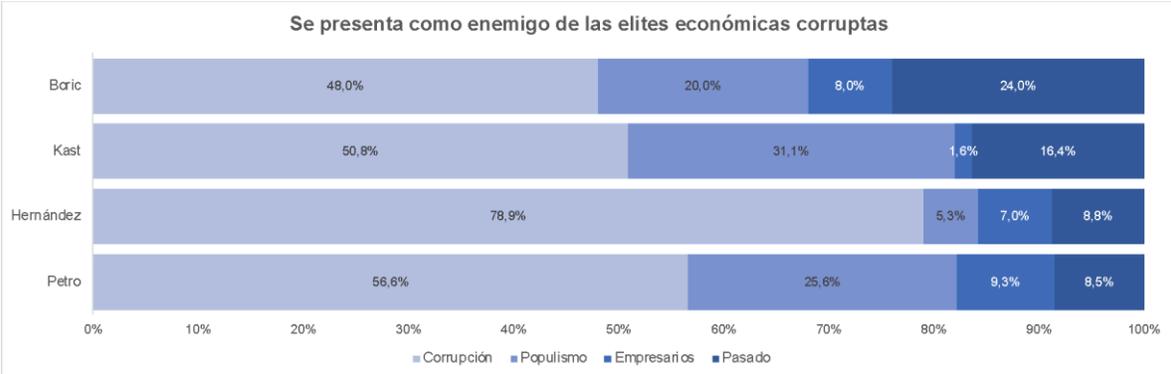


Figura 5. Presentación como enemigo de las élites económicas corruptas. Fuente: Construcción con base en el corpus analizado.

En esta pregunta sin duda, se evidencia que los candidatos usan un discurso en contra de las élites económicas corruptas como base para mover a los electores de ambas vertientes ideológicas izquierda y derecha. Para **Mouffe** (2019) las narrativas tanto de la derecha como de la izquierda desde el populismo buscan dar respuestas a las demandas insatisfechas, pero lo hacen de formas muy diferentes, la diferencia radica en el cómo se concibe la composición del nosotros y en cómo se define el adversario, es decir ellos. En este caso la narrativa de los mensajes muestra el ataque sistemático a una clase social corrupta que se diferencia de ellos, los políticos como los posibles salvadores de este problema.

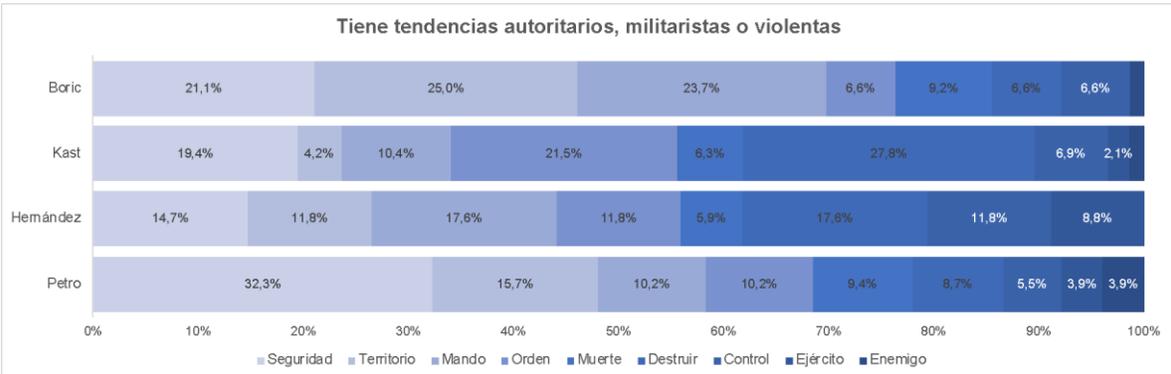


Figura 6. Tendencias autoritarias, militaristas o violentas. Fuente: Construcción con base en el corpus analizado.

Las variables de tendencia autoritaria o militarista en este caso se evidencia en discurso cargados de concepto de seguridad, territorio, mando, donde es evidente en candidatos como Petro, Kast y Boric, tal vez evidenciado los problemas institucionales del Estado Chileno y Colombiano, así mismo ofreciendo respuesta a los problemas de violencia y narcotráfico, de igual manera se evidencio en los mensajes de estos candidatos el uso emocional de confrontación y ataque de los enemigos internos, en el caso de Petro de la derecha uribista, mientras en el caso chileno, es el fenómeno social de grupos que demandan atención del gobierno de Santiago, es el caso de los Mapuches en el sur del país o la migración sin control de ciudadanos de países vecinos.

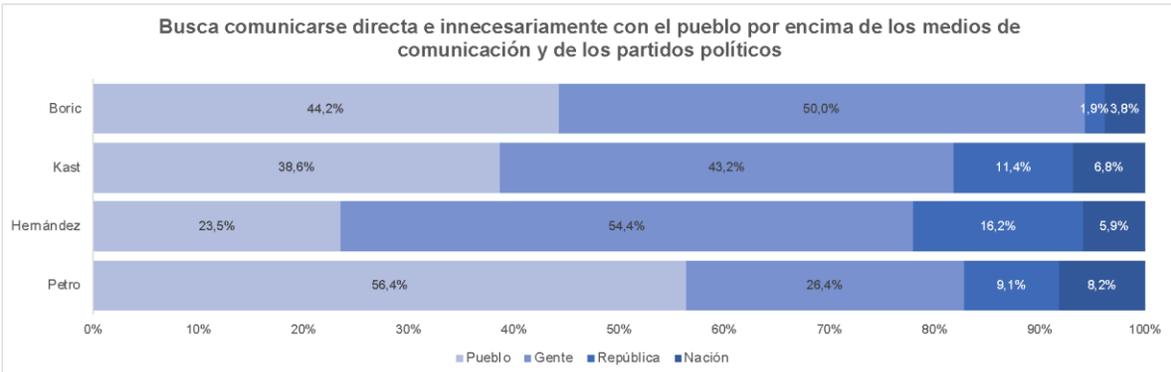


Figura 7. Comunicación directa e innecesaria con el pueblo por encima de los medios de comunicación y de los partidos políticos.

Fuente: Construcción basada en el corpus analizado.

En este caso los resultados del análisis muestran que los candidatos de la izquierda son sin duda, los candidatos que más usan una narrativa de pueblo, de gente, hablando desde las voluntades colectivas como forma de poder. Mientras los candidatos de derecha hablan desde un concepto más abstracto de república y la soberanía nación, tal vez plantean una separación entre los verdaderos republicanos o nacionales y quienes no lo son.

En resumen, se puede identificar en este estudio de datos, como las campañas de Colombia y Chile en la segunda vuelta hubo un uso de las redes sociales como técnica persuasiva, donde se aplicó de manera intencional y sistemática una narrativa personalista, llena de emoción buscando activar las audiencias y dividir a los electores. Además, se pudo demostrar como en los mensajes propuestos por los mismos candidatos se originan los diferentes matices que construyen la polarización política.

## 7. Conclusiones

En esta investigación se partió de la concepción pragmática que asumen las prácticas políticas desde sus diferentes compromisos discursivos. Esto conlleva fuer-

tes implicaciones en la construcción de eso que llamamos democracia; una promesa siempre a la orden de los líderes políticos y las demandas del llamado pueblo, término abstracto usado según la ocasión. Como afirman **Fairclough** y **Wodak** (1997), el discurso es socialmente *constitutivo*, así como está socialmente constituido: constituye situaciones, objetos de conocimiento, identidades sociales y relaciones entre personas y grupos de personas. Es constitutivo tanto en el sentido de que ayuda a mantener y a reproducir el *statu quo* social, como en el sentido de que contribuye también a transformarlo (p. 258). El poder se gana, se ejerce, se mantiene y se pierde en el curso de la “lucha social” de demandas. Con el discurso se pierde o se gana poder (**Fairclough**, 1996).

Así pues, se analizaron los conceptos de crisis, discurso, significación y la relación del poder entre el pueblo y el líder. Como afirma **Thompson** (1987),

“los componentes cognitivos (ideas, significados, actitudes, etc.) no fluyen sin rumbo por el mundo social, sino que circulan por él en forma de frases, expresiones, palabras, tanto en forma hablada como en forma escrita” (p. 517).

En todo discurso (oyentes-hablantes) se ejercen relaciones de poder. Más que hablar de la “política” podríamos hablar de “prácticas políticas”. Es decir, son las acciones que involucran el poder como fuerza o poder como resistencia. En una palabra, el poder es control, que se pueda dar desde la fuerza o desde lo mental, esto es, desde lo discursivo mismo. Por eso se debe tomar en serio el discurso político, pues comprendiéndolo se podrá mostrar la lucha política por la obtención del poder. El discurso político, en la carrera de conquistar, ejecutar y mantener el poder puede presentarse como moderado, crítico o excesivo. Por eso es mejor hablar del discurso político en exceso, esto es, un discurso populista que no es lo mismo propiamente que el populismo, como sostiene **Rosanvallon** (2020), pues en el poder es cuando el discurso en exceso aprovecha y sabe leer la crisis.

Por consiguiente, en este estudio se pudo evidenciar cómo los candidatos en su estrategia digital en campaña usaron mensajes intensos y directos, buscando mover a sus propias barras o audiencias. Esto se vincula con la idea del líder carismático que dice ser la solución: “no resuelve las demandas de una en una, ni unas sí y otras no, sino que las resuelve todas” (**Villacañas-Berlanga**, 2017, p. 76). Mostrarse como la persona que puede resolver todas las peticiones es imposible debi-

Los políticos estructuran en su lenguaje de campaña discursos más directos, más de calle y emocionales, viéndose reflejados en una red social como *Twitter*, buscando no solo informar, emocionar o tener la aceptación de su masa de seguidores. Aunque es difícil evidenciar que se pueda cristalizar en votos, sin duda, son cajas de resonancia que multiplican discursos cargados de ideología

do al sobrecargo de la sociedad pluralista en el sistema democrático (**Krauze**, 2018).

Es evidente cómo los políticos estructuran en su lenguaje de campaña discursos más directos, más de calle y emocionales, viéndose reflejados en una red social como *Twitter*, buscando no solo informar, emocionar o tener la aceptación de su masa de seguidores. Aunque es difícil evidenciar que se pueda cristalizar en votos, sin duda, son cajas de resonancia que multiplican discursos cargados de ideología. La tarea del líder político consiste en administrar el afecto y hacerse cercano a su pueblo, lo cual se traduce en que la fijación del afecto es la fijación del sentido de su discurso.

Pero, en la lógica de su administración, del poder que concentra, no se concibe que resuelva demandas particulares. En principio, es una paradoja, pues si lo que había ocasionado el surgir del pueblo eran las demandas, por pequeñas que fuesen, al establecerse el populismo en el poder y su líder ya en el poder, gobernando, no se resuelven, o mejor, no directamente. De este modo, el líder se muestra como el que puede resolver todo sin siquiera poder hacerlo. Su misión es crear la representación de que el pueblo es un pueblo.

De ahí, que la crisis, tendría que volverse perenne si el pueblo quiere representarse a sí mismo como tal. El político, al mismo tiempo, no puede resolver demandas, porque resolviéndolas iría acabando la crisis y con ello la unidad del pueblo. Ya no habría crisis y por lo mismo ninguna revolución a la vista.

Podemos afirmar que el pueblo se ha unido en torno a una serie de demandas particulares. También se ha especificado que el pueblo es un movimiento y que debe estar en movimiento si quiere seguir unido por la insatisfacción. El pueblo debe permanecer insatisfecho. Una vez en el poder, el populismo busca un orden democrático, pero no liberal.

Los gobiernos y políticos de todo tipo se enfrentan a la seducción y a la vez paradoja populista, dejarse llevar por un discurso de exceso, a saber, quieren concentrar las demandas del pueblo para usarlas en su beneficio; prometer mucho más de lo que pueden lograr. A su vez, es improbable que esta única figura pueda resolverlas todas: promete hacerlo todo sin lograr nada.

## 8. Referencias

**Barberá, Pablo** (2020). Internet y política: consecuencias políticas y sociales de la revolución digital. *Revista de las Cortes Generales*, 223-243.  
<https://revista.cortesgenerales.es/rcg/article/view/1486/1471>

*Biblioteca del Congreso Nacional de Chile* (s.f.). *Reseña Biográfica Gabriel Boric Font*.

[https://www.bcn.cl/historiapolitica/resenas\\_biograficas/wiki/Gabriel\\_Boric\\_Font](https://www.bcn.cl/historiapolitica/resenas_biograficas/wiki/Gabriel_Boric_Font)

**Bobbio, Norberto** (1996). *Estado, gobierno y sociedad*. Fondo de Cultura Económica.

**Bobbio, Norberto** (2014). *El futuro de la democracia*. Fondo de Cultura Económica.

**Charaudeau, Patrick** (2009). Reflexiones para el análisis del discurso populista. *Discurso & Sociedad*, 3(2), 253-279.

<https://www.patrick-charaudeau.com/Reflexiones-para-el-analisis-del.html>

**Fairclough, Norman** (1996). Language and power. In: *Language and power*, Longman, pp. 43-76).

**Fairclough, Norman; Wodak, Ruth** (1997). Critical discourse analysis. In: T. Van-Dijk (ed.). *Discourse studies: A multidisciplinary introduction*, Sage, v. 2, pp. 258-284.

**Krauze, Enrique** (2018). *El pueblo soy yo*. Penguin Random House.

**Kuhn, Thomas** (2013). *La estructura de las revoluciones científicas*. Fondo de Cultura Económica.

**Laclau, Ernesto** (2009). *La razón populista*. Fondo de Cultura Económica.

**Laclau, Ernesto; Mouffe, Chantal** (2010). *Hegemonía y estrategia socialista*. Fondo de Cultura Económica. *Latinobarómetro*. <https://www.latinobarometro.org/lat.jsp>

**Lynch, Nicolás** (1999). *Una tragedia sin héroes. La derrota de los partidos y el origen de los independientes. Perú, 1980-1992*, Lima: UNMSM Fondo Editorial.

**Mair, Peter** (2019). *Gobernando el vacío. La Banalización de la Democracia occidental*. Madrid: Alianza Editorial.

**Pappas, Takis S.** (2019). Populists in Power. *Journal of Democracy*, 30(2), pp. 70-84. <https://doi.org/10.1353/jod.2019.0026>

**Paúl, Fernanda** (2019). Protestas en Chile: 4 claves para entender la furia y el estallido social en el país sudamericano. *BBC News Mundo*, 23 de octubre. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-50115798>

**Pérez-Díaz, Vanessa** (2022). #Boletín 44: Con 99,99% escrutado, Petro supera los 11,28 millones de votos. *La República*, 19 de junio.

<https://www.larepublica.co/especiales/especial-elecciones-presidenciales-2022/minuto-a-minuto-de-los-resultados-de-las-elecciones-presidenciales-3387354>

*Prensa Presidencia* (2019). Presidente Piñera: "Estoy seguro de que, con la unidad de todos los chilenos, vamos a derrotar a los violentistas y vamos a recuperar el país en paz y el país con libertad que todos queremos". Gobierno de Chile, 20 de octubre. <https://prensa.presidencia.cl/comunicado.aspx?id=103689>

**Ramírez-Vallejo, Dora-Alejandra; Santamaría-Velasco, Freddy** (2022). Actos de habla de la izquierda y de la derecha colombiana en el Paro Nacional de Colombia 2021: análisis de las publicaciones en Twitter de Álvaro Uribe Vélez y Gustavo Petro. *Revista Latinoamericana de Estudios del Discurso*, 22(2), pp. 103-131. <https://periodicos.unb.br/index.php/raled/article/view/42782>

**Rosanvallon, Pierre** (2020). *El siglo del populismo: Historia, teoría, crítica*. Barcelona: Galaxia Gutenberg.

**Santamaría-Velasco, Freddy; Ruiz-Martínez, Simón** (2021). Lenguaje y acción: creencias, instituciones y política. *Analecta Política*, 11(20), pp. 86-108. <https://doi.org/10.18566/apolit.v11n20.a05>

**Thompson, John B.** (1987). Language and ideology: A framework for analysis. *The Sociological Review*, 35(3), pp. 516-536. <https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.1987.tb00554.x>

**Todorov, Tzvetan** (2012). *Los enemigos íntimos de la democracia*. Galaxia Gutenberg.

**Urrejola, José** (2019). La cronología del estallido social de Chile. *DW*, 25 de nov. <https://www.dw.com/es/la-cronología-del-estallido-social-de-chile/a-51407726>

**Vallespín, Fernando; Martínez-Bascuñán, Máriam** (2017). *Populismos*. Editorial Alianza Editorial, 304 pp.

**Van-Dijk, Teun A.** (2006). *El discurso como estructura y proceso. Estudios sobre el discurso I. Una introducción multidisciplinaria*. Barcelona: Gedisa.

**Villacañas-Berlanga, José L.** (2017). *Populismo*. Madrid, La Huerta Grande, 136 pp.

**Wasserman, Moisés** (2023). Mis revoluciones. *El Tiempo*, 12 de mayo. <https://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/mois-es-wasserman/mis-revoluciones-columna-de-mois-es-wasserman-767676>

**Wittgenstein, Ludwig** (2009). *Philosophical Investigations*. Macmillan.