

Deslegitimación del adversario y orientación ideológica: análisis de publicaciones de dos líderes políticos colombianos en Twitter

Delegitimization of the Oponent and Ideological Orientation: Analysis of Publications of Two Colombian Political Leaders on Twitter

Recibido: marzo 29/2022; **Concepto de evaluación:** noviembre 11/2022; **Aceptado:** agosto 23/2023

Henry Borja-Orozco¹

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6420-0197>

Fundación Universitaria Konrad Lorenz, Bogotá, Colombia

Resumen

A través de diferentes medios de comunicación tradicional y digital, líderes y grupos que optan por el control social y político difunden sus discursos con el propósito de promover y fortalecer visiones ideológicas del mundo social en el que se exacerbaban las posiciones extremas de la ideología política. No obstante, la valoración política del espectro ideológico de izquierda y derecha no es generalizable, pues el énfasis positivo o negativo depende del contexto social y político. Este artículo describe las características ideológicas del discurso de dos líderes políticos reconocidos en Colombia por su orientación ideológica de izquierda (Gustavo Petro) y derecha (Álvaro Uribe), y la asociación con las estrategias de deslegitimación del otro. Para ello se realizó un estudio de tipo lingüístico descriptivo que compara en contexto los patrones lingüísticos de líderes políticos opuestos que publican en la plataforma digital Twitter (ahora X). Los resultados permiten identificar que el perfil léxico de la cuenta de Uribe se relaciona con temáticas de economía, violencia política, defensa de una ideología conservadora, deslegitimación del oponente (Petro) y deslegitimación de grupos guerrilleros. Por su parte, el perfil de la cuenta de Petro está conformado por palabras asociadas a la ideología progresista, deslegitimación del oponente (Uribe) y deslegitimación de grupos paramilitares. Se concluye que la orientación política depende del contexto social y tiene como referente asociado un adversario político (y grupo ilegal en el caso colombiano), al que se dirige la estrategia de deslegitimación con el propósito de legitimar o desafiar el orden social establecido.

Palabras clave

Deslegitimación; comportamiento político; ideología política; derechos de los votantes.

Abstract

Through various traditional and digital media, leaders and groups that opt for social and political control disseminate their discourses with the aim of promoting and strengthening ideological visions of the social world in which extreme positions of political ideology are exacerbated. However, the political assessment of the left-right ideological spectrum is not generalizable, as the positive or negative emphasis depends on the social and political context. This article describes the ideological characteristics of the discourse of two political leaders recognized in Colombia for their left (Gustavo Petro) and right (Álvaro Uribe) ideological orientations, and the association with strategies of delegitimization of the other. For this purpose, a descriptive linguistic study was conducted to compare in context the linguistic patterns of opposing political leaders who publish on the digital platform Twitter (now X). The results allow us to identify that the lexical profile of Uribe's account is related to issues of the economy, political violence, defense of a conservative ideology, delegitimization of the opponent (Petro) and delegitimization of guerrilla groups. On the other hand, Petro's account profile is made up of words associated with progressive ideology, delegitimization of the opponent (Uribe), and delegitimization of paramilitary groups. It is concluded that the political orientation depends on the social context and has as an associated referent a political opponent (and illegal group in the Colombian case) against whom the strategy of delegitimization is directed with the aim of legitimizing or challenging the established social order.

Keywords

Delegitimization; political behavior; political ideology; electoral law.

Cómo citar [APA]:

Borja-Orozco, H. (2024). Deslegitimación del adversario y orientación ideológica: análisis de publicaciones de dos líderes políticos colombianos en Twitter. *Acta Colombiana de Psicología*, 27(1), 17-36. <https://doi.org/10.14718/ACP.2024.27.1.2>

1 Datos de contacto: carrera 9 Bis 62-43. Posgrados en Psicología del Consumidor. Correo electrónico: henry.borjao@konradlorenz.edu.co. Esta investigación fue financiada por la Fundación Universitaria Konrad Lorenz. Proyecto [9INV3192]: "Marketing político: estrategias de persuasión en campañas territoriales". El autor declara que no tiene conflictos de interés.

Introducción

La hegemonía de los partidos políticos tradicionales en Colombia ha venido cediendo terreno, dando paso a un espacio político en el que las posturas de izquierda y derecha predominan en la contienda electoral, de la mano de líderes que se desmarcan de grupos tradicionales (Restrepo et al., 2022). Al respecto, Sandoval (2019) plantea que las posturas políticas de los colombianos entre derecha e izquierda han pasado por tres etapas de transformación: en la primera etapa (1974-1991), se empieza a observar un aumento de votos hacia la izquierda. Sin embargo, entre 1978 y 1986 los colombianos votaron en su mayoría por partidos de derecha. La segunda etapa (1991-2003) estuvo marcada por la Constitución de 1991, la cual dio apertura a un sistema de representación equitativa y nuevas formas de participación política como base para el surgimiento de nuevos partidos políticos en Colombia (Parra & Guevara, 2017). Por último, en la tercera etapa (2003-2018), la izquierda empieza a ganar puestos determinantes en el poder.

En esta misma tendencia, Bonilla (2015) corrobora que desde el 2003 los gobiernos de Bogotá (capital de Colombia) han sido principalmente de izquierda. Sin embargo, Parra y Guevara (2017) recalcan que la mayoría de partidos de izquierda elegidos en la capital se han caracterizado por realizar acciones de corte neoliberal, más que acciones asociadas con esta orientación ideológica. De dicho período en la alcaldía de Bogotá, es importante destacar el mandato de Gustavo Francisco Petro Urrego (2012-2015), que lo potenció como un referente de la izquierda en Colombia y un candidato con aspiración presidencial para las contiendas del 2018 y 2022. En el 2018 obtuvo una de las votaciones más altas para un partido de izquierda, que lo ubicó como el líder de la oposición. En el 2022, fue electo como presidente de la República de Colombia.

Paralelo a este surgimiento de la izquierda, encontramos que desde el 2002 al 2018, los presidentes electos de Colombia pertenecían a partidos reconocidos por su orientación política de derecha, cuyo líder más distinguido es Álvaro Uribe Vélez. Tal como lo describe Gamboa (2019): “En 2010 Juan Manuel Santos llegó a la presidencia gracias al apoyo del expresidente Uribe Vélez (2002-2010) bajo el entendido de que iba a continuar las políticas de “mano dura” de su predecesor” (p. 189). No

obstante, el diálogo de paz que estableció Santos con la guerrilla de las FARC-EP fue el detonante para que se rompieran los vínculos políticos entre Santos y Uribe. Para las elecciones del 2018, el uribismo apoyó a Iván Duque, “un joven político uribista sin experiencia, crítico acérrimo del presidente saliente y del proceso de paz” (p. 190), quien fue elegido presidente y terminó su mandato con uno de los más bajos porcentajes de favorabilidad en los últimos 20 años (El Nuevo Siglo, 2022). Lo anterior permite identificar la incidencia de Uribe en las elecciones presidenciales del país, por él mismo en el 2002, reelecto en el 2006 y, posteriormente, con la elección de Iván Duque en el 2018, en confrontación con Gustavo Petro, quien es referente político de centroizquierda en América Latina (Restrepo et al., 2022). Así, las elecciones a la presidencia de Colombia en el 2018 se constituyeron en “una fase de cambio y evolución ideológica respecto a las tendencias tradicionales del voto”, que han favorecido el “auge de personalismos en detrimento de las marcas políticas tradicionales” (Restrepo et al., 2022, p. 1).

Este avance ideológico de la izquierda en Colombia frente a la hegemonía de la derecha, representado por dos líderes políticos reconocidos por su orientación ideológica —de izquierda (Petro) y de derecha (Uribe)—, se constituye en un escenario político de interés en esta investigación, que tuvo lugar en un contexto inusual por: (1) la implementación del Acuerdo de Paz con las FARC-EP; (2) la pandemia ocasionada por el virus SARS-CoV-2 (León Rodríguez et al., 2022); (3) el contexto preelectoral a la presidencia de Colombia 2022, y (4) el auge de Twitter (ahora X) como espacio digital de debate político que favorece u obstaculiza “la contextualización necesaria para la comprensión y reflexiones adecuadas sobre los eventos reales en la esfera pública” (Quevedo-Stuva et al., 2023, p. 2). En este ambiente político coyuntural, tanto en el contexto colombiano como en otras democracias, el voto popular es primordial para la elección de líderes o partidos políticos a cargos públicos, quienes a través del discurso político comunican la ideología que les motiva y sustenta su aspiración al poder, a la vez que promueve visiones ideológicas de la realidad social y política hacia el electorado.

Ideología, discurso político y deslegitimación del adversario

Según van Dijk (2005), “las ideologías consisten en representaciones sociales que definen la identidad social de un grupo, es decir, sus creencias compartidas acerca de sus condiciones fundamentales y sus modos de existencia y reproducción” (p. 12). De esta manera, encontramos que la ideología, al ser un conjunto de creencias compartidas por un grupo, especifica los valores culturales que son importantes para este, determina su comportamiento, ubica a las personas en un contexto y permite la construcción de identidades. En cuanto a su empleo, van Dijk (2005) plantea que las funciones de la ideología pueden ser sociales o cognoscitivas y las organiza de la siguiente forma: primero, se constituyen en el punto central en el que se asientan y estructuran las representaciones sociales que llegan a ser compartidas por un conjunto de personas. Segundo, son el fundamento de los discursos o de las acciones sociales particulares de un grupo. Tercero, facilitan la generación de acciones que permitan al grupo alcanzar sus objetivos. Por último, se involucran en la interfaz sociocognitiva de las estructuras sociales, sus prácticas y discursos.

En cuanto al proceso de formación de las ideologías, estas pueden tener sus raíces en aspectos culturales, religiosos y políticos, entre otros. En este último aspecto, encontramos que la ideología política se constituye en un escenario en el que convergen diferentes actores políticos que justifican sus acciones y “proyectan una imagen de la realidad revestida con el máximo interés de convertir sus posturas en verdades incuestionables” (Areiza, 2014, p. 83). De este modo, se hace explícito que la ideología política se centra en las creencias que tienen los actores políticos respecto a la forma sobre cómo debe dirigirse y organizarse una sociedad.

Con el propósito de promover y difundir su ideología, los grupos políticos en su táctica comunicativa construyen un discurso ideológico que según van Dijk (2005) contiene “una estrategia general de auto-presentación positiva (alarde) y la presentación negativa del otro (detracción)” (p. 20). En otras palabras, se presenta de manera positiva al propio grupo, haciendo énfasis en los aspectos favorables que pueda tener el endogrupo y se enmarca al adversario de modo negativo, minimizando los aspectos positivos del exogrupo mediante categorías con las que se deslegitima al adversario (Bar-Tal, 2000), previamente identificadas en el contexto colombiano por Borja-Orozco (2022) y Borja-Orozco et al. (2008) como son: (1) la deshumanización, que rotula al oponente como

diferente de la especie humana, por ejemplo: “demonios”, “ratas”, “monstruos”, entre otros; (2) la proscripción que categoriza los grupos como violadores de las normas sociales, por ejemplo: “terroristas”, “delincuentes”, “corruptos”, entre otros; (3) la caracterización de rasgos, con la que se atribuyen rasgos de personalidad establecidos como negativos en una sociedad a través de palabras como “cínicos”, “cobardes”, “pusilánime”, por mencionar algunas; (4) los grupos de comparación, que contrastan al grupo adversario con un grupo que ha sido negativo para la sociedad entre los que están: “Talibán” o “Hunos”; y, por último, (5) el uso de rótulos políticos con los que se presenta al oponente con características similares de grupos que han sido deslegitimados según contextos de referencia asociados a objetivos políticos, ideologías y valores, entre ellas están el uso de rótulos como “dictadura”, “fascista”, “socialista”, “comunista”, “imperialista”, etc.

Orientación ideológica

La ideología política contempla dos dimensiones tradicionales, a saber: izquierda y derecha, las cuales se diferencian conforme a sus intereses sociales. Esta distinción se remonta a la Revolución francesa, época en la que el posicionamiento de los asientos en la Asamblea determinaba la afinidad a una ideología; por lo tanto, quienes se identificaban bajo la etiqueta de derecha eran afines al conservadurismo (iglesia, corona y aristocracia), al mantenimiento del *statu quo* y a la naturaleza jerárquica; mientras que los de la etiqueta de izquierda se identificaban con el cambio social progresivo, la innovación, los ideales igualitarios y revolucionarios (Jost, 2009; Lipset & Raab, 1978).

Actualmente, la izquierda y la derecha son construcciones sociales conformadas por creencias y valores, entre otros aspectos, que limitan la elección política de las personas en función de estos dos polos, los cuales operan a través de entidades políticas y son eficaces en la medida en que presentan relaciones con la personalidad de los ciudadanos y les permiten expresar su individualidad (Caprara, 2020). En el espectro político también se evidencia la categoría ideológica de centro que se enfoca en la posición de las personas que no se identifican con una posición política de izquierda o derecha y al no responder a su interés optan por una posición más central (Rodríguez, 2003, como se citó en Brussino et al., 2016). No obstante, esta orientación ideológica de centro se fragmenta en izquierda y derecha. En cuanto a la posición de centro izquierda, Bobbio (2014) la define como “el socialismo liberal y la socialdemocracia. Movimientos y doctrinas liberales y a la vez igualitarios” (p. 18), y en

cuanto a la centro derecha, el mismo autor la define como “conservadores fieles al método democrático, que se detienen en la igualdad ante la ley, que implica únicamente el deber por parte del juez de aplicar las leyes de una manera imparcial. Movimientos y doctrinas liberales y a la vez desigualitarios” (p. 19).

Frente a estas orientaciones ideológicas, Bobbio (2014) sostiene que la posición de centro izquierda defiende la democracia junto a un sistema económico capitalista regulado con el objetivo de disminuir la desigualdad social, manteniendo las características básicas del liberalismo. Contrario a lo anterior, se encuentra lo propuesto por la posición centro derecha; en esta la democracia se limita al principio de igualdad y actúa como una corriente liberal y desigualitaria.

Aunque la distinción entre derecha e izquierda surge desde la Revolución francesa, sigue presente hasta la actualidad, de manera que la orientación de derecha aún favorece el mantenimiento del *statu quo*, mientras que la orientación de izquierda continúa orientada hacia el cambio social, así como hacia la distribución igualitaria de los recursos. Sin embargo, entre estos dos extremos se ubica la orientación de centro, la cual es considerada como un posicionamiento político oportunista que se aleja de los extremos.

Con el paso de los años, se observa que el flujo de investigación empírica en el campo de la orientación política avanza, según Jost et al. (2020), en el estudio de la asimetría entre izquierda y derecha por las implicaciones en la polarización política en las sociedades, aunque plantea que esta asimetría no se puede generalizar ya que depende del contexto social. Por lo anterior, es esencial estudiar la orientación política puesto que se constituye en la base para desarrollar e implementar intervenciones prácticas para la sociedad, con el propósito de disminuir el conflicto generado por las ideologías asumidas por las personas.

Estudios sobre las orientaciones políticas de izquierda-derecha

Para comenzar, Choma et al. (2010), Jost (2009) y Solano (2018) encontraron que las personas que expresan una posición de izquierda suelen tener una orientación hacia la igualdad, exigiendo que los recursos y los derechos se extiendan de manera justa; mientras que las personas posicionadas hacia la derecha muestran más aprecio por la tradición, por lo tanto, se oponen a la expansión de los derechos y libertades civiles, de modo que se excluyen

los grupos pequeños (Ruisch et al., 2021; Sánchez, 2017; Vasilopoulos & Jost, 2020).

En una dimensión más amplia, Brussino et al. (2021) y Brussino et al. (2011a, 2011b) miden y describen la existencia de cuatro modalidades de ideología política. Dos de estas se vinculan con una orientación de derecha, haciendo referencia al conservadurismo sexual religioso, el cual se conoce también como derecha religiosa y se centra en las amenazas al modelo tradicional de familia, sexualidad y religión percibidas por los ciudadanos; por su parte, el conservadurismo represivo nacionalista se enfoca en amenazas de seguridad interna y el respeto por símbolos nacionales, entre otras. Las otras dos modalidades se asocian a una orientación de izquierda; el progresismo multiculturalista representa a quienes se interesan por temas relacionados con el medioambiente, la diversidad cultural y el consumo responsable de drogas; y el progresismo garantista se asemeja a una izquierda tradicional que se interesa por temas relacionados con equidad de la justicia y garantías para la protesta política y acceso a servicios públicos.

Autores como Van Prooijen y Krouwel (2019) afirman que, a pesar de las diferencias entre las orientaciones ideológicas de derecha e izquierda, cuando estas son extremas tienden a parecerse en cuatro factores psicológicos: la angustia cognitiva, la simplicidad cognitiva, la intolerancia y el exceso de confianza. Esto se debe a que ambos extremos se identifican con sentimientos de miedo e incertidumbre, los cuales propician preferencias por líderes radicales y nacionalistas orientados al grupo, además, suelen explicar el entorno social complejo a partir de proposiciones sencillas (simplicidad cognitiva), lo que a su vez ocasiona la intolerancia a opiniones y grupos diferentes, pues su exceso de confianza los hace pensar que sus juicios morales son absolutos. De igual forma, consideran superiores sus creencias políticas, lo cual predice un sesgo cognitivo. Este sesgo ante grupos diferentes es consistente con la deslegitimación del adversario en contextos de violencia política (Borja et al., 2008) y polarización política de simpatizantes de Álvaro Uribe Vélez (derecha) y Gustavo Petro (izquierda), quienes mostraron desconfianza e indignación (Villa & Sarmiento, 2023).

En Colombia, Kajsiu (2020) plantea la importancia de estudiar la orientación derecha-izquierda mediante el análisis del discurso de dos proyectos políticos importantes que, en los últimos años, representan las ideologías del uribismo (derecha) y el petrismo (izquierda). Al respecto, expone que el uribismo utiliza términos del conservadurismo como lo son legalidad, orden, autoridad y tradición,

junto a conceptos neoliberales como responsabilidad, competitividad y emprendimiento. En cuanto al petrismo, se utilizan términos afines al populismo como pueblo o élite, y conceptos socialdemócratas como igualdad, trabajo y justicia social. Adicionalmente, según los datos de la segunda vuelta electoral en las elecciones presidenciales del 2018, se encontró que los niveles socioeconómicos altos apoyaban en su mayoría al candidato Iván Duque (uribista), mientras que los niveles socioeconómicos bajos, al candidato Gustavo Petro. Por ello, se afirma que el uribismo tiene mayor respaldo de votantes de altos ingresos, lo que fortalece el orden, la autoridad y el *statu quo* en los años estudiados.

En un estudio más reciente, Ramírez-Vallejo y Santamaría-Velasco (2022) realizaron una investigación cualitativa desde el análisis del discurso, con el objetivo de estudiar los contenidos de las cuentas en Twitter de Uribe y Petro, en relación con las movilizaciones que se produjeron en Colombia entre el 21 y 23 de abril de 2021, como protesta a la reforma política que se proponía en el gobierno de Iván Duque. Los resultados mostraron que el discurso de Uribe se caracterizó por realizar un encuadre hacia el “vandalismo” en tres ciudades principales de Colombia como son Cali, Medellín y Bogotá, que luego asoció con imágenes y videos. Por otra parte, Petro enfatizó en la magnitud de la protesta que iba más allá de las ciudades más importantes. Ambos discursos emplearon el proceso de categorización “nosotros” y “ellos”. Por un lado, el “ellos” son los vándalos (visión del ala derecha), y por el otro, se designa al gobierno como los “opresores” (visión del ala izquierda).

Método

Tipo de estudio

Esta investigación de tipo lingüístico descriptivo comparativo (Ñaupas et al., 2018) permite comparar discursos políticos propagados en la red social digital Twitter, en este caso, de dos líderes políticos colombianos reconocidos por su orientación ideológica de izquierda (Petro) y derecha (Uribe).

Datos de Twitter

Se descargó la información disponible en las cuentas oficiales de Gustavo Francisco Petro Urrego y Álvaro Uribe Vélez mediante la aplicación NCapture de Nvivo11 (Tabla 1). La ventana de observación se estableció entre el 8 de agosto del 2020 y el 8 de agosto

Las investigaciones anteriores permiten identificar la importancia de los estudios en orientación política, dado que (1) enmarcan la visión de mundo social y político, campo en el que existe una amplia trayectoria de investigación desde las ciencias políticas; y con menos estudios enfocados en el oponente como referente retórico que (2) incide en la politización de situaciones socioeconómicas, entre otras, a las que se enfrentan las sociedades que animan a la protesta social, y (3) que influyen en las decisiones del electorado según las afinidades ideológicas.

En consecuencia, esta investigación tiene como propósito describir las características ideológicas del discurso de dos líderes políticos reconocidos en Colombia por su orientación ideológica de izquierda (Gustavo Petro) y derecha (Álvaro Uribe), y la asociación con las estrategias de deslegitimación del adversario en tiempos de posacuerdo de paz y contexto preelectoral a la presidencia 2022 con las siguientes hipótesis:

H₁: El discurso de Uribe, de orientación ideológica de derecha, promueve el mantenimiento del *statu quo* y el uso de la autoridad para mantener el orden social establecido, mientras que el discurso de Petro, de orientación de izquierda, propone el cambio social progresivo.

H₂: El discurso de Uribe, de orientación ideológica de derecha, y el discurso de Petro, de orientación de izquierda, se caracterizan por utilizar categorías de deslegitimación del adversario tales como “proscripción” y “uso de rótulos políticos”.

del 2021, período correspondiente al tercer año de mandato del presidente Iván Duque Márquez (2018-2022), dado que los dos primeros años estuvieron marcados por la pandemia ocasionada por el virus SARS-CoV-2 y las protestas sociales, y el cuarto año por el contexto preelectoral a las elecciones presidenciales del 2022.

La plataforma digital Twitter se seleccionó al evidenciarse como un sistema idóneo para el análisis político por su accesibilidad, la gran cantidad de datos que se manejan y porque en esta red las conexiones se centran más en el contenido que en el establecimiento de relaciones interpersonales (Virk, 2011). Adicionalmente porque la analítica de

grandes volúmenes de datos tiene “un considerable poder estadístico que permite detectar patrones que en los estudios tradicionales de redes a menor escala serían indetectables” (Tamburrini et al., 2014, p. 1).

Tabla 1. Mensajes publicados en la red social digital Twitter en las cuentas oficiales

Orientación política	Nombre	Partido político	Cuentas Twitter	Tuits analizados
Derecha	Álvaro Uribe Vélez	Centro Democrático	@AlvaroUribeVel	2632
Izquierda	Gustavo Francisco Petro Urrego	Colombia Humana	@petrogustavo	3208

Procedimiento

Para el análisis estadístico de datos textuales (Barreto, 2020; Bécue-Bertaut, 2010) se usó el software Spad7.4. Se realizó el análisis en dos niveles: (1) unidimensional mediante el análisis lexicométrico —vocabulario de palabras, vocabulario de segmentos repetidos, concordancias y métodos de las especificidades— y (2) multidimensional mediante análisis de correspondencias. En la representación del plano factorial se visualizaron las palabras más contributivas. Inicialmente se realizó la normalización de la base de datos y se eliminaron 124 tuits con contenidos de indicadores financieros exclusivamente, y 205 mensajes con dirección web que no aportaban contenido para el análisis. Se retuvo

el 75% del corpus textual. Se eliminaron palabras de frecuencia 1, palabras de longitud 1 (un solo carácter), formas léxicas con números arábigos y preposiciones en español de longitud 1 y 2 (a, de, en).

Consideraciones éticas

La investigación se realizó con información publicada por líderes políticos en cuentas oficiales de la red social digital Twitter. Por tanto, se acoge a la normativa establecida en la Resolución 8430 de 1993 del Ministerio de Salud, que clasifica los estudios documentales retrospectivos como investigación sin riesgo (Artículo 11 del Título 2).

Resultados

Los resultados de las principales cuentas utilizadas por Uribe como fuente de información están relacionados principalmente con medios de comunicación y su partido político, el Centro Democrático. Por su parte, Petro

además de referir cuentas de medios de comunicación, menciona cuentas internacionales asociadas a la protección de los derechos humanos. También refiere cuentas de líderes políticos afines a su ideología (Tabla 2).

Tabla 2. Cuentas de referencia con mayor frecuencia de aparición

Uribe	Frecuencia	Petro	Frecuencia
@lafm	54	@cidh	24
@youtube	33	@intlcrimcourt	22
@wradiocolombia	27	@gustavobolivar	16
@revistasemana	26	@almagro	7
@eltiempo	21	@oea	7

Uribe	Frecuencia	Petro	Frecuencia
@caracolradio	17	@roybarreras	7
@larepublica	15	@eltiempo	6
@bluradioco	14	@fiscaliacol	6
@elnuevosiglo	12	@bluradioco	4
@cedemocratico	9	@alexlopezmaya	3

En cuanto a las diferencias discursivas, mediante el método de las especificidades se identifican las expresiones que son características —más usadas en comparación con el otro— en las publicaciones de cada líder político. En la Tabla 3 se identifica que el discurso publicado en la cuenta oficial de Álvaro Uribe se distingue por expresiones relacionadas con: (1) la sociedad, expresando empatía ante diferentes situaciones como es el caso de la pérdida de seres queridos (*comunidad, fallecimiento*) o las pérdidas humanas ocasionadas por la pandemia, entre otros; (2) asuntos económicos relacionados con el apoyo a la reforma tributaria (*indicadores, reforma tributaria*), que ocasionó lo que se conoce como el estallido

social; (3) gestión del gobierno con valoración positiva, dado que el presidente de Colombia era Iván Duque, perteneciente al partido político liderado por Uribe denominado (4) Centro Democrático, al cual también hace especial mención; (5) orden público y énfasis en las acciones violentas de grupos guerrilleros categorizados como “terroristas” y enmarque de las protestas sociales como “vandalismo”; (6) asuntos legales como la Justicia Especial para la Paz y la protección de los derechos humanos en respaldo a la política de paz con legalidad; (7) deslegitimación del socialismo como visión del mundo sociopolítico, y (8) legitimación de la autoridad y las fuerzas militares para mantener el orden social establecido, entre otras.

Tabla 3. Palabras características Uribe

Palabras	FI	FG	Palabras	FI	FG	Palabras	FI	FG
Solidaridad	158	180	Hablamos	35	36	Consenso	23	24
Comunidad	120	130	Aire	37	39	Autoridades	25	27
Gbno (Gobierno)	92	92	Socialismo	36	38	Violentos	26	29
Informa	86	87	Pandemia	71	101	Criminales	29	34
Familia	152	191	JEP	55	71	Tributaria	54	81
Autoridad	91	94	Soluciones	33	35	Pudientes	27	31
Fallecimiento	72	72	Antioquia	89	139	Retos	19	19
Periódico	79	82	Vandalismo	41	48	Moderada	19	19
Entrevista	123	153	Radio	33	36	Promotores	21	22
Pobreza	112	140	Partida	31	33	Emprendimiento	18	18
Reducción	58	62	Seguridad	71	106	Transparencia	18	18
Bloqueos	57	62	Santa	47	60	Café	20	21
Querida	55	60	Jornada	34	38	Social	144	294
Medellín	123	185	Álvaro	56	77	Pregunta	28	34

Palabras	FI	FG	Palabras	FI	FG	Palabras	FI	FG
Falleció	41	41	Armadas	35	40	Urgencia	23	26
Duele	44	45	Linterna	24	24	Texto	17	17
Democrático	111	165	Gracias	53	74	Habana	17	17
FARC	74	95	Terrorismo	48	65	Marta	26	31
FF. AA.	36	36	Monsalve	29	32	Empleo	42	61
Centro	108	166	Apoyo	55	79	Urgente	19	20
Doña	34	34	Noticias	28	31	Cartagena	33	44
Dolor	39	41	Reyes	24	25	Referendo	22	25
Nuestra	82	116	Debate	85	144	EPM	65	111
Sociales	68	90	Privada	39	50	IVA	31	41
Ahorro	33	33	Cali	67	106	DD. HH.	18	19

Nota. FI = Frecuencia interna; FG = Frecuencia global. Todas las palabras presentadas son significativamente distintivas con valor $p = .00$.

Por su parte, las expresiones más características en el discurso de Petro se relacionan con: (1) su partido político (*Colombia Humana*) que consolida como base para las elecciones al Congreso de la República; (2) el pueblo colombiano como audiencia; (3) la coalición para la candidatura presidencial del año 2022 (*Pacto Histórico*); (4) el presidente de Colombia (*Duque*) perteneciente a la oposición y el partido político que lo respalda (representado por el *uribismo*); (5) temas sociopolíticos vinculados a su visión de descontento con el gobierno por la gestión inadecuada de las vacunas, la explotación de recursos naturales y cambio climático, entre

otros. También hace referencia a (6) líderes políticos de distintos sectores de la oposición (*Duque, Fajardo, Peñalosa*), (7) al orden público y énfasis en las acciones violentas de grupos paramilitares (masacres); y (8) al uso extralimitado de las fuerzas legales (Esmad) para mantener el orden frente a las protestas del estallido social. También hace referencia a (9) la defensa de los derechos humanos y la búsqueda de la paz con cambio social; (10) la deslegitimación del fascismo como visión del mundo sociopolítico y; (11) la legitimación del progresismo como ideología para la gestión del sistema social y político (Tabla 4).

Tabla 4. Palabras características Petro

Palabras	FI	FG	Palabras	FI	FG	Palabras	FI	FG
Humana	225	226	Mundo	131	151	Manifestación	43	45
Bogotá	397	445	Derechos	97	108	Sistema	65	72
Pueblo	160	169	Vacuna	80	87	Constitución	63	70
Cambio	132	137	Popular	66	70	Hidroituango	41	43
Masacre	120	124	Progresista	42	42	Genocidio	29	29
EE. UU.	90	90	Fascismo	49	50	Sangre	29	29
Histórico	87	87	Vida	121	139	Transmilenio	40	42

Palabras	FI	FG	Palabras	FI	FG	Palabras	FI	FG
Pacto	126	132	Comentaremos	39	39	Masacres	40	42
Sociedad	101	104	Golpe	51	53	Colombia	691	935
Debe	211	239	Peñalosa	38	38	Matar	28	28
Duque	319	381	Metro	56	59	Muertos	61	68
Población	86	88	Bolívar	74	81	Solicito	34	35
Gente	102	107	Países	59	63	Muerte	64	72
Vacunas	107	113	Desastre	36	36	Común	27	27
Uribismo	76	77	Covid	118	138	Estudios	33	34
Humanidad	84	87	Colombiana	70	77	Esmad	43	46
Movilización	77	79	Movimiento	41	42	Mujeres	43	46
Climático	59	59	Ciudadanía	96	110	Carbón	38	40
Policía	232	278	Trump	46	48	Realidad	59	66
Paz	199	235	Prensa	73	81	Humanos	59	66
Hacer	144	165	Crimen	50	53	Progresismo	26	26
Barbarie	46	46	Ustedes	39	40	Lectura	26	26
Policial	45	45	Fajardo	44	46	Paramilitarismo	32	33
Voto	51	52	Invito	31	31	Manifestantes	32	33
Agua	67	71	Detener	31	31	Muerto	37	39

Nota. FI = Frecuencia interna; FG = Frecuencia global. Todas las palabras presentadas son significativamente distintivas con valor $p = .00$.

Los discursos de los dos líderes políticos se dan en un mismo contexto que interpretan de manera diferente según su visión ideológica del mundo social, económico y político de derecha e izquierda. Tal es el caso de la politización de la pandemia ocasionada por el virus SARS-CoV-2, la reforma tributaria y la implementación del Acuerdo de Paz con las FARC-EP gestionadas por el presidente Iván Duque, las cuales fueron enmarcadas de manera positiva por el líder político Uribe afín al gobierno, y de modo negativo por el líder político Petro, dirigente de la oposición, y que se constituye en parte de la estrategia retórica con miras a la campaña presidencial.

Un análisis más preciso de las diferencias retóricas de los dos líderes políticos se enmarca en un contexto de protesta social en Colombia. Es de notar que se mantiene la postura ideológica aún en distintos contextos en los que

tienen lugar las publicaciones. Así, en el período analizado se identifican visiones ideológicas que: (1) justifican acciones para mantener o cambiar el orden social establecido (conservadurismo versus progresismo), y (2) caracterizan a los oponentes mediante el uso de categorías de deslegitimación del adversario tales como proscrición y uso de rótulos políticos enmarcados en corrientes ideológicas opuestas (socialismo versus fascismo).

En el primer caso, la Tabla 5 presenta el contexto de la palabra autoridad que tiene un uso diferencial según la ideología política del líder. Esto es, se identifica un mayor uso por parte de Álvaro Uribe ($f = 91$) cuyo contexto enfatiza en la defensa de la autoridad legal y militar para mantener el orden social establecido; por el contrario, Petro, además de tener menos menciones ($f = 3$), las enmarca en el abuso de la autoridad en distintos contextos sociopolíticos.

Tabla 5. Contexto de tweets asociados a autoridad (FT = 94)

Tweet ID	Petro (f = 3)	Tweet ID	Uribe (f = 91)
1311432081440944133	<p>Cuando se demuestra que la policía asesinó ciudadanos indefensos en las manifestaciones, el gobierno decide que la acción del Esmad será ordenada por la policía y no por la autoridad civil.</p> <p>El estado policiaco https://t.co/Z8d6jD3gr7</p>	1416368405028954114	<p>20 de Julio: Hipótesis:</p> <p>1: Autoridad Débil, abuso de los violentos, atacan a la policía, enfrentamientos cuerpo a cuerpo, contusos, heridos muertos, violación de DD.HH.</p> <p>2: Autoridad fuerte, militarización oportuna, disuasión de violencia, ejercicio tranquilo de protesta, trabajo.</p>
1295924834896089088	<p>No paga la ciudadanía las indemnizaciones si se repite en acción judicial contra los funcionarios que abusan de su autoridad. Una acción de repetición es procedente contra Ordoñez. https://t.co/9l5Gn39HEJ</p>	1398237062701236229	<p>Las Fuerzas Militares y Policía son para la garantía de autoridad.</p> <p>Con profesionalismo y dirección de altos oficiales en cada evento se asegura que las armas sean fundamentalmente disuasivas de la violencia.</p> <p>El Paro no es autoridad, menos con la violencia mezclada.</p>
1293177492598071297	<p>No creo en la capacidad de investigación de un órgano electoral que esta en manos del gobierno. Solo actúa contra nosotros.</p> <p>Si queremos democracia, la autoridad electoral debe ser completamente imparcial de la política https://t.co/7i6v5f5g7N</p>	1395707503627866114	<p>Los bloqueos levantados por la Fuerza Pública en el Centro y SurOccidente del país muestran que donde ejercen autoridad ésta se respeta.</p> <p>Urgen soluciones sociales e ingresos pagados por los más pudientes;</p> <p>Pero la autoridad no la pueden usurpar promotores del Paro y de bloqueos.</p>

Nota. Negritas fuera del texto. f = frecuencia relativa. Los errores ortográficos de los textos en Twitter se mantienen en su forma original.

Otra expresión que marca diferencia en las retóricas de los líderes se relaciona con la ideología progresista (Tabla 6). Así, en el caso de Petro la referencia a esta doctrina (f = 26) enfatiza en la defensa de un cambio

social basado en creencias vinculadas a un Estado de bienestar, protección de los derechos humanos y otras formas de gestión económica, entre otros. Uribe, por su parte, no la menciona en los tweets analizados.

Tabla 6. Contexto de tweets asociados a progresismo (FT = 26)

Palabra clave	Petro (f = 26)	Tweet ID	Uribe (f = 0)
1340263002512211970	<p>El trabajo del capital es insultarnos los unos a los otros, el del progresismo es recuperar la hermandad en un proyecto colectivo</p> <p>Excelente artículo sobre lo que significa el moralismo y la crítica al comportamiento en vez de la crítica social en redes https://t.co/rEEh2oBGi3</p>		
1419408547411111937	<p>Me encuentro en Cali en el lanzamiento de la candidatura presidencial en el liberalismo de Luis Fernando Velasco.</p> <p>La unión del liberalismo y el progresismo bajo las banderas de la "Revolución en Marcha" serán la victoria del cambio de Colombia</p> <p>#LibérateLiberal https://t.co/BXyMQC5dGI</p>		
1318177560669360129	<p>Si Colombia Humana gana la presidencia en 2022 iniciaremos un acuerdo con Bolivia y otros países para desarrollar la industria de automóviles eléctricos con pilas de litio construidos en nuestros países.</p> <p>El progresismo implica el conocimiento y la industrialización https://t.co/f20juJBEBQ</p>		

Nota. Negritas fuera del texto. f = frecuencia relativa. Los errores ortográficos de los textos en Twitter se mantienen en su forma original.

En el segundo caso, se identifica en las Tablas 7 y 8 la misma estrategia de presentar al oponente de manera negativa mediante el uso de rótulos políticos (Bar-Tal, 2000), que refieren corrientes ideológicas enmarcadas negativamente por el líder político. Así, se encuentra que el discurso de Álvaro Uribe presenta

a sus adversarios políticos con un enmarcamiento negativo de la corriente socialista (f = 36), vinculándola con violencia y pérdida de libertades personales y económicas. En cambio, las pocas veces que Petro menciona la palabra (f = 2), es para defender o contextualizar la corriente ideológica.

Tabla 7. Contexto de tweets asociados a socialismo (FT = 38)

Tweet ID	Petro (f = 2)	Tweet ID	Uribe (f = 36)
1397525077013536770	<p>Atención para difundir en todas las redes.</p> <p>Este trino es falso. Ni hablo de bloqueos sino de pasar a manifestaciones pacíficas. Ni hablo de socialismo ni de burgueses.</p> <p>Amigos uribistas, intenten dejar de hacer la política basada sobre la mentira y el miedo aunque sea una vez. https://t.co/FgmFBy3IG1</p>	1415864399248740353	<p>El Socialismo cabalga sobre la violencia; en Cuba para mantener la dictadura comunista y en Colombia para implantar algo parecido.</p>
1380149528540631051	<p>Cuando confunden democracia con monarquía hereditaria, nazismo con socialismo, y le ponen el apellido democrático al centro que es en realidad el fascismo</p> <p>Es el arte de engañar a la ciudadanía o no saber donde están parados. https://t.co/zKeAkqIR7</p>	1411356163904507904	<p>Que Colombia acelere soluciones sociales, saquemos adelante nuestra democracia y evitemos el socialismo en cualquiera de sus modalidades https://t.co/XuvoBjCUU4</p>
		1409132608827674632	<p>El Socialismo elimina libertades y emprendimiento;</p> <p>Otra de sus versiones no expropia pero estrangula y hace inoperante a las empresas, sin recursos aumenta el caos social; No elimina medios de comunicación pero obliga a venderlos a aliados. La prensa libre queda en el extranjero</p>

Nota. Negritas fuera del texto. f = frecuencia relativa. Los errores ortográficos de los textos en Twitter se mantienen en su forma original.

De manera análoga, Petro caracteriza a sus adversarios políticos con un enmarcamiento negativo de la corriente fascista (f = 49), vinculándola con miembros del partido de gobierno y su grupo político. Es de notar

que el fascismo se asocia con un Estado de gobierno totalitario con un fuerte aparato militar, mientras que la única vez que Uribe menciona la palabra (f = 1), es para asociarla con la corriente ideológica socialista.

Tabla 8. Contexto de tweets asociados a fascismo (FT = 50)

Tweet ID	Petro (f = 49)	Tweet ID	Uribe (f = 1)
1337850752526667777	Lo que ha dicho Néstor Humberto Martínez es ni más ni menos que piensa, para quitarse la competencia de Fajardo y la mía ponernos presos. El tiene el control de la fiscalía, esa es su estrategia. Puro y neto fascismo disfrazado de centro.	1409466769908056066	“Populismo es fascismo -socialismo adaptado a la democracia” para destruirla https://t.co/NaLToUrabF
1330227117544656898	Miren el fascismo dentro del uribismo. https://t.co/6xVRzXu7eu		
1321997044899340290	Duque quería el puerto de Tribugá. Juana María Plata Perea se opuso. Juana María Plata Perea ha sido asesinada. ¿Aún creen que esto es una pelea del centro contra la izquierda? Esta es la lucha de la democracia contra el fascismo y el fascismo está en el gobierno. https://t.co/Mm3TLHDJFm		

Nota. Negritas fuera del texto. f = frecuencia relativa. Los errores ortográficos de los textos en Twitter se mantienen en su forma original.

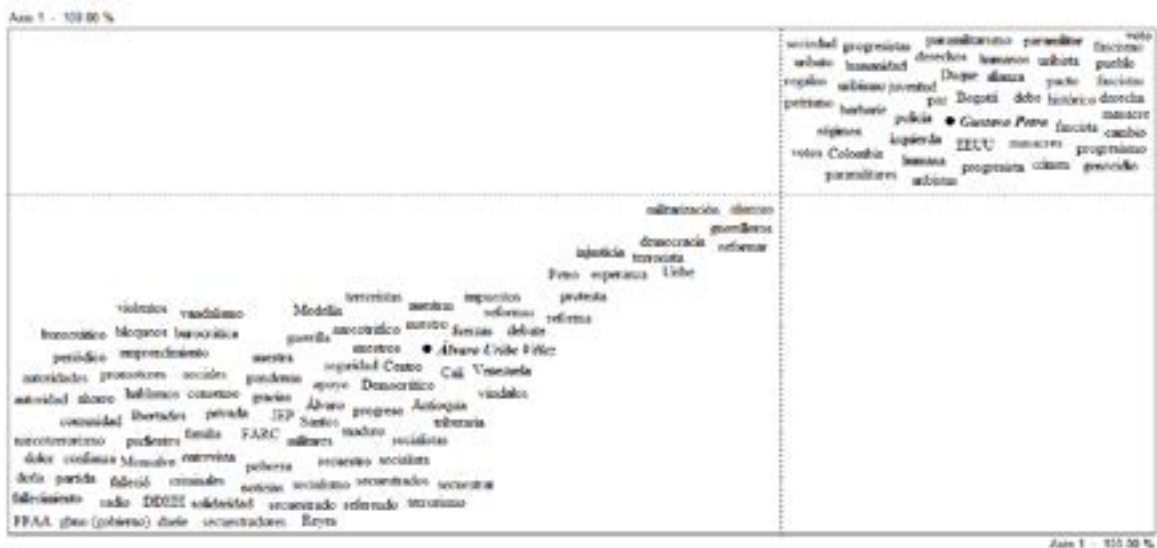
Finalmente, para tener un panorama multidimensional de las retóricas asociadas a la comunicación política, el análisis de correspondencias representado en el plano factorial (Figura 1) muestra la posición de las palabras más contributivas de los dos líderes políticos. El análisis se

centra en el primer y único eje, dado que solo se comparó el discurso de las dos figuras políticas sin variables adicionales. En este sentido, el primer plano explica el 100 % de la varianza de los datos y el factor denominado *ideología política* diferencia claramente dos extremos ideológicos.

En el cuadrante inferior izquierdo se encuentra el perfil léxico de Álvaro Uribe Vélez, el cual está constituido por palabras asociadas que muestran al menos cinco temáticas: (1) encuadre socioeconómico del contexto colombiano (“tributaria”, “impuestos”, “ahorro”); (2) visión del orden social enfocado en la violencia rotulada como terrorismo (“vándalos”, “terroristas”, “secuestradores”); (3) defensa de una ideología conservadora vinculada a un entorno sociopolítico con solidaridad, protección, familia, autoridad, seguridad y mantenimiento del *statu quo* (“solidaridad”, “autoridad”, “militarización”); (4) deslegitimación de oponentes vinculados a la corriente ideológica socialista (“socialismo” y “socialistas”) entre los que están de manera explícita “Petro”, “Maduro”, “Reyes” o enemigos políticos (“Santos”), y deslegitimación de los grupos armados ilegales vinculados a la guerrilla (“guerrilleros”). La ubicación en el cuadrante inferior izquierdo indica que este perfil léxico también se asocia con otras palabras, es decir, que la retórica es utilizada en diferentes contextos (Césari, 2009).

En oposición, se ubica el discurso de Gustavo Petro (cuadrante superior derecho), cuyo perfil léxico está constituido por palabras asociadas a cinco temáticas análogas: (1) encuadre sociopolítico de la oposición (“derechos humanos”, “paz”); (2) visión del orden social enfocado en la violencia rotulada como paramilitarismo (“paramilitar”, “régimen”, “masacre”); (3) defensa de una ideología progresista vinculada a un entorno sociopolítico de paz, derechos humanos, recursos naturales, medio ambiente, movilización y participación política (“cambio”, “progresismo”, “juventud”, “votos”); (4) deslegitimación de oponentes vinculados a la corriente ideológica fascista (“fascismo” y “fascistas”), entre los que están de forma explícita el líder de la oposición, el gobierno del partido político de Uribe (“uribismo”, “uribistas”, “uribato” y “Duque”), y deslegitimación de los grupos armados ilegales vinculados al paramilitarismo (“paramilitares”). La ubicación en el cuadrante superior derecho indica que este perfil léxico se expresa comúnmente de manera simultánea.

Figura 1. Plano factorial comparativo de discursos políticos de izquierda-derecha



Discusión

Los análisis de resultados de las cuentas de referencia con mayor frecuencia de aparición empleadas por los líderes políticos Uribe y Petro tienen en común que ambos se informan de medios de comunicación. En cuanto a las diferencias, los contenidos de Uribe están

más centrados en el acontecer nacional y presentan un uso más marcado en la autorreferenciación de su partido político “Centro Democrático”; en cambio, el discurso de Petro se nutre de instancias internacionales relacionadas con la protección de los derechos humanos

y la referenciación tanto a líderes políticos con los que guarda alguna afinidad ideológica, como a su partido político “Colombia Humana” y a la Coalición del Pacto Histórico para participar en la contienda presidencial del 2022. Lo anterior nos permite confirmar que el discurso ideológico de Petro (izquierda) y Uribe (derecha) presenta la misma estrategia general propuesta por Van Dijk (2005), sobre la autopresentación positiva del grupo, lo cual en el contexto colombiano se evidencia con la importancia que le dan los grupos políticos a la autorreferenciación, y también al mostrar simpatía con los políticos y líderes con los cuales guarda alguna similitud ideológica.

En cuanto a los resultados obtenidos con el método de las especificidades, es importante resaltar que el discurso de Uribe utiliza principalmente dos de las estrategias de deslegitimación del adversario, denominadas proscripción y uso de rótulos políticos. En el primer caso, se pretende deslegitimar a los grupos ilegales (guerrilleros y desmovilizados) categorizándolos como violadores de las normas morales y sociales (Bar-Tal, 2000), y a los adversarios políticos (Petro) vinculándolos con la ideología del socialismo (presidente Maduro de Venezuela); así mismo, legitima el uso de la fuerza para mantener el *statu quo*, lo que permite posicionar a su endogrupo de manera positiva ante la sociedad, en respuesta a la amenaza que representa la oposición. A su vez, el discurso petrista emplea la misma categoría de proscripción para deslegitimar a grupos ilegales (paramilitares) y el uso de rótulos políticos como fascistas para referirse a la ideología de su oponente que posee el poder (Duque-Uribe), y legitima la propia con el progresismo. Estos resultados permiten confirmar que la categoría de proscripción y uso de rótulos políticos encontradas por Bar-Tal (2000) y Borja-Orozco et al. (2008) también son utilizadas en los discursos ideológicos de Petro y Uribe en Colombia para deslegitimarse mutuamente. Estos resultados son consistentes con la hipótesis (H₂), que plantea el uso común de categorías de deslegitimación del adversario tales como “proscripción” y “uso de rótulos políticos” que, en escenarios de conflicto como el colombiano, contribuyen al escalamiento de la violencia política.

De igual forma, estos resultados permiten conocer que las orientaciones ideológicas de Petro (izquierda) y Uribe (derecha), caracterizadas en el contexto colombiano mantienen planteamientos ideológicos que han sido identificados desde la época de la Revolución francesa, como nos lo recuerdan Jost (2009), Lipset y Raab (1978), los intereses sociales de quienes estaban más cerca de la

derecha se identificaban con el conservadurismo, y los de izquierda lo hacían con el cambio social progresivo. De manera específica, en el contexto colombiano, estas orientaciones ideológicas mantienen la rivalidad que se hace explícita al presentar en su discurso propuestas hacia el mantenimiento o cambio de las condiciones socialmente establecidas (conservadurismo versus progresismo) y, de igual forma, presentan al rival político dentro de una de las corrientes ideológicas (socialismo versus fascismo) con el propósito de deslegitimar su accionar.

Los resultados de esta investigación también se alinean con los obtenidos por Kajsiu (2020), quien identifica que las corrientes de derecha e izquierda en Colombia asumen una posición conservadora o progresista, respectivamente; lo cual se ve reflejado en el discurso uribista con la difusión de significados asociados a la legalidad y autoridad principalmente, en tanto que el discurso petrista se encuentra centrado en aspectos relacionados con la igualdad e injusticia social. Es importante resaltar que los resultados obtenidos en esta investigación complementan el panorama que se tiene sobre las ideologías de izquierda y derecha en Colombia, justamente al identificar cómo abordan en el discurso temáticas similares, pero en su contenido las visiones respecto a los tópicos relacionados son diferentes, esto lo podemos evidenciar con la autorreferenciación de la agrupación política (Centro Democrático – Colombia Humana), acontecimientos sociopolíticos (economía – cambio climático), orden público (terroristas – paramilitares), derechos humanos y paz (protección – defensa) y deslegitimación del adversario político (proscripción y uso de rótulos políticos: socialismo versus fascismo), y el uso de la fuerza para mantener el orden social (fuerzas militares – uso extralimitado del Esmad – fuerza legal). Estos resultados son consistentes con la hipótesis (H₁), que distingue la visión del mundo social y político que promueve el discurso de derecha de Uribe para el mantenimiento del *statu quo* y el uso de la autoridad para mantener el orden social establecido, mientras que el discurso de Petro, de orientación de izquierda, propone el cambio social progresivo.

Para concluir, los resultados de esta investigación brindan a la sociedad información más detallada sobre las características ideológicas de dos líderes políticos en Colombia que se enmarcan en las corrientes ideológicas izquierda-derecha, que combinan en sus discursos a la opinión pública la orientación política y la deslegitimación del otro. Este uso combinado de estrategias retóricas es común en contextos electorales (Borja-Orozco, 2022)

y durante la gestión de gobierno (Barreto & Medina, 2021), pues como confirman los estudios realizados por Nasie et al. (2014), la ideología política de los ciudadanos incide en la apertura a la narrativa del adversario; así, los participantes “con ideología de línea dura se adhirieron más a la narrativa del grupo interno y se resistieron más a la narrativa del adversario que los participantes con ideología de línea blanda” (p. 1543). La reflexión política a la que conllevan estos resultados es la predominante necesidad de regular los discursos que incitan a la deslegitimación del otro, pues exacerban los conflictos sociopolíticos y cada vez es más compleja la intervención para disminuir el conflicto que se incrementa en las redes sociales digitales.

Con respecto a las limitaciones de la investigación, es importante mencionar que el alcance está condicionado a la red social de Twitter. Por tanto, se sugiere extender los proyectos a un mayor número de redes y también a un número mayor de exponentes de las ideologías de izquierda y derecha en Colombia. De igual manera, para la recolección de la información se pueden utilizar otras técnicas que permitan conocer desde otra perspectiva las creencias ideológicas que identifican a las personas con las corrientes ideológicas de izquierda y derecha. Lo anterior permitirá tener un panorama más amplio en la comprensión de los procesos ideológicos y de consumo político.

Referencias

- Areiza, G. (2014). El concepto de ideología en la configuración del discurso político. *Cuadernos de Ciencias Políticas*, (6), 81-90. https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/25929/cuaderno_ciencias_politicas_06_06.pdf
- Bar-Tal, D. (2000). *Shared beliefs in a society: Social psychological analysis*. Sage Publications.
- Barreto, I. (2020). Análisis estadístico de datos textuales. En P. Páramo (Ed.), *La investigación en ciencia sociales: la historia del método y su filosofía* (pp. 449-467). Lemoine Editores.
- Barreto, I., & Medina-Arboleda, I. F. (2021). Political communication and ideology. En C. Zúñiga & W. López-López (Eds.), *Political psychology in Latin America* (pp. 175-195). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/0000230-009>
- Bécue-Bertaut, M. (2010). *Minería de textos: aplicación a preguntas abiertas en encuestas*. La Muralla.
- Bobbio, N. (2014). *Derecha e izquierda*. Taurus.
- Bonilla, J. D. (2015). Izquierda y poder electoral en Bogotá: una reconstrucción histórico-coyuntural (2004-2012). *Revista de Relaciones Internacionales, Estrategia y Seguridad*, 10(1), 159-179. <https://doi.org/10.18359/ries.367>
- Borja-Orozco, H. (2022). Consumo político: estrategias de comunicación basadas en el voto ideológico y de rendimiento. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 54, 12-22. <https://doi.org/10.14349/rlp.2022.v54.2>
- Borja-Orozco, H., Barreto, I., Sabucedo, J. M., & López-López, W. (2008). Construcción del discurso deslegitimador del adversario: gobierno y paramilitarismo en Colombia. *Universitas Psychologica*, 7(2), 571-583. <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/revPsycho/article/view/571>
- Brussino, S., Alonso, D., Cupani, M., Imhoff, D., Paz García, P., & Rabbia, H. H. (2021). Dimensiones de la ideología política. Un abordaje operativo desde la Teoría de Respuesta al Ítem. *Acta Colombiana de Psicología*, 24(2), 9-22. <https://www.doi.org/10.14718/ACP2021.24.2.2>
- Brussino, S., Imhoff, D., & Alonso, D. (2016). Posicionamientos ideológicos de quienes se ubican en el “centro” o “no poseen ideología”. *Quaderns de Psicologia. International Journal of Psychology*, 18(1), 107-118. <https://doi.org/10.5565/rev/qpsicologia.1333>
- Brussino, S., Rabbia, H. H., Imhoff, D., & García, A. P. (2011a). Ideología política y prácticas mediatizadas de consumo informativo. *Revista Debates*, 5(2), 13-40. <https://doi.org/10.22456/1982-5269.22678>
- Brussino, S., Rabbia, H., Imhoff, D., & Paz, A. (2011b). Dimensión operativa de la ideología política en ciudadanos de Córdoba-Argentina. *Psicología Política*, 43, 85-106. <https://psycnet.apa.org/record/2011-26298-004>
- Caprara, G. (2020). Distinctiveness, functions and psycho-historical foundations of left and right ideology. *Current Opinion in Behavioral Sciences*, 34, 155-159. <https://doi.org/10.1016/j.cobeha.2020.03.007>
- Césari, M. I. (2009). *Protocolo de análisis de datos textuales aplicados a la minería de textos*. Universidad Tecnológica Nacional.
- Choma, B. L., Ashton, M. C., & Hafer, C. L. (2010). Conceptualizing political orientation in Canadian political candidates: A tale of two (correlated) dimensions. *Canadian Journal of Behavioural Science / Revue Canadienne des Sciences du Comportement*, 42(1), 24-33. <https://doi.org/10.1037/a0015650>
- El Nuevo Siglo. (2022, septiembre). *El pulso político de los mandatarios. La favorabilidad de los últimos presidentes de Colombia*. <https://www.elnuevosiglo.com.co/articulos/09-02-2022-la-favorabilidad-de-los-ultimos-presidentes-de-colombia>

- Camboa, L. (2019). El reajuste de la derecha colombiana. El éxito electoral del Uribismo. *Colombia Internacional*, 1(99), 187-214. <https://doi.org/10.7440/colombiaint99.2019.07>
- Jost, J. (2009). "Elective Affinities": On the psychological bases of left-right differences. *Psychological Inquiry*, 20(2-3), 129-141. <https://doi.org/10.1080/10478400903028599>
- Jost, J. T., Halperin, E., & Laurin, K. (2020). Editorial overview: Five observations about tradition and progress in the scientific study of political ideologies. *Current Opinion in Behavioral Sciences*, 34, III-VII. <https://doi.org/10.1016/j.cobeha.2020.09.001>
- Kajsiu, B. (2020). Las ideologías y movilizaciones políticas del uribismo y petrismo: dos Colombias distintas. *Análisis Político*, 33(98), 191-209. <https://doi.org/10.15446/ANPOL.v33n98.89417>
- León Rodríguez, D. A., Tobar Herrera, M. P., Hodeg, M. O., & Aguilar Mejía, O. M. (2022). Empatía, redes sociales e indicadores de salud mental durante las crisis sociales en Colombia. *Universitas Psychologica*, 21, 1-18. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.upsy21.ersi>
- Lipset, S., & Raab, E. (1978). *The politics of unreason: Right-wing extremism in America, 1790-1977* (2.a ed.). University of Chicago Press.
- Ministerio de Salud. (4 de octubre de 1993). Resolución 8430 de 1993. *Por la cual se establecen las normas científicas, técnicas y administrativas para la investigación en salud*. <https://repositorio.saludcapital.gov.co/bitstream/handle/20.500.14206/13829/Isolution2653.pdf?sequence=1>
- Nasie, M., Bar-Tal, D., Pliskin, R., Nahhas, E., & Halperin, E. (2014). Overcoming the barrier of narrative adherence in conflicts through awareness of the psychological bias of naïve realism. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 40(11), 1543-1556. <https://doi.org/10.1177/0146167214551153>
- Ñaupas, H., Valdivia, M. R., Palacios, J. J., & Romero, H. (2018). *Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis* (Quinta edición). Ediciones de la U.
- Parra, E., & Guevara, E. (2017). Multipartidismo y gobiernos de concertación en Colombia (1998–2016). *Espacios Públicos*, 21(50), 12-34. <https://espaciospublicos.uaemex.mx/article/view/19201/14248>
- Quevedo-Stuva, M. I., Tovar-Gil, G., & Mila-Maldonado, A. (2023). Populism on the web: Presidential elections in Bolivia, Ecuador, Peru, and Colombia (2020-2022). *Societies*, 13(3), Artículo 58. <https://doi.org/10.3390/soc13030058>
- Ramírez-Vallejo, D., & Santamaría-Velasco, F. S. (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), 103-131. <https://periodicos.unb.br/index.php/raled/article/view/42782>
- Restrepo, N. J., Piedrahita-Bustamante, P., & Rodríguez, J. J. (2022). La personalización de la política y el declive de los partidos tradicionales en la campaña presidencial en Colombia 2018. *Revista Divergencia*, 11(19), 28-56. <https://www.revistadivergencia.cl/wp-content/uploads/2023/02/002.pdf>
- Ruisch, B. C., Anderson, R. A., Inbar, Y., & Pizarro, D. A. (2021). A matter of taste: Gustatory sensitivity predicts political ideology. *Journal of Personality and Social Psychology*, 121(2), 394-409. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/pspp0000365>
- Sánchez, P. A. (2017). Construcción de una escala de ideología política en el contexto costarricense a partir de un trabajo realizado en Córdoba, Argentina. *Acta de Investigación Psicológica*, 7(2), 2747-2754. <https://doi.org/10.1016/j.aippr.2017.06.005>
- Sandoval, M. L. (2019). Cambio de posición política o transformación ideológica de los votantes en Colombia (1974-2018). *Revista Perspectivas de las Ciencias Económicas y Jurídicas*, 9(2), 51-69. <http://dx.doi.org/10.19137/perspectivas-2019-v9n2a03>

- Solano, D. (2018). Conservadurismo y orientación política: ¿Su relación es similar en sociedades de Latinoamérica y Occidente? *Psicoperspectivas*, 17(1), 1-11. <https://doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol17-issue1-full-text-1098>
- Tamburrini, N., Cinnirella, M., Jansen, V. A., & Bryden, J. (2015). Twitter users change word usage according to conversation-partner social identity. *Social Networks*, 40, 84-89. <https://doi.org/10.1016/j.socnet.2014.07.004>
- van Dijk, T. (2005). Ideología y análisis del discurso. *Revista Internacional de Filosofía Iberoamericana y Teoría Social*, 29, 9-36. <http://www.discursos.org/oldarticles/Ideolog%EDa%20y%20an%E1lisis%20del%20discurso.pdf>
- Van Prooijen, J. W., & Krouwel, A. P. (2019). Psychological features of extreme political ideologies. *Current Directions in Psychological Science*, 28(2), 159-163. <https://doi.org/10.1177/0963721418817755>
- Vasilopoulos, P., & Jost, J. T. (2020). Psychological similarities and dissimilarities between left-wing and right-wing populists: Evidence from a nationally representative survey in France. *Journal of Research in Personality*, 88, Artículo 104004. <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2020.104004>
- Villa, J. D., & Sarmiento, J. C. (2023). Polarización y creencias sociales en algunos militantes de dos partidos políticos ideológicamente antagónicos en el marco del posconflicto en Colombia. *Revista Guillermo de Ockham*, 21(1), 7-29. <https://doi.org/10.21500/22563202.5433>
- Virk, A. (2011). Twitter: The strength of weak ties. *University of Auckland Business Review*, 13(1), 19-21. https://www.thebookshelf.auckland.ac.nz/docs/UABusReview/2011_13_i01-5-twitter.pdf