

Discursos políticos en Colombia: La construcción del otro entre Gustavo Petro e Iván Duque durante el año 2015 hasta el 2019, en la red social *Twitter*.

Presentado por:

Julián Fernando Torres Flórez

Tutor(a):

Claudia Patricia Valero Pacheco

Universidad Santo Tomás

Programa de Comunicación Social para la Paz

Bogotá

2023

Discursos políticos en Colombia: La construcción del otro entre Gustavo Petro e Iván Duque durante el año 2015 hasta el 2019, en la red social *Twitter*.

Julian Fernando Torres

Universidad Santo Tomás

2023

Tabla de contenido

Resumen.....	4
Palabras claves.....	7
Introducción.....	8
Planteamiento del problema.....	10
Pregunta problema.....	15
Objetivo general.....	15
Objetivos Específicos.....	15
Marco Referencial.....	19
Marco Metodológico.....	43
Análisis.....	55
Hallazgos y conclusiones.....	64
Recomendaciones.....	67

Resumen

El tema que se abordará en el presente será el análisis discursivo entre Gustavo Petro e Iván Duque dentro de la red social Twitter, abarcando desde la campaña presidencial de Colombia de 2018 donde los entonces candidatos Gustavo Petro e Iván Duque se enfrentaron en una intensa disputa política en la red social Twitter. A lo largo de los años 2015 a 2019, ambos políticos utilizaron esta plataforma para promocionar sus ideas, criticar al adversario y construir un discurso que diferenciara sus propuestas.

Este estudio se enfoca en el análisis de los discursos políticos de Petro y Duque en Twitter, específicamente en la construcción del otro y las estrategias discursivas utilizadas para ello. Para ello, se utiliza la teoría del Análisis Crítico del Discurso (ACD) y la matriz de análisis propuesta por Teun van Dijk. También se busca entender cómo la retórica utilizada por los líderes políticos afectó la polarización política en Colombia. Los discursos políticos son herramientas importantes para movilizar a la opinión pública y construir identidades políticas, y su impacto puede ser especialmente fuerte en las redes sociales.

En este caso, los discursos políticos de Petro y Duque estuvieron marcados por la construcción del "otro", es decir, la creación de una imagen negativa de los oponentes políticos. Petro utilizó términos como "oligarquía" y "élite" para referirse a sus oponentes, mientras que Duque utilizó el término "castrochavismo" para referirse a Petro y a la izquierda. Estas etiquetas políticas tienen una carga emocional y pueden ser muy efectivas para movilizar a los seguidores y desacreditar a los oponentes políticos.

La retórica política utilizada por Petro y Duque también estuvo enfocada en la movilización de sus respectivas bases de seguidores, y en desacreditar a los oponentes políticos. Además, el uso intensivo de las redes sociales para difundir estos discursos políticos amplificó la polarización política en Colombia.

De igual forma cómo estos discursos reflejaron las divisiones políticas profundas en Colombia. El país ha sido históricamente marcado por la polarización política y los discursos políticos pueden amplificar y profundizar estas divisiones. Además, se busca entender cómo la retórica política puede afectar la estabilidad política de un país, especialmente en un contexto de transiciones políticas o incertidumbre.

También se buscó explicar de qué manera ambos líderes políticos buscaron generar una imagen negativa del oponente a través de la manipulación de información y la exageración de algunos de sus aspectos. De esta manera, se pretendió convencer a los ciudadanos de la peligrosidad de votar por el otro, buscando generar un enfrentamiento entre las diferentes visiones de país que se presentaban, en el que se enfatizaba las diferencias y se minimizaban las posibilidades de encuentro o diálogo.

Por último, el presente trabajo tiene como fin último entender cómo estas plataformas pueden ser utilizadas para movilizar a los seguidores y atacar a los oponentes políticos. En Colombia, la polarización política se ha visto exacerbada por el uso intensivo de las redes sociales por parte de los políticos y sus seguidores. Entender cómo funciona esta dinámica puede ayudar a identificar medidas para reducir la polarización y fomentar un diálogo político más constructivo.

Abstract

The subject that will be addressed in the present will be the discursive analysis between Gustavo Petro and Iván Duque within the Twitter social network, ranging from the 2018 Colombian presidential campaign where the then candidates Gustavo Petro and Iván Duque faced each other in an intense political dispute. on the social network Twitter. Throughout the years 2015 to 2019, both politicians used this platform to promote their ideas, criticize the adversary and build a discourse that differentiated their proposals.

This study focuses on the analysis of the political discourses of Petro and Duque on Twitter, specifically in the construction of the other and the discursive strategies used for it. For this, the theory of Critical Discourse Analysis (ACD) and the analysis matrix proposed by Teun van Dijk are used. It also seeks to understand how the rhetoric used by political leaders affected political polarization in Colombia. Political discourses are important tools for mobilizing public opinion and building political identities, and their impact can be especially strong on social media.

In this case, the political speeches of Petro and Duque were marked by the construction of the "other", that is, the creation of a negative image of their political opponents. Petro used terms like "oligarchy" and "elite" to refer to his opponents, while Duque used the term "castrochavismo" to refer to Petro and the left. These political labels are emotionally charged and can be very effective in mobilizing supporters and discrediting political opponents.

The political rhetoric used by Petro and Duque was also focused on mobilizing their respective fan bases, and discrediting political opponents. In addition, the intensive use of social networks to disseminate these political discourses amplified the political polarization in Colombia.

Similarly, how these speeches reflected the deep political divisions in Colombia. The country has historically been marked by political polarization, and political discourse can amplify and deepen these divisions. In addition, it seeks to understand how political rhetoric can affect the political stability of a country, especially in a context of political transitions or uncertainty.

In the same way, it seeks to explain how both political leaders sought to generate a negative image of the opponent through the manipulation of information and the exaggeration of some of its aspects. In this way, it was intended to convince citizens of the danger of voting for the other, seeking to generate a confrontation between the different visions of the country that were presented, in which differences were emphasized and the possibilities of meeting or dialogue were minimized.

Finally, the present work has as its ultimate goal to understand how these platforms can be used to mobilize followers and attack political opponents. In Colombia, political polarization has been exacerbated by the intensive use of social networks by politicians and their supporters. Understanding how these dynamics work can help identify measures to reduce polarization and encourage more constructive political dialogue.

Palabras claves

Análisis, discurso, otredad, estrategias.

Introducción

En la era digital, las redes sociales se han convertido en un escenario clave para la construcción de discursos políticos y la difusión de ideas. En Colombia, durante la campaña presidencial del año 2018, las redes sociales jugaron un papel crucial en la difusión de los mensajes políticos de los candidatos. En particular, los tuits de los candidatos Gustavo Petro e Iván Duque en Twitter se convirtieron en un espacio en el que se construyeron narrativas y se presentaron estrategias políticas.

En este contexto, el presente trabajo tiene como objetivo analizar los discursos políticos de Gustavo Petro e Iván Duque en Twitter durante el período comprendido entre los años 2015 y 2019. El enfoque de análisis se centrará en la construcción del otro, es decir, en cómo cada candidato construyó su imagen y la del otro a través de sus mensajes en la red social.

Para ello, se utilizará la teoría del Análisis Crítico del Discurso (ACD) de Teun A. Van Dijk, que permite estudiar los mecanismos discursivos utilizados por los candidatos para la construcción del otro. Asimismo, se hará uso de herramientas de minería de datos para el análisis cuantitativo de los tuits y su relación con los temas de debate político de la época.

Este trabajo es relevante en tanto que permite comprender las estrategias discursivas utilizadas por los candidatos durante un momento clave de la política colombiana. Asimismo, permite profundizar en el análisis de la construcción del otro en las redes sociales, un tema de importancia en un contexto en el que la comunicación digital juega un papel cada vez más relevante en la política y la sociedad en general. Así pues, dentro del presente trabajo se encontrará un planteamiento del problema, la pregunta problema que se va a responder. Los objetivos generales y específicos establecen los resultados que se esperan alcanzar con la investigación. El marco referencial proporciona el estado del arte, el contexto teórico y conceptual del trabajo, y el marco metodológico describe los métodos y técnicas utilizados para llevar a cabo la investigación.

En el análisis se presentan los resultados y hallazgos de la investigación, y en las conclusiones se responde a la pregunta problema y se exponen los resultados. Las recomendaciones son sugerencias para futuras investigaciones o acciones que pueden llevarse a cabo en relación al tema estudiado. En resumen, estos elementos se encuentran en diferentes secciones de una tesis y cumplen diferentes funciones en el desarrollo de la investigación.

Planteamiento del problema:

Para continuar desarrollando el presente texto es pertinente dar contexto en el cual ocurrió la contienda electoral del año 2018, lo primero a destacar es la relativa tranquilidad en la que se encontraba el país tras la firma del acuerdo de paz con el grupo armado FARC en el año 2016 (Giraldo Ardila, 2019). El acuerdo fue firmado por el desgaste de las partes implicadas en el conflicto, las mismas eran las fuerzas militares, los miembros de las FARC y los campesinos que eran arrastrados a la contienda. Los últimos tuvieron un peso importante en la finalización del conflicto, afirmando estar cansados de la violencia en todo momento y la pérdida constante de sus seres queridos en medio de los combates.

La forma en la que se desarrolló la firma del tratado de paz terminó creando una fuerte polarización a lo largo del país, estaban aquellos que apoyaban el acuerdo y quienes no lo hacían. A lo anterior se sumó la decisión del gobierno de dejar a las fuerzas militares colombianas fuera de la firma, sin contar con su opinión y punto de vista, pues, su postura no sería imparcial con los firmantes pertenecientes al grupo subversivo (Illera & Ruiz, 2018). Tras la firma de este, el país se encontraba expectante, los candidatos del momento aseguraban respaldar lo acordado en el año 2016.

El grupo de los postulados a la presidencia del año 2018 estaba conformado por Gustavo Petro, en representación del partido Colombia Humana y Movimiento Alternativo Indígena, su fórmula vicepresidencial era Ángela María Robledo. También se encontraba Sergio Fajardo como representante del partido Alianza Verde en asociación con el partido Polo Democrático, su fórmula vicepresidencial fue Claudia López. Por el Partido Liberal y Alianza Social Independiente se encontraba Humberto de La Calle, su vicepresidencia estaba a cargo de Clara López. El partido Cambio Radical, Partido Conservador y Partido de la U se unieron para

apoyar a Germán Vargas Lleras y su fórmula vicepresidencial Juan Carlos Pinzón. Por último, los representantes del partido Centro Democrático y Partido MIRA fueron Iván Duque como fórmula presidencial y Marta Lucía Ramírez.

En la primera vuelta quedaron dos candidatos, los mismos disputarían una segunda vuelta, los aspirantes a la presidencia fueron Gustavo Petro e Iván Duque. Cada uno representaba una postura política en el país, el primero había sido un constante opositor a los gobiernos de turno, pues, afirmaba abiertamente tener afinidades al socialismo, no solo en el ámbito político, también en su aspecto económico (Cohen, 2021). Puesto que la mayoría tenían una visión conservadora y con inclinaciones políticas de derecha. El segundo pertenecía al partido Centro Democrático, fundado por el político Álvaro Uribe Vélez, reconocido por su postura conservadora e inclinaciones políticas de derecha (Prada Espinel & Romero Rodríguez, 2019).

La dicotomía no se evidenciaba únicamente en sus posturas políticas, en algunas de sus propuestas presidenciales se veía un acercamiento diferente a la ciudadanía, Gustavo proponía la inclusión de los jóvenes en diversos ámbitos, para que se sintieran escuchados por sus referentes políticos, también afirmaba que seguiría con el acuerdo firmado en el año 2016 y respetaría lo pactado en este, sin embargo, en otra de sus propuestas afirmó que le exigiría compromiso con las víctimas a los miembros del grupo armado, por último buscaba dar uso a tierras que no estaban siendo productivas para la economía colombiana (Robayo, 2018). Por otro lado, las propuestas de Iván hablaban de cómo no rompería lo pactado en el acuerdo de paz, sin dejar de lado la idea de modificar ciertos apartados de este, oponiéndose a la visión que tenía Petro de no alterar lo ya pactado, propuso poner sanciones a Venezuela por albergar grupos terroristas y parte de las disidencias de las extintas FARC, postura bastante alejada de Gustavo, pues él creía que incentivar a los exguerrilleros era la mejor manera de solucionar el

conflicto, en el apartado de los jóvenes afirmó su intención era que los estudiantes se graduaran con un tecnólogo del colegio, para finalizar el apartado de las propuestas políticas, afirmó que buscaría crear una economía apoyada en la agricultura y que no fuera nociva para el medio ambiente (Robayo, 2018).

Ahora bien, es pertinente explicar el uso de la red social *Twitter* y su impacto en la ciudadanía; no es novedoso hablar de las redes sociales y el peso que tienen en la actualidad, empero, dichas son influyentes en la concepción de la realidad y la construcción de otredad (Zorro, 2021). Explicar la importancia de *Twitter* en el contexto general y luego centrado en la política; la red social nace el 21 de marzo de 2006, creada por Jack Dorsey y sus socios, se creó como un medio para compartir información corta y concisa al instante. En cuanto a los contenidos encontrados, dichos abarcan una amplia variedad, desde la rutina diaria de una persona, los pensamientos que tuvo durante el día, o cualquier tema que genere interés en las audiencias (Webempresa, 2018). El sitio tuvo una gran acogida por parte del público desde su fundación, un factor clave en la evolución del sitio web se debe a la llegada de publicidad, pues, empezaron a percibir mayores ganancias, de ahí en más la red actualizó sus políticas de uso, pero la esencia es igual (Parodi, 2021). Entre la variedad de temas se encuentran los de índole política, no solo para expresar las diversas posturas que se tienen en la misma, también facilita la obtención de insumos para saber la opinión de la gente sobre un político o sus preferencias a la hora de elegir a sus representantes (Freire, N, 2019).

Para evidenciar la construcción del otro por medio de la red social, es pertinente citar tuits de los candidatos del año 2018, la cantidad de tuits es de 15 desde febrero hasta el 16 de junio del año ya mencionado, 13 tuits son del candidato Petro y 3 por parte de Duque. El primer tuit con bastante relevancia es del año 2018, el 15 de febrero y decía “La participación ciudadana en

seguridad y las recompensas fueron fundamentales para derrotar al terrorismo, proteger ciudades y reducir en 96.7% el secuestro (2002-2010) El Chavismo se opondrá a #manofirme contra delincuencia. Nosotros lo derrotaremos #ColombiaSinChavismo”. El texto escrito por Iván Duque denota apoyo para la propuesta de recompensas implementada en el periodo presidencial de Álvaro Uribe Vélez, sin embargo, lo más destacable es la asociación que hace sobre el Chavismo y cómo crea de manera indirecta una relación con Petro y el término ya mencionado. La relación entre el Chavismo y Gustavo se crea de manera indirecta, pues, Iván Duque está respondiendo un tuit del primero, al redactar escritos cortos y contundentes se terminan creando imaginarios.

Por parte del candidato de la Colombia Humana, se evidencia un tuit del año 2018 en el mes de marzo: “Nos interesa que tanto las FARC, los PARAS, los funcionarios del Estado  incurros en delitos tipificados por la Corte Penal Internacional vayan a la JEP, tiene @IvanDuque algún reparo en este punto?”. En el mismo se puede ver cómo se cuestiona al candidato Duque sobre su postura ante la JEP, presuponiendo que el mismo tiene una relación con los implicados en el problema.

En el caso de la contienda política del año 2018 es evidente que ambos intentaban crear una imagen del otro por la formación de subjetividades, las personas empezaron a creer, que a su vez se ven limitadas por las normativas de la red social, al permitir el uso de máximo 280 caracteres, quitando la posibilidad de ampliar un punto de vista (Zorro, 2021). Lo mencionado con anterioridad es necesario resaltar la importancia de los discursos políticos y cómo estos influyen en un amplio sector de la población. Debido al impacto de los discursos la presente investigación ahondará en los diversos niveles discursivos planteados por Teun Van Dijk. El análisis de los tuits entre Gustavo Petro e Iván Duque entre los años 2015 a 2019 es importante

por varias razones. En primer lugar, las redes sociales, especialmente Twitter, se han convertido en una herramienta clave para la comunicación política en la actualidad, y es necesario entender cómo se usan para construir discursos políticos y campañas electorales. Ahora bien, el análisis de los tuits permite observar cómo se construye el otro en la política, es decir, cómo los candidatos utilizan el discurso para diferenciarse de sus oponentes y construir su propia imagen. Indagar también permite entender cómo la elección presidencial de Colombia de 2018 fue muy importante debido a que marcó un cambio en el panorama político del país, y el análisis de los discursos políticos puede ayudar a entender los factores que contribuyeron a la victoria de Iván Duque. De igual manera, el estudio de los tuits también puede ayudar a entender cómo se utilizan los recursos lingüísticos y discursivos para persuadir a la audiencia y construir la identidad política de los candidatos.

Teniendo presente lo anterior, es importante destacar, que analizar los tuits abre la puerta para comprender de mejor manera las estrategias políticas utilizadas por los candidatos y cómo se relacionan con su ideología política, cómo se construye la opinión pública y cómo los candidatos interactúan con sus seguidores y oponentes en las redes sociales. También puede ser útil para evaluar el impacto de las campañas políticas en las redes sociales y cómo afectan la percepción pública de los candidatos. Así pues, puede ser útil para identificar patrones y tendencias en la comunicación política en línea, lo que puede ser relevante para futuros estudios y análisis políticos.

Por último, el análisis de los tuits entre Gustavo Petro e Iván Duque entre los años 2015 a 2019 es importante porque puede proporcionar información valiosa sobre el panorama político de Colombia y cómo los candidatos utilizan las redes sociales para construir su imagen política y persuadir a la audiencia.



Pregunta problema:

¿Cómo se configuraron los discursos políticos entre Gustavo Petro e Iván Duque en la construcción del otro en la red social Twitter entre el año 2015 hasta 2019 en el periodo precontienda electoral y postcontienda electoral?

Objetivo general

Analizar los discursos políticos entre Gustavo Petro e Iván Duque en la construcción del otro en Twitter durante el año 2015 hasta el año 2019.

Objetivos específicos

- Identificar los tuits oficiales de los candidatos con mayor interacción por parte de los lectores entre junio 26 de 2015 hasta junio 28 de 2019.
- Reconocer las estrategias discursivas usadas en las intervenciones políticas en Twitter entre los políticos, desde el año 2015, hasta el 2019.
- Evidenciar la construcción discursiva del otro por parte de los entonces candidatos, Iván Duque Márquez y Gustavo Petro Urrego

Justificación:

La relación entre la investigación “Discursos políticos en Colombia: La construcción del otro entre Gustavo Petro e Iván Duque durante el año 2015 hasta el 2019, en la red social *Twitter*” y la línea investigativa “Narrativas, representaciones y tecnologías mediáticas” de la Facultad de Comunicación Social para la Paz radica en saber cómo está conformada la realidad, dejando de lado certezas y dándole un enfoque centrado en las subjetividades para entender la escasez

de narrativas que aportan a la construcción de la existencia de cada individuo (Universidad Santo Tomás, 2008).

Apoyando la idea anterior, en cuanto a la construcción de cada persona es indispensable hablar de Michel Foucault y su obra “La arqueología del saber” del año 1969, en dicho escrito no trata al discurso como una estructura, sino que hace evidente que la interacción entre dos o más individuos es cambiante y puede afectar la perspectiva que el uno tenga sobre el otro (Foucault, 1969). Teniendo presente lo anterior se hace evidente que por medio del discurso se puede crear una imagen del otro y es necesario hablar de la otredad, un pensamiento epistemológico que indaga en la proyección discursiva de la cultura, analizando cómo crece está en diversos contextos sociales y geográficos (Sosa, 2009). Con una idea clara sobre los temas que se tratarán a continuación, es pertinente brindar una breve explicación sobre la actual investigación, dicha tiene la finalidad de evidenciar cómo los candidatos Iván Duque Márquez y Gustavo Francisco Petro Urrego creaban una imagen del otro por medio del discurso, centrándose en la red social *Twitter* y otros medios como alocuciones. Todo con el fin de mostrar de forma concisa la utilización del discurso en la creación de diferentes imaginarios sociales en torno a los candidatos.

También se relaciona con la línea investigativa de la universidad Santo Tomás en cuanto ambos plantean un análisis con base en las ciencias sociales, puntualmente en el ámbito de la comunicación y la innegable relación que la misma tiene con las tecnologías informativas y de mediatización (Universidad Santo Tomás, 2008). No es un secreto que las tecnologías mediáticas cumplen un rol fundamental en la actual sociedad, pues, permite tener una cantidad considerable de información al alcance de la mano. Al desempeñar un papel central en la distribución de datos informativos, no es de sorprender que sirvan como herramienta

mediatizadora para todo tipo de noticias, facilitando la difusión de estas a todo público. Uno de los medios más usados en la distribución de noticias es *Twitter*, la causa de su importancia en el mundo político se debe a que es usado por un amplio grupo de políticos y sus respectivos partidos, facilitando la expresión de estos por dicho medio. Anteriormente un político requería de una alocución para comunicar sus pensamientos, en la actualidad dichas prácticas son usadas para  llegar a la mayor cantidad personas, sin embargo, si quieren llegar a los medios y otro tipo de público, la red predilecta es *Twitter*, ya que es directa y evita todo el protocolo que implica comunicarse por medios tradicionales (Campos Domínguez, 2017). Desde esta perspectiva serán analizados los perfiles  por los cuales los candidatos Gustavo Petro e Iván Duque construían los discursos presidenciales del año 2018 durante sus respectivas campañas electorales.

Dicha confrontación surge de manera directa cuando los dos candidatos presidenciales fueron postulados por sus respectivos partidos, desde ese momento surgieron discursos sobre el contrincante de manera explícita. Por el lado de Iván y sus simpatizantes, se creó el imaginario de que la victoria electoral de Gustavo convertiría a Colombia en la próxima Venezuela, por el lado de Gustavo, el discurso iba focalizado a cómo el candidato del partido Centro Democrático era demasiado joven y se vería influenciado por su mentor Álvaro Uribe Vélez. Con el contexto dado, es pertinente explicar de qué manera se analizarán los respectivos discursos usados en el enfrentamiento electoral, acotando que las narrativas usadas serán de carácter visual y audiovisual. También se tendrá en cuenta los discursos intermodales y cómo tienen como factor común el estar involucrados con tecnologías mediáticas (Universidad Santo Tomás, 2008). Para ser específicos se analizarán los discursos en su formato audiovisual, oral y escrito, todo lo mencionado hasta el momento es una unión entre el proyecto monográfico y la línea investigativa elegida para desarrollar el mismo.

En este contexto la comunicación social y el periodismo tienen un rol fundamental en el análisis discursivo, pues, ambos tienen un papel fundamental en la producción y difusión del discurso en la sociedad. A través de los medios de comunicación y la labor periodística, se transmiten mensajes que pueden influir en la opinión pública y en la construcción de la realidad social.

En el análisis discursivo, se estudian las formas en que el discurso se construye, se transmite y se interpreta en la sociedad. La comunicación social y el periodismo son pilares fundamentales en este análisis porque a través de ellos se puede analizar la producción del discurso por parte de los actores sociales y políticos, así como la forma en que éste es recibido y reinterpretado por la sociedad.

Hablando puntualmente de los medios de comunicación y los periodistas, se puede evidenciar que estos tienen la capacidad de seleccionar, jerarquizar y presentar la información de manera que influye en la construcción de la realidad social. Tanto la comunicación social y el periodismo son herramientas de su importancia en la producción y difusión del discurso en la sociedad, y su influencia en la construcción de la realidad social debe ser considerada en cualquier análisis discursivo riguroso.

Ahora bien, en un nivel subjetivo, como estudiante de comunicación social de la Universidad Santo Tomás, los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera son fundamentales permitieron el correcto desarrollo de la presente monografía. Pues, desde los primeros semestres se enseña a comprender las dinámicas sociales y culturales que afectan la comunicación y la información. Siendo crucial para entender las perspectivas de los demás y para trabajar con personas de diferentes culturas. De igual forma, el aprender sobre los diferentes medios de comunicación y cómo se crean y difunden noticias y otros contenidos. Proporcionando una comprensión crítica de los medios y permitiendo ser consumidores informados y productores de contenido responsables.

Marco referencial

Este documento investigativo contará con tres ramas principales, el primero será el marco contextual, este tendrá como objetivo proporcionar una descripción detallada del contexto en el que se desarrolla el tema de investigación. Esto implicará analizar los antecedentes históricos, políticos, sociales y culturales que puedan haber influido en el tema de estudio. En esta sección, se demostrará cómo el contexto será relevante para su estudio y cómo puede afectar los resultados.

También se compone por el estado del arte, dicha se utilizará para revisar la literatura existente y mostrar cómo el tema de investigación se ha abordado en el pasado. En esta sección, se presentará un resumen de las investigaciones anteriores que aborden el mismo tema y destacar las lagunas en el conocimiento actual.

Finalmente, el marco teórico será la sección donde se presentarán las teorías y modelos que se utilizarán para analizar los datos y para interpretar los resultados del estudio. Esta sección será fundamental para garantizar la coherencia y la rigurosidad en el análisis de los datos, y para que el trabajo sea sólido desde el punto de vista teórico, de aplicación metodológica y revisión analítica.

Marco contextual

La rivalidad entre los ideales de Gustavo Petro e Iván Duque se remonta a sus diferencias políticas e ideológicas. Petro, un exguerrillero del M-19, ha sido un crítico vocal de la élite colombiana y ha abogado por una mayor igualdad social y una mayor participación del Estado en la economía. Por otro lado, Duque ha sido un defensor del libre mercado y la inversión extranjera, y ha sido apoyado por la élite empresarial del país. Los choques entre ambos se hicieron más frecuentes durante las elecciones presidenciales de Colombia en 2018. Petro, que representaba a la izquierda del espectro político, recibió un fuerte apoyo de los jóvenes, los

indígenas, los afrodescendientes y los trabajadores, mientras que Duque, representante de la derecha, recibió el apoyo de los partidos tradicionales y de los grupos empresariales del país.

En la campaña electoral, Petro criticó duramente a Duque por su supuesto apoyo a la privatización de empresas estatales y su afinidad con la élite empresarial del país. Duque, por su parte, acusó a Petro de ser un radical de izquierda que quería convertir a Colombia en una dictadura socialista. La retórica de la campaña se intensificó a medida que las elecciones se acercaban, y los ataques personales entre los dos candidatos se hicieron más frecuentes.

Después de las elecciones, la rivalidad entre Petro y Duque continuó en la arena política, especialmente en la lucha por la implementación del acuerdo de paz con las FARC y en la lucha contra la corrupción. Petro ha acusado a Duque de no estar haciendo lo suficiente para implementar el acuerdo de paz y ha denunciado una serie de casos de corrupción en el gobierno de Duque. Duque, por su parte, ha acusado a Petro de ser un obstáculo para el progreso del país y ha defendido su enfoque en la implementación del acuerdo de paz y la lucha contra la corrupción.

La disputa política entre Gustavo Petro e Iván Duque en la red social Twitter durante los años 2015 a 2018 se desarrolló en un contexto de polarización política en Colombia, donde se presentaban dos posturas políticas claramente diferenciadas. Por un lado, el uribismo, liderado por el expresidente Álvaro Uribe, que buscaba la consolidación de políticas conservadoras y de derecha. Por otro lado, un movimiento de izquierda liderado por Gustavo Petro, exalcalde de Bogotá y candidato a la presidencia en las elecciones del 2018.

Durante este período, Iván Duque era senador del Centro Democrático y se destacaba como uno de los principales críticos del gobierno de Juan Manuel Santos. Duque representaba un sector político que se oponía a los acuerdos de paz firmados entre el gobierno y las FARC, y que buscaba la implementación de políticas más conservadoras y de libre mercado. Por su parte,

Gustavo Petro lideraba el movimiento Colombia Humana y se destacaba por su discurso de cambio y transformación social. En este contexto, las redes sociales se convirtieron en un escenario clave para la disputa política, especialmente Twitter, una plataforma en la que ambos políticos tenían una presencia constante y activa. Petro y Duque utilizaron esta plataforma para exponer sus ideas y opiniones, pero también para criticar y atacar a sus oponentes políticos, generando una intensa controversia y polarización en la sociedad.

Las disputas entre ambos políticos se centraron en temas clave como la corrupción, la economía, la política de seguridad y la implementación del acuerdo de paz. Petro acusaba a Duque y al uribismo de ser responsables de la corrupción y de la desigualdad económica en el país, mientras que Duque criticaba el modelo económico propuesto por Petro y lo acusaba de ser cercano a los regímenes autoritarios de Venezuela y Cuba.

En este contexto, la disputa política entre Petro y Duque se intensificó con la llegada de las elecciones presidenciales de 2018, en las que ambos se presentaron como candidatos. La campaña electoral estuvo marcada por un intenso debate sobre los temas clave de la política colombiana, en el que Petro y Duque mantuvieron posturas contrarias y enfrentadas. La confrontación se desarrolló en un contexto de polarización política en Colombia, donde se presentaban dos posturas políticas claramente diferenciadas. Las redes sociales, especialmente Twitter, se convirtieron en un escenario clave para la disputa política, en el que ambos políticos tenían una presencia constante y activa. Las disputas entre ambos políticos se centraron en temas clave como la corrupción, la economía, la política de seguridad y la implementación del acuerdo de paz. La campaña electoral de 2018 intensificó la disputa política entre Petro y Duque, en la que ambos mantuvieron posturas contrarias y enfrentadas.

Estado del arte

Ahora bien, entre los trabajos investigativos que estudiaron la disputa de los mandatarios se encuentra el artículo investigativo "Discursos de Iván Duque y Gustavo Petro durante la campaña presidencial de Colombia del 2018: Una mirada desde el análisis crítico del discurso y el populismo" de María Angélica Giraldo Ardila, examina los discursos de los candidatos presidenciales Iván Duque y Gustavo Petro durante las elecciones de 2018 en Colombia, desde la perspectiva del análisis crítico del discurso y el populismo.

La autora comienza con una breve contextualización del panorama político y social en Colombia durante la época de las elecciones, destacando la polarización y la desigualdad social como temas centrales en el discurso político. A partir de esta introducción, la autora explora los discursos de los dos candidatos, analizando sus estrategias retóricas, sus discursos populistas y su construcción del "otro" como enemigo político (Giraldo Ardila, 2019).

Posteriormente señala que: "tanto Petro como Duque utilizan un lenguaje populista para conectarse con la audiencia y generar una identificación emocional con el pueblo, pero que también utilizan estrategias discursivas para construir y demonizar al otro candidato como un enemigo político" Giraldo 2019.

Giraldo Ardila sostiene que Duque utilizó la retórica del miedo y la amenaza para representar a Petro como un comunista radical y peligroso para la estabilidad del país, mientras que Petro utilizó la retórica de la justicia social y la igualdad para presentarse a sí mismo como el único candidato capaz de resolver los problemas de la desigualdad y la corrupción en Colombia (Giraldo Ardila, 2019). También destaca cómo los discursos de ambos candidatos reflejan la polarización política en Colombia, en la que la izquierda y la derecha son percibidas como fuerzas opuestas e irreconciliables. La autora sugiere que esta polarización se debe en gran parte a la falta de diálogo y entendimiento entre los diferentes sectores políticos y sociales, y que los discursos de los candidatos contribuyen a perpetuar esta situación.

La investigación mencionada ofrece un análisis detallado y crítico de los discursos políticos durante las elecciones presidenciales de Colombia en 2018, destacando tanto las estrategias retóricas como las implicaciones políticas y sociales de los mismos (Giraldo Ardila, 2019). La autora concluye que los discursos de los candidatos reflejan la falta de diálogo y entendimiento entre los diferentes sectores políticos y sociales en Colombia, y que es necesario trabajar en la construcción de un discurso político más inclusivo y conciliador para avanzar en la resolución de los problemas del país (Giraldo Ardila, 2019).

Otra investigación que realizó un análisis de la situación ya planteada, pero, dentro de la red social Twitter fue el artículo "Estrategias discursivas en redes sociales de los candidatos presidenciales durante la segunda vuelta electoral Colombia 2018", de Sandra Ximena Gallego Galvis y Delsar Roberto Gayón Tavera. Dicho es un estudio sobre el discurso político de los candidatos a la presidencia de Colombia, Iván Duque y Gustavo Petro, durante la segunda vuelta electoral de 2018. En este escrito se analizan las estrategias discursivas que ambos candidatos utilizaron en las redes sociales para atraer a los votantes y persuadirlos de votar por ellos. El artículo comienza haciendo una revisión teórica sobre el uso de las redes sociales en la política y cómo estas herramientas han cambiado la forma en que se hacen campañas políticas. Luego, se enfoca en la campaña presidencial de 2018 en Colombia y cómo los candidatos utilizaron las redes sociales para llegar a los votantes (Gallego & Gayón, 2018). En su análisis, se identifican las estrategias discursivas que Iván Duque y Gustavo Petro utilizaron en sus cuentas de Twitter y Facebook, tales como el uso de hashtags, menciones a otros líderes políticos y celebridades, y la publicación de imágenes y videos. También destaca la importancia que ambos candidatos le dieron a la movilización de sus seguidores en las redes sociales para amplificar su mensaje (Gallego & Gayón, 2018). El trabajo investigativo también analiza los discursos políticos de los candidatos, analizando los temas que trataron y cómo los abordaron.

Por ejemplo, se enfoca en cómo Iván Duque utilizó la seguridad y la economía como temas centrales de su campaña, mientras que Gustavo Petro se centró en temas de justicia social y medio ambiente.

En sus conclusiones, los autores destacan la importancia del análisis de las estrategias discursivas en las redes sociales durante las campañas políticas. Señala que estas herramientas han cambiado la forma en que los candidatos se comunican con los votantes y cómo se construyen sus discursos políticos (Gallego & Gayón, 2018). También resalta la necesidad de seguir investigando y analizando el uso de las redes sociales en la política, especialmente en países en desarrollo como Colombia.

El artículo ofrece una visión interesante sobre cómo los candidatos a la presidencia de Colombia utilizaron las redes sociales en su campaña y cómo construyeron sus discursos políticos. El análisis detallado de las estrategias discursivas utilizadas por los candidatos es particularmente útil para entender cómo se comunican los políticos en la era de las redes sociales (Gallego & Gayón, 2018).

La primera investigación que permitirá el desarrollo metodológico de la presente investigación es “El Análisis Crítico del Discurso”, más específicamente en el apartado “La Pragmática del discurso”. Dicha se encarga de analizar los signos e intenciones que se tienen a la hora de emitir un discurso, para evidenciar la intencionalidad que se pone como ejemplo en la oración “La puerta está abierta”, la persona que emite el mensaje puede estar dando entrada a un invitado o simplemente pedirle a una persona que cierre la puerta.

La intencionalidad del emisor y cómo el receptor reciba el mensaje va delimitado por las inferencias hechas por ambas partes, dicha cualidad comunicativa es el pilar fundamental, pues, la comunicación es guiada por una cooperatividad, en cuanto ambas partes se apoyan para que la interacción resulte útil para los implicados.

Para Paul Grice, filósofo reconocido por sus aportaciones al lenguaje en el contexto de la comunicación, la efectividad de una interacción entre dos o más partes recae en cuatro ejes: El primero consta de comunicar con claridad los temas que se están tratando, hacer descripciones fehacientes y estar enterado al completo del tema. El segundo describe que una conversación debe ser moderada y no abarcar demasiados tópicos. En tercer lugar, se debe ser conciso y dejar de lado la ambigüedad para que la conversación llegue a una conclusión. Por último, es pertinente dialogar de temas importantes y hacer aportaciones relevantes durante la comunicación (Dijk, 1999).

Los cuatro puntos explicados con anterioridad tienen un papel fundamental para que la interacción entre dos individuos sea llevada a cabo de manera precisa, pero no todo proceso comunicativo debe ceñirse a dichos pasos, la finalidad última de los mismos es hacer que ambas partes lleguen a comprender lo que es expuesto por su contraparte. La presente investigación usará el texto para comprender el discurso político desde dos perspectivas complementarias: la relación entre el discurso y las relaciones de poder, y la utilización de la comunicación para transmitir información implícita. De igual forma, se utilizarán los aportes de Van Dijk para analizar cómo el discurso político contribuye a la construcción y reproducción de las relaciones de poder existentes en la sociedad, y analizar cómo los hablantes utilizan la comunicación para transmitir información implícita en el discurso político (Dijk, 1999).

El texto “Discurso y Poder” es una obra clave en el campo del análisis crítico del discurso. Teun Van Dijk es uno de los principales referentes en el estudio del discurso y la comunicación. Ha trabajado en temas como la teoría del discurso, la cognición social y la manipulación del discurso político. En ella, el autor desarrolla una teoría del discurso y del poder, argumentando

que el poder se manifiesta a través del discurso y que el análisis del discurso es esencial para comprender cómo funciona el poder en la sociedad (Dijk, 2011). Van Dijk sostiene que el discurso es una práctica social que se produce en contextos específicos y que está influido por las estructuras sociales, las relaciones de poder y las ideologías.

El autor utiliza una perspectiva interdisciplinaria, combinando la lingüística, la sociología, la psicología y la filosofía para analizar el discurso en diferentes contextos, como la política, los medios de comunicación y la educación (Dijk, 2011). En su análisis, Van Dijk aborda temas como la construcción de la identidad, la reproducción de las desigualdades sociales, la manipulación del discurso por parte de los medios de comunicación y los discursos racistas y sexistas en la sociedad.

Una de las principales contribuciones del libro es la teoría de la reproducción del discurso, que describe cómo las estructuras sociales y las relaciones de poder influyen en la producción y reproducción del discurso. Van Dijk también presenta una metodología para el análisis del discurso crítico, que implica la identificación de los elementos discursivos que reflejan las relaciones de poder y las ideologías subyacentes (Dijk, 2011).

El libro "Análisis crítico del discurso" de Ruth Wodak es una obra fundamental para comprender la teoría y metodología del análisis crítico del discurso (ACD). Wodak ha trabajado en el análisis crítico del discurso, y ha aplicado esta metodología al estudio del discurso político. Sus investigaciones se enfocan en temas como la retórica política, el populismo y la construcción de identidades políticas. La autora proporciona una revisión exhaustiva de las diferentes tradiciones teóricas que han influido en el ACD, así como una explicación detallada de los conceptos clave de la disciplina. En el libro, Wodak también presenta una serie de estudios de caso que ilustran cómo se aplica el ACD a diferentes tipos de discurso, incluyendo discursos políticos, discursos mediáticos y discursos sobre la identidad. Estos estudios de caso

son especialmente útiles para comprender cómo se pueden aplicar los conceptos teóricos en la práctica (Fairclough & Wodak. 2000).

Wodak destaca la importancia de la dimensión crítica del ACD, es decir, su capacidad para revelar las relaciones de poder que subyacen en el uso del lenguaje. También hace hincapié en la necesidad de considerar el contexto social, político e histórico en el que se produce el discurso para comprender plenamente su significado y efecto (Fairclough & Wodak. 2000).

Ahora bien, para continuar con el análisis del discurso, se tendrá como base el escrito “Métodos de Análisis Crítico del Discurso” de los autores Michael Meter y Ruth Wodak, el libro comienza con una introducción a los fundamentos teóricos del ACD, incluyendo la teoría sociológica y los conceptos de poder, ideología y hegemonía. A continuación, se describen los diferentes métodos y técnicas utilizados en el ACD, desde el análisis de la estructura del discurso hasta el análisis del discurso multimodal y la lingüística de corpus (Wodak & Meyer, 2003).

Uno de los aspectos más interesantes del libro es la atención que se presta a los desafíos éticos y metodológicos que plantea el ACD. Wodak y Meyer discuten las complejidades de la selección de textos, la interpretación y la validez de los resultados del análisis. Además, se aborda la importancia de la reflexividad en el proceso de investigación y se discuten las limitaciones de los enfoques metodológicos utilizados (Wodak & Meyer, 2003).

Teniendo presente lo anterior, se tendrá como referente a Ernesto Laclau y su texto “La Razón Populista” este autor argentino, es uno de los principales referentes en el estudio del discurso político. Su teoría del populismo y la construcción de identidades políticas a través del discurso son ampliamente reconocidas. En el escrito seleccionado, el autor desarrolla su teoría del populismo como un fenómeno político que surge en contextos de crisis, y que se caracteriza

por la movilización de demandas sociales y políticas heterogéneas en torno a un líder o una idea central (Laclau. 2005).

Laclau argumenta que el populismo es una respuesta legítima y necesaria a la exclusión y la desigualdad que generan las estructuras del poder en las sociedades modernas, y que su potencialidad se encuentra en la capacidad de articular demandas heterogéneas en un proyecto político común. Sin embargo, también señala que el populismo puede convertirse en una forma autoritaria de gobierno si se desvía de su carácter inclusivo y se convierte en un proyecto excluyente que busca imponer una única verdad (Laclau. 2005). El autor utiliza el análisis del discurso como una herramienta para estudiar la construcción del discurso populista, y cómo éste funciona para articular demandas heterogéneas en torno a un núcleo hegemónico. En este sentido, Laclau hace uso de la teoría del discurso para mostrar cómo el lenguaje es un espacio de lucha política, donde se construyen identidades, se definen fronteras y se establecen relaciones de poder (Laclau. 2005).

Además, Laclau hace un análisis detallado de la relación entre el populismo y la democracia, mostrando cómo el populismo puede ser una forma de profundizar la democracia al incluir a grupos antes excluidos, pero también puede amenazar la democracia al socavar las instituciones y los procedimientos democráticos (Laclau. 2005). "La Razón Populista" es un libro fundamental para entender la teoría política contemporánea y el análisis del discurso político. Su enfoque en el populismo como fenómeno político y su utilización del análisis del discurso como herramienta de estudio hacen de este libro una obra clave para quienes buscan comprender los procesos políticos y las luchas por el poder en la sociedad contemporánea (Laclau. 2005).

Continuando, se tomará un libro del mismo autor, este será "Emancipation(s)", en este se aborda la temática de la política y la lucha por la emancipación. En este libro, Laclau propone una

teoría política basada en el concepto de "diferencia radical", la cual implica que las identidades políticas se construyen a través de la diferencia con otras identidades. Laclau parte de la idea de que la política es la lucha por la hegemonía, es decir, por el control del discurso y la construcción del sentido común en la sociedad (Laclau, E. 1996).

En este sentido, el autor argumenta que las luchas políticas se basan en la articulación de demandas y discursos diversos, y que la construcción de una identidad política colectiva requiere de la construcción de un "pueblo" que se constituya como sujeto político. En este libro, Laclau también aborda la cuestión de la universalidad de las luchas emancipadoras. Según su teoría, la lucha por la emancipación es necesariamente una lucha por la inclusión, pero también implica la creación de nuevas identidades políticas que trasciendan las identidades particulares (Laclau, E. 1996).

El presente texto es fundamental sobre la teoría política del autor y su enfoque en la construcción de identidades políticas a través del discurso y la lucha por la hegemonía. La obra proporciona una visión crítica y profunda sobre la política contemporánea y sus desafíos para la construcción de un proyecto emancipador en un mundo cada vez más complejo y diverso (Laclau, E. 1996).

Continuando, la presente monografía tendrá como base dos textos de Norman Fairclough, que ha desarrollado una teoría del análisis crítico del discurso que se enfoca en la relación entre el lenguaje, el poder y la ideología. Ha aplicado esta teoría al análisis del discurso político y mediático. El primero será un artículo llamado "Análisis crítico del discurso" de Norman Fairclough se centra en el análisis crítico del discurso (ACD), que es una perspectiva teórica y metodológica que busca entender cómo el lenguaje y el poder están relacionados en las sociedades contemporáneas (Fairclough. 2008).

Fairclough explica que el ACD implica la combinación de tres dimensiones: la dimensión lingüística, la dimensión social y la dimensión discursiva. En la dimensión lingüística, se analizan las características del texto, como el vocabulario y la gramática. En la dimensión social, se analizan los contextos sociales, políticos y culturales en los que se produce el discurso. En la dimensión discursiva, se analizan las prácticas discursivas y los procesos de producción, circulación y recepción del discurso (Fairclough. 2008).

Además, Fairclough propone un modelo de análisis del discurso que se compone de tres niveles: el nivel del discurso, el nivel de la práctica discursiva y el nivel de la estructura social. En el nivel del discurso, se analiza el texto. En el nivel de la práctica discursiva, se analizan las prácticas discursivas específicas, como las entrevistas, los debates políticos o las noticias en televisión (Fairclough. 2008). En el nivel de la estructura social, se analizan las relaciones sociales y de poder que influyen en la producción y circulación del discurso. Fairclough también discute la importancia de la ideología en el análisis del discurso. La ideología se refiere a las creencias y valores que influyen en el discurso y en la forma en que se entiende el mundo. Fairclough explica que el análisis crítico del discurso debe ser consciente de las ideologías implícitas en el discurso y cómo estas ideologías pueden perpetuar desigualdades sociales y políticas (Fairclough. 2008).

El texto seleccionado es una obra fundamental para entender el enfoque teórico y metodológico del análisis crítico del discurso. Propone un modelo de análisis que tiene en cuenta tanto las características lingüísticas del texto como los contextos sociales y las prácticas discursivas en las que se produce el discurso. Además, Fairclough destaca la importancia de la ideología en el análisis del discurso y cómo ésta puede perpetuar desigualdades sociales y políticas (Fairclough. 2008).

Como segundo texto de Fairclough se encuentra "Discurso y Cambio Social" es un libro del sociolingüista británico Norman Fairclough, publicado en 1992, en el que aborda la relación entre el discurso y el cambio social desde una perspectiva crítica (Fairclough. 1993).

Fairclough parte de la premisa de que el discurso no solo refleja la realidad social, sino que también la construye y la reproduce. En este sentido, el autor sostiene que el análisis crítico del discurso puede ser una herramienta poderosa para desvelar las relaciones de poder y las ideologías que subyacen en el discurso y, por lo tanto, en la sociedad. El libro se divide en tres partes (Fairclough. 1993). En la primera, Fairclough introduce los conceptos clave del análisis crítico del discurso y su relación con la teoría social crítica. En la segunda, se centra en la aplicación de estos conceptos a diferentes ámbitos del discurso social, como los medios de comunicación, la política, la educación o el trabajo. En la tercera, el autor aborda el papel del lenguaje en la construcción de identidades sociales y en la resistencia al poder (Fairclough. 1993).

Una de las principales aportaciones del libro es su enfoque integrador, que combina el análisis lingüístico detallado con el análisis de los contextos sociales, políticos y culturales en los que se produce el discurso. Fairclough también destaca la importancia de la dimensión temporal del discurso y su papel en la reproducción o el cambio social a largo plazo. El escrito es una obra fundamental para comprender la relación entre el discurso y el poder, y cómo el análisis crítico del discurso puede ser una herramienta para el cambio social (Fairclough. 1993).

La siguiente obra será de Carl Schmitt, conocido por su teoría del enemigo político como una categoría fundamental en la política. Para Schmitt, la política se basa en la distinción amigo-enemigo, y la soberanía se define por la capacidad de decidir quién es el enemigo. Ahora bien, la obra a analizar será "El Concepto de lo Político", dicha es la clave en la teoría política y una de las más influyentes del siglo XX. Publicado en 1932, el libro es una respuesta a las teorías

de la democracia liberal y la moralidad política que surgieron en el siglo XIX y principios del XX (Schmitt. 2010).

Schmitt argumenta que la política es la lucha entre amigos y enemigos, y que el Estado es la entidad que tiene el monopolio del uso legítimo de la violencia en la sociedad. Según Schmitt, la política se define por la existencia de un enemigo, que puede ser tanto interno como externo, y que es el objeto de la lucha política (Schmitt. 2010). El libro es una defensa del concepto de soberanía y la necesidad de que el Estado tenga un poder absoluto y autónomo. Schmitt argumenta que la soberanía es la capacidad de decidir sobre el estado de excepción y de tomar medidas extraordinarias en situaciones de crisis.

Según él, la política no puede ser regulada por la ley o la moralidad, sino que debe ser decidida por la autoridad soberana. Schmitt también discute la relación entre política y religión, argumentando que la política se asemeja a la religión en la medida en que ambos se ocupan de cuestiones últimas y fundamentales. La política es una forma secularizada de la teología, y el Estado es una forma secularizada de la Iglesia. La obra plantea una visión polémica y controvertida de la política y la soberanía, y ha sido criticada por muchos por su defensa del autoritarismo y su relación con el régimen nazi en Alemania (Schmitt. 2010).

Marco Teórico

Para dar continuidad, el análisis pragmático del discurso y la ciencia, tecnología y otredad son dos enfoques que se utilizan en los estudios del discurso. Dentro de estos enfoques, se han desarrollado diferentes categorías para entender los aspectos comunicativos y discursivos. Una de estas categorías es el discurso político, que se enfoca en el análisis de los discursos de los políticos. También se encuentra la categoría de la lingüística, que se enfoca en el estudio del lenguaje en sí mismo y su relación con la comunicación. Otra categoría es la narrativa y política, que se enfoca en cómo las narrativas son utilizadas para influir en la opinión pública

y en la construcción de la realidad. Finalmente, la categoría de otredad, interacción e hipermediaciones se enfoca en la forma en que se construye la otredad en el discurso y cómo las nuevas tecnologías están cambiando las interacciones comunicativas.

Los dos enfoques que fungirán como pilares en la presente monografía serán “el análisis pragmático del discurso” y “ciencia, tecnología y otredad”, del primer enfoque se pueden extraer categorías como: *discurso político, lingüística, narrativas y política*. De estas categorías surgen las siguientes subcategorías: *representación política, estrategias discursivas, comunicación política, lingüística crítica, representaciones sociales y sujetos políticos*. Con el segundo enfoque se pueden sacar categorías como: *otredad, interacción e hipermediaciones*. Por consiguiente, las subcategorías fueron: *alteridad, ciberespacio y estructuras hipertextuales*, y construcción del otro como adversario.

Como primer enfoque, se tendrá el “el análisis pragmático del discurso”, dentro de esta teoría, se encuentra el análisis pragmático del discurso, el cual se enfoca en el uso del lenguaje en situaciones comunicativas. Dentro de este enfoque, el análisis se enfoca en cómo los hablantes utilizan el lenguaje para expresar su poder y dominio en situaciones de comunicación. Van Dijk destaca que el discurso se utiliza para la construcción y reproducción de desigualdades sociales, y por lo tanto, es necesario analizar cómo el lenguaje contribuye a estas desigualdades (Dijk. 1999). El análisis pragmático del discurso busca desentrañar los procesos de producción y reproducción de desigualdades sociales, examinando cómo el lenguaje y el discurso pueden perpetuar o cuestionar estas estructuras. En este sentido, el análisis pragmático del discurso tiene un enfoque crítico y político, buscando identificar cómo el lenguaje y el discurso pueden utilizarse para desafiar y transformar estructuras de poder desiguales en la sociedad (Dijk. 1999).

A continuación, como segundo enfoque investigativo, se explorarán las definiciones ofrecidas por Langdon Winner, Daniel Bell y Manuel Castells.

Langdon Winner, filósofo estadounidense, en su obra "The Whale and the Reactor" sostiene que la tecnología no solo se desarrolla en función de las necesidades de la sociedad, sino que también influye en ella. Para Winner, la tecnología no es una entidad autónoma, sino que está estrechamente ligada a la sociedad que la produce y utiliza. Así, se refiere a la "política de la tecnología", que se ocupa de estudiar las decisiones políticas que influyen en la producción, el desarrollo y el uso de la tecnología. Por su parte, Daniel Bell, sociólogo y economista estadounidense, en su obra "Las contradicciones culturales del capitalismo" analiza el papel de la ciencia y la tecnología en la sociedad capitalista moderna. Para Bell, la tecnología es el motor del desarrollo económico y social y se encuentra íntimamente ligada al progreso científico. Así, sostiene que la ciencia y la tecnología son determinantes para el progreso y el bienestar de las sociedades, aunque también generan tensiones y contradicciones.

Finalmente, Manuel Castells, sociólogo español, en su obra "La sociedad red" analiza la relación entre la tecnología y la sociedad en la era digital. Castells sostiene que la tecnología de la información y la comunicación ha generado una nueva forma de organización social, basada en las redes de comunicación y la interconexión global. Así, para Castells, la tecnología y la sociedad se han fusionado, creando una nueva forma de otredad que se manifiesta en la exclusión y la desigualdad digital.

Estos tres autores abordan el tema de la "ciencia, tecnología y otredad" desde perspectivas diferentes, pero coinciden en que la tecnología y la sociedad están estrechamente relacionadas y que su interacción genera tanto oportunidades como desafíos para el desarrollo humano.

La categoría de *discurso político* relaciona las particularidades lingüísticas en un comportamiento político, sin embargo, para poder comprender el concepto mencionado es pertinente saber que la definición de “política” depende únicamente de quien esté emitiendo el discurso. También se necesita entender que los actos comunicativos no solo tienen una intencionalidad política, también pueden ser de índole enunciativa, publicitaria o cualquiera que sea la intención de quien lo emite. Debido a lo anteriormente enunciado la política será entendida como una acción en la cual se involucra el uso del poder, por otro lado, los actos comunicativos se relacionarán a situaciones políticas asociadas al discurso (Dijk, 2019). El discurso político está relacionado de manera directa con el manejo lingüístico que se hace del lenguaje para ejecutar un poder en diversas situaciones comunicativas. De esta categoría se originan las subcategorías: *representación y comunicación políticas*, y *estrategias discursivas*, desde Hobbes la representación política es dada por los ciudadanos a un representante que haga valer sus intereses como comunidad, pero si el representante es una asamblea, sus decisiones deben ser tomadas en grupo, y todo lo que no sea emitido por un documento que represente los intereses de la mayoría no tiene validez. En este contexto, la representación política se entiende como una forma de limitar el poder del Estado, ya que éste se encuentra sujeto a las leyes y a la voluntad del pueblo, a través de los representantes elegidos por éste. De esta forma, la representación política se convierte en un mecanismo de control del poder, que evita su concentración en manos de un solo individuo o grupo (Hobbes, 1989). Hobbes también plantea la importancia de la soberanía como un elemento clave para la estabilidad del Estado y la seguridad de los ciudadanos. La soberanía es la capacidad de tomar decisiones políticas y legislar sobre ellas, sin estar sujeto a ninguna otra autoridad o poder. En este sentido, el soberano es la máxima autoridad del Estado y tiene el poder de decidir sobre cuestiones como la guerra, la paz, la justicia y la administración del territorio. (Hobbes, 1989). Por otro lado, la comunicación política vista desde Dominique Wolton es un proceso obligatorio que facilita la

confrontación de los discursos políticos, también está estrechamente relacionado con los medios de comunicación masiva, pues, estos permiten que la ciudadanía tenga fácil acceso a dichos debates (Wolton, 1995). Además, Wolton hace hincapié en la necesidad de una comunicación política honesta y transparente, y argumenta que los líderes políticos deben ser responsables de sus palabras y acciones. También analiza la relación entre los medios de comunicación y la política, y cómo los medios pueden influir en la opinión pública y en la forma en que se perciben los temas políticos (Wolton, 1995). El análisis de Dominique Wolton sobre la comunicación política destaca la importancia de la comunicación en la política contemporánea, la necesidad de una comunicación honesta y transparente, y la relación entre los medios de comunicación y la política (Wolton, 1995).

Ahora bien, las *estrategias discursivas* serán abordadas desde Teun Van Dijk, según el autor, los hablantes utilizan diferentes estrategias discursivas para persuadir a sus interlocutores y cómo estas estrategias pueden usarse para manipular la opinión pública. Las estrategias discursivas son técnicas lingüísticas utilizadas en el discurso para influir en la opinión de los demás, y pueden ser empleadas tanto consciente como inconscientemente por el hablante (Dijk, 2011).

Van Dijk ha identificado varios tipos de estrategias discursivas, como la definición de términos, la generalización, la polarización, la implicación y la presuposición. La definición de términos se refiere a la forma en que un hablante define los términos clave de su argumento, lo que puede afectar la comprensión y la aceptación del discurso por parte de los oyentes (Dijk, 2011). La generalización es una estrategia que se utiliza para hacer afirmaciones generales que se aplican a un grupo de personas o situaciones, lo que puede influir en la opinión pública al asociar a un grupo con características negativas.

La polarización es otra estrategia discursiva comúnmente utilizada, en la que se presentan dos opciones opuestas y se anima al oyente a elegir una de ellas. Esta técnica puede utilizarse para

crear una división en la opinión pública y polarizar a los votantes (Dijk, 2011). La implicación es una estrategia en la que se sugiere algo sin afirmarlo directamente, lo que puede hacer que el oyente saque una conclusión sin darse cuenta de que se le ha manipulado. Finalmente, la presuposición es una estrategia en la que se da por sentado algo sin afirmarlo explícitamente, lo que puede influir en la opinión pública al crear una imagen subliminal en la mente del oyente (Dijk, 2011).

La siguiente categoría que se abordará es *lingüística*, desde Roman Jakobson se define como una herramienta que permite la exploración de diversos obstáculos entre lo que es expresado por un discurso y cómo se verbaliza el mismo. Dicha visión engloba la sincronía y diacronía (Jakobson, 1981). Estas perspectivas abarcan la tradición literaria que ha sido de suma importancia de una época específica y cómo se van dejando de lado ciertos conceptos para dar paso a definiciones más recientes de los mismos.

Uno de los principales conceptos introducidos por Jakobson fue el modelo de comunicación verbal, en el que destacó la importancia de seis funciones del lenguaje: la función referencial o representativa, la función emotiva o expresiva, la función conativa o apelativa, la función fática, la función poética y la función metalingüística. Este modelo fue fundamental para entender la naturaleza del lenguaje y la comunicación humana. En su trabajo sobre la fonología, Jakobson propuso la distinción entre fonemas y rasgos distintivos, lo que permitió una comprensión más precisa del sistema fonológico de una lengua (Jakobson, 1981).

También estudió la estructura de las palabras y las relaciones entre ellas, lo que llevó al desarrollo de la morfología. En su trabajo sobre la poética, Jakobson se centró en la función poética del lenguaje, que se refiere al uso del lenguaje como una forma de arte y creatividad. Jakobson argumentó que la poesía se caracteriza por la intensificación de ciertas funciones del lenguaje, como la función estética y la función metalingüística. (Jakobson, 1981). De la anterior

categoría surge la subcategoría de *lingüística crítica*, desde la perspectiva de Fowler Roger la parte crítica de la lingüística recae en los significados implícitos de la misma, estos significados no aparecen en otros lugares, pues, dependen única y exclusivamente de quienes emiten y reciben el mensaje (Fowler, 1983).

Por lo tanto, es necesario que tanto receptores como emisores tengan un amplio conocimiento lingüístico que les permita desmitificar términos complejos que a priori parezcan en extremo complejos (Fowler, 1983). Fowler ha explorado cómo el lenguaje es utilizado en la literatura y la poesía, explora cómo los escritores utilizan el lenguaje para crear significado y cómo la comprensión de estos significados puede ser afectada por el contexto y la interpretación. La obra de Fowler ha sido importante en la comprensión de cómo el lenguaje es utilizado en la sociedad, especialmente en los medios de comunicación y la política. Su énfasis en la importancia del contexto y la interpretación en la comprensión del lenguaje ha sido valioso para el análisis del discurso y la pragmática (Fowler, 1983).

En tercer lugar, se encuentra la categoría de *narrativas*, vista desde Jerome Bruner se entiende como las vicisitudes en el actuar de las personas, pues, los seres humanos como entes sociales están en un constante choque de relatos y situaciones donde la narrativa depende únicamente del contexto en el cual se esté gestando la situación en cuestión. De esta manera las narraciones inician sin una intencionalidad clara, dicha está en un estado neutro, sin embargo, dentro la misma surge algún imprevisto que culmina con el estado neutral, dando pie a que la situación cambie en su totalidad (Bruner, 2004). Así pues, surge la subcategoría de *representaciones sociales*, dicha es entendida desde Serge Moscovici como una ramificación del conocimiento, teniendo como función principal la creación de los comportamientos comunicativos entre individuos. Este siempre será la representación de un colectivo que comparta ideales frente a un tipo de pensamiento o ideal, siendo un grupúsculo de conocimientos e interacciones sociales

por las cuales las personas logran entender la realidad que los rodea, volviéndola parte de su cotidianidad (Moscovici, 1979).

Para finalizar las categorías del primer enfoque metodológico se encuentra la *política*, según Aristóteles parte desde el punto en el que todos los seres humanos son seres sociables, por ende, seres políticos por naturaleza, siendo capaces de vivir en grupo. Teniendo el objetivo de hacer el bien o el mal, para ser más específico, buscar el bien común o el mal, siendo el bien de aquellos que gobiernan. Los gobiernos entendidos como buenos según Aristóteles son aquellos que en caso de ser regidos por una persona son monárquicos, pues el regente busca el bienestar del pueblo, mientras que un gobierno negativo sería dirigido por un tirano, quien buscaría el bien propio o de un selecto grupo (Aristóteles, 1998). El sujeto político es aquel que se identifica con una determinada posición dentro de esta lucha por el poder. Sin embargo, para Žižek, la identidad colectiva no es una entidad fija y esencial, sino una construcción contingente y mutable que está siempre en proceso de negociación y redefinición (Žižek. 2015). Por lo tanto, el sujeto político no puede ser definido de antemano por su identidad colectiva, sino que debe ser entendido como una posición temporal y precaria dentro de la lucha política. Además, para Žižek, la identidad colectiva es siempre una construcción ideológica que oculta las contradicciones y antagonismos fundamentales que atraviesan cualquier comunidad política. Por lo tanto, el sujeto político debe ser capaz de desenmascarar la ideología que sustenta su identidad colectiva y reconocer la complejidad y ambigüedad de su posición dentro de la lucha política (Žižek. 2015).

En definitiva, para Žižek, el sujeto político no puede ser definido de manera esencialista por su identidad colectiva, sino que debe ser entendido como una posición temporal y contingente dentro de la lucha política, capaz de desenmascarar las construcciones ideológicas que ocultan los antagonismos fundamentales de la sociedad (Žižek. 2015).

La primera categoría del segundo enfoque es *otredad*, desde la perspectiva de Ryszard Kapuscinski el encuentro con el otro se puede explicar como un constante cruce cultural sujeto a las condiciones en las que se encuentre la persona, de igual forma se delimitan sus interacciones por idioma y surgen condicionamientos de su orientación religiosa. Igualmente, se habla de cómo los individuos de una sociedad ven en los demás un espejo de cómo son en realidad y los usan de referente para construir sus propias opiniones. Otro aspecto fundamental radica en la emocionalidad del individuo, pues, el estado anímico de alguien puede facilitar o complejizar la interacción que tiene con su entorno y sus pares. (Kapuscinski, 2007). De esta categoría surge la *alteridad*, vista desde el mismo autor se entiende como un entendimiento entre el otro y yo, permitiendo la generación de encuentros en los cuales se evidencia un cruce de saberes donde se adquieren conocimientos variados con las demás personas que participan del mismo. Para que el encuentro se desarrolle de manera óptima es pertinente hacer uso del lenguaje para una mutua comprensión y acercamiento frente a la otra persona (Kapuscinski, 2007).

En segundo lugar, está la categoría de otredad según Edward Said, el mismo explica la historia de esta construcción de la otredad oriental, desde los escritos de los primeros viajeros europeos a Oriente hasta los estudios académicos modernos. Argumenta que los orientalistas han utilizado la literatura, el arte, la religión y otros aspectos culturales del mundo oriental para construir una imagen estereotipada y homogénea que les permite afirmar su superioridad y justificar su dominación (Said, 1977). El autor sostiene que esta construcción de la otredad oriental no solo ha sido utilizada por Occidente para justificar su dominación sobre el mundo oriental, sino que también ha tenido consecuencias en la forma en que los propios orientales se ven a sí mismos. Argumenta que los orientales han internalizado esta imagen estereotipada y

han comenzado a representarse a sí mismos a través de los ojos de Occidente, lo que ha llevado a una sensación de inferioridad y una pérdida de su propia identidad (Said, 1977).

La tercera categoría del segundo enfoque metodológico habla de la *interacción*, desde Erving Goffman, el autor sostiene que las personas actúan en función de las expectativas de los demás, y que estas expectativas están influenciadas por las presentaciones que hacemos de nosotros mismos. En este sentido, la presentación de la persona es una herramienta fundamental para gestionar las impresiones que se tienen de nosotros. Según Goffman, la presentación de la persona es un proceso continuo que involucra una serie de técnicas, como el lenguaje corporal, la vestimenta y el uso del espacio, que se utilizan para construir una imagen de nosotros mismos (Goffman, 1981). Goffman utiliza el concepto de "actuación" para describir la manera en que las personas presentan una imagen de sí mismas al interactuar con los demás. Para Goffman, la actuación es un proceso que se lleva a cabo en un escenario, en el que los actores utilizan diferentes recursos para construir su personaje y presentarse ante los demás de la manera más favorable posible (Goffman, 1981).

La cuarta categoría del segundo enfoque metodológico serán las *hipermediaciones*, desde la perspectiva de Carlos Scolari son vistas como procesos de consumo simbólico, producción e intercambio que se caracterizan por un vasto uso de lenguajes y medios que están conectados unos a otros por medio de la tecnología. Es relevante destacar la manera en la cual las hipermediaciones no solo hacen más amplio el rango de las comunicaciones, también crecen las interferencias y efectos comunicativos negativos, como las interferencias, contaminación digital y otros problemas que superan por mucho al esquema de los medios tradicionales (Scolari, 2008). De lo anterior deriva la primera subcategoría, *ciberespacio*, según Scolari dicho espacio virtual es creado a través de medios informáticos con la finalidad de que el

cibernauta, individuo que está navegando por el ciberespacio, logre recorrer el espacio ya mencionado (Scolari, 2008). Como última subcategoría se encuentran las *estructuras hipertextuales*, estas son fragmentaciones de un texto que pueden ser ampliadas en medios virtuales. Básicamente son herramientas con la capacidad de crear puentes a otros sitios de la web para lograr ampliar definiciones que use el creador del texto y así esclarecer posibles dudas de sus lectores. Según Scolari, el ciberespacio no es un espacio virtual separado del mundo real, sino que forma parte de un continuum en el que la tecnología y la cultura están interconectadas (Scolari, 2008). En esta línea, Scolari también ha analizado la noción de cibercultura, entendida como el conjunto de prácticas, representaciones y valores que emergen en el ciberespacio. Para Scolari, la cibercultura no es homogénea ni estática, sino que está en constante cambio y evolución. (Scolari, 2008). Por último, se hablará sobre la *construcción del otro como adversario* el autor Homi Bhabha sostiene que la cultura no es un objeto estático, sino que se construye y se reconstruye constantemente a través de la interacción y la negociación entre diferentes culturas. Él se refiere a este proceso como "hibridación cultural". Según Bhabha, esta hibridación cultural no es un proceso lineal de asimilación de una cultura por otra, sino que es un proceso de intercambio y negociación constante en el que se crean nuevas formas culturales (Bhabha, H., 2002). El autor también habla sobre la importancia de los "espacios de enunciación" en la construcción de la cultura. Estos espacios son lugares donde las culturas se encuentran y se negocian mutuamente. Bhabha sostiene que estos espacios de enunciación son cruciales para la creación de nuevas formas culturales, ya que permiten que las culturas en conflicto encuentren puntos en común y se comuniquen entre sí. En el libro, Bhabha también discute la importancia de la ambivalencia en la construcción de la cultura. Él sostiene que la ambivalencia es una parte integral de la identidad cultural, ya que permite que las culturas se construyan a través de la negación y la afirmación simultáneas de los aspectos culturales que las definen (Bhabha, H., 2002).

Marco metodológico

Método

La metodología que se usará será cualitativa, en cuanto se hará un análisis discursivo de los tuits entre Gustavo Petro e Iván Duque desde el 15 de febrero hasta el 16 de junio del año 2018, identificando la intencionalidad que tenían sus interacciones en la creación de la imagen del otro. Para Norman Denzin y Yvonna Lincoln una cualidad necesaria para ser un investigador cualitativo es estudiar el fenómeno a investigar en su ambiente natural, recolectando los datos más importantes para su investigación (Denzin & Lincoln, 2012). Norman Denzin y Yvonna Lincoln, dos de los principales exponentes de la investigación cualitativa, definen ciertas cualidades y habilidades que deben tener los investigadores en este campo (Denzin & Lincoln, 2012). Según ellos, un buen investigador debe tener una actitud abierta y flexible, capaz de adaptarse a situaciones cambiantes y complejas. Además, debe ser curioso, creativo y reflexivo, capaz de observar y analizar los datos con una mirada crítica y profunda (Denzin & Lincoln, 2012). Otra cualidad importante que destacan es la empatía y la capacidad de establecer relaciones cercanas y de confianza con los participantes en el estudio. También se enfatiza en la ética y la responsabilidad del investigador, quien debe garantizar el respeto y la dignidad de los participantes, así como la integridad y la honestidad en el proceso de investigación y en la interpretación de los resultados (Denzin & Lincoln, 2012).

Existen investigadores de índoles artística, científica, entre otras variantes, pero la que se tomará como referente para el presente trabajo monográfico será el de crítico social, este último se encarga de analizar su entorno creando herramientas que faciliten la comprensión de su objeto de estudio (Denzin & Lincoln, 2012). El desarrollo entero de la investigación cualitativa depende exclusivamente de los métodos aplicados a lo largo del trabajo, sin embargo, estos

cambian y se adaptan según se vayan requiriendo, ampliando y complejizando la visión original del objeto a estudiar.

Teniendo presente lo anterior, se usará la investigación cualitativa para realizar el análisis de dieciséis tuits entre Gustavo Petro e Iván Duque, la finalidad última es ver de qué manera los aspirantes a la presidencia del año 2018 generaban discursos e ideales por medio de sus redes sociales para influir en la imagen que tenían las personas receptoras de dichos mensajes sobre su adversario. Para fines de la presente monografía se trabajará únicamente con los mensajes redactados en la red social *Twitter*, al analizar los discursos y dilucidar la intencionalidad de estos queda claro que la mejor metodología investigativa es la cualitativa, pues, permite el análisis desde distintos puntos de vista y no se limita a una única visión del contexto en el cual se desarrolló la contienda política.

Retomando la ruta planteada por Denzin y Lincoln, el método cualitativo permite analizar de qué manera el objeto de estudio se desenvuelve dentro de su hábitat natural. Relacionándolo a la presente investigación es importante destacar que se estudiará el contexto en el cual fueron redactados para comprender mejor la finalidad de estos durante el año 2018.

Es así como la presente investigación tomará la metodología cualitativa para analizar todas las variables que pueden existir dentro de la creación de mensajes que detrás tienen una intencionalidad. El redactar un mensaje para buscar afectar de manera directa, sin ser explícito es una de las posibilidades que permite usar la metodología ya mencionada, de igual forma ayuda a comprender cómo y para qué fueron creados algunos tuits entre Petro y Duque, y la manera en la cual usaban el lenguaje para influir en la percepción de los receptores del mensaje.

Enfoque

En relación con el enfoque escogido se trabajará el análisis pragmático del discurso desde la visión de Teun Van Dijk, dando cabida al estudio de los discursos y cómo dichos impactan a la población. Ahora bien, en el caso de los discursos políticos en Colombia durante el periodo 2015-2019, se puede aplicar el análisis crítico del discurso para examinar la construcción de la figura del "otro" en los discursos de Gustavo Petro e Iván Duque en la red social Twitter. Se puede analizar cómo ambos líderes políticos usaron el lenguaje para construir representaciones del "otro" como enemigo o adversario político, y cómo estas representaciones se relacionan con las identidades sociales y culturales más amplias en Colombia. De igual forma, permite examinar cómo el discurso político influyó en la percepción pública de los dos políticos y de sus respectivos partidos políticos, y cómo esto afectó el resultado de las elecciones y la política en Colombia. En general, el análisis crítico del discurso puede ser una herramienta útil para comprender cómo el lenguaje y el discurso influyen en la sociedad y la política en general.

Uno de los pilares fundamentales para comprender la pragmática del discurso es entender el significado de los signos lingüísticos empleados a la hora de generar dichos mensajes informativos y los contextos en los cuales surgen los mismos. Pues, aquellos que intervienen en el discurso tienen la capacidad de participar según su posición dentro del contexto en el cual ocurre dicha interacción, evidenciando que no son usados al azar, sino muy por el contrario están seleccionados con especial cuidado para cumplir su propósito de la mejor manera (Dijk, 1999).

La pragmática discursiva permite dilucidar la postura política e ideales que tiene quien emite dicho mensaje, de hecho, la característica anterior es uno de los pilares fundamentales en el análisis del discurso político, debido a que permite determinar cinco pilares dentro de este

método discursivo. La primera distinción lingüística es la de los *representativos*, proposiciones verdaderas; la segunda son los *directivos*, órdenes y/o pedidos; seguido van los comisivos, amenazas y/o promesas; posteriormente están los de carácter expresivo, acusaciones de culpabilidad y/o elogios; por último, se encuentran los declarativos, anunciar elecciones, declaraciones de guerra y/o proclamar una guerra (Dijk, 1999).

Técnicas

La primera técnica utilizada será el análisis de datos, desde el del libro "Introducción a la investigación cualitativa" de Uwe Flick, dicho ofrece una amplia gama de temas y técnicas relacionados con la investigación cualitativa. Uno de los temas destacados es el análisis de datos secundarios, que Flick considera una fuente valiosa de información para la investigación cualitativa (Flick. 2018). Este señala que el análisis de datos secundarios es una técnica que se ha utilizado durante mucho tiempo en la investigación social, pero que recientemente se ha convertido en una opción más viable y accesible para los investigadores gracias al fácil acceso a grandes conjuntos de datos almacenados en línea (Flick. 2018).

El texto aborda los desafíos que plantea el análisis de datos secundarios, como la fiabilidad y validez de los datos, la falta de control del proceso de recopilación de datos y la necesidad de adaptar los datos a las preguntas de investigación específicas del investigador. De igual forma, proporciona varios ejemplos de cómo los investigadores han utilizado con éxito el análisis de datos secundarios en la investigación cualitativa, incluyendo el análisis de archivos históricos, la reutilización de datos de estudios previos y la recopilación de datos de diferentes fuentes (Flick. 2018). Flick destaca la importancia del análisis de datos secundarios en la investigación cualitativa y proporciona una visión general de los desafíos y oportunidades que ofrece esta técnica. El autor demuestra cómo los investigadores pueden utilizar datos secundarios para complementar y enriquecer su propia investigación, siempre y cuando se aborden

adecuadamente los problemas metodológicos y epistemológicos que plantea el análisis de datos secundarios (Flick. 2018).

La segunda técnica usada para recopilar información es la etnografía virtual desde Christine Hine y su obra "Virtual Ethnography", esta es una obra fundamental que aborda la etnografía virtual como una forma legítima y valiosa de investigación (Hine. 2008). Christine Hine plantea una perspectiva crítica sobre la etnografía virtual, cuestionando la noción de que la investigación en línea es una simple transposición de la investigación en el mundo offline. En cambio, sostiene que la etnografía virtual debe ser entendida como una práctica híbrida, que incorpora tanto elementos en línea como fuera de línea (Hine. 2008).

Hine también analiza los desafíos éticos y metodológicos que surgen en la investigación en línea, y sugiere formas en que los investigadores pueden abordar estos desafíos. Además, la autora hace hincapié en la necesidad de que los investigadores comprendan las tecnologías que utilizan en su investigación, así como los entornos en línea en los que operan (Hine. 2008). La autora ofrece una perspectiva crítica y reflexiva sobre la práctica de la investigación en línea, al tiempo que ofrece consejos prácticos para la realización de la etnografía virtual. Además, el libro aborda cuestiones éticas y metodológicas importantes en la investigación en línea, lo que lo convierte en una valiosa contribución al campo de la investigación cualitativa.

Por último, se encuentra el conteo de palabras, este será tomado desde Kenneth Burke en su libro "A Grammar of Motives", en este libro, Burke propone una teoría de la retórica basada en el análisis de los motivos o razones que llevan a una persona a elegir determinados términos para comunicarse. El autor sostiene que el lenguaje es una herramienta fundamental para la construcción de la realidad social, y que los motivos que se esconden detrás de las palabras son los que determinan en última instancia el sentido de los mensajes (Burke, 1969).

En este sentido, el conteo de palabras es una técnica que se puede utilizar para analizar los motivos detrás del discurso de una persona. Al contar el número de veces que una persona

utiliza determinadas palabras o términos, se pueden identificar patrones y tendencias que revelan sus intereses y preocupaciones (Burke, 1969). Por ejemplo, si un candidato político utiliza frecuentemente la palabra "seguridad", se puede inferir que este tema es importante para él o ella y que lo considera un factor clave en su plataforma política.

Además, el análisis del conteo de palabras puede ser útil para entender cómo se relacionan los motivos de una persona con su audiencia. Por ejemplo, si un orador utiliza un lenguaje técnico o demasiado complejo, es posible que su mensaje no llegue a la mayoría de su audiencia, lo que puede ser un obstáculo para la persuasión. Por otro lado, si un orador utiliza un lenguaje claro y accesible, es más probable que su mensaje sea comprendido y aceptado por la audiencia (Burke, 1969).



Instrumentos

A continuación, se hará una tabla explicativa donde se realizará una tabla donde se exponen los objetivos específicos, la técnica utilizada y los instrumentos asociados:

Objetivo específico	Técnica	Instrumento asociado
Identificar los tuits oficiales de los candidatos con mayor interacción por parte de los lectores entre junio 26 de 2015 hasta junio 28 de 2019.	Análisis de datos	Matriz recopilativa
Reconocer las estrategias discursivas usadas en las intervenciones políticas en Twitter entre los políticos,	Etnografía virtual	Matriz de análisis discursiva

desde el año 2015, hasta el 2019.		
Evidenciar la construcción discursiva del otro por parte de los entonces candidatos, Iván Duque Márquez y Gustavo Petro Urrego.	Conteo de palabras	Nubes de palabras

La  **matriz recopilativa** de tuits, creada por el autor de la presente monografía, es una herramienta de investigación que permite recopilar y analizar grandes cantidades de tuits de forma organizada y sistemática. Usada para dar solución al primer objetivo específico planteado a la primera. Consiste en una tabla que muestra los diferentes tuits recopilados, junto con información relevante como la fecha y hora de publicación, el nombre de usuario, el contenido del tuit, los hashtags utilizados y el número de retuits y favoritos. Esta información se recopila a través de herramientas de análisis de redes sociales como Hootsuite, Tweetdeck o Sprout Social, entre otras.

Las **matrices recopilativas** de tuits son útiles para analizar tendencias y patrones en el discurso en línea. Los investigadores pueden utilizar esta herramienta para analizar el discurso público sobre un tema específico, identificar las principales preocupaciones y temas en un debate en línea o explorar cómo las personas están reaccionando a un evento actual. Además, las matrices recopilativas de tuits también pueden ser utilizadas para analizar la interacción entre usuarios en Twitter, incluyendo cómo se mencionan y responden entre sí.

Las **matrices recopilativas** de tuits son una herramienta útil para la investigación en línea y pueden proporcionar información valiosa sobre los patrones y tendencias en el discurso en

línea. Es importante tener en cuenta sus limitaciones y utilizarlas en conjunto con otras técnicas de investigación para obtener una comprensión más completa del tema de estudio.

En el caso de la presente investigación, se usó **la matriz de conteo** para contabilizar los tuits con mayor cantidad de interacciones. Sin embargo, dicha función no se incluyó dentro de la matriz, pues, la propia red social permite filtrar las búsquedas realizadas con la opción “destacados”, esta opción permite al usuario ver los tuits con mayor cantidad de interacciones dentro de la aplicación. Dichas se engloban en los “me gusta”, “comentarios” y “retweets”, ahora bien, dentro de la investigación se hizo uso de un segundo filtro dentro de la propia aplicación, esta fue filtrar las interacciones donde Iván Duque y Gustavo Petro se citen de manera directa usando sus cuentas principales, en el caso del primero, es “@IvanDuque” y para el segundo es “@petrogustavo”. La razón de este segundo filtro surge para evitar menciones difusas o que dejen a libre interpretación el destinatario de estas. Lo anterior se sustenta en la técnica de “análisis de datos” mencionada en el apartado anterior, esta destaca la utilidad de los datos secundarios para complementar y enriquecer la investigación. Una vez realizado el filtro, se realizó la transcripción de cincuenta tuits entre los dos mandatarios, organizándolos por fecha.

A continuación, se verá el fragmento principal con el que se llevó a cabo la matriz de contabilización de tuits, y también el anexo para verla completa.

Anexo 1



	A	B	C	D	E	F	G	H
1	Cuenta de	Fecha de publicación	Tuits	Tuits	Tuits	Tuits	Tuits	Tuits
2	Iván Duque	26/06/2015	@petrogustavo presos deberían estar los criminales de lesa humanidad que acaban de causar un daño irreparable al medio ambiente en Tumaco	@petrogustavo presos deberían estar los cabecillas de las FARC que reclutan menores, torturan mujeres y siembran minas anti-persona	@petrogustavo presos deberían estar quienes en nombre de una falsa “revolución” han sembrado terror en todo el territorio.	@petrogustavo pide cárcel para quienes han luchado por darle seguridad a los colombianos y pide impunidad para los cabecillas de las FARC	@petrogustavo ojalá pueda explicar a la ciudad la fallas en el cumplimiento de sus metas denunciadas por la Veedora	"Esto significa que de las 43 metas revisadas, al 39,5 por ciento de ellas le redujeron las expectativas de cumplimiento en el 2014 y el 2015", precisó la Veedora.
	Iván Duque	febrero 15, 2018	Replying to @petrogustavo La participación ciudadana en seguridad y las recompensas fueron fundamentales para derrotar el terrorismo, proteger ciudades y reducir en 96.7% el secuestro (2002-2010) El Chavismo siempre se	número de likes, retweets, tuits donde se evidencie mayor interacción				

Dentro de la matriz de conteo se seleccionaron veinte tuits donde se evidenció una alta interacción por parte de la gente, una mención directa entre los dos candidatos usando su arroba de Twitter, esto se hizo para poder desarrollar el análisis discursivo de los tuits desde una matriz de análisis discursiva que tiene como base teórica a Teun Van Dijk.

Las **matrices de análisis del discurso** son herramientas útiles para identificar y analizar patrones lingüísticos y discursivos en textos de cualquier género o fuente. En el caso de los discursos políticos en Colombia, la construcción del otro entre Gustavo Petro e Iván Duque durante el período 2015-2019 en Twitter puede ser analizada mediante matrices recopilativas de tuits. Estas matrices permiten recopilar y categorizar los tuits según distintas variables, como el tema, el tono, las palabras clave utilizadas y los recursos lingüísticos empleados.

La aplicación de **matrices de análisis del discurso** a los discursos políticos de Petro y Duque en Twitter puede revelar cómo cada candidato construye su imagen y la de su oponente, así como las estrategias lingüísticas utilizadas para persuadir a la audiencia y transmitir sus mensajes políticos. Por ejemplo, se pueden identificar patrones en la frecuencia de ciertas palabras clave, como "corrupción" o "paz", que sugieren las prioridades de cada candidato en su discurso político. Además, se pueden analizar los recursos lingüísticos utilizados en los tuits, como la ironía o la metáfora, para entender cómo se construyen las narrativas políticas.

La construcción del otro es un aspecto clave del análisis del discurso en el ámbito político. En el caso de los tuits de Petro y Duque, se pueden identificar los recursos lingüísticos y discursivos utilizados para presentar al otro candidato de manera positiva o negativa. Por ejemplo, se pueden analizar los términos utilizados para referirse al oponente, como "amigo" o "enemigo", y cómo estos términos se relacionan con los mensajes políticos que cada candidato quiere transmitir.

El uso de **matrices de análisis del discurso** en el estudio de los discursos políticos en Colombia permite analizar de manera sistemática y rigurosa los patrones lingüísticos y discursivos en los tuits de Petro y Duque durante el período 2015-2019. Estas matrices permiten identificar las estrategias utilizadas para construir la imagen del otro candidato, así como los recursos lingüísticos y discursivos utilizados para transmitir mensajes políticos y persuadir a la audiencia.

La matriz del análisis discursivo es una herramienta analítica que se basa en la teoría del análisis crítico del discurso de Teun Van Dijk. Esta matriz es una herramienta metodológica que se utiliza para identificar y analizar los elementos lingüísticos y discursivos en un texto y cómo estos elementos contribuyen a la construcción de significados y a la reproducción de relaciones de poder en una sociedad determinada. La matriz consta de varias categorías que se utilizan para descomponer y analizar los textos de manera sistemática.

Las categorías de **la matriz discursiva** se dividen en dos niveles: macroniveles y microniveles. El nivel macro se refiere al contexto social y político en el que se produce el texto, como la situación histórica, las ideologías dominantes, las relaciones de poder y las luchas por el poder, en un ámbito global. El nivel micro se refiere a los elementos lingüísticos específicos en el texto, como las palabras, las frases y las estructuras gramaticales. Todo esto teniendo presente la segunda técnica planteada dentro del apartado anterior del presente documento, esta es la “etnografía virtual”, esta enfatiza la necesidad de que los investigadores comprendan las tecnologías que utilizan en su investigación y los entornos en línea en los que operan. también en la manera de abordar cuestiones éticas y metodológicas importantes en la investigación en línea (Hine, 2008).

Las categorías específicas en la **matriz discursiva** en los macroniveles incluyen; la fuente bibliográfica de la pieza comunicativa a analizar, pieza comunicativa a analizar, fecha de

publicación, suceso en la fecha, estrategia discursiva, temas, subtema, descripción denotativa según características particulares del discurso, sujetos del discurso, ideologías presentes en los discursos, eventos sociales comunicativos, contextos a nivel nacional. en los microniveles se encuentra la fonética, sintaxis, léxico, estilística, retórica, semántica. Estas categorías se utilizan para identificar los elementos clave en el texto y cómo se relacionan con el contexto social y político más amplio. El análisis discursivo también se enfoca en las estrategias retóricas utilizadas en el texto, como la persuasión, la manipulación y la legitimación, y cómo estas estrategias se relacionan con las relaciones de poder en la sociedad.

Para ver de manera clara un ejemplo de cómo se analiza un tuit, se dejará el anexo número dos, el cual redireccionará a las veinte matrices discursivas.

[Anexo 2.docx](#)

Anexo 1: Matriz de Análisis de Discurso por Van Dijk

ENFOQUE COMUNICATIVO SELECCIONADO.	
PREGUNTA PROBLEMA	
MACRONIVELES –SIGNIFICADOS GLOBALES- DEL DISCURSO	
Fuente bibliográfica de la pieza comunicativa a analizar.	https://twitter.com/IvanDuque/status/982625331017322499
Pieza comunicativa a analizar	Doctor @petrogustavo en lugar de divulgar videos falsos para promover el odio entre los colombianos, le comparto el video real de la Gota Fría. Nosotros le cantamos a la esperanza y al futuro de Colombia. #SolucionesNoAgregaciones
Fecha de publicación	7 de abril del 2018
Suceso en la fecha	“Autoridades colombianas detienen a narco boliviano conocido como ‘Techo de paja’, uno de los antiguos socios de Pablo Escobar” Link a la noticia: https://www.infobae.com/america/colombia/2021/04/07/autoridades-colombianas-detienen-a-narco-boliviano-conocido-como-techo-de-paja-uno-de-los-antiguos-socios-de-pablo-escobar/

En el caso de los discursos políticos en Colombia, la matriz discursiva se puede utilizar para analizar cómo Gustavo Petro e Iván Duque construyeron su imagen política en la red social Twitter durante el periodo de 2015 a 2019. Se pueden analizar los elementos lingüísticos y retóricos utilizados por cada candidato, así como las categorías de los macroniveles y microniveles en sus discursos. Además, se pueden analizar las relaciones de poder subyacentes en sus discursos y cómo se relacionan con las luchas políticas en Colombia en ese momento.

Por último, se usó como tercera herramienta, nubes de palabras con los términos más usadas por los candidatos en los tuits seleccionados en la matriz de conteo, que a su vez engloba a los veinte tuits seleccionados para la matriz de análisis discursivo, para dar respuesta al tercer objetivo planteado.

Lo anterior, siendo sustentado por Burke, quien sugiere que la elección de las palabras en un discurso no es accidental, sino que se seleccionan cuidadosamente para transmitir un motivo. Por lo tanto, analizar la frecuencia de ciertas palabras en un discurso puede proporcionar información valiosa sobre los motivos subyacentes. Convirtiendo el conteo de palabras en una herramienta para identificar patrones retóricos en el discurso y para descubrir los motivos detrás de ellos (Burke, 1969).

[Anexo 3](#)

Fases y cronograma de aplicación

Las fases de observación y de ejecución de las herramientas se encuentran de manera específica dentro del cuarto anexo, sin embargo, en este apartado se mencionarán las fechas en las cuales se llegó a la realización de los objetivos específicos y el objetivo general planteados para la presente monografía.

[Anexo 4](#)

Análisis

Para iniciar se dará un pequeño contexto del primer objetivo específico, el cual es: “Identificar los tuits con mayor interacción por parte de los lectores” se utilizó una matriz para recopilar tuits siguiendo varios pasos, teniendo como base “el análisis de datos”, el cual habla de cómo la recopilación de datos es fundamental para la comprensión general del contexto. Pues, el recopilar datos permite dar un vistazo general de las interacciones entre Iván Duque y Gustavo Petro. En primer lugar, se establecieron los criterios de relevancia, incluyendo factores como la cantidad de interacciones (retuits, respuestas, me gusta), la frecuencia de aparición de un tema o hashtag específico.

Ya establecidos los criterios, se procedió a la recopilación de los tuits mediante una matriz recopilatoria. Esta herramienta permitió filtrar los tuits según palabras clave, fechas, usuarios, entre otros aspectos. Los tuits recopilados se ingresaron en una matriz que contiene las siguientes columnas: fecha, usuario y texto del tuit. Haciendo esto se pudo evidenciar cómo los tuits con mayor de cantidad de interacciones de Iván Duque giraban en torno a temas como la corrupción y los incumplimientos por parte de Gustavo Petro durante su periodo en la alcaldía de Bogotá. También respondía a tuits donde no se le había citado o mencionado de manera directa, en estos ejemplos el tema central era sobre el conflicto armado colombiano, el rol de Álvaro Uribe Vélez y su relación con los falsos positivos. Ahora bien, los tuits seleccionados fueron filtrados por la aplicación y su opción “destacados”, mediante esta función se crea un filtro en el cual solo se generan de manera automática los tuits con mayor interacción por parte de los usuarios.

Este tipo de análisis resultó útil para comprender si las estrategias de comunicación de los entonces candidatos realmente fueron efectivas. Por ejemplo, cuando alguno de los candidatos recibía una alta interacción en sus tuits oficiales, esto indicaba que estaba generando un interés

significativo en su mensaje, por lo que su mensaje estaba llegando a un gran número de personas. Por ejemplo, el siguiente tuit:



Por otro lado, si un candidato recibía una baja interacción en sus tuits, indicaba que su mensaje no estaba siendo efectivo o que no llegaba a su público objetivo. Cosa que ocurre cuando se ve el global de las interacciones que engloban el año 2015 hasta 2019.

También se identificó qué tipo de contenido y estrategias de comunicación funcionaron mejor en las redes sociales. Pues, los tuits más interactivos estaban relacionados con temas específicos, como la corrupción y la lucha contra la misma. Teniendo esto presente los candidatos pudieron ajustar su estrategia para centrarse en esos temas y atraer a más seguidores, aumentando la interacción en línea. Datos que son evidentes cuando los tuits con mayor cantidad de interacciones son aquellos de la segunda vuelta presidencial, donde los entonces candidatos se confrontaron de manera más directa.

El análisis de la interacción de los usuarios con los tuits de los candidatos proporcionó una visión valiosa sobre la efectividad de sus estrategias de comunicación en línea, lo que les permitió tomar medidas para mejorar su mensaje y maximizar su impacto en las futuras campañas políticas.

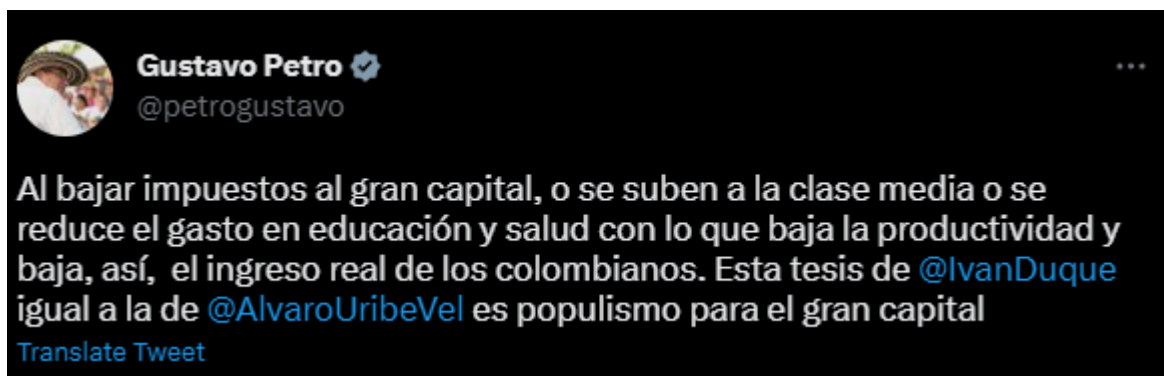
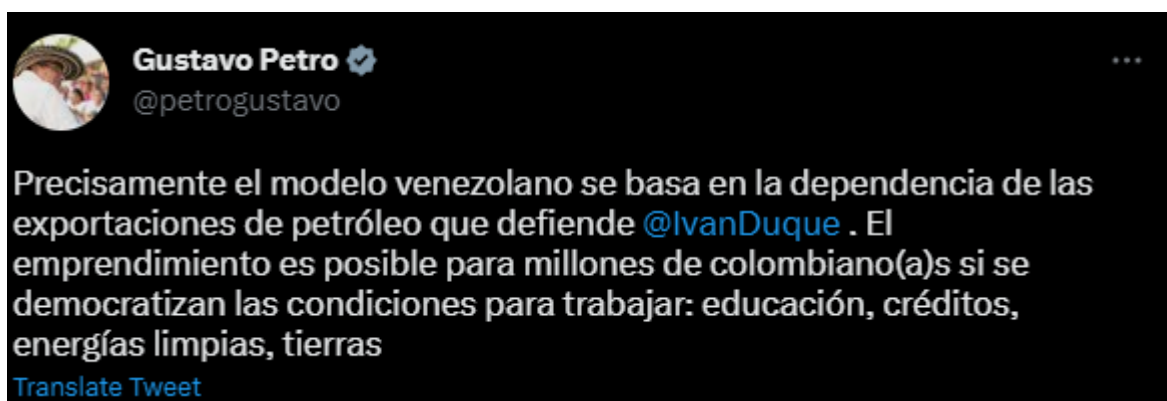
Seguido, se realizó al análisis de los tuits más relevantes identificados en la matriz, aplicando a veinte tuits una matriz de análisis discursiva que tenía como base la etnografía virtual, pues, esta permite comprender cómo se comportan Gustavo Petro e Iván Duque en Twitter. Esto con la finalidad de dar respuesta al segundo objetivo específico, dándole continuidad y congruencia al aparataje metodológico, “Reconocer las estrategias discursivas usadas en las intervenciones políticas en Twitter entre los mandatarios, desde el año 2015, hasta el 2019”. Este análisis puede incluir aspectos como el contenido del tuit, el tono utilizado por los usuarios, la polaridad de los comentarios, entre otros. Esta información puede ser útil para comprender cómo se construyó el discurso político en Twitter durante ese periodo y cómo se relacionaron Gustavo Petro e Iván Duque en esta plataforma.

Se hizo un estudio mediante el análisis de los tuits por medio de una matriz de discurso con base en la teoría de Teun Van Dijk. Para ello, se identificaron los elementos discursivos que señalan las estrategias políticas empleadas por cada uno de los mandatarios, tales como la polarización, la creación de enemigos políticos y la construcción de identidades colectivas.

Del análisis realizado con la matriz se pudo evidenciar cómo los discursos políticos utilizados por Petro y Duque se centraban en hacer ver a su rival como un enemigo. Por ejemplo, Petro y Duque pueden hacer referencia a partidos políticos específicos o incluso a individuos como sus oponentes políticos, a quienes presentan como una amenaza para la estabilidad política y social del país. Además, es importante prestar atención a cómo los mandatarios utilizan el discurso

de miedo para influir en la opinión pública, creando una imagen de que ciertos eventos o situaciones pueden tener consecuencias graves para el país y sus ciudadanos. Este discurso puede ser identificado a través de las palabras y expresiones que sugieren un sentido de urgencia o amenaza inminente, como "crisis", "peligro", "catástrofe", entre otros.

La construcción de identidades colectivas también es una estrategia política utilizada por Petro y Duque en sus discursos políticos. Para identificar esta estrategia, es necesario observar cómo los mandatarios utilizan las palabras y expresiones que sugieren la existencia de un grupo homogéneo de ciudadanos, como "la gente", "los colombianos", "el pueblo". Por ejemplo:



Estas construcciones colectivas suelen ser utilizadas para presentar a uno mismo como el candidato que mejor representa los intereses del pueblo.

Por último, es importante prestar atención a la forma en que se utilizan las citas y referencias en los discursos políticos de Petro y Duque, ya que estas pueden ser una estrategia para legitimar las posiciones políticas y argumentos. Por ejemplo, se pueden citar estudios o

expertos que apoyen la posición del mandatario, o referirse a eventos históricos para justificar ciertas acciones políticas.

Desde el análisis discursivo de Teun Van Dijk se pueden evidenciar las estrategias utilizadas por los candidatos Iván Duque Márquez y Gustavo Petro Urrego para construir discursivamente la figura del otro en sus campañas políticas entre 2015 y 2019. En este sentido, se puede observar cómo ambos candidatos construyen discursivamente al otro como un enemigo que representa una amenaza para el país.

En el discurso de Duque se puede evidenciar cómo utiliza la figura del otro para construir una imagen de sí mismo como el candidato que protege al país de los peligros que representa Petro y su ideología. En este sentido, Duque utiliza la estrategia de la polarización, donde se construye una imagen negativa del otro para resaltar las virtudes de su propio discurso. Por otro lado, en el discurso de Petro se puede observar cómo utiliza la figura del otro para construir una imagen de sí mismo como el candidato que representa los intereses de las mayorías populares, en contraposición al candidato Duque, que es visto como el candidato de las élites. En este sentido, Petro utiliza la estrategia de la identificación, donde se construye una imagen positiva del propio discurso en contraposición a la imagen negativa del otro.

En ambos discursos se puede observar cómo se utilizan diferentes estrategias para construir discursivamente la figura del otro. En el caso de Duque, se puede identificar la estrategia de la descalificación, donde se utiliza un lenguaje negativo y agresivo para construir una imagen negativa del otro. En el caso de Petro, se puede identificar la estrategia de la victimización, donde se construye una imagen positiva del propio discurso a través de la figura del oprimido que lucha contra el poder establecido. En cuanto a la construcción discursiva del otro, se puede observar cómo se construye una imagen negativa del otro a través de la polarización y la descalificación. En este sentido, se pueden identificar discursos que utilizan un lenguaje

negativo y agresivo para construir una imagen negativa del otro y, por lo tanto, generar una polarización entre los electores.

En el análisis discursivo de Teun Van Dijk se puede evidenciar cómo los candidatos utilizan diferentes estrategias para construir discursivamente la figura del otro. En este sentido, se pueden identificar discursos que utilizan la identificación, la victimización y la polarización como estrategias para construir una imagen positiva del propio discurso en contraposición a la imagen negativa del otro.

Entre los años 2015 y 2019, durante la campaña presidencial en Colombia, los candidatos Gustavo Petro e Iván Duque se mencionaron mutuamente en numerosas ocasiones en la red social Twitter. Cabe aclarar, que durante los años 2016 a 2018, las menciones directas entre ambos políticos se detuvieron, esto podría interpretarse como un acto deslegitimador, dejando de lado a su rival, o considerándolo como alguien que no vale la pena ser mencionado de manera directa o indirecta.

Por otro lado, las menciones directas permiten identificar las interacciones entre los candidatos y analizar su estrategia discursiva. En primer lugar, es posible identificar menciones directas en las que los candidatos se dirigen directamente al otro, ya sea para criticar sus propuestas o para responder a una crítica. En estos casos, se evidencia una estrategia discursiva de confrontación y contraposición de ideas. Por ejemplo, en un tuit de Gustavo Petro del 8 de agosto de 2018, se dirige directamente a Iván Duque para criticar su accionar frente a la consulta anticorrupción: Es un hecho: el Presidente de la República @IvanDuque, faltando a su palabra de campaña, ha hecho trizas la consulta anticorrupción.". Por otro lado, también se pueden identificar menciones directas en las que los candidatos se citan a sí mismos con relación al otro. En estas menciones, se busca destacar las diferencias entre ambos candidatos y resaltar la superioridad de una propuesta o de una posición. Por ejemplo, en un tuit de Iván

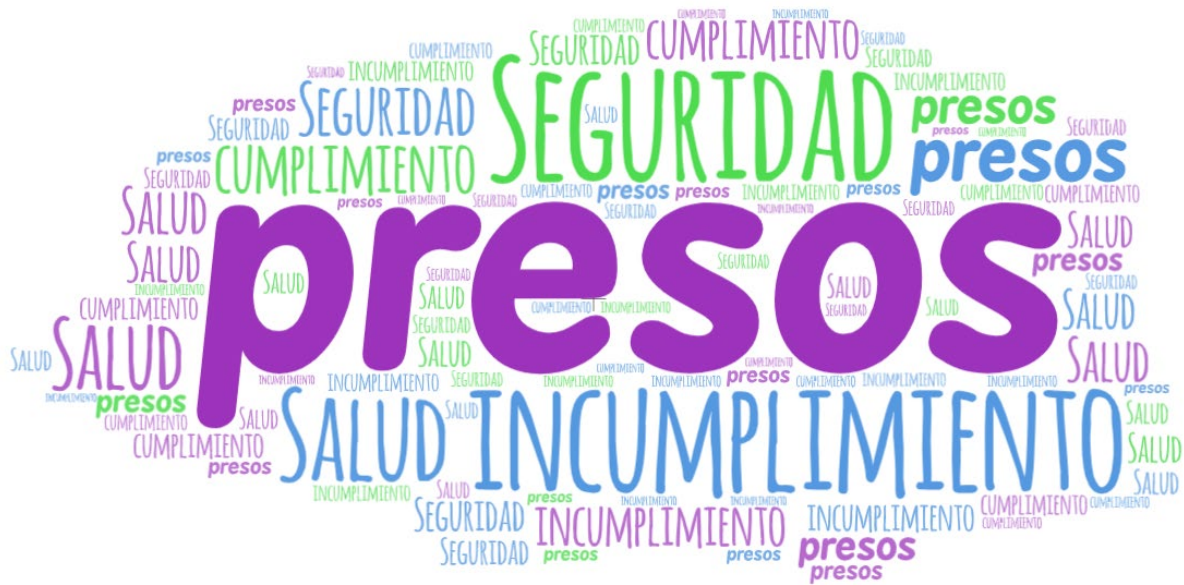
Duque del 9 de marzo de 2018, se cita a sí mismo en relación con Gustavo Petro para destacar su posición en relación con la lucha contra la corrupción: "Si queremos combatir la corrupción en Colombia, debemos empezar por reducir la burocracia, no por aumentarla, como propone Petro".

Otro tipo de menciones directas que se pueden identificar son aquellas en las que los candidatos se dirigen a terceros mencionando al otro candidato. En estos casos, se busca influir en la percepción que los terceros tienen sobre el otro candidato y su propuesta. Por ejemplo, en un tuit de Gustavo Petro del 25 de mayo de 2018, se dirige a los empresarios colombianos mencionando a Iván Duque y criticando su propuesta económica: "Iván Duque quiere continuar con la misma política económica que ha beneficiado a los grandes empresarios en detrimento de los trabajadores y la economía popular". Sin embargo, para fines de la presente monografía, se seleccionaron los tuits donde los candidatos se mencionaron usando su arroba de dentro de la red social Twitter.

En tercer lugar, se realizaron  dos nubes de palabras extraídas de los cincuenta tuits seleccionados en la matriz de conteo, con la finalidad de responder al último objetivo específico, "Evidenciar la construcción discursiva del otro por parte de los entonces candidatos, Iván Duque Márquez y Gustavo Petro Urrego." Las nubes arrojaron la cantidad de palabras que cada uno de los candidatos usó en los tuits donde se refería al otro de manera directa. Centrando la idea en cómo se evidencia la construcción del otro, se tuvo en cuenta las palabras más frecuentes cómo eran empleadas por los políticos.

A continuación, se expondrá cómo la construcción discursiva del otro por parte de Iván Duque Márquez a Gustavo Petro Urrego, dicha se evidencia a través del uso de ciertas palabras en su discurso. En el caso de Iván Duque, se puede observar el empleo de términos como , "cumplimiento", "incumplimiento", "seguridad" y "salud".

Nube de palabras de Iván Duque:



Estas palabras tienen una carga semántica, que le permite al candidato crear una imagen específica de su oponente y de sí mismo. Por ejemplo, la palabra "presos" se utiliza en el contexto de la seguridad y se refiere a la propuesta del candidato Petro de liberar a los presos políticos, lo que según Duque sería un riesgo para la seguridad del país. En este sentido, Duque se presenta como el candidato que ofrece una mayor seguridad y protección frente a la propuesta de Petro.

La palabra "cumplimiento" se utiliza para hacer referencia a su propio programa de gobierno, presentándolo como un candidato serio y comprometido con la implementación de sus propuestas. En cambio, la palabra "incumplimiento" se utiliza para hacer referencia a la propuesta de Petro, presentándolo como un candidato poco confiable y sin capacidad para cumplir con sus promesas. Por último, las palabras "seguridad" y "salud" se utilizan para enfatizar la importancia de estos temas en su programa de gobierno, posicionándose como un candidato que prioriza los intereses de la ciudadanía.

Lo anterior también puede evidenciarse en el candidato Gustavo Petro, quien usa términos como "corrupción", "corruptos", "política", "politiquería", "seguridad", "estado", "independencia", "salud", "paz". Nube de palabras de Gustavo Petro:



A partir de las palabras empleadas por Gustavo Petro en su discurso político, es posible evidenciar su construcción discursiva del otro. El término "corrupción" es empleado por Petro para referirse a aquellos políticos que, según su visión, han saqueado el Estado en su propio beneficio, es decir, los "corruptos". Asimismo, Petro utiliza el término "política" para referirse al conjunto de decisiones y acciones que deben ser tomadas en beneficio de la ciudadanía, en contraposición a la "politiquería", es decir, la manipulación de la política en beneficio propio o de grupos de poder. En cuanto a "seguridad", Petro enfatiza en la necesidad de garantizar la seguridad ciudadana, pero no a través de la violencia y la militarización, sino a través de políticas sociales y de inclusión.

Además, Petro hace referencia al "Estado" como el actor que debe garantizar el bienestar de la población y promover la justicia social, mientras que "independencia" es utilizada por el candidato para reivindicar su autonomía frente a los intereses de los grupos de poder y

económicos. Finalmente, "salud" es un tema recurrente en su discurso, y Petro enfatiza en la necesidad de una atención médica digna y accesible para todos. En resumen, la construcción discursiva del otro por parte de Petro se enfoca en la denuncia de la corrupción política y la politiquería, la defensa del Estado y su papel en la garantía de los derechos ciudadanos, y la promoción de políticas sociales para garantizar la seguridad y la salud de la población.



Hallazgos y conclusiones

Durante el periodo 2015-2019, la mencionabilidad de Gustavo Petro e Iván Duque en Twitter evidenció una serie de características discursivas. En primer lugar, se puede observar una fuerte polarización política, en la que ambos líderes políticos eran mencionados en contextos opuestos por seguidores y detractores. En muchos casos, las menciones directas se realizaron con la intención de rechazar o refutar los argumentos del otro candidato.

Focalizando en la polarización en Twitter entre los seguidores de Petro y Duque en Colombia fue evidente durante el período analizado de 2015 a 2019. Los seguidores de Petro tendían a criticar fuertemente la corrupción y la política tradicional, considerando que estas prácticas estaban profundamente arraigadas en la sociedad colombiana. Además, defendían una postura más progresista y de izquierda con relación a temas como la igualdad social, la justicia económica y la protección del medio ambiente.

Por su parte, los seguidores de Duque enfatizaban la seguridad y la economía como sus principales preocupaciones. Consideraban que la prioridad era la implementación de políticas que promovieran el crecimiento económico y la seguridad ciudadana, especialmente en un contexto de violencia y amenazas de grupos armados en el país. Asimismo, defendían una

postura más conservadora y de derecha, con énfasis en la libre empresa y la reducción de la intervención estatal en la economía.

Ambas partes mantenían un fuerte compromiso con sus respectivas ideologías y esto se reflejaba en la intensidad de sus interacciones en Twitter. Los seguidores de Petro y Duque expresaban sus opiniones y puntos de vista de manera vehemente y con gran pasión, lo que llevó a una tendencia de polarización en los discursos. Esto a menudo se manifestaba en críticas duras hacia el otro lado, generando un ambiente de confrontación y hostilidad en las redes sociales.

Esta polarización reflejó la profundidad de los problemas sociales y políticos en el país, así como la necesidad de abordarlos de manera efectiva y con un diálogo constructivo y respetuoso entre ambas partes.

Por otro lado, es posible identificar una estrategia recurrente de deslegitimación del otro candidato, en la que se usan descalificaciones y descalificativos para desacreditar su imagen pública. Este tipo de menciones directas no se centra en el contenido de las propuestas o ideas de los candidatos, sino en su persona y en su supuesta falta de credibilidad. Además, es común encontrar menciones directas en las que se utiliza el sarcasmo o el humor para burlarse del otro candidato, con el objetivo de generar una imagen negativa de él. En este sentido, se utilizan técnicas retóricas para crear una imagen de inferioridad o debilidad del candidato en cuestión.

Por otro lado, es posible identificar la presencia de menciones directas que buscan establecer una relación de simpatía con el electorado, utilizando términos populares y expresiones coloquiales que buscan generar empatía y cercanía con el público. En este sentido, se busca construir una imagen de cercanía y accesibilidad, a diferencia de la imagen distante y elitista que se pretende establecer del otro candidato. También se pueden encontrar menciones directas en las que se utilizan argumentos basados en la evidencia o datos para apoyar las propuestas o

críticas a la otra candidatura. Este tipo de menciones busca otorgar credibilidad y legitimidad a las afirmaciones, presentándolas como un hecho objetivo y comprobable.

Otra característica que se puede observar en las menciones directas es el uso de expresiones en tono alarmista o catastrofista para enfatizar la importancia de las elecciones y la necesidad de elegir al candidato propio. En este sentido, se utiliza el miedo o la preocupación como recurso retórico para persuadir al electorado. Es posible identificar menciones directas que buscan presentar al candidato propio como la opción más ética o moralmente correcta, en contraposición al otro candidato. Para esto, se utiliza la moralidad y los valores para establecer una imagen positiva del candidato propio y desacreditar al otro candidato.

En general, estas características discursivas evidencian la importancia del discurso político en Twitter como una herramienta de construcción de imagen y persuasión política en el contexto de las elecciones presidenciales de Colombia en el periodo 2015-2019.

A través del análisis discursivo basado en la matriz de Teun Van Dijk de los tuits en los que se mencionaron a Gustavo Petro e Iván Duque en Twitter entre 2015 y 2019, se encontró una serie de patrones y estrategias utilizadas por ambos políticos para construir al otro. Se identificó que ambos candidatos utilizaron discursos polarizados en el que se presentan mutuamente como antagónicos, enfatizando las diferencias en lugar de las similitudes. Asimismo, se observó que ambos candidatos usaron la estrategia de desacreditar y demonizar al otro a través de ataques personales y la creación de estereotipos.

En cuanto a la temática, se encontró que ambos candidatos se enfocaron en discutir temas relacionados con la corrupción y la justicia social, con Petro enfatizando en la desigualdad social y Duque en la necesidad de un cambio en el sistema político. Sin embargo, se observó que también utilizaron temas polarizantes como la guerra, la violencia y el narcotráfico para construir una imagen negativa del otro.

Se encontró que la construcción del otro también estuvo presente en las interacciones con terceros, como líderes políticos o medios de comunicación. Ambos candidatos utilizaron discursos que vinculaban al otro con figuras negativas o cuestionables, como grupos armados o políticos corruptos. También se observó que la construcción del otro estuvo presente tanto en los discursos de campaña como en las publicaciones posteriores a las elecciones. Además, se encontró que la intensidad y frecuencia de los ataques entre los candidatos aumentó a medida que se acercaba la fecha de las elecciones. En conclusión, el análisis discursivo basado en la matriz de Teun Van Dijk de los tuits en los que se mencionaron a Gustavo Petro e Iván Duque en Twitter entre 2015 y 2019, reveló la utilización de estrategias discursivas polarizantes y de desacreditación por parte de ambos políticos en la construcción del otro. Además, se encontró que esta construcción del otro estuvo presente en todas las etapas del proceso político, desde la campaña electoral hasta después de las elecciones

Recomendaciones

Para dar seguimiento a la investigación sobre los discursos políticos en Colombia y la construcción del otro entre Gustavo Petro e Iván Duque en Twitter durante los años 2015 a 2019, se pueden realizar diversas fases de análisis y profundización. Por ejemplo, el análisis de la evolución de los discursos políticos de Gustavo Petro e Iván Duque en Twitter desde el 2020 hasta la actualidad, a fin de compararlos con los encontrados en la primera fase y determinar si ha habido cambios significativos en sus estrategias comunicativas. También el estudio de los discursos políticos de otros líderes políticos relevantes en Colombia, a fin de comparar las estrategias comunicativas empleadas por ellos en Twitter y establecer similitudes y diferencias con las encontradas en la primera fase. A lo anterior se le puede añadir, el análisis de la interacción de Gustavo Petro e Iván Duque con otros usuarios de Twitter durante el periodo de

estudio, a fin de determinar si existieron patrones de comunicación específicos en la construcción del otro, por ejemplo, si hubo mayor o menor interacción con usuarios afines a sus ideologías políticas.

De igual forma, se puede llevar a cabo un estudio de la recepción y efectividad de los discursos políticos de Gustavo Petro e Iván Duque en Twitter, mediante el análisis de las respuestas y reacciones de los usuarios a sus publicaciones, la identificación de temas de mayor interés para el público y la evaluación de la influencia que ejercieron los mensajes en la opinión pública.

Otro enfoque para tener en cuenta es el análisis de los discursos políticos de Gustavo Petro e Iván Duque en otros medios de comunicación, como televisión y prensa, a fin de comparar las estrategias comunicativas empleadas en diferentes contextos mediáticos. Estudio de la construcción del otro en la propaganda política y los debates electorales durante las campañas presidenciales de Colombia de 2018 y 2022, a fin de determinar si se utilizaron estrategias comunicativas similares a las encontradas en Twitter.

Anexos:

[Anexos](#)

Bibliografía

- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Editorial Gedisa.
- Kapuscinski, R. (2007). Encuentro con el otro (Trad. Agata Orzeszek). *Barcelona, Anagrama-crónicas*.
- Giraldo Ardila, M. A. (2019). Discursos de Iván Duque y Gustavo Petro durante la campaña presidencial de Colombia del 2018: Una mirada desde el análisis crítico del discurso y el populismo.
- Gallego Galvis, S. X., Gayón Tavera, D. R., & Alzate Ponguta, J. F. Estrategias discursivas en redes sociales de los candidatos presidenciales durante la segunda vuelta electoral Colombia 2018.
- Moscovici, S. (1979). *El psicoanálisis, su imagen y su público*.
- Wolton, D. (1995): *Comunicación política: construcción de un modelo*. Barcelona, Gedisa.
- Aristóteles (1988). *Política* (Vol. 81). Gredos S.A
- Van Dijk, T. (1999). El análisis crítico del discurso y el pensamiento social. *Anthropos*, 23-36.
- Bruner, J. (2004). *Realidad mental y mundos posibles: los actos de la imaginación que dan sentido a la experiencia* (Vol. 5). Editorial Gedisa.
- Fowler R. (1983). *Lenguaje y control*. Fondo de Cultura Económica.
- Jakobson, R., & Cabello, A. M. G. (1981). *Lingüística y poética*. España: Cátedra.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2012). *El campo de la investigación cualitativa: Manual de investigación cualitativa Vol. I* (Vol. 1). Editorial Gedisa.

- Winner, L. (2003). Internet y los sueños de una renovación democrática. *Isegoría*, (28), 55-71.
- Cruz, R. D. (2014). Reflexiones sobre la construcción del ecosistema doméstico de la tecnología. *Versión. Estudios de Comunicación y Política*, (34), 91-102.
- Van Dijk, T. A. (2000). *El discurso como interacción social* (Vol. 302483). Editorial Gedisa.
- Espinel, Ó. A. P., & Rodríguez, L. M. R. (2019). Polarización y demonización en la campaña presidencial de Colombia de 2018: Análisis del comportamiento comunicacional en Twitter de Gustavo Petro e Iván Duque. *Revista Humanidades: Revista de la Escuela de Estudios Generales*, 9(1), 14.
- Illera, O., & Ruiz, J. C. (2018). Entre la política y la paz: las Fuerzas Militares tras la firma del Acuerdo de Paz. *Araucaria*, 20(39).
- Zorro, V. F. En 280 caracteres: La construcción discursiva de la otredad en Twitter durante el Paro nacional de 2019-2020.
- Cohen Huertas, C. V. (2021). Análisis de las estrategias de comunicación política implementadas en los debates televisados durante la contienda presidencial 2018 Gustavo Petro vs. Iván Duque.
- Campos Domínguez, e. M. (2017). Twitter y la comunicación política. *El profesional de la información*, 26(5), 785-794.
- Robayo, L. (16 de junio de 2018). Gustavo Petro en 10 de sus propuestas para la buscar la Presidencia. El Tiempo. <https://www.eltiempo.com/elecciones-colombia-2018/presidenciales/las-propuestas-de-gustavo-petro-para-las-elecciones-presidenciales-2018-231466>
- Robayo, L. (6 de agosto de 2018). Iván Duque y 10 de sus propuestas con las que llegó a la Presidencia. El Tiempo. <https://www.eltiempo.com/elecciones-colombia->

2018/presidenciales/las-propuestas-de-ivan-duque-para-las-elecciones-presidenciales-2018-231460

- Webempresa. (1 de marzo de 2018). ¿Qué es Twitter? ¿Cómo funciona? ¿Cómo puedo usarlo para mi organización? Webempresa. <https://www.webempresa.com/blog/que-es-twitter-como-funciona-2.html>
- Freire Castello, N. (2019). Por qué es Twitter el territorio político digital. *Polis*, 15(2), 39-74.
- Sosa, e. (2009). La otredad: una visión del pensamiento latinoamericano contemporáneo. *Letras (0459-1283)*, 51(80).
- Foucault, m. (1969). La arqueología del saber. *Gallimard*.
- Van Dijk, T. A., & Mendizábal, I. R. (1999). *Análisis del discurso social y político*. Editorial Abya Yala.
- Said, E. W. (1977). Orientalism. *The Georgia Review*, 31(1), 162-206.
- Goffman, E., Perrén, H. B. T., & Setaro, F. (1981). *La presentación de la persona en la vida cotidiana* (No. 302 G6). Buenos Aires: Amorrortu.
- Bhabha, H. (2002). Introducción. Los lugares de la cultura. *El lugar de la cultura*, 17-37.
- Ardèvol, E., Estalella, A., & Domínguez Figaredo, D. (2008). La Mediación Tecnológica en la Práctica Etnográfica (Technological Mediation in Ethnographic Practice). E. Ardèvol, A. Estalella, & D. Domínguez (coords.), *La mediación tecnológica en la práctica etnográfica*. San Sebastián, ANKULEGI, 9-30.
- Van Dijk, T. A. (2011). *Discurso y poder*. Editorial Gedisa.
- Fairclough, N., & Wodak, R. (2000). Análisis crítico del discurso. *El discurso como interacción social*, 2, 367-404.
- Wodak, R., & Meyer, M. (2003). Métodos de análisis crítico del discurso.

- Laclau, E. (2005). *La razón populista* (pp. 268-269). Buenos Aires: Fondo de cultura Económica.
- Laclau, E. (1996). Emancipation (s). *Canadian Journal of Sociology*, 24(1), 154.
- Fairclough, N. (2008). El análisis crítico del discurso y la mercantilización del discurso público: las universidades. *Discurso & Sociedad*, 2(1), 170-185.
- Fairclough, N. (1993). Discurso y cambio social. *Buenos Aires: Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires*.
- Schmitt, C. (2010). Concepto de lo político. *Apuntes Electorales: revista del instituto electoral del estado de México*, 9(41), 133-138.
- Žižek, S. (2015). *Menos que nada: Hegel y la sombra del materialismo dialéctico* (Vol. 83). Ediciones Akal.
- Flick, U. (2018). Introducción a la investigación cualitativa. *Introducción a la investigacion cualitativa*, 1-327.
- Hine, C. (2008). Virtual ethnography: Modes, varieties, affordances. *The SAGE handbook of online research methods*, 257-270.
- Winner, L. (2010). *The whale and the reactor: A search for limits in an age of high technology*. University of Chicago Press.
- Bell, D. (1977). *Las contradicciones culturales del capitalismo* (No. 080 L6 v. 6). Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. México.
- Castells, M. (2001). Internet y la sociedad red. *La factoría*, 14(15), 1-13.
- Burke, K. (1969). *A grammar of motives* (Vol. 177). Univ of California Press.