# Análisis de contenido sobre la percepción política de Gustavo Petro e Iván Duque en la red social Twitter



Miguel A. Casallas

Facultad de Comunicación, Universidad de La Sabana

Comunicación Social y Periodismo

Prof. Juan David Cárdenas Ruiz

2020

## Notas del autor

La correspondencia en relación con este trabajo debe dirigirse a Miguel Annyelo Casallas,

Facultad de Comunicación, Universidad de La Sabana. Correo electrónico

miguelcafe@unisabana.edu.co

2

**RESUMEN** 

En este trabajo se analiza la percepción que tienen los usuarios de Twitter sobre Gustavo Petro e

Iván Duque con respecto a sus candidaturas a la presidencia 2018 en Colombia. Para dicho

propósito, se realizó un análisis de contenido en el que se examinaron, de forma aleatoria, diversas

opiniones (expresadas en forma de tweets) de las diferentes personas analizadas en dicha red social

bajo tres tipos de categorías: historia, postura y propuestas. Esto, además de permitir analizar

dichas percepciones, permitió identificar los temas con los que los individuos relacionaban más a

cada uno de los aspirantes a la presidencia, así como sus diferentes puntos fuertes y debilidades de

cada uno aspirantes a la presidencia en este periodo electoral.

Palabras clave: Percepción, Imagen Política, Gustavo Petro, Iván Duque, Opinión Pública.

# Análisis de contenido sobre la percepción política de Gustavo Petro e Iván Duque en la red social Twitter

En las pasadas elecciones presidenciales de 2018 en Colombia, los candidatos Gustavo Petro e Iván Duque generaron diversas percepciones por parte de los ciudadanos, debido a sus diferentes características personales, políticas y de campaña. Esto hizo que las candidaturas de ambos personajes se vieran tanto afectadas como favorecidas de forma considerable. El entender la manera en la que actúan dichas percepciones en las redes sociales puede significar una gran herramienta de estudio de mercado en épocas electorales.

# **Objetivos**

**objetivo general:** Analizar la percepción de los usuarios en Twitter sobre Gustavo Petro e Iván Duque para las elecciones presidenciales de Colombia del año 2018.

objetivos específicos: a) Determinar si la historia de los candidatos Gustavo Petro e Iván Duque influye en la percepción de los usuarios de Twitter; b) Identificar las ideas que los twitteros más asocian y reproducen con Iván Duque; c) Identificar las ideas que los twitteros más asocian y reproducen con Gustavo Petro; d) Determinar de qué manera hablan los usuarios de las propuestas de los candidatos presidenciales Iván Duque y Gustavo Petro.

# Pregunta de investigación

¿Qué se dice acerca de los candidatos presidenciales Gustavo Petro e Iván Duque en Twitter, en el periodo electoral del año 2018?

#### Justificación

Tomando como referencia las últimas elecciones presidenciales en Colombia 2018, es interesante analizar de qué manera las personas que coexisten en un entorno digital como las redes sociales (en este caso, Twitter) expresan sus ideas y percepciones acerca de dos de los

candidatos más populares y con ideologías totalmente diferentes, como los son Iván Duque y Gustavo Petro.

Así mismo, al ser un fenómeno comunicativo, específicamente en los ámbitos político y digital, es interesante conocer las características que se presentan en este entorno para entender cómo se comportan y sobre qué hablan los individuos (ciudadanos), para así entender cómo sus opiniones afectan o se ven afectadas en ese gran intercambio de ideas.

Ahora bien, la importancia de la presente investigación radica, además de entender la convivencia y el intercambio de ideas de los ciudadanos en un entorno digital en épocas electorales, también busca comprender de qué manera algunas de las características propias y cercanas a al candidato (su recorrido, sus posturas, sus afiliaciones políticas, sus propuestas, entre otras) pueden afectar las percepciones del electorado (los usuarios de Twitter), independientemente que sean correctas o incorrectas. A su vez, esto permite conocer las fortalezas y debilidades de la imagen pública del candidato, que puede servir para poderse defender de futuras campañas negativas o para poder evaluar la eficacia de sus propias estrategias electorales ejecutadas.

# Hipótesis

En las elecciones presidenciales del 2018 en Colombia, las percepciones de los usuarios de Twitter varían según cada candidato y según cada uno de los aspectos de sus campañas y recorridos políticos.

Las virtudes de la imagen de Gustavo Petro están relacionadas con su política social y su apoyo a las clases bajas y medias. Sus debilidades son asociadas con su pasado guerrillero y una supuesta empatía con las 'políticas chavistas'.

En cuanto a Iván Duque, sus puntos positivos están en el fortalecimiento de la economía

naranja y del sector empresarial en pro de la economía del país. En contraste, sus puntos negativos están en su postura de ultraderecha, así como de relacionársele como alguien amateur en el cargo por su edad y por su poco recorrido político a comparación de otros candidatos.

#### Marco teórico

En pleno siglo XXI, las redes sociales cada vez van ganando más impacto en el imaginario colectivo de las personas, debido al creciente número de usuarios que se van sumando a este entorno digital. Por lo que la información que se difunde por estos medios va ganando cada vez más peso en las percepciones y opiniones del público en general.

Con el gran auge de Internet y sus diferentes formas de interconectar a las personas, las redes sociales han hecho que los usuarios cambien la forma en la que reciben e interactúan con la información y con otros individuos. Estos nuevos modos de interactuar y de llegarle a los individuos han transformado de manera drástica y significativa la forma en que los usuarios interactúan con los contenidos de coyuntura política, dándose así una comunicación más directa entre los candidatos (partidos políticos) e individuos (ciudadanos). Algo que encaja muy bien con la idea que expone Salaverria, parafraseado por Munizaga y Almeida (2018): "La red se presenta como un medio que integra y supera a todos los demás y genera nuevas capacidades expresivas a partir de intercalar productos multimedia, interactivos e hipertextuales ('Periodismo digital', párrafo 6)". Esto lleva a que surjan nuevos fenómenos comunicativos interesantes de investigar en el ámbito político.

Ahora bien, es importante recordar que la presente investigación tiene como objetivo analizar la percepción de los usuarios en Twitter frente a los candidatos Gustavo Petro e Iván Duque en el período electoral a la presidencia de Colombia de 2018. La mira central de dicho análisis estará puesta en el estudio de contenido y de audiencias a un nivel de redes sociales, por

lo que es necesario plantear algunos parámetros que sirvan de ejes conceptuales sobre los que apoyar la lectura interpretativa del corpus.

En primer lugar, es necesario definir el término redes sociales, ya que es el principal medio en el que se ubica el público que se quiere analizar. Kaplan y Haenlein (2010) afirman que: "Social Media is a group of Internet-based applications that build on the ideological and technological foundations of Web 2.0, and that allow the creation and exchange of User Generated Content" [Las redes sociales son un grupo de aplicaciones basadas en Internet que se desarrollan sobre los fundamentos ideológicos y tecnológicos de la Web 2.0, y que permiten la creación y el intercambio de contenidos generados por el usuario] (p. 61).

Por otra parte, existen autores que expresan la complejidad que conlleva definir dicho término y, por lo tanto, afirman que es imposible concretar un concepto universal. Por eso, Zeitel-Bank (2014) sostiene que:

There is no single definition of `What is Social Media´. There is more of a kind of description what is the process of social media by the interaction among people in which they are creating, sharing, exchanging, modifying their ideas in virtual communities or networks [No existe una sola definición de 'lo que son redes sociales'. Hay más de un tipo de descripción de cuál es el proceso de las redes sociales al basar la interacción entre las personas que están creando, compartiendo, intercambiando, modificando sus ideas en comunidades o redes virtuales]. (p. 1185)

En suma, con base en las ideas expuestas anteriormente, podríamos decir que las redes sociales son tanto la interconexión e interacción que se presenta entre los diferentes usuarios y contenidos creados por ellos tanto como las herramientas web que se emplean para tal fin.

Las redes sociales tienen la capacidad de alterar tanto positiva como negativamente la imagen de los personajes políticos, en especial, en periodos electorales. Esto gana cada vez más importancia a medida que más personas se unen a las redes sociales, ya que va creciendo la participación de los ciudadanos en temas políticos, gracias al acceso instantáneo a la información (contenido), así como la rápida propagación de opiniones de otros usuarios que permite internet (Corrales, 2015). Además de lo anterior, se puede agregar que: "(...) social networks to act as vehicles for the visual representation of a nation's political discourse, participation, protest, and social movements" [(...) las redes sociales actúan como vehículos para la representación visual del discurso político, la participación, la protesta y los movimientos sociales de una nación] (Mukhongo, 2014, p. 329).

Por eso, en este contexto en particular, para los candidatos políticos es menester la creación de un imaginario ideológico, con el fin de introducirlo y promoverlo a través de las redes sociales para acercar a aquellas personas que se encuentran fuera de discusiones de temas políticos. Como menciona Auskalniene (2012): "On-line social networks are becoming important sources of political information and are believed to be tempting engagement alternatives for youngsters who usually are not attracted to politics" [Las redes sociales en línea se están convirtiendo en importantes fuentes de información política y se cree que son alternativas tentadoras de participación para los jóvenes que generalmente no se sienten atraídos por la política] (p. 109).

Ahora bien, para introducir y promover dicho imaginario, los candidatos cuentan con una serie de rasgos importantes y en los que las personas se basan (independientemente si están en un entorno físico o digital) para juzgar bajo sus propias percepciones a los aspirantes. Por consecuente, hay características inherentes a los candidatos políticos que refuerzan o cambian la

percepción que las personas tienen sobre ellos. Martínez y Salcedo (2006), en su obra llamada *Manual de campaña: Teoría y práctica de la persuasión electoral*, exponen algunas de las características que son consideradas como más importantes en un candidato en épocas electorales, las cuales son: El nivel de educación del candidato (universidad, posgrados, doctorados, etc.); La ideología (conservador, liberal, de izquierda, etc.); La historia personal (pasatiempos y aficiones); La vida familiar (estado civil, con o sin hijos, etc.); Las creencias religiosas y valores (cosas a las que más les da importancia); El pasado oscuro del candidato (inclinaciones ideológicas, escándalos, errores personales y profesionales); La fuerza del partido político del candidato (afiliaciones, reconocimiento y popularidad del partido); Los atributos del candidato (aptitudes); La experiencia profesional (cargos en los que ha estado, tiempo de labor en cargos políticos, etc.). Estas características no van ligadas únicamente al candidato, sino también a las personas más cercanas a él (partido político, colaboradores, amigos, familiares, etc.); lo que repercute en la percepción que tiene el electorado sobre él y su campaña.

Ahora bien, la percepción que el público tiene sobre las características anteriormente mencionadas construye la denominada imagen pública del candidato. Dicha imagen es usada como herramienta para potenciar la campaña del aspirante y así crear una representación que influya en el imaginario colectivo del electorado, bajo la conjetura que su imagen percibida es mucho más influyente que su afiliación política e, incluso, sus mismas propuestas (aunque estas también importan). En ese sentido, la intención no es dar a conocer lo que es el candidato en sí en realidad, sino más bien es mostrar una percepción (ya sea verdadera o falsa) a los electores sobre él y sus opositores, con el fin de dar a conocer la personalidad que la ciudadanía quiere ver en él (Martínez & Salcedo, 2006).

Las campañas políticas constituyen un escenario en el que se establecen diferentes imágenes fabricadas desde el reflejo de la idiosincrasia y la cultura nacional. Bajo esta premisa y partiendo principalmente de configuraciones discursivas, el político colombiano busca representar, en su imagen, personalidades que puedan generar lazos de identidad en el mercado electoral, a fin de materializar su victoria en el sufragio. De esta manera, la fabricación de la imagen pública se ha consagrado como uno de los pilares fundamentales para el planteamiento de un eje comunicativo que pueda escenificar y personificar una tendencia o ideología política, con el propósito de legitimar, mediante una configuración estética, los procesos políticos electorales (Vázquez, 2017, p. 275-276). Tal como lo menciona Krieger (2006):

(Las imágenes) constituyen un propio medio de expresión, con un lenguaje visual específico. Sus defectos y funciones comunicativas, como la convicción de una idea, la manipulación de una opinión o la crítica de una postura, determinan sutil aunque profundamente el discurso del poder político. (p. 17)

De igual manera, la fabricación de la imagen es una de las cuestiones más esenciales para la difusión de una idea política. La personificación ideológica comprende uno de los vehículos más precisos para la transmisión de un mensaje debido a que facilita la generación de lazos de identidad con la audiencia, ya que, al representar una idea mediante una figura antropomórfica, es más fácil que el individuo se reconozca a sí mismo y genere empatía con el producto (personaje) político (Krieger, 2006; Vázquez, 2017).

Sin embargo, la construcción de una imagen en el marco de un sistema electoral no es únicamente producida desde el candidato, sino también se configura mediante la fabricación de la imagen del otro. Es así como mediante la disposición discursiva es posible elaborar una representación de los contrincantes a través del desprestigio. Por ello, Bar Tal, como se parafrasea en Sabucedo et al. (2015), señala que usualmente hay tres procedimientos por medio de los cuales se puede fabricar una imagen descalificadora del adversario:

a) Calificar a los adversarios como violadores de las normas sociales (proscripción); b)

Atribuirles rasgos de personalidad o características que provocan un fuerte rechazo social

(caracterización de rasgos); y, c) Compararlos con otros grupos sociales o políticos que
son negativamente evaluados por la ciudadanía (uso de rótulos políticos). (p. 71)

Ahora bien, visto los conceptos más importantes, con base en las ideas desarrolladas por los diferentes autores citados anteriormente, nos hacemos una idea de la importancia del concepto de imagen pública en la política, en especial, en periodos electorales. Por lo que para focalizar mejor el tema que se está tratando en el presente estudio, se realizó un análisis teórico de algunos estudios investigativos acerca de dos de los candidatos que más destacaron en las elecciones presidenciales de Colombia en 2018. Mediante la búsqueda y la comparación de los diferentes autores consultados, se buscó identificar algunas publicaciones que se han hecho acerca de Gustavo Petro e Iván Duque, a fin de darnos una idea de la percepción en general que las personas tienen sobre sus respectivas imágenes.

# **METODOLOGÍA**

#### Método

Teniendo en cuenta que el objeto de estudio de la presente investigación responde a un fenómeno de la comunicación, se tuvo la idea de realizar un análisis de contenido sobre tweets para así entender la percepción que los usuarios de Twitter tienen sobre los candidatos a la presidencia de Colombia 2018: Iván Duque y Gustavo Petro.

## Categorías

En primer lugar, para la realización del presente análisis de contenido, se definieron unidades de investigación por medio de algunas categorías y subcategorías, con el propósito de analizar la información reunida (los tweets reunidos que constituyen la muestra de este estudio).

Cabe aclarar que se escogieron las categorías y subcategorías que se percibieron como más generales (bajo el criterio del investigador) y las cuales envolvían a otras características importantes con respecto a la imagen de los candidatos. Esto se hizo ya que dentro de cada categoría puede caber una inmensidad de particularidades, lo que puede llevar a un sobre-análisis que dificulte la calidad del desarrollo de la investigación. Además, esto también puede afectar el entendimiento del lector hacia el presente documento, ya que este estudio se convertiría más en una extensa lista de rasgos que en un análisis de contenido, que es al fin y al cabo el propósito de esta monografía.

Ahora bien, como se mencionó anteriormente, cada una de las categorías estipuladas se dividieron en diferentes grupos de subcategorías, con el fin de abarcar una cantidad aceptable de rasgos. En primer lugar, la categoría Historia cuenta con dos subcategorías: Cargos públicos y Afiliación con grupos o partidos políticos. A su vez, la categoría Postura de los candidatos cuenta con las subcategorías: Izquierda y Derecha. Por último, en la categoría de Propuestas se establecen las siguientes subcategorías: Paz, Medio ambiente y Economía. Esto se puede apreciar en el siguiente esquema (Tabla 1).

Tabla 1

Categorías estipuladas para el análisis de contenido de los tweets

Categorías	Subcategorías	Concepto
Historia	Cargos públicos	Se refiere al desempeño percibido de los candidatos con respecto a cargos públicos que hayan ejercido en el pasado (previo a las elecciones).
	Afiliación a grupos o partidos políticos	Se refiere a las afiliaciones actuales y/o pasadas que han tenido los candidatos durante su vida con los diferentes grupos políticos y/o sociales, bien sean asociaciones legales o al margen de la ley.
Postura	Derecha	Son las percepciones sujetas a los vínculos y representaciones ligadas a los conceptos de ideologías políticas de derecha (Generalmente responde a discursos basados en la aceptación de diferencias sociales).
	Izquierda	Son las percepciones sujetas a los vínculos y representaciones ligadas a los conceptos de ideologías políticas de izquierda (Generalmente responde a discursos basados en la igualdad social).
Propuestas	Paz	Propuestas directa o indirectamente relacionadas a reducir o acabar el conflicto armado y la violencia interna del país.
	Medio ambiente	Propuestas directa o indirectamente relacionadas con la protección o destrucción del medio ambiente.
	Economía	Propuestas directa o indirectamente relacionadas con el desarrollo económico del país.
	Otras propuestas	Son las demás propuestas que no se pudieron clasificar en las subcategorías de Medio ambiente, Economía y Paz; pero que fueron mencionadas en reiteradas ocasiones por los usuarios analizados.

Nota: Cada una de las anteriores categorías y subcategorías fueron definidas según el criterio del autor de la presente investigación, con base en los conceptos vistos en la sección del Marco teórico del presente estudio, en especial, de los conceptos mencionados por Martínez y Salcedo (2006) en su ya mencionada obra Manual de campaña: Teoría y práctica de la persuasión electoral. Esto se hizo a fin de no caer en ambigüedades, malinterpretaciones o generalizaciones exageradas.

# Prueba piloto

Con el fin de validar las categorías y subcategorías estipuladas en la Tabla 1, se realizó una prueba piloto con 20 tweets al azar (10 que hablaban de Iván Duque y 10 que hablaban de Gustavo Petro), los cuales fueron recolectados entre el 1 y el 31 de marzo de 2018 por medio de la herramienta de búsqueda de la misma red social de Twitter. Dicha recolección se llevó a cabo por medio de capturas de pantalla para luego organizarlos sin ningún orden en específico en el Anexo 1.

Después, se revisó cada uno de los tweets y se encontró que en cada uno de ellos había al menos una palabra clave que aludía a alguna de las subcategorías. Por lo tanto, se dio por entendido que dichas categorías y subcategorías eran aptas para la realización del análisis de contenido, por lo que se procedió a hacer dicho análisis como tal. Cabe aclarar que debido a las políticas de *habeas data* de Twitter, no fue necesario el consentimiento de los usuarios para hacer parte de la muestra.

#### Muestra

Ahora bien, con el fin de hacer una investigación más profunda, se procedió a recolectar 200 tweets, los cuales están organizados de forma aleatoria en el Anexo 2. Dicha muestra está compuesta de la siguiente forma: 100 tweets corresponden a las opiniones y percepciones

expresadas por los usuarios sobre el candidato Gustavo Petro y los 100 tweets restantes corresponden a las opiniones y percepciones expresadas por los usuarios sobre el candidato Iván Duque. Al igual que antes, dicha búsqueda se realizó por medio de la herramienta de búsqueda de Twitter. Sin embargo, en vez de sólo buscar por el nombre del candidato (como se hizo en la prueba piloto), en esta ocasión también se realizó la búsqueda con las palabras exactas de cada una de las categorías y subcategorías estipuladas en la Tabla 1. Así mismo, es importante mencionar que dichos tweets se recolectaron en un rango de tiempo entre el 11 de febrero de 2018 y el 11 de marzo de 2018 (fecha en la cual se llevaron a cabo las elecciones para el senado, la cámara de representantes y las consultas).

#### Instrumento

Para proceder a hacer el análisis de contenido de cada uno de los tweets, se utilizó el programa Atlas.ti como herramienta. Del cual salieron algunos de los gráficos (mapas mentales) para el análisis cualitativo. De igual manera, se utilizó un programa de hojas de cálculo para así facilitar la realización de gráficas para los resultados cuantitativos presentados en este estudio.

## **Procedimiento**

Luego de validar las categorías y subcategorías, de reunir la muestra y de elegir el programa a utilizar para el estudio, se prosiguió a hacer el análisis de contenido para el presente estudio. Para esto, se subieron los 200 tweets en forma de imágenes (capturas de pantalla) al programa de Atlas.ti. Luego, se analizó cada una de las imágenes teniendo en cuenta algunos criterios de análisis como lo fueron el texto, las imágenes que aparecían en los tweets, los enlaces, hashtags y otros elementos que, al ser codificados mediante un proceso interpretativo, correspondían a la clasificación de cada uno de ellos en las categorías y subcategorías estipuladas en la Tabla 1.

De igual forma, para el análisis cuantitativo, se entró al perfil de cada usuario para recolectar información de utilidad proporcionada por el mismo usuario como el nombre, la foto de perfil y la imagen portada y la descripción brindada por el usuario. Esto ayudó a recaudar algunos resultados estadísticos sobre la población analizada (los usuarios de Twitter). Luego, por medio del programa de hojas de cálculo se recopiló la información para luego proceder a realizar los gráficos con los datos obtenidos.

# Ventajas y limitaciones

Como casi cualquier otra investigación, el presente trabajo tiene ciertos factores que pueden afectar o influir en el resultado de esta o, incluso, presentar omisiones sin intención por parte del autor. Por eso, es importante evidenciar dichos elementos, a fin de aclarar posibles sesgos o malinterpretaciones.

En primer lugar, debido a que el presente análisis es el producto de una selección aleatoria de tweets por medio del buscador de la misma red social de Twitter, algunos datos demográficos pueden no ser exactos y mucho menos equitativos. Por un lado, no se puede saber a ciencia cierta si los datos brindados por los usuarios en sus perfiles son cien por ciento verídicos. Como ejemplo, no se pudo saber si todas las personas de la muestra son de nacionalidad colombiana ni tampoco es preciso conocer el género de cada uno de los individuos y, aunque se les preguntó, algunos de ellos no respondieron. Por otro lado, se sabe que no hay un número equitativo de participantes con respecto al género (en este caso, hombres y mujeres). A pesar de saber esto, se dejó la muestra de los 200 tweets iniciales para no interferir la aleatoriedad de la muestra.

Por último, al ser una muestra de no más de mil personas, dichas conclusiones pueden ser aplicables a escalas iguales o grupos más pequeños, pero no se sabe si apliquen a muestras más

grandes. Esto es debido a que el tamaño de dicha muestra no permite la generalización de la mayoría ni mucho menos de toda la población, en este caso, de los internautas de Twitter interesados por las votaciones de Colombia. Sin embargo, este trabajo pretende dejar algunas bases teórico-prácticas, así como brindar herramientas de investigación que sirvan de referencia para futuros análisis más grandes y exhaustivos que otros autores o estudiosos del tema quieran hacer a gran escala para profundizar sobre el tema. Un ejemplo de esto son las categorías que al ser testeadas (por medio de una prueba piloto) y aplicadas a una investigación real (el análisis de contenido sobre los 200 tweets) permiten dar hallazgos interesantes sobre el comportamiento de los usuarios y sus percepciones frente al ámbito político y los personajes que lo componen, especialmente, en épocas electorales.

## **RESULTADOS**

### Análisis cualitativo

A continuación, se muestran los resultados de la presente investigación realizada, que van desde lo más general a lo más específico. Para comenzar, a nivel genérico, en las siguientes figuras (la Figura 1 que corresponde a Iván Duque y la Figura 2 que corresponde a Gustavo Petro), se pueden ver los aspectos más relevantes y que más hablaron los usuarios analizados. Entiéndase la caja azul como el candidato, las cajas rojas como las categorías (estipuladas en la Tabla 1), las cajas de color naranja corresponden a las subcategorías (igualmente, estipuladas en la Tabla 1) y las cajas de color blanco son los temas (palabras clave) que más se repitieron con respecto en cada categoría o subcategoría. De igual forma, en dichas cajas se unen por medio de líneas para ejemplificar las interconexiones que tienen los diversos temas con las diferentes categorías y subcategorías u otros temas.

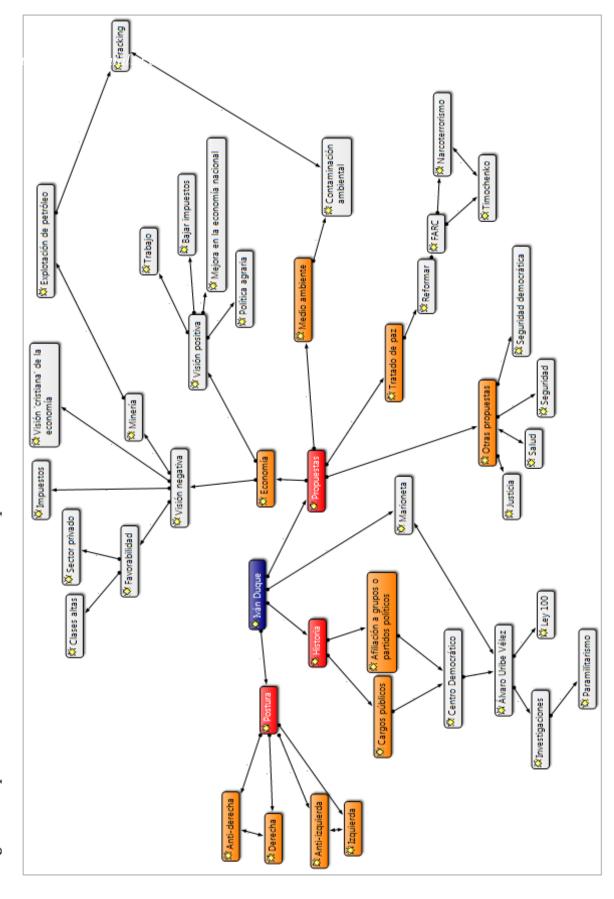


Figura 1. Mapa mental: Palabras clave sobre Iván Duque más relevantes del análisis

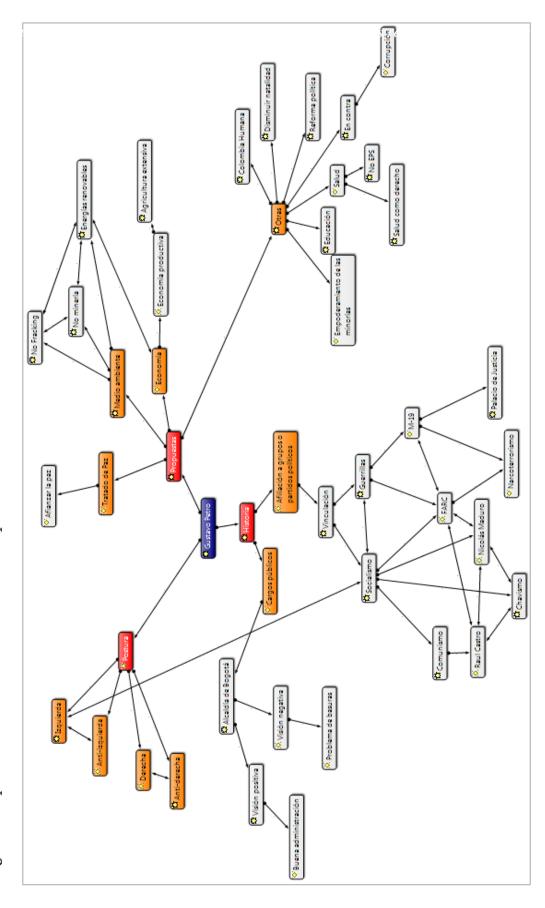


Figura 2. Mapa mental: Palabras clave sobre Iván Duque más relevantes del análisis

Ahora, a nivel más específico, se presentará un análisis más profundo de cada una de las categorías y subcategorías asignadas (Tabla 1). También, se hablará de algunos aspectos relevantes que están dentro de las mismas y se citarán algunos tweets como ejemplo para ilustrar de forma más clara los diferentes hallazgos encontrados. Antes de comenzar, es importante evidenciar que todas las opiniones políticas que aparecen a continuación son extraídas directamente de los tweets y no representan la opinión del autor.

### a) Historia.

Cargos públicos: En la subcategoría de cargos públicos, al candidato Iván Duque se le atribuyen diferentes características. En lo positivo, se le atribuye el ser una persona transparente debido a su corta edad, así como a su ausencia de investigaciones por corrupción o actos ilegales a lo largo de su carrera en entidades del Gobierno.



Figura 3. Ejemplo 1 de tweet de Iván Duque sobre la subcategoría Cargos Públicos

En cuanto a lo desfavorable, paradójicamente, se le juzga por su corta experiencia debido a corta carrera política, en comparación con otros candidatos.

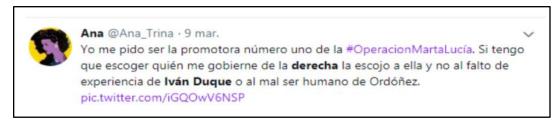


Figura 4. Ejemplo 2 de tweet de Iván Duque sobre la subcategoría Cargos Públicos

Con respecto a Gustavo Petro, el mayor tópico que se destacó entre los usuarios de Twitter fue su administración como alcalde de Bogotá, tanto de forma positiva como negativa. En lo positivo, se resalta su desempeño por su gestión como alcalde de la ciudad, en especial, en temas como los planes de aseo, protección del medio ambiente, apoyo a las minorías y entre algunos otros.



Figura 5. Ejemplo 1 de tweet de Gustavo Petro sobre la subcategoría Cargos Públicos

En cuanto a lo negativo, contradictoriamente, se le relaciona con una mala administración en la alcaldía, debido a los inconvenientes que tuvo en su gobierno como alcalde, lo cual le atribuyen a su ideología de izquierda.

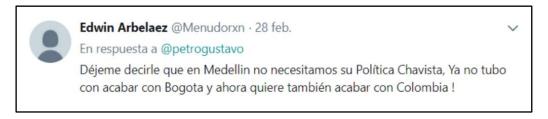


Figura 6. Ejemplo 2 de tweet de Gustavo Petro sobre la subcategoría Cargos Públicos

Afiliación a grupos o partidos políticos: Este es uno de los aspectos que más desfavorece a ambos candidatos, debido a que a los dos los relacionan con sucesos, personas y grupos políticos envueltos en escándalos de corrupción o grupos al margen de la ley. Para sumar a lo anterior, también los relacionan con ideologías y posturas extremistas y polarizadoras.

En primer lugar, lo que más desfavorece al candidato presidencial del Centro

Democrático con respecto a esta categoría es su relación con Álvaro Uribe. Esto es debido a que

el actual senador (Uribe) tiene aspectos que son considerados por algunos como negativos que sucedieron durante su periodo de gobierno como, por ejemplo, la reforma a la salud; además de algunas investigaciones que fueron o están siendo realizadas y que lo relacionan con crímenes de muerte (falsos positivos) y de espionaje a miembros del gobierno y periodistas (las denominadas chuzadas). A pesar que Duque tenía muy poca relación con el ex-presidente en ese entonces, esto afecta su imagen por estar en el mismo partido político que Uribe.

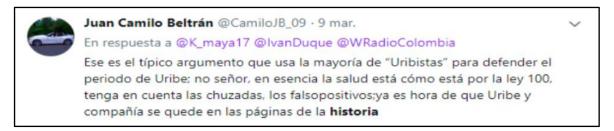


Figura 7. Ejemplo 1 de tweet de Iván Duque sobre la subcategoría Afiliación a grupos o partidos políticos

Por otra parte, al ser un candidato que está incursionando en la aspiración a la presidencia, algunas personas lo ven como un personaje sin experiencia y, por lo tanto, un distractor. Incluso, algunos internautas piensan que quien en verdad planteó las propuestas de la candidatura y quien en realidad va a dirigir cuando el Centro Democrático llegue al poder será Álvaro Uribe. En otras palabras (dichas por los mismos usuarios de Twitter), Duque es considerado con un títere.



**Figura 8.** Ejemplo 2 de tweet de Iván Duque sobre la subcategoría Afiliación a grupos o partidos políticos

Ahora, en cuanto Gustavo Petro, él es el que más se ve afectado en este aspecto, debido a su pasado guerrillero y su ideología de izquierda. Con respecto a su pasado ex-militante, muchas personas, hoy en día, siguen atribuyéndole el seguir teniendo nexos con otros miembros guerrilleros (como con las FARC), a pesar que no se ha demostrado nada. De igual manera, algunas personas le siguen atribuyendo su participación en la toma del Palacio de Justicia, cuando hacía parte de M-19, lo cual ha afectado su campaña de forma negativa.



**Figura 9.** Ejemplo 1 de tweet de Gustavo Petro sobre la subcategoría Afiliación a grupos o partidos políticos

Algunos otros usuarios le atribuyen una relación al candidato de Colombia Humana e incluso apoyo directo a su campaña con líderes dictadores de ideologías de izquierda de otros países como, por ejemplo, el actual presidente de Venezuela, a pesar que no se demostró nada.



Figura 10. Ejemplo 2 de tweet de Gustavo Petro sobre la subcategoría Afiliación a grupos o partidos políticos

# b) Postura.

Derecha: Se encontró que los usuarios que apoyan a Duque están más inclinados a pensar que la ideología de derecha es una solución para "salvar" al país de ideologías de izquierda, las cuales son vistas como algo negativo e, incluso, catastrófico.

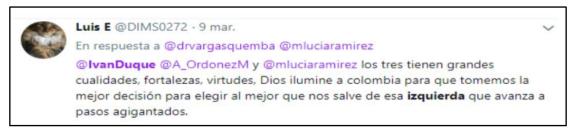


Figura 11. Ejemplo 1 de tweet de Iván Duque sobre la subcategoría Derecha

Por el contrario, en cuanto a las personas que están en contra de la ideología de derecha, critican sobre todo al partido Centro Democrático, y por lo tanto a Iván Duque, de favorecer a las clases más ricas del país y no a los estratos bajos y medios.

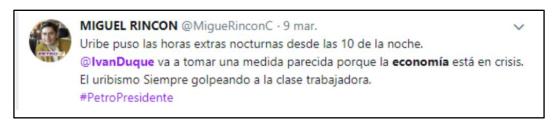


Figura 12. Ejemplo 2 de tweet de Iván Duque sobre la subcategoría Derecha

Izquierda: En cuanto a la ideología de izquierda representada por Gustavo Petro, es un factor que es percibido tanto de forma favorable como desfavorable para los usuarios de Twitter analizados. De la misma forma que se vio en la subcategoría de Derecha, los que están a favor de Petro también ven lo ven como una "esperanza" y una ayuda para las clases de estratos socioeconómicos bajos y sectores marginados del país en cuestión de economía, salud, educación y cuidado del medio ambiente.

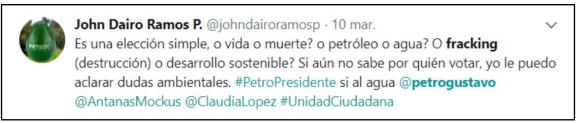


Figura 13. Ejemplo 1 de tweet de Gustavo Petro sobre la subcategoría Izquierda

Los que están en contra de Gustavo Petro lo critican más que todo su relación con el socialismo e ideologías de izquierda, que a su vez algunas personas las asocian con regímenes corruptos y dictadores. De igual manera, también lo relacionan con miembros o grupos con las mismas tendencias ideológicas como, por ejemplo: Hugo Chávez, Nicolás Maduro, Raúl Castro y el mismo Rodrigo Londoño (alias Timochenko). De hecho, los detractores tienen una palabra para dicha ideología: 'Castro-chavismo'.



Figura 14. Ejemplo 2 de tweet de Gustavo Petro sobre la subcategoría Izquierda

Al relacionarlo con dichos personajes de izquierda, la gente tiene la creencia (la cual, en parte, ha sido alimentada por una propaganda negativa por parte de sus opositores), que el candidato perteneciente a Colombia Humana quiere establecer el mismo sistema de gobierno que otros países con ideologías socialistas (como, por ejemplo, Venezuela), a pesar que el candidato no ha manifestado nada al respecto.

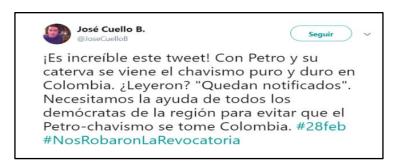


Figura 15. Ejemplo 3 de tweet de Gustavo Petro sobre la subcategoría Izquierda

# c) Propuestas

*Paz*: En cuanto a esta subcategoría, los usuarios analizados no hablaron mucho sobre este tema. En cuanto a Iván Duque, solamente se encontró que algunos pocos usuarios mencionaron el asunto de la reforma de los acuerdos de paz planteada por Duque, la cual la perciben como una forma de apoyo a la justicia y lucha contra la impunidad.



Figura 16. Ejemplo 1 de tweet de Iván Duque sobre la subcategoría Paz

En este aspecto, los usuarios tampoco hablan mucho del tema acerca de los acuerdos de paz con relación a Gustavo Petro. Sólo mencionan que el candidato busca afianzar y fortalecer la paz en Colombia.

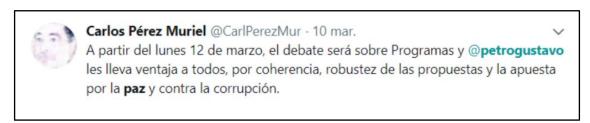


Figura 17. Ejemplo 1 de tweet de Gustavo Petro sobre la subcategoría Paz

*Medio ambiente*: En este aspecto, ambos candidatos tienen percepciones diferentes por parte de los usuarios. Para las personas analizadas, Duque es percibido como aquel personaje que

prevalece la explotación minera en pro a la economía colombiana sobre el medio ambiente. Algo percibido como negativo por parte de los internautas de Twitter, debido a la destrucción que puede causar este medio de extracción de energías fósiles. Esto a pesar que él mismo aclaró que no iba a haber fracking durante su gobierno.

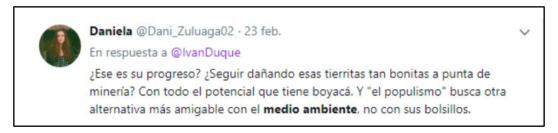


Figura 18. Ejemplo 1 de tweet de Iván Duque sobre la subcategoría Medio Ambiente

Con respecto a esto, el candidato Petro es percibido como el polo opuesto a Duque, en el sentido que, para muchos de los usuarios, él es el defensor del medio ambiente y el promotor de las energías renovables en pro de cuidar la naturaleza y demás recursos naturales.



Figura 19. Ejemplo 1 de tweet de Gustavo Petro sobre la subcategoría Medio Ambiente

*Economía*: Uno de los temas económicos por el cual es resaltado Duque es el apoyo de la empresa privada y el emprendimiento como motor para el desarrollo económico nacional por medio de la competitividad a la vez que se promueve el empleo.



Figura 20. Ejemplo 1 de tweet de Iván Duque sobre la subcategoría Economía

Sin embargo, en contraste, al representante del Centro Democrático se le percibe como alguien populista, debido a algunas de sus propuestas económicas como, por ejemplo, sus promesas de bajar impuestos y subir salarios a las personas, ya que algunos usuarios manifiestan que esta no es una forma viable de favorecer la economía del país.

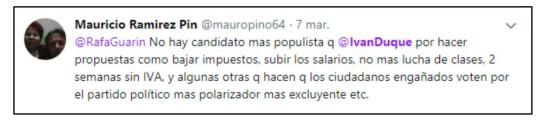


Figura 21. Ejemplo 2 de tweet de Iván Duque sobre la subcategoría Economía

Una de las propuestas, en temas económicos, por la cual Gustavo Petro se destaca entre la ciudadanía es el promover una economía basada en la agroindustria, las energías renovables y la producción interna del país como modelos de desarrollo económico-social.

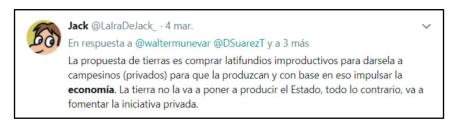


Figura 22. Ejemplo 1 de tweet de Gustavo Petro sobre la subcategoría Economía

Otras propuestas: Además de las tres subcategorías analizadas anteriormente, muchos de los usuarios destacaron algunas otras propuestas importantes sobre cada uno de los candidatos a los que apoyaban. Con respecto a Iván Duque, algunas personas destacan sus propuestas de mejorar la seguridad social y el sistema de salud, así como fortalecer la democracia y el sistema de justicia.



Figura 23. Ejemplo 1 de tweet de Iván Duque sobre la subcategoría Otras propuestas

Sin embargo, algo por lo que Duque ha sido muy criticado es por plantear una reforma constitucional en su gobierno, lo que muchos usuarios manifiestan que es algo que puede no traer ningún beneficio para el Estado e, incluso, perjudicar al mismo.

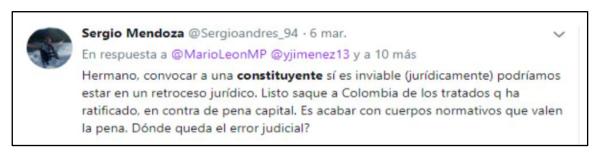


Figura 24. Ejemplo 2 de tweet de Iván Duque sobre la subcategoría Otras propuestas

En cuanto a Gustavo Petro, las propuestas más destacadas por las personas que lo apoyan en esta red social tienen que ver con denunciar y condenar la corrupción, apoyar a la minorías y poblaciones marginadas, implementar una educación gratuita y suprimir las EPS con el propósito de disponer un sistema salud (también gratuito) para todos.

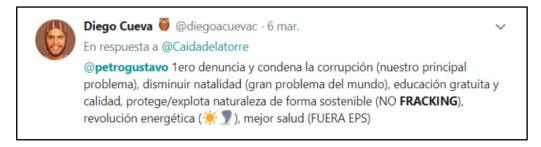


Figura 25. Ejemplo 1 de tweet de Gustavo Petro sobre la subcategoría Otras propuestas

Al igual que Duque, al candidato de Colombia Humana se le critica negativamente por su llamamiento a la reforma constituyente, ya que, algunos usuarios piensan, que es un intento por mantenerse en el poder una vez sea mandatario.



Figura 26. Ejemplo 2 de tweet de Gustavo Petro sobre la subcategoría Otras propuestas

Análisis cuantitativo

Además del análisis de contenido, se desarrolló un estudio cuantitativo con el objetivo de ir más allá y así brindar algunos resultados estadísticos con base en el público y la muestra seleccionada para el presente estudio, con el fin de ver posibles patrones de comportamiento según cada información demográfica encontrada. Para comenzar, se realizó un recuento general de los usuarios con respecto a su género. Esto se hizo estudiando la información de cada perfil de cada usuario. Se tuvo en cuenta elementos claves como la fotografía de perfil, el nombre y demás elementos de la cuenta para así tener una información más precisa.

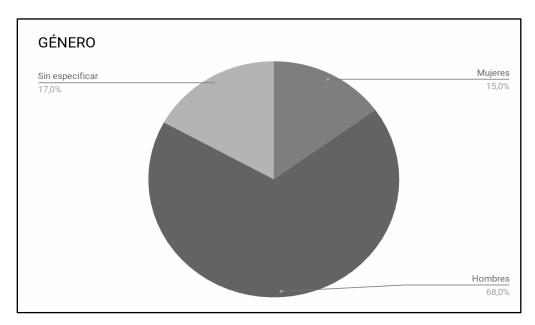


Figura 27. Gráfica estadística sobre el género del total de la muestra analizada

Nota: Con respecto a este primer conteo, se encontró que de los 200 usuarios (de los 200 tweets analizados): 136 son hombres y 30 son mujeres. Por otra parte, sin embargo, debido a la carencia de información de los demás perfiles, los otros 34 usuarios restantes se ubicaron en la categoría Sin especificar, ya que no se pudo determinar el género al que pertenecían. A modo de hallazgo, como se puede evidenciar en la Figura 27, la mayoría de los usuarios son de género masculino.

Por otra parte, continuando con los datos estadísticos, se desarrolló otro análisis cuantitativo para determinar el número de personas que están de acuerdo o no con cada candidato. Esto se hizo escogiendo cada tweet para examinarlo con la ayuda del análisis de contenido. Se tomaron las opiniones de los usuarios y se hizo una clasificación de cada mensaje según la propia interpretación del investigador, tratando de mantener la mayor objetividad posible. En este procedimiento se tuvo en cuenta las palabras clave que mostraban favorabilidad o desfavorabilidad por parte de los usuarios con respecto a los usuarios. Al final, los dichos mensajes se clasificaron en tres grupos: los que apoyan o tienen una opinión positiva (favorecedores), los que critican o tienen una opinión negativa (desfavorecedores) y los que no están ni a favor ni en contra o no tienen una opinión ni positiva ni negativa acerca de alguno de los candidatos (neutros).

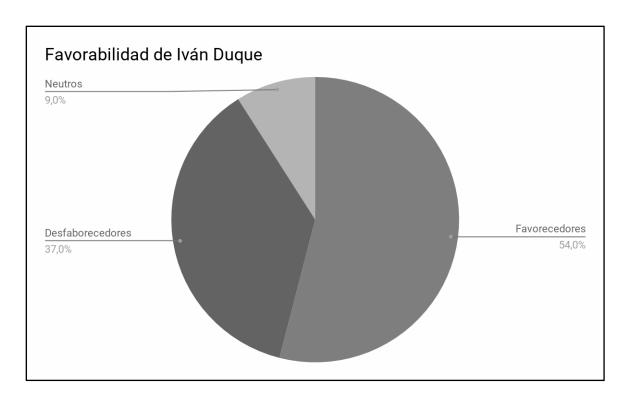


Figura 28. Gráfica estadística acerca de la favorabilidad de los usuarios hacia Iván Duque Nota: Con respecto a lo anterior, se encontró que de los 100 usuarios que hablaron sobre Duque: 54 apoyan al candidato (favorecedores), 37 no lo apoyan (desfavorecedores) y 9 personas no tienen una opinión ni favorable ni desfavorable sobre él (neutros).

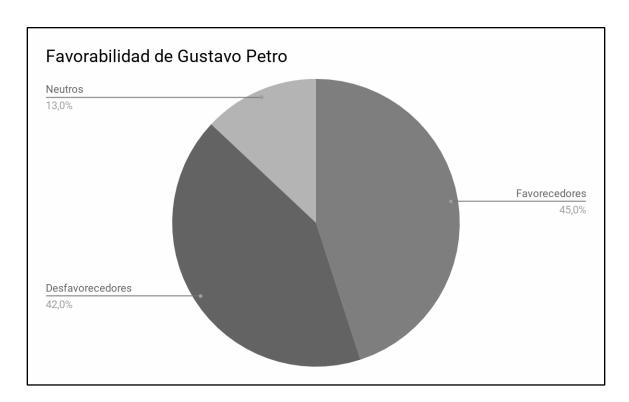


Figura 29. Gráfica estadística acerca de la favorabilidad de los usuarios hacia Gustavo Petro Nota: De igual modo, se encontró que de los 100 usuarios que hablaron acerca del candidato Gustavo Petro: 45 personas lo apoyan (favorecedores), 42 lo critican negativamente (desfavorecedores) y 13 personas no tienen una opinión ni favorable ni desfavorable sobre él (neutros).

## Discusión

En contraste con los resultados obtenidos y respondiendo a la revisión literaria de la presente investigación acerca de la configuración del discurso político en las redes sociales que contribuye a la creación de imagen con base en la percepción de los ciudadanos hacia los candidatos presidenciales Gustavo Petro e Iván Duque, se encuentra que las redes sociales (según los autores referencia) son una creación más expresiva de discurso, debido a su contenido hipertextual que construyen a comunidades en torno a una opinión que los usuarios deciden seguir. En este caso, nuestra red social objeto de estudio (Twitter) concuerda con las hipótesis

presentadas acerca del discurso político en las redes sociales con respecto a la creación de una esfera pública dentro de la misma, de acuerdo con lo evidenciado en los hallazgos del análisis (Salaverria, 2005; Pérez, 2014).

De acuerdo con los resultados del análisis demográfico del presente estudio, se encontró que algunos usuarios pertenecen a la población joven — de 10 a 30 años, según la Organización Mundial de la Salud (1986) — gracias a la información recolectada de sus perfiles. Algo que se puede evidenciar sólo con ver algunas de las imágenes de los perfiles de los usuarios analizados, que se pueden encontrar en los tweets recopilados en la Anexo 2 (además de algunos otros datos). Esto refuerza la idea que las redes sociales están sirviendo como una herramienta para que los jóvenes puedan informarse y opinar sobre temas políticos y sociales, ofreciendo esa inclusión y esa importancia de sus opiniones que en otros lugares no serían tomados en cuenta, generando esa atracción hacia los temas políticos y electorales (Auškalnienė, 2012). Sin embargo, habría que profundizar sobre esto, debido a que no se pudo identificar la edad exacta de las personas, debido a la falta de información en sus cuentas de perfil; así como no sabemos el rango de edad exacto al que se refiere el autor.

Llevando a esta investigación a un nivel más específico, se dispone a definir similitudes y diferencias con algunos estudios encontrados acerca de la percepción de la imagen de Gustavo Petro e Iván Duque. Para la construcción de la hipótesis sobre dichas percepciones, fueron consultadas diversas fuentes sobre construcción del discurso político en Colombia y, principalmente, sobre el pasado e imagen pública de ambos candidatos. Dicha imagen se contrastó con diferentes estudios de diversos investigadores del tema, bajo las categorías estipuladas en la Tabla 1 para este estudio, más específicamente, con las subcategorías que las

componen: Cargos Públicos, Afiliación a Partidos Políticos, Izquierda, Derecha, Paz, Medio Ambiente y Economía.

# a) Gustavo Petro

En cuanto al pasado del candidato Petro, diferentes élites y grupos políticos tradicionales han construido una imagen desfavorable hacia él, a partir de una configuración de un discurso de desprestigio, relacionándolo con todo lo que tiene que ver con movimientos guerrilleros actuales. Un claro ejemplo es señalado por Heidy Díaz (2015) en su trabajo *Gustavo Petro: entre medios y política. El poder de la representación de discursos mediáticos*:

Aunque, Petro no fue un dirigente principal, ni participó en la Toma del Palacio de Justicia, la vinculación al M-19 le genera hasta el momento un señalamiento negativo, ya que le asignan nominaciones como: guerrillero, militante, insurgente, entre otros. Esto es utilizado por los medios de comunicación o reforzado para desprestigiar su poder, porque al construir y reproducir la información no se realiza una contextualización sobre la diferencia del M-19 y las otras insurgencias, ni por parte de la sociedad una aceptación de la práctica política por parte de ex rebeldes. (p. 44)

Haciendo énfasis en los resultados del análisis, se puede confirmar que la percepción negativa del pasado de Gustavo Petro está ligada en un gran porcentaje a su pasado como Guerrillero del M-19. Esto se refuerza por medio de la negatividad de algunos tópicos acuñados, encontrados de forma reiterativa en los tweets de muchos de los usuarios, por medio de palabras tales como: guerrillero, genocida, etc.

Por otra parte, continuando con la categoría Historia, un porcentaje menor de usuarios hace referencia a su pasado como alcalde de Bogotá, con un panorama tanto positivo como negativo de su administración. Un caso real de esto es el tópico Problema de Basuras, el cual es

mencionado por Machado (2014) de la siguiente forma:

A pesar de que el plan "Basura Cero" reduce notablemente las tarifas del servicio de recolección de desechos, a la par que formaliza las condiciones laborales de unos 14.500 recicladores que quedaron vinculados al proyecto, la Procuraduría General de la Nación, liderada por el ultraconservador Alejandro Ordoñez, resolvió abrir una investigación por 'presuntas conductas irregulares'. (p. 5-6)

Por otra parte, teniendo en cuenta la ideología de izquierda de Petro, se sabe que la postura del candidato de Columbia Humana es muy diferente a otras doctrinas y sistemas de gobierno aplicadas por otros presidentes también de tendencias socialistas del siglo XXI (como por ejemplo, Hugo Chávez), ya que no critica de forma tan radical y determinante al capitalismo ni al neoliberalismo; más bien, reprocha negativamente la clase política corrupta colombiana que destruye al país, así como los monopolios u oligopolios económicos controlados por unos pocos y que afectan la competencia, el libre mercado y el emprendimiento (Kajsiu, 2020, p. 204). Sin embargo, al ser un candidato de izquierda, se le sigue relacionando con gobiernos considerados como caóticos, grupos guerrilleros y dirigentes dictadores también de ideologías y sistemas de gobierno similares como: Hugo Chávez, Nicolás maduro, Timochenko, FARC, entre otros. Esto se refuerza por medio de una imagen negativa constituida alrededor del candidato por medio de algunos términos acuñados como: *castro-chavista*, *populista*, *chavista*, etc.

Así mismo, con respecto a la postura de los candidatos, se deriva un fenómeno interesante que se basa en una clase de estratificación socioeconómica en el imaginario colectivo según la ideología de cada personaje político. En este caso, con respecto a Petro, se le asocia fuertemente con personas de escasos recursos y campesinos (Prada & Romero, 2019, p. 20), a pesar que varias de sus simpatizantes son de diferentes estratos.

Por último, el discurso político de Gustavo Petro gira en torno a tres ejes: la equidad social, la justicia y la democracia. Sobre este último, se alude a una democracia diferente a la de los otros candidatos. Él la ve desde la perspectiva de la denominada democracia agonística, las cual se basa en una lucha (debate) entre discursos (ideologías) contrapuestos de forma racional entre sí, que sirve como una estrategia necesaria, pero insuficiente a la vez, para garantizar el bien común (Olivar, 2013, p. 65-66).

Ahora bien, para entender más a profundidad de qué va el discurso de Petro, es necesario comprender el concepto de este tipo de democracia: "Agonistic democracy calls for a radically pluralistic public sphere of contestive identities, moralities, and discourses. Furthermore, it endorses a politics of diverse social, cultural and political movements organized around the values of cultural recognition, direct democracy, and performative resistance" [La democracia agonista (o agonística) exige una esfera pública radicalmente pluralista de identidades competitivas, moralidades y discursos. Además, respalda una política de diversidad social, cultural y movimientos políticos organizados en torno a los valores del reconocimiento cultural, la democracia directa y la resistencia performativa] (Gabardi, 2001, p. 552).

Siguiendo con esta idea, el candidato por Colombia Humana tiene como punto fuerte una gran movilización de clases sociales bajas y los sectores minoritarios marginales del país. Esto se pudo evidenciar, cuando Petro supo aglomerar un gran número de personas indignadas por acciones antirreglamentarias por parte de la Procuraduría, con respecto a la despenalización del consumo de drogas, a movimientos pro-abortistas y la población LGTB (Machado, 2014, p, 10). Por esta razón, la imagen favorable de Petro está relacionada con cierta percepción que lo asocia con una labor política independiente, un respaldo ofrecido hacia los intereses de las minorías y grupos poblacionales marginales (comunidad LGTB, ambientalistas, animalistas, feministas, la

clase pobre, entre otros) y sobre todo es visto como un personaje de lucha frontal hacia la corrupción. Esto último es comentado por Laura Molina (2013) en su estudio *Análisis de la influencia de la agenda setting y la imagen en campañas electorales. Estudio de caso: Campaña de Gustavo Petro a la alcaldía de Bogotá*, en el cual habla de los resultados de la encuesta *Bogotá, cómo vamos* previo a las elecciones a la alcaldía de la ciudad:

(...) el principal aspecto que iban a considerar el 50% de las personas encuestadas era que el candidato no fuera corrupto y en segundo lugar que no fuera politiquero. Si bien es cierto que ninguno de los tres principales opcionados para ganar estaba relacionado de alguna forma con los escándalos de corrupción, el protagonismo que ganó Petro con sus recientes denuncias le sirvió para ser percibido como líder en contra la corrupción. (p. 33)

#### b) Iván Duque

En cuanto al recorrido que ha tenido Duque, con respecto a su experiencia en Cargos públicos y a la Afiliación a grupos o partidos políticos, se sabe que el primer cargo público de Iván Duque por elección popular fue su periodo como senador del Centro Democrático (CD) en el periodo 2014-2018. Esto lo ayudó para impulsar su posterior candidatura como representante de su partido en las elecciones presidenciales de Colombia de 2018. Muchos de los precandidatos de campañas anteriores apoyados por Álvaro Uribe Vélez mantuvieron la personalidad y el discurso del ex-presidente; sin embargo, Duque rompió, de cierta manera, con las costumbres uribistas en el sentido que no muestra una personalidad tan marcada de líder radical, debido a su corta edad en la política y su apego a la institucionalidad (Giraldo, 2019, p. 31). Esto también es percibido de forma negativa por algunas personas analizadas que lo consideran muy falto de experiencia para empeñar un cargo tan alto como lo es la presidencia de la República.

Por otro lado, debido en parte a su ideología, algunos le atribuyen cierto favoritismo por la clase económica más adinerada y a los grandes empresarios del país (Prada & Romero, 2019, p. 20), así como a su círculo político más cercano. Sin embargo, al igual que Petro, son varias las clases sociales que lo apoyan. Así mismo, un aspecto negativo de su afiliación de derecha, especialmente por pertenecer al CD, es que se le asocia con grupos al margen de la ley, en concreto, con grupos paramilitares. Esto es explicado por Prada y Romero (2019):

Asimismo, se coligaron con actores ilegales del conflicto armado colombiano; Duque con el paramilitarismo debido a las investigaciones que adelanta la justicia colombiana contra el jefe de su partido político, Álvaro Uribe Vélez, y varios miembros de esta tolda por nexos con grupos paramilitares (...). (p. 20)

De igual manera, en cuanto a sus aspectos más negativos, se le ve como un candidato populista y polarizador, debido varios aspectos de su propio discurso. Tal como lo menciona López (parafraseado por Prada y Romero, 2019):

El uribismo representado por Iván Duque simboliza, grosso modo, una doctrina populista resultado de un proceso articulatorio de diversos grupos y exigencias sociales concertadas en torno de una demanda popular, la 'recuperación de la patria', hasta instaurarse como el núcleo aglutinador de dichas diferencias. (p. 14)

En cuanto a sus propuestas, como representante del Centro Democrático, se le destaca como alguien que quiere potenciar el desarrollo socioeconómico del país y favorecer las condiciones del mercado por medio de políticas de tipo horizontal, para estimular la economía interna en general y así no dar prioridad a un solo sector en específico. (Oglietti, Convertí & Wahren 2018). Una de las formas como busca conseguir este desarrollo es a través de la

legalización de negocios y empresas ante el Estado. Kajsiu y Tamayo (2019) lo mencionan de una forma más específica:

(...) Iván Duque, representa un proyecto político neoconservador que combina el enfoque conservador de mantener el *statu quo* por medio de la restauración de la legalidad, la institucionalidad y la autoridad con conceptos básicos del neoliberalismo, como la competencia y el mercado libre, como fuentes principales del desarrollo socioeconómico. (p. 126)

Por otra parte, al igual que el candidato de Colombia Humana, se le ve como una figura que intenta combatir la corrupción, pero enfocado en el sector público más que en el privado, ya que su propuesta de anticorrupción no se concentra en la reforma de las estructuras socioeconómicas, sino más bien en la reforma del Estado (Kajsiu & Tamayo, 2019, p. 126).

Por último, el candidato de Derecha es percibido por varios como como una persona que prevalece la economía sobre el medio ambiente; esto, en parte, se debe a una campaña negativa hacia él, la cual alimenta la creencia que en su gobierno va encaminado a una economía basada en la sobre-explotación minera y el fracking. Sin embargo, el mismo Iván Duque afirmó durante el Observatorio de Conflictos Ambientales en 2018, lo contrario: "Acá tenemos una sobreposición de ecosistemas diversos y complejos, acuíferos subterráneos de enorme riqueza y unos riesgos de mayor sismicidad por los tipos de suelo que tenemos. Por eso he dicho: en Colombia no se hará fracking" (Noticias Caracol, 2018).

#### Conclusión

A modo de resumen, en cuanto a los resultados cuantitativos, se refleja que el número de personas favorecedoras es mayor en el candidato Iván Duque (54%) que en el candidato Gustavo Petro (45%). Sin embargo, también se evidencia que el número de favorecedores siempre es

mayor en ambos candidatos, en contraste con los desfavorecedores (37% de Duque y 42% de Petro). Esto da a pensar que las personas de esta red social tienen más la tendencia de publicar un tweet en apoyo a su candidato favorito que en contra. Por otra parte, en la mayoría de los casos, aunque las personas hablaban a favor o en contra de uno de los candidatos, se evidencia que el 21% de los usuarios restantes en general (9% de Duque y 12% de Petro) tuvieron una opinión neutra de los usuarios, lo cual demuestra, de cierta forma, que no siempre hay extremismo en las posturas de las personas a la hora de hablar sobre temas de política.

Retomando el análisis de contenido realizado y contrastándolo con las fuentes estudiadas, se encontraron diferentes fortalezas y debilidades en cada uno de los candidatos a la presidencia con respecto a sus respectivas campañas electorales, los cuales juegan un papel fundamental en cuanto a la percepción que los ciudadanos tienen frente a su imagen pública.

En cuanto al candidato Gustavo Petro, sus fortalezas se encuentran en categoría de Propuestas, de forma específica, en las subcategorías de Economía y Medio ambiente, por su propuesta de una economía basada en la extensión agraria y la promoción de energías renovables; así como en la subcategoría emergente Otras propuestas, gracias a que es percibido como representante los sectores marginales y las poblaciones minoritarias por medio de sus políticas sociales, en cuanto a los temas de salud y la educación. Sin embargo, en contraste, sus debilidades están establecidas en las categorías de Postura e Historia, en especial, en las subcategorías de Derecha y Afiliación a grupos o partidos políticos, respectivamente, debido a su pasado militante con el M-19 y su ideología de izquierda; temas que, hasta el momento, lo siguen relacionando indirectamente con grupos guerrilleros y gobiernos dictadores como, por ejemplo: Timochenko, Hugo Chávez, Nicolás Maduro, Raúl Castro, etc.

Las fortalezas de Duque se encuentran en la categoría de Historia, específicamente, en la subcategoría de Cargos públicos, gracias a su transparencia en los cargos que ha desempeñado; y en la categoría de Propuestas, ya que busca mejorar la economía fomentando la promoción y la legalización de la empresa privada. Sus debilidades están enmarcadas en dos categorías: una, en la categoría de Propuestas, específicamente, en la subcategoría de Medio Ambiente, debido a la percepción que tienen los ciudadanos acerca de su supuesto apoyo a la minería y el fracking, así como su favoritismo por el sector privado; y dos, en la categoría de Historia, especialmente, en la subcategoría de Afiliación a grupos o partidos políticos, en particular, por su vinculación con miembros en proceso de investigación por corrupción y paramilitarismo, así como el aparente 'control' de Álvaro Uribe Vélez sobre su discurso en su campaña presidencial.

Ya para terminar, es importante mencionar que el presente trabajo tiene como fin dar una guía, así como brindar herramientas de estudio que sirvan como referencia para futuros análisis más grandes y exhaustivos que otros autores o estudiosos del tema quieran profundizar a gran escala. Ya que las categorías, al ser testeadas (por medio de un análisis piloto) y aplicadas a un análisis real (sobre las elecciones presidenciales de Colombia de 2018), permiten dar hallazgos valiosos sobre el comportamiento de los usuarios y sus percepciones frente al ámbito político y los personajes que la componen.

#### Referencias

- Auškalnienė, L (2012). Assessing Participation Online: Youth and Their Involvement in Social Media. *Informacijos Mokslai*, 59 (ISSN 1392-0561). Recuperado de <a href="https://www.journals.vu.lt/informacijos-mokslai/article/view/3110/2237">https://www.journals.vu.lt/informacijos-mokslai/article/view/3110/2237</a>
- Corrales, R. (2015). Impacto de las Redes Sociales sobre la Participación Ciudadana en Procesos Electorales y la Democracia: Caso de Costa Rica. *Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO)*. Recuperado de <a href="http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/becas/20150708062655/Impacto\_Redes\_Sociales.">http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/becas/20150708062655/Impacto\_Redes\_Sociales.</a>
- Díaz, H. M. (2015). Gustavo Petro: entre medios y política. El poder de la representación de discursos mediáticos. (Tesis de maestría, Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, Colombia). Recuperada de <a href="https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/56493">https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/56493</a>
- Gabardi, W. (septiembre, 2001). Contemporary Models of Democracy. *Polity*, 33(4), 547-568. https://www.journals.uchicago.edu/doi/10.2307/3235516
- Giraldo, 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. (Tesis de maestría, Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona, España). Recuperada de <a href="https://ddd.uab.cat/record/215215">https://ddd.uab.cat/record/215215</a>
- Kajsiu, B. (enero-abril, 2020). Las ideologías y movilizaciones políticas del Uribismo y Petrismo: dos Colombias distintas. *Análisis Político*, 33(98). Recuperado de <a href="https://doi.org/10.15446/anpol.v33n98.89417">https://doi.org/10.15446/anpol.v33n98.89417</a>
- Kajsiu, B., & Tamayo, Y. (septiembre-diciembre, 2019). Neoconservadurismo versus populismo socialdemócrata. Una comparación de los discursos anticorrupción de Iván Duque y
   Gustavo Petro en la segunda vuelta presidencial de 2018. *Estudios Políticos*, (56).
   Recuperado de <a href="https://dx.doi.org/10.17533/udea.espo.n56a06">https://dx.doi.org/10.17533/udea.espo.n56a06</a>

- Kaplan, A., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media [¡Usuarios del mundo, únanse! Los desafíos y oportunidades de las redes sociales]. *Business Horizons*, 53 (Issue 1). Recuperado de <a href="https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003">https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003</a>
- Krieger, P. (2001). Iconografía del poder: tipologías, usos, medios. En C. Medina (Ed), (XXV coloquio internacional de historia del arte del Instituto de Investigaciones Estéticas) La imagen política (pp. 17-19). México: Instituto de Investigaciones Estéticas, UNAM.
- Machado, D. (marzo-abril, 2014). Caso Gustavo Petro: flagrant system error. *Revista Nueva Sociedad*, (250). Recuperado de <a href="https://biblat.unam.mx/es/revista/nueva-sociedad/articulo/caso-gustavo-petro-flagrant-system-error">https://biblat.unam.mx/es/revista/nueva-sociedad/articulo/caso-gustavo-petro-flagrant-system-error</a>
- Martínez, M., & Salcedo, R. (2006). III. El candidato. En *Manual de campaña: Teoría y práctica de la persuasión electoral*, (4.ª ed.). INEP A.C., México. Recuperado de <a href="http://manual.inep.org/index.html">http://manual.inep.org/index.html</a>
- Molina, L. A. (2013). Análisis de la influencia de la agenda setting y la imagen en campañas electorales. Estudio de caso: campaña de Gustavo Petro a la Alcaldía de Bogotá. (Tesis de pregrado, Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario, Bogotá, Colombia). Recuperada de <a href="https://repository.urosario.edu.co/handle/10336/4944">https://repository.urosario.edu.co/handle/10336/4944</a>
- Mukhongo, L. (2014). Negotiating the New Media Platforms: Youth and Political Images in Kenya. TripleC: Communication, Capitalism & Critique, 12 (1). Recuperado de <a href="https://pdfs.semanticscholar.org/0c03/95395e29f84511c1498d632fe68094822945.pdf">https://pdfs.semanticscholar.org/0c03/95395e29f84511c1498d632fe68094822945.pdf</a>
- Munizaga, B., & Almeida, D. (junio, 2018). Influencia mediática de los medios digitales El Universo y El Telégrafo, en la construcción de la opinión pública. Revista Caribeña de Ciencias Sociales (ISSN: 2254-7630). Recuperado de <a href="https://www.eumed.net/rev/caribe/2018/06/influencia-mediatica-medios.html//hdl.handle.net/20.500.11763/caribe1806influencia-mediatica-medios">https://www.eumed.net/rev/caribe/2018/06/influencia-mediatica-medios</a>

- Noticias Caracol (11 de abril de 2018). *Iván Duque dice que en su gobierno no habrá fracking – Propuestas de los candidatos* [Archivo de video]. YouTube.

  https://www.youtube.com/watch?v=oBo3akd\_5Nw
- Oglietti, G., Convertí, L., & Wahren, P. (2018). Consecuencias económicas para Colombia de las propuestas de Petro y Duque (2018-2022). Centro Estratégico Latinoamericano de Geopolítica (CELAG). Recuperado de <a href="https://www.celag.org/wp-content/uploads/2018/06/Consecuencias-econo%CC%81micas-para-Colombia-de-las-propuestas-de-Petro-y-Duque-2018-2022.pdf">https://www.celag.org/wp-content/uploads/2018/06/Consecuencias-econo%CC%81micas-para-Colombia-de-las-propuestas-de-Petro-y-Duque-2018-2022.pdf</a>
- Olivar, A. F. (2013). El discurso como velo o como cortina de hierro: Una identificación de tres modelos de democracia a partir de los discursos de los candidatos presidenciales Juan Manuel Santos, Antanas Mockus y Gustavo Petro. (Tesis de maestría, Pontificia Universidad Javerana, Bogotá, Colombia). Recuperada de <a href="https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/3745/OlivarRojasAndresFrancisco2013.pdf?sequence=2&isAllowed=y">https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/3745/OlivarRojasAndresFrancisco2013.pdf?sequence=2&isAllowed=y</a>
- Organización Mundial de la Salud (OMS). (1986). La salud de los jóvenes: un desafío para la sociedad. Recuperado de

  <a href="https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/36922/WHO\_TRS\_731\_spa.pdf?sequence=1">https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/36922/WHO\_TRS\_731\_spa.pdf?sequence=1</a>
- Pérez, G. (2014). Análisis de Redes Sociales: Una introducción conceptual. En M. García & E. Sosa.(Coords.), *Cuaderno núm. 2 de ensayos de comunicación, educación y tecnología, vertientes entrelazadas 2* (pp. 7-20). Ciudad de México, México: Universidad Pedagógica Nacional.

http://editorial.upnvirtual.edu.mx/index.php/publicaciones/colecciones/cuadernosdigitales/176-ensayos-de-comunicacion-educacion-y-tecnologia-vertientes-entrelazadas-

- Prada, O., & Romero, L. (enero-julio, 2019). Polarización y demonización en la campaña presidencial de Colombia de 2018: análisis del comportamiento comunicacional en el Twitter de Gustavo Petro e Iván Duque. Revista Humanidades (Revista de la Escuela de Estudios Generales), 9 (1). Recuperado de https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/humanidades/article/view/35343
- Sabucedo et al. (2015). Deslegitimación del adversario y violencia política: El caso de las FARC y las AUC en Colombia. *Acta Colombiana de Psicología*, (12), p. 69-85. Recuperado de <a href="https://actacolombianapsicologia.ucatolica.edu.co/article/view/471">https://actacolombianapsicologia.ucatolica.edu.co/article/view/471</a>
- Salaverría, R. (2005). Cibermedios. El impacto de internet en los medios de comunicación de España. (1ª ed.). Sevilla, España: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Vázquez, P. (2017). Personalización de la política, storytelling y valores transmitidos.

  \*\*Communication Society, 30 (3). Recuperado de

  https://revistas.unav.edu/index.php/communication-andsociety/article/view/35775/30098
- Zeitel-Bank, N. (25-27 de junio de 2014). Social Media and its effects on individuals and social systems. Management [Documento]. Knowledge and Learning International Conference 2014, Portorož, Slovenia. Recuperado de: <a href="http://www.toknowpress.net/ISBN/978-961-6914-09-3/papers/ML14-714.pdf">http://www.toknowpress.net/ISBN/978-961-6914-09-3/papers/ML14-714.pdf</a>

## Anexo 1

# Lista de tweets utilizados para la prueba piloto

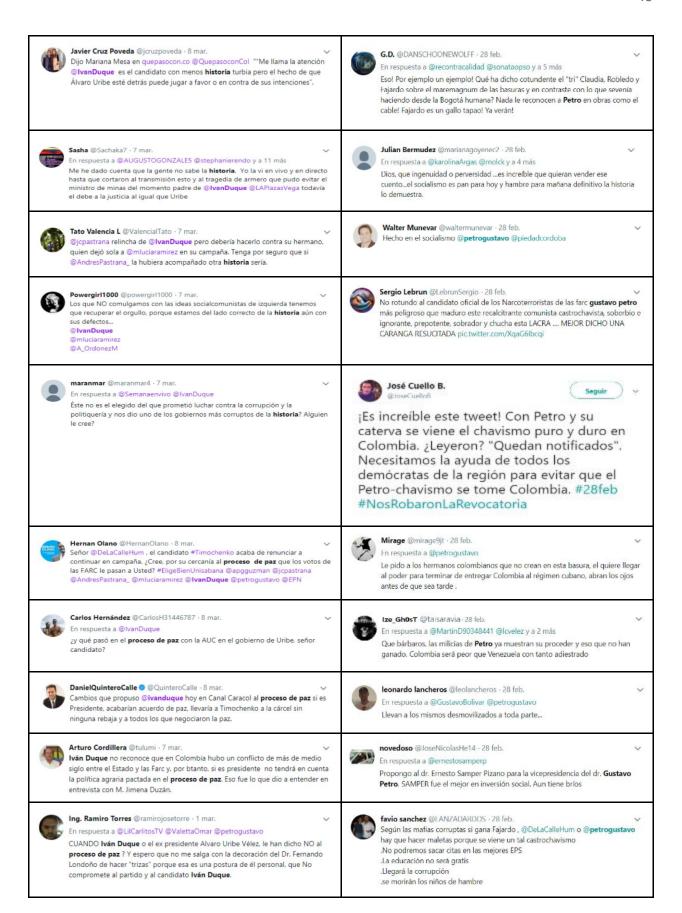
Gustavo Petro		Iván Duque		
	<b>★ betty criticona soy</b> @bettycriticona · 10 mar. <b>#OjoASuVoto</b> Votar por la lista de los "Decentes" de <b>Gustavo Petro</b> es jugarle sucio a Colombia, ni un sólo chavista debe llegar al Congreso, ni uno solo	Un Colombiano Mas @LMarquez69 · 10 mar. @IvanDuque no se trata de ser uribito y justificar las cagadas de @AlvaroUribeVel tome partido y al pan pan y al vino que no se vaya		
	Mariadelross @Ross0379 · 10 mar.  A la pregunta PARA USTED CHAVEZ FUE UN DICTADOR? respuesta de <b>Gustavo</b> Petro: "Yo pienso que la política internacional está dividida tajantemente ya por lo del cambio Climático"	Cero Impunidad @Eclides3 · 10 mar.  @IvanDuque . La mejor reforma del Agr la realizó su Patrón. Les robo a los campesinos la plata y se la entregó a los amigos. AlS.  Además con los paramilitares, les robo la tierra a los campesinos y también se la entregó a los amigos.  FALSOS, VIOLENTOS y CORRUPTOS		
SEMANA SANTA	CesarR @cejota90 · 10 mar.   Gustavo Petro ocupa el sexto lugar de los mejores alcaldes del mundo    ELESPECTADOR.COM	Juan D. López @judalo07 · 10 mar.  Viendo la tendencia #VotoFARCpor más me motivo a votar por @IvanDuque para que los criminales estén tras las rejas y no dándoselas de políticos.		
	Burrowes @CubaUnion · 10 mar.  En respuesta a @manyok23 Yo viví bajo dictadura en Cuba. Gustavo Petro es un socialista extremista (extiéndase comunista) va a llevar a Colombia al maximo de corrupción y a la desgracia.igual como esta Cuba y Venezuela y después como hacen todos los comunistas va a culpar a EEUU.	Miguel @MiguelAlarcn16 · 10 mar.  FISCAL CORRUPTO MARTÍNEZ ES CUÑADO DEL PICARO CORRUPTO DE ODEBRECHT IVAN DUQUE CD CON IMPUNIDAD ASEGURADA X ESO NO VOTO COLOMBIA X RATAS CORRUPTOS URIBISTAS CD NI LLERISTAS CR NI GODOS !		
	MIGUEL BETANCOURT @MILEBEMO · 10 mar. 3700 recicladores de Bogotá D.C., estan con Gustavo Petro, por una Colombia más Humana !!!	Juan Matallana @JuanMatallana5 · 10 mar.  Antes que uribista, soy de derecha. Antes que ser de derecha, amo a Colombia. Por eso y mucho más, mañana votaría por @IvanDuque @SANTAMARIAURIBE y por @jjUscategui		
	ALONSO BERNALROSSINI @alfacolombia · 10 mar.  #VotoFARCpor Gustavo Petro.  Son de los mismos.	Alex CT @Alex_ct21 · 10 mar.  En respuesta a @RevistaSemana  A @IvanDuque lo buscan mas para conocerlo mejorya que hasta el momento solo se sabe que es el títere de Uribe		
6	Hagamos país en paz @pais_paz · 10 mar.  Yo no voto corruptos, yo voto #decentes #ListaDeLaDecencia y Gustavo Petro en la consulta mañana #PetroPresidente	todoscolombia @todoscolombia · 10 mar. En respuesta a @JOSEOBDULIO @GenPenaloza y a 3 más TODO @CeDemocratico y Uribista votará por el de Uribe que ES @IvanDuque "respetaremos resultado y luego votaremos TODOS por la fórmula ganadora,somos demócratas !!		
	Tulio Ciseron @TulioCiseron · 10 mar.  En respuesta a @GiuseppeNoc @indignado425 vaya.tipo roñoso ese Gustavo Petro, coquetea con el comunismo y hace.giños al dictador Chávez, es.un HDP que no puede condenar a la desgracia.a.Colombi	Miller landy martine @landy_martine · 10 mar.  En respuesta a @WRadioColombia @lvanDuque ya tenemos la certeza que seguiras con la.impunidad de tu liderque acabaras con nuestro recurso hidrico por el fracking y tenemos la certeza que volveremos a los peores tiempos a los de la.masacreee		
	Oskar Rikkardo @Radioalfalfa · 10 mar.  LA CAMPAÑA POPULISTA Y REVOLUCIONARIA de Gustavo Petro está patrocinada y respaldada por los Narcoterroristas de las FARC y Narcolás Maduro, el cucuteño.	Brayan Quintero. @Briiank04 · 10 mar.  En respuesta a @Javierd28544680 @Fredrub78 y a 5 más  Usted conoce el famosa teoría economía clásica moderna y contemporánea?, La oferta y demanda ?, Usted sabe que el petróleo y carbón está en déficit?, Lo invito a leer en la página de Petro su modelo económico eso está publicado en todas partes, mientras duque propone fracking.		
	RicSan @ricsan32 · 10 mar.  ✓ José Mújica se refiere a <b>Gustavo Petro</b> como una figura formidable	Sofy Casas @SophyCh_E · 10 mar.  #ColombianosEnElExterior Hoy le dije sí a la libertad, sí a la democracia y NO al socialismo. Hoy voté por el único partido q me da esperanza.  Cámara Exterior @Juandavelez Senado @LAPlazasVega Gran Consulta @IvanDuque #VoteCentroDemocrático		

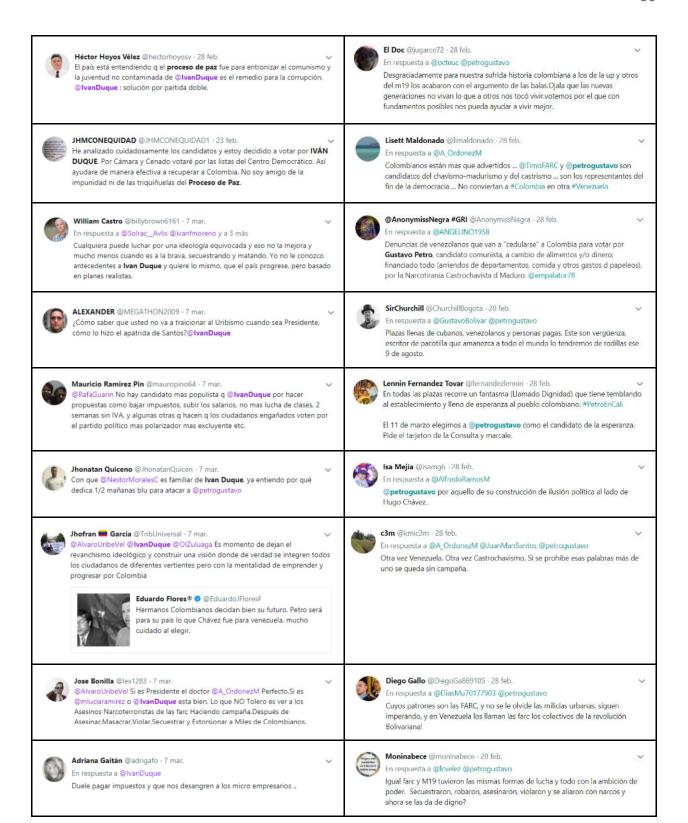
### Anexo 2

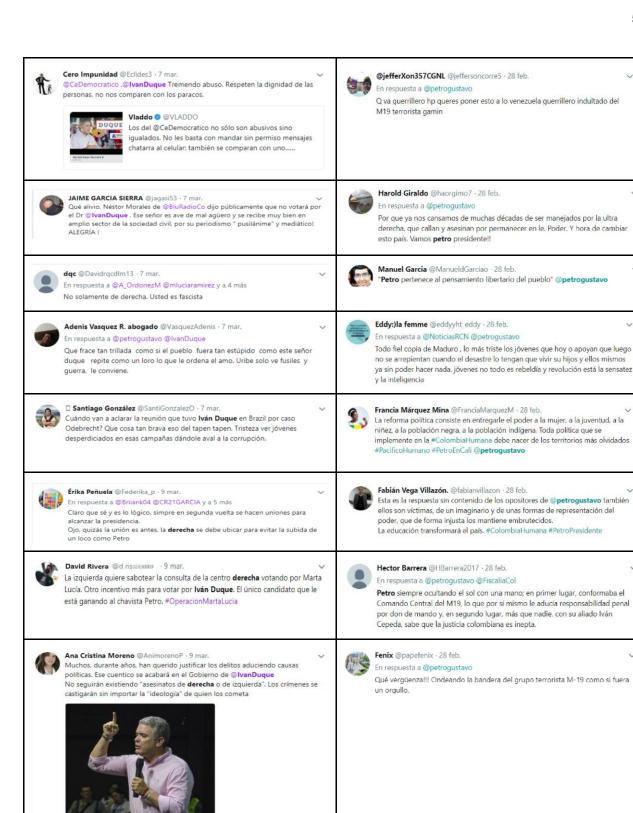
# Lista final de tweets utilizados para el análisis de contenido

Iván Duque	Gustavo Petro
Luis E @DIMS0272 · 9 mar.  En respuesta a @drvargasquemba @mluciaramirez @IvanDuque @A_OrdonezM y @mluciaramirez los tres tienen grandes cualidades, fortalezas, virtudes, Dios ilumine a colombia para que tomemos la mejor decisión para elegir al mejor que nos salve de esa izquierda que avanza a pasos agigantados.	**Detty criticona soy @bettycriticona - 10 mar.  **OjoASuVoto  Votar por la lista de los "Decentes" de Gustavo Petro es jugarle sucio a Colombia, ni un sólo chavista debe llegar al Congreso, ni uno solo
Daniel David @Snach_oficial - 9 mar. Las razones por las que Iván Duque nos "convertirá en Venezuela"  Las razones por las que Iván Duque nos "convertir  Análisis hecho por José Álvarez Castro. Una de las principales formas de hacer campaña del uribismo, ha sido crear miedo y confusión de similar forma como hi voces.com.co	Mariadelross @Ross0379 · 10 mar.  A la pregunta PARA USTED CHAVEZ FUE UN DICTADOR? respuesta de Gustavo Petro: "Yo pienso que la política internacional está dividida tajantemente ya por lo del cambio Climático"
Gabriel Arango Bacci @AlmArangoBacci - 9 mar.  Con mayorías en el Congreso, el partido Centro Democrático sacará adelante los grandes proyectos q necesita el pais y que beneficien a los ciudadanos.  ¡NO MÁS CORRUPCIÓN DEL GOBIERNO NI MERMELADA A LOS CONGRESISTAS!  ¡IVAN DUQUE PRESIDENTE!  Este contenido multimedia puede incluir material que puede herir la sensibilidad de algunas personas. Tu configuración multimedia está definida para alertarte acerca de este tipo de contenido.	CesarR @cejota90 · 10 mar.  Gustavo Petro ocupa el sexto lugar de los mejores alcaldes del mundo   ELESPECTADOR.COM
libio edmundo @liedbuca11 · 9 mar. Si el país se regaló por J.M.SANTOS y H.DE LA CALLE.el 8 de marzo lo recuperamos con IVAN DUQUE viva C.D	Burrowes @CubaUnion - 10 mar.  En respuesta a @manyok23 Yo viví bajo dictadura en Cuba. Gustavo Petro es un socialista extremista (extiéndase comunista) va a llevar a Colombia al maximo de corrupción y a la desgracia, igual como esta Cuba y Venezuela y después como hacen todos los comunistas va a culpar a EEUU.
Jorge Eliecer Orozco @jorgelieceroroz · 9 mar.  Me gusta lo de Iván Duque: "Ni Uribe es un titiritero, ni yo un titere". Bien dicho y bie hecho. @AlvaroUribeVel , @IvanDuque	MIGUEL BETANCOURT @MILEBEMO - 10 mar. 3700 recicladores de Bogotá D.C., estan con Gustavo Petro, por una Colombia más Humana !!!
Carlos @Carlos272 · 9 mar.  En respuesta a @drvargasquemba @mluciaramirez @IvanDuque @A_OrdonezM y @mluciaramirez los tres tienen grandes cualidades, fortalezas, virtudes. Dios ilumine a colombia para que tomemos la mejor decisión para elegir al mejor que nos salve de esa izquierda que avanza a pasos agigantados.	#VotoFARCpor Gustavo Petro. Son de los mismos.
santiago echeverri @santiagoecheve · 9 mar.  Ad portas de un fin de semana muy decisivo para Colombia ya la mayoría tenemos claro como vamos a votar. Así que yo se los cuento: @IvanDuque Pdte, @PaolaHolguin Senado y @MargaritaRepo cámara! Y todos felices porq por la derecha se camina mejor!!	Hagamos país en paz @pais_paz - 10 mar.  Yo no voto corruptos, yo voto #decentes #ListaDeLaDecencia y Gustavo Petro en la consulta mañana #PetroPresidente
elangeibohemio@gmail.com @elangeibohemio1 · 9 mar.  En respuesta a @CarlosFlorezS @VanDuque @jovenesconduque Yo quisiera ver ese mismo vídeo pero por las mujeres hijas de los muertos por la extrema derecha armada en Urabá. Cesar y Montes de María. Iván. tu eres un man interesante, desmarcate del monstruo como Messi de Marcelo y Ramos	Tulio Ciseron @TulioCiseron - 10 mar. En respuesta a @GiuseppeNoc @indignado425 vaya.tipo roñoso ese Gustavo Petro, coquetea con el comunismo y hace.giños al dictador Chávez, es.un HDP que no puede condenar a la desgracia.a.Colombi
Colombia Racional @cdocogum · 9 mar.  Como está la situación, si sacan a Petro y a las cabezas del CD, la elección se define entre lván Duque y Humberto DelaCalle, para mi concepto, es la misma vaina para empoderar a la izquierda y al progresismo de Soros que reclamaría nuestra riqueza minera como pago x su ayuda	Oskar Rikkardo @Radioalfalfa - 10 mar.  LA CAMPAÑA POPULISTA Y REVOLUCIONARIA de Gustavo Petro está patrocinada y respaldada por los Narcoterroristas de las FARC y Narcolás Maduro, el cucuteño.

	Juan D Uribe @juanduribe61 - 9 mar.  Santos desesperado interviene en política. La izquierda desesperada pide boicotear consulta de la derecha.  Están asustados porque @IvanDuque va a ser presidente!!!		<b>RicSan</b> @ricsan32 · 10 mar. José Mújica se refiere a <b>Gustavo Petro</b> como una figura formidable	~
•	Ignacio @Ignacio06407038 · 9 mar.  En respuesta a @NanDuque @WRadioColombia  Dr. Iván ojo con los médicos residentes, son conejillos de indias y explotados por los hospitales yclincas universitarias. Se pagan matrículas carísimas y sus prácticas hospitalarias las facturan a las EPS Y PARTICULARESahí sí como medicos. Que explotación laboral tan injusta		nestir @nestir1 · 28 feb. En respuesta a @shavicotes @GustavoBolivar @petrogustavo Que así sea q la justicia divina No deje q suba este Dictadorzuelo el Chávez Colombiano sería lo peor q le pasará a la Patria q suba la Izquierda criminal de Aliados Farc y el apoyo de Maduro.	~
	Jose Luis Castro Pol @josecastro 1965 · 9 mar.  En respuesta a @CMILANOTICIA @petrogustavo @IvanDuque  Americano de mierda tú crees q la ultraderecha tiene a colombia muy bn uribestias aqui se muere la gente de hambre y sed se mueren en la puerta de los hospitales y eso se lo debemos a la puta ley 100 del paraco corrupto de uribe son unos putas ladrones nojoda		Edgar @perezedward - 28 feb. En respuesta a @jileonal @sebasrock156 @petrogustavo No suena mejor "el petrismo es chavismo" no se, me parece ¿No cree?	~
•	Alvaro Rodriguez @ALRORO49 · 9 mar. En respuesta a @CaracolRadio @IvanDuque @AlvaroUribeVel  Jajajaja nos sigue creyendo idiotas.el dueño de los votos es el patron ud es un simple segundon.		Miguel Herrera @Migleonardo20 · 28 feb.  En respuesta a @HOLLMANMORRIS @petrogustavo  Quieren educacion gratis, acabar EPS hasta hay bien. El asunto esta en que no tendrian regalias, porque petro no quiere la mineria legal, (muchos programas del gobierno se impulsan de ese sector) y quiere impulsar la agricultura extensiv lo cual si acabaria el agua!!	∨ va,
	Juan Camilo Beltrán @CamiloJB,09 · 9 mar.  En respuesta a @K_maya17 @IvanDuque @WRadioColombia  Ese es el típico argumento que usa la mayoría de "Uribistas" para defender el periodo de Uribe: no señor, en esencia la salud está cómo está por la ley 100, tenga en cuenta las chuzadas, los falsopositivos:ya es hora de que Uribe y compañía se quede en las páginas de la historia	8	livingston garcia @Democrata2013 · 28 feb. En respuesta a @HOLLMANMORRIS @petrogustavo Ni loco voto por un inepto y demagogo populista, discipulo del engendro de Chávez y su ideología totalitaria, de odio, resentimiento, hambre y miserial.	~
•	Marcelo Rivera @RiveraMarcelo20 · 9 mar.  En respuesta a @gener_usuga @IvanDuque @AIvaroUribeVel  Según Ivan Duque en la @WRadioColombia con @VickyDavilaH hay que retomar la seguridad: la seguridad en el desgobierno de Uribe tiene el récord más alto de muertes violentas en la Historia de Colombia. Los Falsos Positivos son un horror que no tiene justificación alguna. @CIDH	•	Edwin Arbelaez @Menudorxn - 28 feb. En respuesta a @petrogustavo Déjeme decirle que en Medellin no necesitamos su Política Chavista, Ya no tubo con acabar con Bogota y ahora quiere también acabar con Colombia!	<b>~</b>
	kokolloko @kokolloko1 · 9 mar.  En respuesta a @IvanDuque @VickyDavilaH @WRadioColombia  Usted es UN CABALLERO .  Ojalá Dios nos premie con su Mandato y que podamos no solamente tener el Presidente más Joven de la historia sino también el ÚNICO sin pasado oculto o corrupto .  Yo creo en usted y se que es diferente.  #IDPRESIDENTE		HAROLD CEDIEL @HACED47 · 28 feb. En respuesta a @petrogustavo Y que papel desempeñaba en el M19? Empuño armas? Menos discriminación a las Farc, ellos están ahora en la legalidad al igual q ustedes.	<b>~</b>
	diego buenaventura m @diegobuenavent1 · 9 mar.  En respuesta a @Cloquis @lvanDuque @RevistaSemana  Prefiero un señor, que escriba la carta de otro político. Y no el político que escriba la misma historia de Venezuela en Colombia. Toda una vida lo prefiero.		DomingoPaniza1 @DomingoPaniza - 28 feb. Gustavo falsos Petro, lo único legal que tiene el genocida del palacio de justici son sus zapatos importados de EEUU. Seguidores, títulos universitarios y demá prebendas son rotundamente falsos.	
•	Carlos Andrés Baquero @Carlos Andrs Baq1 · 9 mar.  En respuesta a @Alvaro Uribe Vel Sólo falta ver con que Santos va a enlodar a Iván Duque. Pero conocemos la historia y ni se puede repetir lo que le hicieron al Dr Zuluaga	9	alexandra vivas @alexavarce · 28 feb. En respuesta a @GACANTOR @JovenesConPetro y a 9 más Si hay gente ignorante que habla por hablar el mismo discursito que les enseñaron que es guerrillero, que no hizo nada en bogota, el patron Uribe tiene guerrilleros militando en su CD, correa y mujic fueron buenos presidentes en su países, el uno de izq. El otro guerrillero.	
	Jorge Salamanca 5 @chatomion · 9 mar.  En respuesta a @CeDemocratico  En memoria del bello pueblo de Armero y sus más de cincuenta mil muertos, no permitirían votar por @ivanduque.  La historia es PARA conocerla	4	carlosperez1972 @carlosp62695786 - 28 feb. En respuesta a @HOLLMANMORRIS Y @petrogustavo con su corte hablando de malas alcaldías por favor la de el fu una de las peores	v ie
i	Marlon Arbelaez @mararbela · 9 mar.  En respuesta a @juancadelgado @ANNALVAREZG y a 7 más  El vende patria mayor y más arrastrado gusano al capital extranjero expoliador en la historia de Colombia es? AUV	•	Camilo @leonC28-28 feb. En respuesta a @betancur_olmes @petrogustavo Que humana, ese tipo es igual que Chávez , después que se robe el dinero los dejará comiendo basura en la calle , no se deje de llevar por palabras bonitas, busque quien lo está financiando y quienes son sus allegados.	~









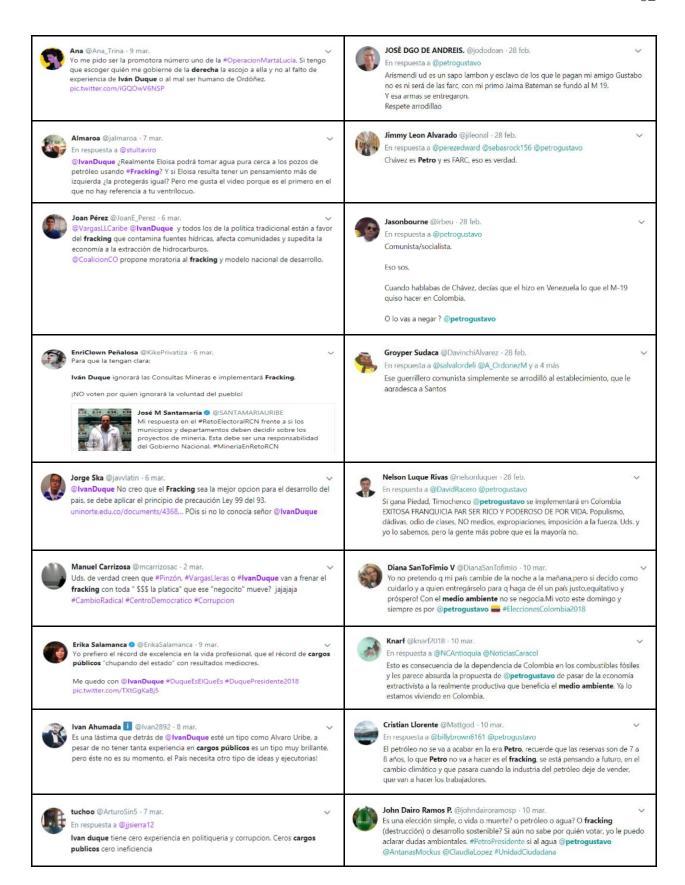
Nadya 🍯 🎑 @Morganadeleon · 9 mar.

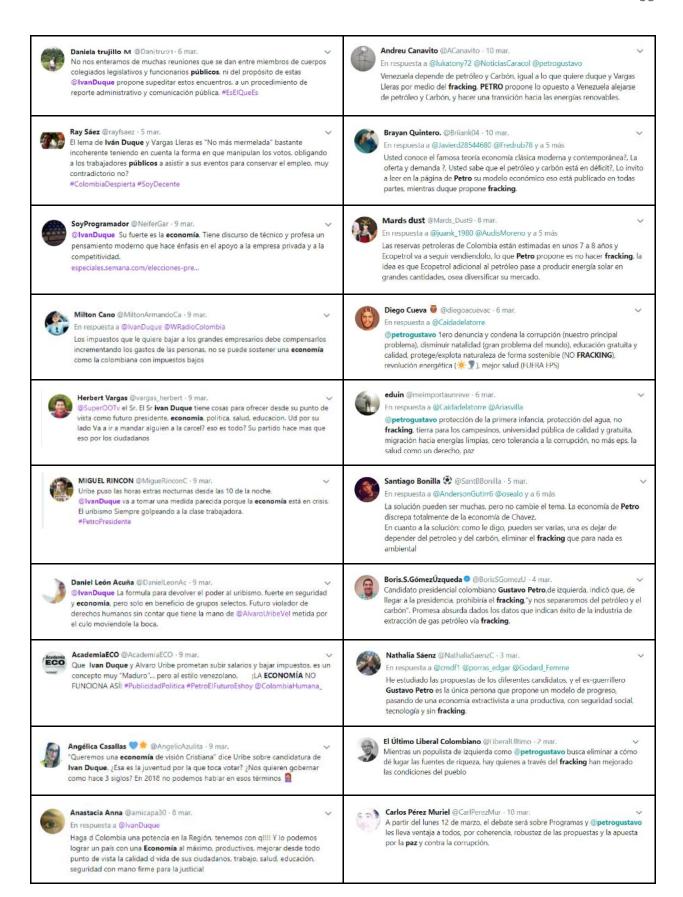
Les aclararon que no tenían tarjetones de muestra de la izquierda, solo los de la consulta de **derecha**, en palabras de la chica, y que les invitaban, muy cordialmente, a marcar la casilla de **Iván Duque**.

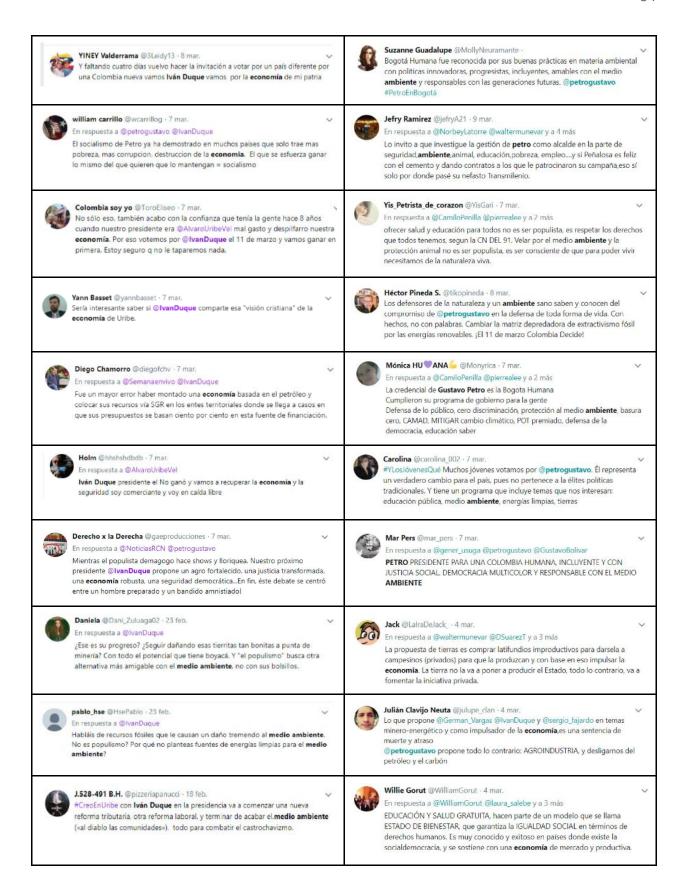


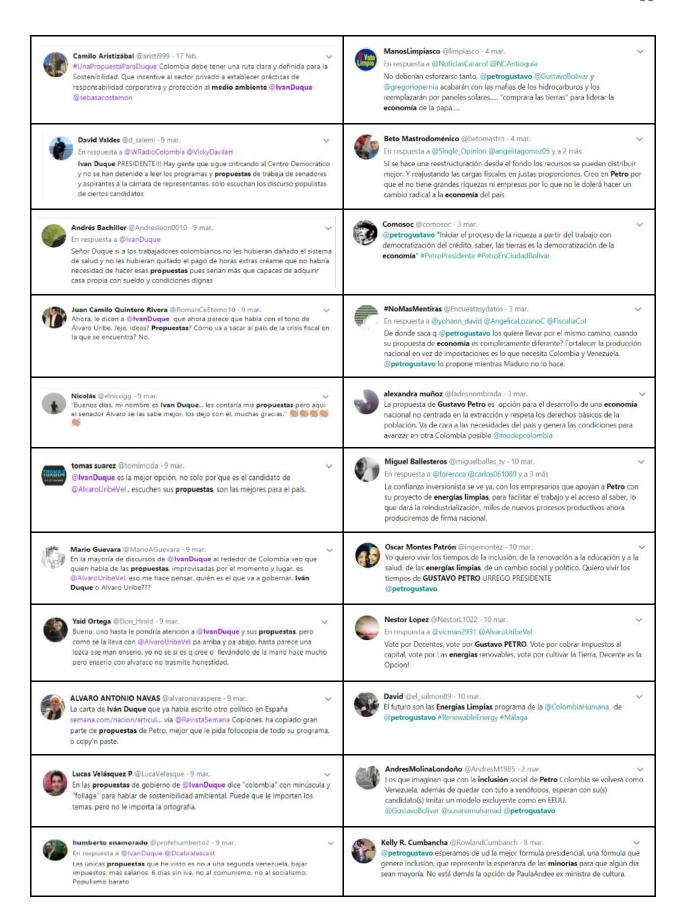
Daniela Sierra N. @SierraNavarretD - 28 feb.

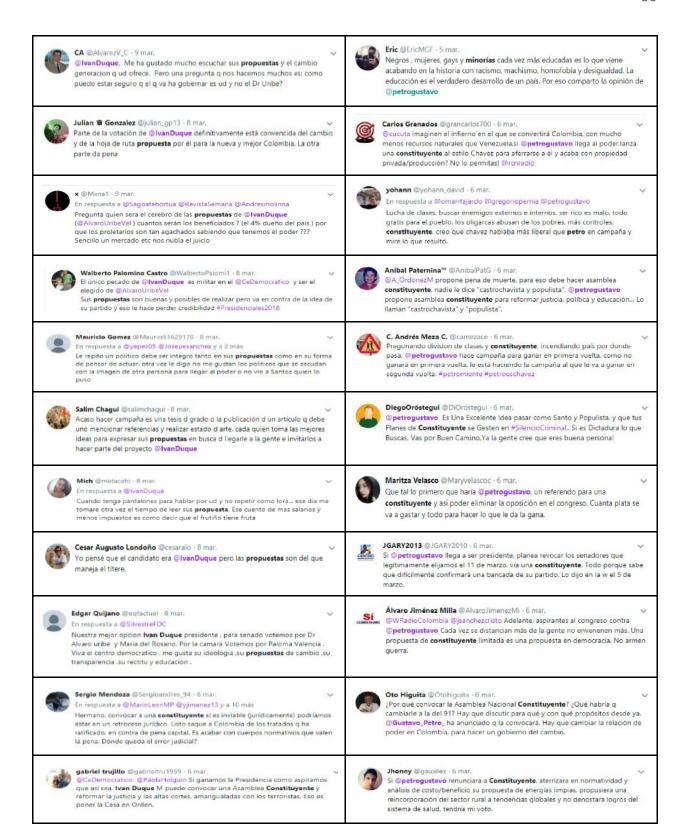
Por la dignidad de los pueblos del agua, 100+ decimos #ColombiaLibreDeFracking @elcarlosjuan @valentinacmpm @albertobemo @RJAColombia @wilcheschaux @cavendishia @FundacionalmaCO @alegriafonseca @CarlosSantiagol. @petrogustavo @SosSemana













Jorge A Lopez C @JorgeLopezCol · 6 mar. En respuesta a @RafaNietoLoaiza

X eso único Q va a acatar voluntad del pueblo constituyente primario Es el D derecha @A\_OrdonezM no queremos tibias como MLR "a FARC los esperamos para seguir trabajando con ellos" o @IvanDuque "NiTrizasNiRisas" Colombia dijo #No y #NoEsNo #YoVotoOrdoñezMarzo11



PIERRE ALEE @pierrealee · 26 feb.
El tiempo de la @ColombiaHumana\_ es ahora, con @petrogustavo perdimos el miedo, es la voz de las minorías #PetroPresidente