

Demonización, miedo, política del resentimiento y el colapso de las democracias contemporáneas desde procesos electorales. Estrategias discursivas a partir del Brexit, la elección presidencial en Estados Unidos y el plebiscito en Colombia*

Demonization, fear, politics of resentment and the collapse of contemporary democracies from electoral processes. Discursive strategies based on Brexit, the presidential election in the United States and the plebiscite in Colombia

Demonização, medo, política do ressentimento e o colapso das democracias contemporâneas desde os processos eleitorais. Estratégias discursivas do Brexit, da eleição presidencial nos Estados Unidos e do plebiscito na Colômbia

JUAN PABLO SARMIENTO ERAZO

Abogado de la Pontificia Universidad Javeriana, magíster y doctorado en Derecho de la Universidad de los Andes. Profesor de Facultad de Derecho y Ciencia Política de la Universidad de La Sabana. Miembro del grupo de investigación Justicia, ámbito público y derechos humanos.

Correo electrónico: juan.sarmiento3@unisabana.edu.co.
Orcid: 0000-0002-7303-3300.

* El trabajo de campo reflejado en este documento fue realizado con el apoyo de María Camila Benítez, Laura Andrea Escolar y Jorge Mario Neira, abogados de la Universidad del Norte.

Recibido: 2 de marzo de 2022

Aprobado: 31 de marzo de 2023

DOI: <https://dx.doi.org/10.14482/memor.50.231.417>



MEMORIAS

REVISTA DIGITAL DE HISTORIA Y ARQUEOLOGÍA DESDE EL CARIBE COLOMBIANO

Año 19, n.º 50, mayo - agosto de 2023

ISSN 1794-8886

Citar como: Sarmiento Erazo, J. (2023). Demonización, miedo, política del resentimiento y el colapso de las democracias contemporáneas desde procesos electorales. Estrategias discursivas a partir del Brexit, la elección presidencial en Estados Unidos y el plebiscito en Colombia. *Memorias: Revista Digital de Historia y Arqueología desde el Caribe colombiano* (mayo - agosto), 148-182.

Resumen

Entre 2015 y 2018, el mundo experimentó una avanzada notable de populismos en importantes procesos electorales. En distintos países se evidenciaron procesos electorales con resultados sorprendentes, que dan cuenta de la construcción de neopopulismos contemporáneos, la otredad y el extravío de valores liberales que parecían haberse alcanzado en las democracias contemporáneas. En este documento se toman tres casos de estudio: la elección y reelección del presidente de EE.UU., el Brexit y el plebiscito sobre el Acuerdo de Paz de 2016 y la campaña a la presidencia de Colombia de 2018. Por medio del software “Studio R” y el análisis de discurso de quienes lideraron estos procesos electorales, expondremos cómo pudo haber operado, en los casos de estudio, la demonización de la oposición y la otredad, reflejando términos más utilizados en cada uno de los discursos, lo que nos demostrará el uso del miedo, la demonización y la política del resentimiento en las campañas analizadas.

Palabras claves: demonización de la oposición, populismos contemporáneos, antagonismo y miedo.

Abstract

Between 2015 and 2018, the world experienced a notable advance of populism in important electoral processes. Electoral processes were evidenced in different countries with surprising results, which account for the construction of contemporary neopopulisms, the otherness and the loss of liberal values that seemed to have been achieved in contemporary democracies. In this document three case studies will be taken: the election and re-election of the US president, the Brexit, the plebiscite on the 2016 Peace agreement and the 2018 Colombian presidential campaign. Through the software “Studio R” and the analysis of the discourse of those who led these electoral processes, we will expose how the demonization of the opposition and otherness could have operated, in the case studies, reflecting terms most used in each of the speeches, which will show us the use of fear, demonization and the politics of resentment in the campaigns analyzed.

Keywords: demonization of the opposition, contemporary populisms, antagonism and fear.

Resumo

Entre 2015 e 2018, o mundo experimentou um notável avanço do populismo em importantes processos eleitorais. Processos eleitorais com resultados surpreendentes foram evidenciados em diferentes países, que dão conta da construção dos neopopulismos contemporâneos, da alteridade e da perda de valores liberais que pareciam ter sido alcançados nas democracias contemporâneas. Neste documento, serão realizados três estudos de caso: a eleição e reeleição do presidente dos Estados Unidos, Brexit, o plebiscito sobre o Acordo de Paz de 2016 e a campanha para a presidência da Colômbia em 2018. Por meio do software “Studio R” e da análise do discurso daqueles que lideraram esses processos eleitorais, vamos expor como ele poderia ter funcionado, nos casos de estudo, a demonização da oposição e da alteridade, refletindo os termos mais utilizados em cada um dos discursos, que nos mostrarão o uso do medo, da demonização e da política do ressentimento nas campanhas analisadas.

Palavras chave: demonização da oposição, populismo contemporâneo, antagonismo e medo.

Discusión y metodología

El lenguaje y la retórica son elementales para el ejercicio del poder. A partir del *ethos* –la imagen que da de sí mismo el emisor para captar a la audiencia y acercarse a ella–, el *pathos* –el uso del sentimiento para afectar el juicio de un auditorio sobre una cosa o persona– y el *logos* –los argumentos y los razonamientos que se esgrimen para la actividad persuasiva– podemos encontrar variaciones y la profundización de la “demonización” en los procesos electorales bajo observación. Este fenómeno pretende alterar percepciones y realidades sobre un acontecimiento, descripción o una persona a partir de presentarla como nocivas para la sociedad, generalmente con pocos argumentos válidos (*logos*) pero con gran carga emocional (*pathos*), lo que presupone, a la inversa que el emisor de la satanización se victimice o sacraliza (*ethos*) (Romero y Römer, 2016).

La demonización buscaba imponer una línea de pensamiento único en función del líder y, a la vez, simplificar las propias relaciones contra su oposición ideológica en la abreviación de lucha entre el bien y el mal. Esta estrategia discursiva, amparada en el patriotismo radical, el racismo, el *apartheid*, el machismo, el feminismo, la homofobia, la preparación de actos bélicos, la religión, la oposición política o las minorías étnicas conlleva consigo una carga negativa hacia el sujeto con convicciones contrarias, lo que a la vez conduce a la sacralización del emisor en ese *ethos*, atrayendo la opinión de ese auditorio hacia aquello sobre lo cual se genera atracción o miedo. De esta manera, pretende una conexión sentimental con esa audiencia a través de la transposición de la lucha entre el bien, representado por el emisor y el mal, representado por la oposición (Romero y Römer, 2016).

De esta manera, se consigue la construcción simbólica de una realidad contraria al bien, por lo que se genera en la cognición social una condición, rasgo, comportamiento o atributo que hace que su portador sea culturalmente inaceptable, inferior o menospreciado, lo cual da lugar a una carga de discriminación, paradigmas erróneos, estereotipos, tópicos e invisibilización que impiden entender al otro como un sujeto racional, portador de derechos y moralmente equitativo. La demonización estimula en la opinión pública generalizada una reacción de descrédito que elimina las restricciones morales y el iusnaturalismo de existencia de sus portadores, legitimando la conculcación de sus facultades políticas, económicas o sociales e incluso sus propios derechos inalienables, buscando que al contrario se le dificulte la defensa de sus derechos, hacerlo moralmente inferior, criminalizar sus puntos de vista, radicalizar el discurso, distraer y polarizar a la

sociedad; mientras, por otro lado, se trasponen las ideas del emisor como acertadas y justificadas expresa o tácitamente. Esa técnica retórica fija los cimientos de un enfrentamiento real o imaginario para causar temor social y permite a su emisor ejercer el poder sin frenos o límites contra cualquier opositor, pues cualquier persona que se oponga a dicho ejercicio en función de un supuesto bien común, es señalado como cómplice del mal. El contenido de estos discursos coadyuva a que las audiencias se identifiquen con los agresores e imiten sus actos, en tanto extiende un nexo sentimental y, en consecuencia, de identificación, lo cual provoca una vinculación emocional-empática (Romero y Römer, 2016).

No obstante, en los últimos años, la demonización de la oposición se profundizó en un escenario que parecía haber superado los umbrales mínimos de democracia, libertades públicas, tolerancia e inclusión. De esta forma, en los años recientes, el mundo occidental se ha visto inmerso en un escenario impensable, donde las democracias parecían estar muriendo desde adentro (Levitsky y Ziblatt, 2018). En solo dos años, los procesos electorales y de participación más relevantes dieron giros inesperados, atribuidos a discursos que demonizaron a algunos sectores de la sociedad, a la creación y explotación del miedo y de diferencias de valores, credos, cultura y raza, por medio de discursos abiertamente discriminatorios.

Este escenario se profundizó de la mano de tres procesos de participación democrática que coincidieron en el tiempo y lograron decisiones mayoritarias en torno a la división, segregación y el retorno a la guerra obtuvieron: el plebiscito para la refrendación del Acuerdo de Paz en Colombia, de 2016, el Brexit en el Reino Unido, en el mismo año, y la elección presidencial en Estados Unidos. Quizá, este año sea recordado como un punto de inicio o de un “paréntesis a la democracia desde adentro”, estimulada por el amplio acceso a la información por medio de redes sociales, que se conjugó con liderazgos que construyeron una nueva versión de las elecciones y la participación popular, arribando a la “política de resentimiento” (Fukuyama, 2018).

En este documento se pretende hacer una aproximación a la “demonización” de la oposición (Romero y Römer, 2016), cómo se ha construido la otredad desde el antagonismo, cómo se ha burlado los derechos de las minorías y cómo se desfiguró el poder del Estado en largos y estériles debates, que, si bien capitalizan políticamente a sus portadores, debilitan el poder y erosionan la legitimidad de las instituciones. A partir de los aportes de Fukuyama (2018), Levitsky y Ziblatt (2018), Romero y Römer (2016), Naim (2016) y Freud (2017) se construirá un mar-

co operacional que permitirá interpretar la segunda parte de este documento, la recolección de información de discursos y los resultados del *software* “Studio R”.

Por medio de este ejercicio se realizó el conteo de palabras, la identificación de patrones y la estrategia discursiva que permitieron identificar contra quién se orientó la indignación, el apasionamiento mimético y las frustraciones de los votantes, en aras de resultados electorales que, al final de cuentas, nos permiten ver que se trata de una estrategia política de largo aliento, que no finaliza con el proceso electoral o el mecanismo de participación en concreto, sino que pretende garantizar la victoria electoral de un grupo o representante político.

De esta manera, se recogieron los más extensos y difundidos discursos, en los momentos claves de los procesos electorales objeto de estudio. Posteriormente se procedió a realizar un análisis de contenido de base interpretativa de las frases divulgadas por los discursos objeto de observación, que se consideraron centrales para cada proceso, en tanto fueron los más extendidos, de mayor divulgación y en momentos claves de cada campaña. Para el análisis de contenido cualitativo, acogiendo los resultados preliminares de Romero y Römer (2016), se identificarán los sustantivos y adjetivos que pretendían crear eslóganes de campaña –“soundb-ytes”, frases u oraciones sin mucha complejidad que consiguen la atención de los medios y la opinión pública–, crear un enemigo –ilustrar la lucha del bien o del mal–, o polarizar o radicalizar las posiciones ideológicas –exposición a aquellos líderes y sectores que no apoyaban su gestión, así como personalidades de otros países, como enemigos– (Romero y Römer, 2016). En cada proceso electoral se indicarán cuáles fueron los discursos que se utilizaron y fueron objeto de análisis y conteo. En casi todos los discursos predominó la (des)calificación de la oposición o las minorías, más que la exaltación de algún atributo de quien pronunciaba el discurso.

Para desarrollar el argumento, este texto se dividirá en dos partes. En primer lugar, se hará una breve construcción del marco operacional sobre la demonización, posverdad y la política del resentimiento (I), para luego presentar los resultados obtenidos respecto al mismo fenómeno desde los estudios de caso del Brexit, elecciones en EE.UU. y plebiscito en Colombia (II).

Política del resentimiento, demonización y modernidad líquida

El Brexit, los resultados del referendo del 2 de octubre de 2016 para aprobar los acuerdos de paz entre el Gobierno colombiano con las FARC-EP y los resultados de las elecciones presidenciales en Estados Unidos, han sido muestra de una “política del resentimiento” (Fukuyama, 2018) que emergió como consecuencia de un alterado proceso deliberativo, por lo que algunos autores la han llamado la “posverdad” (Carmagnola, 2006) y por otros “modernidad líquida” (Bauman, 2015) y que de la mano de nuevos “populismos” ha empobrecido el concepto de ciudadano y ha llegado al proceso que Owen Fiss anticipaba como el resultado de depositar las decisiones políticas en “consumidores” de un “libre” mercado de ideas (Fiss y Seña, 1997). Quizá el flujo de información, algoritmos que determinan preferencias y discursos en la “posverdad”, se ha convertido en fallas del mercado que tienen como resultado revertir algunos valores o alejarse de una mínima moralidad interna del discurso.

Lo anterior indica que el fenómeno es multifactorial. En primer lugar, la “posverdad”, como vehículo de la demonización. Segundo, el populismo y la política del resentimiento, como lógica social y un modo de construir lo político, que se ha cimentado desde las relaciones antagónicas y una visión totalizante y diferenciadora de la sociedad. Tercero, las rupturas sociales, producto de una historia de segregación, grupos sociales minoritarios a quienes se les puede atribuir todos los males de la sociedad, y un grupo mayoritario dispuesto a hacerlo.

La conjunción de estos factores parecería ser producto de una expresión ideológica y una construcción de lo político desde la diferenciación entre grupos sociales, que se construye a partir de la negación del otro, llámese musulmán, extranjero, cristiano, homosexual, negro, mientras que las demandas colectivas realmente relevantes permanecen suspendidas (Laclau, 2005). Las instancias representativas, sean candidatos, primeros ministros, congresistas, expresidentes, presidentes, han optado por construir la identidad popular mediante la articulación de demandas sociales sin contenidos específicos y, con ello, han dado lugar a una “democracia autoritaria contemporánea”, que quizá estalló y dejó ver su cara más violenta en 2016, y sin lugar a dudas se materializó en la mayor amenaza a la democracia estadounidense en enero de 2021, con el ataque al Capitolio.

El populismo indica que esas demandas se desplazan, contingentemente, unidas por su común insatisfacción frente a un otro antagónico (Salinas, 2011). Por su-

puesto, los anteriores renglones no están desconociendo un hecho evidente: no hay un umbral de democracia. El concepto de democracia ha sido siempre nebuloso, ha cambiado de significado con frecuencia y la tradición liberal le ha dado una carga emocional importante. Empero, la democracia contemporánea se caracterizaba, por lo menos en su formulación institucional y formal, por la ponderación y reconocimiento de las minorías, como portadoras de derechos fundamentales y mínimos de dignidad humana.

No obstante, la experiencia reciente ha agotado esta característica, y con la crisis de representatividad y la amenaza constante de enemigos polimorfos que trascienden fronteras, se ha convertido en un proceso empobrecido, aparentemente participativo, en el cual se garantiza institucionalmente la periodicidad de las elecciones de los órganos constituidos, la libertad de elegir y ser elegido e instituciones independientes para el control del proceso electoral. Sin embargo, se considera empobrecido y no sustantivo en la medida en que la distribución de los medios de producción, la estructura social y la existencia de élites y centros de poder vs. periferia distorsionan la capacidad participativa y la composición de las instituciones, y provocan que la democracia se convierta en un procedimiento institucional más formalizado que material (Sarmiento, 2013), acentuados ahora por la “posverdad” e imaginarios de la aniquilación del otro, en el mejor de los casos, por medios asépticos, en territorios periféricos y privando de libertades a aquellas minorías que potencialmente podrían resultar amenazantes, aun en forma virtual.

Este fenómeno ha ganado especial vitalidad por medio de la “demonización” contemporánea del enemigo polimorfo. Así, sea desinformando o alterando percepciones y realidades sobre un acontecimiento, descripción o una persona a partir de presentarla como nocivas para la sociedad, generalmente con pocos argumentos válidos (*logos*) pero con gran carga emocional (*pathos*), han conseguido la satanización de las minorías o se sacralizan (*ethos*) las maneras populistas de gobierno o de construcción de lo político (Romero y Römer, 2016).

La “demonización” estimula en la opinión pública una reacción de descrédito que elimina restricciones morales (Romero y Römer, 2016) y produce el “abandono sublimado” (Freud, 2017), legitimando la conculcación de derechos o criminalizando la diferencia misma (Romero y Römer, 2016). La técnica de la demonización implanta la idea de un enfrentamiento real o imaginario para causar temor, que pretende expandir el poder del emisor del discurso, en tanto quien se opone a él es cómplice del mal o atenta contra el interés común. El nexo emocional-empático

se crea o fortalece a través de la identificación de la audiencia con el líder populista o candidato, como portador del contenido satanizador de su discurso (Romero y Römer, 2016).

El proceso parece transitar entre la idealización (Freud, 2017) y la repugnancia (Nussbaum, 2006). De una parte, el liderazgo populista contemporáneo lograría el abandono sublimado y el abandono de las funciones adscritas al ideal, de manera que todo lo que el objeto –líder populista o candidato– hace o exige es bueno e irreprochable. La conciencia moral cesa, pudiendo llegar a justificar o experimentar el crimen sin remordimiento (Freud, 2017, p. 59). Esta fascinación y servidumbre es producto del enriquecimiento de las calidades del objeto –el candidato o líder populista en nuestro caso– que se introyectan en el auditorio, provocando un estado similar al de la hipnosis, bajo las mismas pruebas de sumisión, docilidad, ausencia de crítica y renuncia a toda iniciativa personal.

Es una “parálisis” producida por la influencia de una persona omnipotente sobre un sujeto impotente y sin defensa, que se extiende en el colectivo dada la idealización por un mismo objeto, a consecuencia de la cual se ha establecido entre ellos una general y recíproca identificación del –yo– (Freud, 2017, pp. 60 y 62). Estos fenómenos de dependencia social dominan al individuo por las influencias del “alma colectiva”, tales como las propiedades raciales, prejuicios de clase, opinión pública, que se ejerce no sólo por el “caudillo”, sino por cada uno de los individuos, sobre los demás, en un proceso de “sugestión recíproca” (Freud, 2017, p. 64). El “instinto gregario” se podría estar exacerbando por medio del acceso amplio a la información producida y compartida por redes sociales –algunas condicionadas por algoritmos–, que explotan el sentimiento de “incompleto” del individuo y su miedo a las consecuencias de oponerse al “rebaño”.

Por otra parte, la repugnancia juega un papel relevante en los casos de estudio. Ciertamente, la demonización de minorías conduce a que los crímenes puedan convertirse con mayor facilidad en el vehículo de la necesidad de demonizar. Aunque la repugnancia cumple un rol imposible de ser eliminado en la sanción legal –derecho penal–, al actuar como elemento de contención de la moralidad comunitaria (Nussbaum, 2006, pp. 199-200), puede jugar un papel inverso cuando la emoción desprovee los límites morales de la sociedad, cuando la repugnancia se orienta a minorías (musulmán, migrante, cristiano, homosexual, negro, excombatiente), y sobre quienes recaería la ira y el temor (Nussbaum, 2006, pp. 74-75), y con ello, la justificación de un acto atroz, o cuando menos, la promesa de una exclusión más severa.

Lo anterior también ha sido descrito por Fukuyama (2018) como la “política del resentimiento”, o “recesión democrática”, citando a Larry Diamond. Esta recesión se caracterizó por el retroceso de democracias liberales que parecían haberse consolidado en los años 90, junto a nuevos actores hegemónicos, como Rusia y China. Probablemente, Hungría, Turquía, Tailandia, Polonia, y el “invierno árabe” –o el naufragio de la primavera árabe en Libia, Yemen, Irak y Siria, que se sumieron en guerras civiles, aunque pusieron fin a dictaduras prolongadas– dan la razón al fracaso en la expansión de la democracia. No obstante, el avance de modelos de desarrollo antidemocráticos y el colapso desde adentro de los procesos participativos y electorales prometen la expansión de movimientos iliberales que arribaron a grandes potencias como el Reino Unido y Estados Unidos, donde los valores liberales y la democracia parecían irreversibles (Fukuyama, 2018, pp. 22).

Sin embargo, el proceso del Brexit y la elección de Donald Trump en Estados Unidos se encuentran en un lugar común: una oposición férrea a la migración, a la que se le atribuiría la pérdida de empleos de la mano de obra nacional, la amenaza a las identidades culturales y la desindustrialización. Este fenómeno no es exclusivo, por supuesto, de los dos casos antes mencionados, pues el Frente Nacional en Francia, el Partido por la Libertad en Austria y Países Bajos y Alternativa para Alemania dan cuenta de la expansión decidida de los nacionalismos contemporáneos, eurofóbos y antimigrantes. Así, la “política del resentimiento” se materializa en una amplia variedad de casos, en los que el líder político moviliza a sus seguidores en torno a la percepción de dignidad del grupo, que ha sido ofendida, desprestigiada o ignorada, llevando a una demanda de reconocimiento público, alimentada posiblemente por una “sugestión recíproca” (Freud, 2017) y sentimientos de “repugnancia” (Nussbaum, 2006) por la diferencia y la diversidad. El grupo “humillado” busca la restitución de su dignidad, más allá de la ventaja económica (Fukuyama, 2018, p. 23).

Fukuyama (2018, p. 23) ofrece ejemplos como el de Vladimir Putin y la humillación rusa o tragedia que supuso el colapso de la Unión Soviética; Viktor Orbán y la pérdida de soberanía de Polonia y del futuro de la nación, al haberse integrado a la Unión Europea en 2010; Xi Jining y los “cien años de humillación” china que impusieron Estados Unidos y Japón, así como un pasado milenarismo imperial; Donald Trump y la promesa de “hacer que Estados Unidos sea grande de nuevo”, invocando a los votantes rurales, despreciados por las élites urbanas y sus aliados, los medios de comunicación, quienes los ignoraban permanentemente (Fukuyama, 2018, p. 25).

Es probable que el ascenso de la “política del resentimiento” produjeran que las ventajas electorales fuesen cada vez más apretadas y la habilidad de gobernar se haya vuelto más manipuladora y pragmática. El entorno electoral disperso y fragmentado ha sido explotado por partidos políticos o movimientos sociales que tienen opiniones extremas, sin necesidad de atraer votantes, y gozan de una influencia desproporcionada, que ha conducido a que los partidos tradicionales y otros movimientos sociales más medidos no tengan más alternativa que construir coaliciones con estos socios para poder gobernar (Naim, 2016, p. 135). Es quizá lo que Levitsky y Ziblatt (2018, p. 83) llaman “abdicación colectiva”, que traslada la autoridad a un líder que amenaza la misma democracia con la idea errónea de poder controlar o domar a una persona autoritaria. Estos grupos minoritarios logran posicionar sus discursos extremos cuando los votantes, desilusionados por promesas incumplidas, se adhieren a la fatiga de tener las mismas caras en el poder, el desgaste natural de los gobernantes y decisiones que pueden ser criticados con facilidad por sus resultados (Naim, 2016, pp. 135-139).

Ahora bien, los populismos no son recientes y las políticas de exclusión o de resentimiento tampoco lo son. Sin embargo, un ingrediente que exacerbó esta situación han sido las redes sociales, donde “todos informan” y “todos deciden”, que, por demás, fueron cooptadas por algoritmos que determinaban los contenidos que profundizaban las preferencias, prejuicios e insatisfacciones del electorado. El problema no reside exclusivamente en el “bloguero convertido en analista” (Naim, 2016, p. 315), sino en la instrumentalización de algunas opiniones para fines políticos, que han profundizado, posiblemente de forma irreversible, la polarización y la fragmentación de nuestras sociedades, evidente en los casos objeto de estudio en este texto, y que tiene como consecuencia paralizar la acción colectiva contra grandes desafíos como la pandemia por Covid-19 o el cambio climático (Naim, 2016, p. 318).

La caracterización de la “política del resentimiento”, los populismos y la idealización de ciertos discursos son complementados con cuatro indicadores que Levitsky y Ziblatt (2018) proponen para interpretar el colapso de la democracia, por medio del proceso electoral mismo. Los indicadores son los siguientes: 1. Rechazo (o débil aceptación) de las reglas democráticas; 2. Negación de la legitimidad de los adversarios políticos; 3. Tolerancia o fomento de la violencia; 4. Predisposición a restringir las libertades civiles de la oposición, incluidos los medios de comunicación (Levitsky y Ziblatt, 2018, p. 81). Son estos indicadores los que ilustran cómo algunos partidos y movimientos políticos ponderaron entre perder las elecciones

y perder la democracia, “abdicando colectivamente” para conservar el poder, a costa de la democracia y los valores liberales que contiene.

Si bien los indicadores construidos podrían describir el proceso electoral en Estados Unidos, puede descuidar la “demonización” de un actor, que no necesariamente es la oposición. En los casos objeto de estudio, como se observará a continuación, la oposición fue demonizada y deslegitimada, pero el discurso contra un grupo social también se hizo notar. La “eurofobia” y la migración fueron instrumentos importantes para el Brexit, como también lo fue la migración para la elección de Donald Trump en Estados Unidos. Para el caso del plebiscito sobre el Acuerdo de Paz con las FARC, el gobierno que estaba terminando su período y los excombatientes de ese grupo armado se convirtieron en el grupo social objeto de la política del resentimiento, alimentado sin dudas por el “instinto gregario” y la indignación por cuenta de la “impunidad” que se adjudicaba a los beneficios penitenciarios para excombatientes. Inclusive, la política del resentimiento y la demonización del acuerdo determinaron la elección del presidente Iván Duque, quien en campaña prometía congelar la implementación del Acuerdo de Paz.

A continuación, se pondrán a prueba los hallazgos del *software* “Studio R” y el análisis de discurso de quienes lideraron estos procesos electorales. Así, expondremos cómo pudo haber operado, en los casos de estudio, la demonización de la oposición y la otredad.

Brexit, elecciones en EE.UU. y plebiscito en Colombia, diferentes lugares, el mismo fenómeno

La construcción de la relación dicotómica –el bien y el mal– y antagónica entre la oposición y las minorías cobró especial relevancia en los procesos electorales objeto de estudio. Estos grupos sociales fueron objeto de desagrado o nocividad, extendidos a un patriotismo radical, a fin de obtener el favor de la opinión pública. El posicionamiento de los liderazgos populistas se construyó a través de la demonización o satanización de aquello con lo cual la opinión de ese auditorio siente atracción o miedo. De esta manera, los actores, como se verá, lograron la “conexión sentimental con esa audiencia a través de la transposición de la lucha entre el bien, representado por el emisor, y el mal”, representado por la oposición o la minoría (Romero y Römer, 2016). Para ilustrarlo, iniciaremos con la elección de Donald Trump (a), para luego exponer el mismo fenómeno con el Brexit (b), y concluir con el plebiscito sobre el Acuerdo de Paz en Colombia (c).

La elección de Donald Trump, la demonización de Barack Obama y la migración

Para el examen de la elección de Donald Trump, se tomaron los discursos de junio de 2015, el primer debate presidencial con la demócrata Hillary Clinton en septiembre de 2016, el segundo y tercer debate presidencial con la candidata demócrata en octubre de 2016, el discurso presidencial de posesión en el cargo y el primer y segundo debate por la reelección presidencial en 2019 contra el posterior presidente, Joe Biden. En total se extrajeron por medio del *software* “Studio R” y el análisis de discurso los términos nodales y más utilizados, excluyendo conectores lógicos, artículos y preposiciones, entre 11 535 palabras producidas entre todas las alocuciones objeto de observación.

Sin duda, las dos candidaturas de Donald Trump a la presidencia de Estados Unidos estuvieron determinadas por afirmaciones gratuitas, teorías conspirativas y la promesa de romper con un el pasado que representaban las élites urbanas norteamericanas. Con todo, los primeros discursos para la postulación a la presidencia enardecieron los ánimos, dirigiendo ataques a China y México por la pérdida de mano de obra, postulando como una de sus principales promesas la construcción de un muro entre Estados Unidos y México. Los discursos contra los migrantes, especialmente los mexicanos y centroamericanos, fueron exagerados, llamándolos “los drogadictos, violadores y criminales”. Un tercer eje del discurso se dirigió al presidente saliente, Barack Obama, y La Ley de Cuidados de Salud a Bajo Costo (*Affordable Care Act*), conocida como “Obamacare”, firmada el 23 de marzo de 2010. Aunque hubo otras afirmaciones en el discurso, los tres ejes descritos permiten identificar que en el primer momento se “demoniza” a la migración mexicana y el comercio Chino, se promete romper con un pasado de humillación y tragedia provocado por el gobierno demócrata que culminaba su período, por cuenta de los empleos que tenían los migrantes y el comercio exterior, particularmente de productos chinos, así como el estado de la infraestructura que tenía el país.

Palabra	Frecuencia
Nativos	571
Drogadictos	377
Violadores	376
Criminales	375
Latinos	364

Palabra	Frecuencia
Líder	344
Deshonrosos	281
Ilegales	249
Perdedores	215
Armas	194
Nefasta	189
América	183
Crisis	173
Frontera	162
Estupidos	150
Extranjeros	140
Muro	115
Presidente	49
México	42
Obama	41

El conteo de palabras del primer discurso, disonante si se quiere, da cuenta del esfuerzo del entonces candidato Donald Trump por demonizar la migración, provocar la indignación hacia su posible antecesor y la otredad. En el primer debate presidencial de Trump con Hillary Clinton (septiembre de 2016) atribuyó el desempleo a que “los trabajos se están yendo para México y China”, y que son los habitantes de estos lugares los que están “robándole” los empleos a los estadounidenses, y por ende es menester detenerlos. Quizá de la mano de la demonización, el punto novedoso fue el cambio climático, las energías renovables y el Acuerdo de París.

Palabra	Frecuencia
Industria	5
Política	5
Energía	4
Crisis	4
Desarrollo	3
Empleos	3
Inversiones	3
Obama	3
Armas	2
Negros	1

En el segundo debate con la candidata demócrata, Trump tuvo que eludir cuestiones sobre el acoso hacia las mujeres y la xenofobia. En ese momento, la situación migratoria en Siria era crítica, particularmente en Alepo, Guta oriental y Homs, frente a lo cual, el entonces candidato republicano no tuvo ningún problema en lanzar comentarios hacia el mundo musulmán y los sirios, invocando, en cualquier caso, el provecho económico que debía sacar Estados Unidos de los recursos no renovables que tiene Oriente Medio. Sus argumentos también se encaminaron a atacar al presidente saliente, Barack Obama.

Palabra	Frecuencia
Alepo	11
Siria	8
Mujeres	7
Civiles	6
Crisis	5
Rebeldes	3
Obama	3
Acoso	3
Terrorista	2
Aliados	2

El tercer debate de Trump con Hillary Clinton mostró una radicalización y evocación de la violencia en un discurso cada vez más radical. El punto de partida fue la posesión de armas y la autorización constitucional al porte de las mismas. Su discurso hilarante, propuso incluso permitir el porte de armas a estudiantes y profesores para defenderse de las agresiones que se presentan en escuelas del país. Los ataques personales a la candidata demócrata y al presidente Obama fueron claros, de cara a invocar la política de resentimiento hacia ese pasado elitista, urbano y pluralista.

Palabra	Frecuencia
Violencia	4
Armas	3
Fuertes	2
Obama	1
Muro	1
Inteligencia	1

Palabra	Frecuencia
Poder	1
Falacias	1
Tiranía	1

Aunque el apoyo recibido por Trump hacía menos sorprendente su victoria, supuso una ruptura de todas las formas previas. No obstante, en su discurso de posesión como presidente se mostró mesurado. En su discurso de posesión felicitó a la oposición demócrata, propuso vencer las divisiones, honrar a los veteranos y renovar el sueño americano. Con todo, luego de cuatro años en la presidencia de Estados Unidos y un verdadero espectáculo, la erosión que supuso estar expuesto a medios, redes sociales y la negación misma de los riesgos y efectos de la pandemia por Covid-19, el presidente republicano se presentó a la reelección con un discurso más radicalizado y el lema “sueño americano”, afirmándose como el salvador de este sueño, que se veía amenazado por su competidor, el demócrata Joe Biden. Con acusaciones ligeras, comunes para el gobierno populista, Trump acusaba a Biden de tomar las donaciones de los trabajadores y enviar sus recursos y empleos a China. También se atribuye medidas y resultados relativos al empleo, inclusive para migrantes: “se le dieron buenos empleos a los hispanos, negros y asiáticos”. Con ello, afirmaba, su presidencia había realizado más por la comunidad negra que Biden en 47 años de vida política. Con este discurso, Trump concreta el recurso al resentimiento hacia los migrantes ilegales: “ellos van a venir a robar lo nuestro, los criminales extranjeros”, y elude las críticas recibidas por el manejo de la pandemia por Covid-19. El propósito central de su discurso por la reelección se orientó a los ataques contra Biden, la demonización de su política migratoria y su incapacidad para enfrentar los desafíos que tenía el país.

Palabras	Frecuencia
Biden	14
Empleos	4
Muro	3
Criminales	2
Sueño	2
Cárcel	1
Racistas	1
Inmigrantes	1
Poder	1

El primer debate entre Trump y Biden fue calificado por muchos como un desastre. El principal argumento de Trump fue el fraude electoral que se estaba fraguando, y llamados soterrados a reacciones violentas en caso de que perdiese la elección. Aunque en ese momento parecían inofensivos, provocaron un escenario inédito e impensable en enero de 2021, con un intento de toma del Capitolio, en el corazón de Washington y la democracia estadounidense. Los temas relativos al cambio climático y el acuerdo de París giraron en torno al empleo y la competitividad de Estados Unidos. No obstante, el discurso se orientó a deslegitimar la elección misma, al insinuar constantemente que si perdía las elecciones sería como consecuencia de un fraude electoral de inmensas proporciones. Trump amplifica las críticas a la capacitación centrada en la raza y el género en las agencias federales, defendiendo la orden ejecutiva que prohíbe al Gobierno federal y a los contratistas federales promover “estereotipos de raza o sexo o chivos expiatorios” en la capacitación de los trabajadores del Gobierno, y luego agregó: “enseñar a la gente a odiar nuestro país, y no voy a hacer eso”.

En este debate, Trump también apostó por el desprestigio de su opositor, insinuando que su hijo, Hunter Biden, tenía importantes contratos con China y Ucrania. Insinuaba con ello el riesgo para la soberanía de Estados Unidos, e intenta vincular al candidato republicano con intereses extranjeros.

Palabras	Frecuencia
Impuestos	20
Economía	8
Delitos	6
Obama	5
Presionado	4
Izquierda	4
Miedo	3
Legitimación	3
Ataques	3

En el segundo debate a la presidencia Trump aprovechó la oportunidad para encasillar al candidato demócrata como un “típico político”, vinculado a Washington, sus élites urbanas y el pasado gobierno. Sin embargo, el republicano contaba con una crisis humanitaria que saltaba a la vista, consecuencia de la separación de niños de sus padres, como mecanismo de presión a los migrantes centroamericanos. Imágenes sobre migrantes menores, separados de sus padres, generaron

un poderoso impacto en la opinión pública. Nuevamente, en este debate, el presidente Trump se propuso sacar a flote los negocios familiares de Hunter Biden, a pesar de las conclusiones de una comisión independiente, con el fin de vincular al candidato demócrata con actos de corrupción.

Palabra	Frecuencia
Familia	4
Política	4
Gobierno	3
Obama	3
Hunter	3
Impuestos	3
Racistas	2
Inmigrantes	2
Inteligencia	1

La victoria electoral de Biden se vio empañada por los hechos de violencia ocurridos el 6 de enero de 2021, cuando seguidores del presidente Trump atacaron el Capitolio, como consecuencia de incitaciones del presidente republicano y su abogado, Rudy Giuliani, luego de afirmar desde varios espacios y redes sociales que los resultados electorales habían sido un fraude y que podrían evitar la certificación de la victoria de Joe Biden que debía realizar el Congreso. Las pancartas y discursos de los manifestantes dejan ver la profunda división, la idealización y el resentimiento que provocó en los manifestantes por “Save America” y “stop the steal”, junto a grupos más radicales como Proud Boys y los suscriptores de la plataforma QAnon. No obstante, este discurso tuvo eco en el partido republicano, que lo calificó de “abdicación colectiva” a un líder populista, que prefería conservar el poder a costa de la democracia. El 11 de enero, el expresidente Trump admitió parcialmente ante el Congreso republicano que tuvo incidencia en los hechos violentos del 6 de enero¹.

En el marco de la metodología seleccionada, se realizó el análisis de contenido cualitativo, se identificaron los sustantivos y adjetivos que pretendían crear eslóganes de campaña, crear un enemigo, o polarizar o radicalizar las posiciones ideológicas (Romero y Römer, 2016). Los resultados fueron los siguientes:

¹ «House GOP leader says Trump both sought to blame antifa for Capitol violence and admitted he’s partly responsible». www.cbsnews.com (en inglés estadounidense). Consultado el 12 de enero de 2021.

Crear un enemigo	México
	Frontera
	Ilegales
	Latinos
	Violadores
	Criminales
	Drogadictos
	Siria
	Rebeldes
	Terroristas
	Inmigrantes
Polarizar o radicalizar las posiciones ideológicas	Izquierda
	Obama
	América
	Nefasta
	Crisis
	Biden
	Hunter
Crear un eslogan de una campaña	Tiranía
	Muro
	Poder
	Fuertes
Sueño	

Pasaremos ahora a analizar el Brexit, sus estrategias y apropiación discursiva, a partir de la idealización, demonización y diferenciación. Si bien el Brexit no tuvo el desenlace violento de la elección presidencial norteamericana, refleja el mismo fenómeno: la política del resentimiento y la instrumentalización política en medio de un proceso electoral.

Brexit, la eurofobia y la demonización de la migración

La tensión entre el Reino Unido y la UE no es nueva, y para entenderla debemos remontarnos unos años atrás cuando Gran Bretaña se unió a la conocida Comunidad Económica Europea (CEE). En 1973, el Reino Unido consiguió incorporarse a la Comunidad Económica Europea junto con Irlanda y Dinamarca. Desde el comienzo, su relación con esta comunidad fue compleja. Sólo dos años después de unir-

se, el 5 de junio de 1975, se celebró el primer referéndum para solicitar la voluntad de la gente de permanecer en la CEE.

Quizá el argumento central del Brexit se resume en que los británicos percibieron un desbalance de su aporte a la Comunidad Europea frente a los beneficios que obtenían de ella, y que su dependencia de la Unión Europea le restó importancia a escala global. Es probable que en este caso objeto de observación, las categorías de “sugestión recíproca”, el “instinto gregario” (Freud, 2017, p. 64) y la explotación de un sentimiento de “humillación” (Fukuyama, 2018) fueron los fenómenos que mejor explican los discursos y resultados del Brexit.

El 23 de julio de 2016 se llevó a cabo la votación y más de 46 millones de personas estaban llamadas a hacerlo. La pregunta consistía en: *Should the United Kingdom remain a member of the European Union or leave the European Union?* (“¿Debe el Reino Unido continuar siendo un miembro de la Unión Europea o salir de la Unión Europea?”). Se plantearon dos opciones posibles: permanecer o abandonar. Los resultados fueron un 51,9 % (17 410 742 votos) en la opción de abandonar frente a un 48,1 % (16 577 342 votos) la de permanecer, y se obtuvo un 99,92 % de votos válidos frente a un 0,08 % de votos nulos o en blanco. Como ilustra Naim (2016), se trata de un caso en el que los estrechos márgenes exponen la división y la paralización de una acción colectiva, la fractura y búsqueda distópica de una identidad nacional, y la amenaza a valores tradicionales, en peligro por migrantes y el pluralismo.

Para comprobar los fenómenos antes indicados, se tomó el discurso de David Cameron del 7 de mayo de 2015 y su discurso luego de su derrota al referéndum, 24 de junio de 2016; el discurso de Theresa May del 19 de julio de 2017; el discurso de Boris Johnson, en Manchester, del 27 de julio de 2019; el discurso de Richard Ashworth del 27 de marzo de 2019, y los dos discursos de Nigel Farage en su campaña por el Brexit. Siguiendo con la metodología propuesta, por medio del *software* “Studio R” y el análisis de discurso fue posible identificar los términos nodales, entre 12 102 palabras producidas entre todas las disertaciones objeto de observación, que reforzaron y probablemente determinaron la decisión popular antes descrita.

En su discurso del 7 de mayo, David Cameron refleja algunas preocupaciones por mantener al margen a los integrantes del partido UKIP y los grupos antieuropeos. En su discurso es claro que el Brexit no estaba en los planes de Cameron, tal como se advierte en su discurso.

Palabra	Frecuencia
Gobierno	10
País	9
Reconstruir	5
Valores	5
Sistema	3
Problemas	3
Político	3
Sociedad	3
Responsabilidades	2
Construyamos	2
Parlamento	2
Libertad	1
Justicia	1
Derechos	1
Conservadores	1
Liberales	1

No obstante, los resultados del referéndum llevaron a David Cameron a presentar su dimisión. En su discurso del 24 de junio indicó que el resultado fue un pronunciamiento popular y como gobierno estaría en la obligación de respetarlo. Tranquilizó a los mercados y a los inversores, llamando a la fortaleza y solidaridad con el Reino Unido en esos momentos, aunque mantuvo su argumento de que Gran Bretaña era la más fuerte, segura y mejor en la Unión Europea. Sin duda, los resultados del Brexit sorprendieron a David Cameron.

Palabra	Frecuencia
Reino Unido	9
País	8
Decisión	8
Unión Europea	6
Liderazgo	3
Economía	3
Mundo	3
Democracia	3
Referéndum	3
Mercados	2

Palabra	Frecuencia
Historia	2
Inglaterra	2
Bancos	2
Nacional	2
Partido	2
Decisiones	2

Theresa May, como primera ministra que sucedió a David Cameron, identificaba el Brexit con “valores que su partido promueve”. Quizá para exaltar el sentimiento de humillación, May afirma estar preocupada por los valores bajo los que se ha fundado el éxito de la nación, que no pueden darse por sentado, y que deben prevalecer, debido a que son el producto del trabajo duro de siglos de sacrificios, entre ellos: seguridad, libertad, oportunidades, decencia, moderación, patriotismo. La primera ministra en su discurso los profundos cambios e inseguridad, dado que las fuerzas de la globalización y la búsqueda de mercados libres han traído niveles de riqueza y oportunidades sin precedentes, para el país y también para el mundo, pero no todos disfrutaban de esos beneficios.

Palabra	Frecuencia
Mundo	5
Valores	5
Convicciones	3
Liberal	3
Poder	3
Populistas	2
Compromiso	2
Estado	2
Cooperación	2
Políticas	2
Oportunidades	2
Instituciones	2
División	2
Inseguridad	2
Mercados	2
Globalización	2

No obstante, May no logró conformar un gobierno que satisficiera a los grupos pro-Brexit y a quienes se oponían a este. En su intento por evitar un Brexit “duro”, perdió legitimidad en los dos sectores, pues los más conservadores esperaban una salida pronta y profunda de la Unión Europea, mientras que los sectores que se opusieron al Brexit no estaban dispuestos a aportar a un gobierno que efectivamente trabajara en esa dirección. Boris Johnson, partidario de un Brexit “duro”, aprovechó esa oportunidad para exaltar la necesidad de salir de la Unión Europea y capitalizó prontamente su participación en la campaña a favor del Brexit. En su discurso del 27 de julio de 2019, Johnson recoge los sentimientos de exclusión y ataca a las élites y centros de poder, para señalar al pasado y figuras políticas tradicionales, que no encajan en el trabajo de los políticos porque estos no entregan lo que se necesita, y resaltó que cuando el pueblo británico votó a favor de abandonar la Unión Europea, no solo estaba votando contra Bruselas, estaba votando contra Londres y contra todas las concentraciones de poder en centros remotos.

Al igual que su antecesora, exaltó la “humillación” que pudo haber sufrido el Reino Unido, en tanto el Brexit constituiría una gran oportunidad para hacer cosas que durante décadas no les han permitido hacer, era una gran oportunidad para deshacerse de trámites burocráticos para crear puestos de trabajo, así como para desenredar la creatividad y la innovación.

Palabra	Frecuencia
País	6
Oportunidad	4
Poder	4
Unión Europea	4
Cultura	4
Servicios Públicos	4
Seguridad	3
Éxito	3
Responsabilidad	2
Necesidad	2
Fortalecer	2
Innovación	2
Crecimiento	2
Poderes	2
Autoridad	2
Gobierno	2

Richard Ashworth, eurodiputado conservador británico, atizó el debate. En su posición en contra del Brexit resaltó que la prensa británica mantuvo durante 20 años mentiras populistas, y resaltó las consecuencias de esto: un país dividido como nunca antes y una Cámara de los Comunes en crisis.

Palabra	Frecuencia
Europeos	2
Crisis	2
Paz	2
Brexit	2
Luchar	2
Defender	2
Prosperidad	1
Continente	1
Ingleses	1
Populistas	1
Responsables	1
Decisiones	1

Estas intervenciones produjeron una fuerte reacción de Nigel Farage, uno de los más feroces precursores del Brexit. En medio de un discurso nacionalista, explota planteamientos sobre la moneda común –euro–, la falta de identidad de la Unión Europea y la rebeldía del Reino Unido hacia la Unión Europea. Exploró también el sentimiento “gregario” y acusó a quienes se oponían al Brexit como amenaza a la democracia y de mentir acerca de la estabilidad del euro. Habló acerca de los Estados-nación y exaltó la identidad británica, que había sido “robada” en el proceso de integración.

Palabra	Frecuencia
Euro	4
Estado	4
Gente	4
Democracia	3
Irlanda	2
Sueño	2
Feliz	2
Nosotros	2

Palabra	Frecuencia
Ahora	2
Dinero	2
Violencia	1

Tras el Brexit, Farage explota con mayor fervor la eurofobia y afirma que el mundo no ha aprendido las lecciones del Brexit. Habló sobre cómo los grupos terroristas y comunistas se adueñaron del Parlamento. Por otro lado, enfatizó que él no era un peligro en temas de populismo y nacionalismo. El sentimiento nacionalista es claro en su discurso.

Palabra	Frecuencia
Europa	4
Terrorismo	3
Brexit	3
Comunismo	2
Militar	3
Eurocéntrica	2
Guerra	2
Declaración	1
Insatisfecho	1
Populismo	1
Radical	1
Violencia	1
Nacionalismo	1
Economía	1
Referéndum	1
Nosotros	1

Si bien estos discursos no fueron tan coloridos e hilarantes como los de la campaña a la presidencia de Estados Unidos, la explotación de los sentimientos de “humillación” europea, nacionalismo, la inseguridad, la identidad británica y el sentido antimigración permitió constituir lo político desde el ataque a minorías y la añoranza de un pasado más próspero y seguro.

Aplicando el análisis de contenido cualitativo, en este caso también se identificaron los sustantivos y adjetivos que creaban eslóganes de campaña, creaban un ene-

migo, o polarizaban y radicalizaban las posiciones ideológicas en torno al proceso electoral que se pronunció sobre el Brexit. Los resultados fueron los siguientes:

Crear un enemigo	Globalización
	Servicios Públicos
	Gobierno
	Unión Europea
	Crisis
	Terrorismo
	Comunismo
	Eurocentrista
	Populistas
	Inseguridad
Polarizar o radicalizar las posiciones ideológicas	Democracia
	Mercado
	Historia
	Inglaterra
	Gente
	Sueño
Crear un eslogan de una campaña	Estado
	Reconstruir
	Valores
	Sociedad
	País
	Oportunidad
	Liderazgo
Poder	

Pasaremos ahora al plebiscito en Colombia de 2016, como un fenómeno que explotó los sentimientos de inseguridad y exclusión, así como “humillación” por los sesenta años de conflicto armado. Junto a un error de cálculo político, es evidente la explotación de la “repugnancia” por ciertos delitos, que se transfirió a quienes lo cometieron, y una dicotomía entre el aparente dilema entre justicia y el Acuerdo de Paz con el sistema de justicia transicional que incorporaba el Acuerdo de Paz.

El acuerdo de paz con las FARC en Colombia, la “humillación”, la “repugnancia” y el fantasma chavista

Es probable que la comparación de democracias sólidas, como la británica y norteamericana, con la experiencia del Sur global y un país de poca importancia económica pueda parecer arbitraria. No obstante, da cuenta del fenómeno ocurrido entre 2016 y 2018 en el mundo y cómo se contrajeron las democracias desde los mismos procesos electorales. De igual forma, el plebiscito de 2016 y el Acuerdo de Paz resultaron relevantes para la experiencia global, en tanto acumularon un proceso de justicia transicional moderno e inédito, pero en el que el proceso electoral se vio afectado por estrategias discursivas de demonización, explotaron la “humillación” y crearon el fantasma de la “venezolización”.

Las estrategias discursivas entre la oposición al acuerdo de paz tuvieron diferentes vectores, desde la creación de un sentimiento de “indignación” y “humillación” contra el grupo armado insurgente más grande que tenía el país, junto a la constitución de un discurso nacionalista, anti chavista (y anti venezolano) que llevó a graves acusaciones y denuncias sobre el Acuerdo, su contenido y la exageración de los beneficios que recibiría la población desmovilizada y en reintegración.

Otros factores sumaron un importante ingrediente: la proximidad y oportunidad que representaba el plebiscito con procesos electorales a la presidencia de la república. El expresidente Álvaro Uribe protagonizó y lideró esta campaña contra el Acuerdo de Paz, bajo el argumento de que el presidente Juan Manuel Santos, su sucesor ideológico, había traicionado el legado de la “seguridad democrática” y había “abdicado” ante el grupo subversivo Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC). Su discurso hizo una constante referencia a la “venezolización” del país y la imposición de un modelo económico, social y político. Como ejemplo, se podría tomar esta declaración del expresidente: “Nuestro presidente, después de ser la voz latinoamericana más crítica del chavismo, permitió que la tiranía de Venezuela trasladara al terrorismo, del escondite donde lo protegía, al camino de tomarse a Colombia. Bien ha dicho Maduro que aquí se le debe una estatua a Hugo Chávez, porque se ha logrado lo que él quería para Colombia, y lo entendemos bien; la agenda de la FARC está triunfante”.

En su discurso, las FARC son llamadas “el cartel de cocaína más grande del mundo”, y el narcotráfico se convierte en el eje de la discusión. En sus variados y abundantes discursos, los términos más comunes fueron “FARC”, “terrorismo”,

“camino”, y desde el ánimo nacionalista, los términos “Chávez, chavismo, cartel, cocaína y alternativa”.

Otro gran actor en este proceso fue el exprocurador Alejandro Ordóñez, entonces precandidato a la presidencia y fuerte contradictor del Acuerdo de Paz. Su estrategia discursiva se orientó a la “amenaza a la democracia” que representaba la integración de las FARC a la vida política y sus potenciales derechos de participación. La apelación al miedo daba cuenta de la pérdida de un valor pasado, una democracia antecedente: “Es ante todo un riesgo si las FARC mantienen la extensa fortuna que han amasado como producto del narcotráfico y la minería ilegal y del delito. Van a desequilibrar sustancialmente la actividad política regional y va a ser la nueva mermelada, que va a permear la actividad política nacional de manera grave”.

La más grave herramienta discursiva tuvo que ver con la “repugnancia” que el conjunto político que se oponía al acuerdo de paz quiso enardecer, relativa a la “ideología de género”. Según esa postura, el Acuerdo de Paz amenazaba a los niños al incluir una agenda de “homosexualización” en las escuelas como contenido de aprendizaje. A manera de ejemplo, en discurso disponible aún en internet, el precandidato Alejandro Ordóñez indicaba que “Colombia marchó hace un mes cuando el Gobierno nacional intentó imponer mediante una cartilla la ideología de género en las escuelas colombianas quitándole, robándole la inocencia a nuestros hijos, a nuestros nietos y el derecho a los papás a escoger la educación”. En el marco de la metodología propuesta, se extrajeron por medio del *software* “Studio R” y el análisis de discurso, los términos nodales, entre 22 835 palabras producidas entre todas las alocuciones objeto de observación. En efecto, en este y varios discursos, las palabras más usadas, excluyendo conectores lógicos, artículos y preposiciones, fueron: “genero” (lo cual no sorprende si se tiene en cuenta la explotación del miedo a la “ideología de género oculta en los acuerdos”), “ideología”, “política”, “gobierno”, “Colombia”, “sexo”, “nuestros”, “familia” y “futuro”.

Palabra	Frecuencia
Género	9
Ideología	6
Política	6
Gobierno	5
Hijos	4
Colombia	3

Palabra	Frecuencia
Decide	3
Delito	3
Futuro	3
Sexo	3
Paz	3
Sexo	3
Acuerdo	2

En el otro extremo, el principal negociador del Gobierno, Humberto de la Calle, pronunciaba discursos intentando ilustrar las virtudes del Acuerdo y la oportunidad de finalizar el conflicto armado. En varios discursos replicó las acusaciones de la oposición, sin descalificarlas. Las palabras más usadas fueron: “FARC”, “Naciones Unidas”, “armas”, “dejación”, “guerra”, “lograr”, “mecanismo”, “violencia”, “víctimas”, “narcotráfico”, “historia” y “zonas”, términos que responden a cuestionamientos de la otra campaña (la del NO por el plebiscito). Aunque esta campaña acusaba al negociador de utilizar el miedo, probablemente fuese ineludible hacer referencia a que la alternativa al Acuerdo de Paz, era el retorno a la violencia. Con todo, la palabra “guerra” fue utilizada con poca frecuencia, a pesar de las acusaciones de la campaña por el NO.

Palabra	Frecuencia
FARC	13
Armas	8
Naciones Unidas	8
Justicia	5
Víctimas	5
Dejación	4
Acuerdo	4
Amnistía	3
Reparación	3
Verdad	3
Guerra	2
Historia	2
Narcotráfico	2

Quizá el discurso más relevante de cara a la campaña del plebiscito, fue pronunciada por el entonces presidente de la república, Juan Manuel Santos, en la instalación de la legislatura 2016-2017, previo a la realización del plebiscito. En su discurso se invocan otras emociones, por medio de las siguientes herramientas discursivas: “Colombia”, “paz”, “fin”, “nuestra nación”, “empleo”, “desarrollo”, “derechos”, “equidad y gratitud”. Este discurso muestra cómo la campaña por el Sí planteaba el Acuerdo como un gran avance para el país, acudiendo quizá a una identidad nacional, pero sin caer en el nacionalismo, pues no descalificaba a la oposición. En los discursos recogidos en este trabajo de investigación se puede constatar el vínculo entre paz y desarrollo.

Palabra	Frecuencia
Ley	9
Colombia	6
Paz	6
Colombianos	5
Camino	3
Desarrollo	3
Empleo	3
Iniciativas	3
Nación	3
Conflicto	2
Derechos	2
Equidad	2
Gobierno	2
Guerrilla	2

Con todo, la “humillación” y la “política del resentimiento” que se articuló por medio de la “ideología de género”, la demonización del Gobierno venezolano y la abdicación a la Política de Seguridad Democrática lograron un resultado muy ajustado entre quienes votaron por aprobar los acuerdos de paz –49,78 % (6 377 482 Votos)– y quienes los rechazaron –50,21 % (6 431 376 Votos)–. Como resultado, el presidente ordenó al equipo negociador que revisara nuevamente los acuerdos con los representantes del grupo armado FARC, y luego de varias semanas de negociación, constatando además la proximidad de un proceso electoral por la presidencia de la república, decidieron hacer las adiciones y aclaraciones pertinentes y esta vez realizar la refrendación del Acuerdo por vía del Congreso de la República.

Como se anticipó, la construcción del discurso en el plebiscito de 2016 implicó la continuidad con las elecciones a la presidencia, que tuvieron lugar en 2018, pero cuyas campañas se desarrollaron en 2017. Por esta razón, el proceso electoral supuso una nueva arena donde se siguieron discutiendo los acuerdos de paz. Aunque el jefe negociador del Gobierno, Humberto de la Calle, se presentó como candidato presidencial, alcanzó una votación muy baja. En realidad, fue la derecha, representada por Iván Duque Márquez, sucesor escogido por medio de encuestas, de una terna elaborada en el partido político Centro Democrático, dirigido por el expresidente Álvaro Uribe, llegó a la segunda vuelta, enfrentando al candidato de la izquierda, Gustavo Petro, a quien resultaba fácil atacar, a la luz de su posición ideológica –izquierda– que permitió darle continuidad a la demonización de la “venezolización” del país por cuenta de su posible elección.

Se trató de un proceso electoral de “extremos”, en el que el candidato de la izquierda apelaba a la indignación que habían provocado los gobiernos ininterrumpidos de derecha. Con ello, el discurso se dirigía a señalar el pasado de conflicto, exclusión y concentración de recursos. Los dispositivos discursivos fueron: “humana”, “derechos”, “gente”, “nuestro”, “adelante”, “oportunidades” y “Uribe”, que implantaban la idea de “progresismo”, “bien común sobre el particular”, central en las campañas colectivistas de izquierda, dirigiendo su arsenal discursivo en contra su principal adversario, el expresidente Álvaro Uribe.

Palabra	Frecuencia
Colombia	5
Gobierno	4
Humana	4
Derechos	3
Gente	3
Nuestro	3
Constitución	2
Uribe	2
Oportunidades	2
Millones	2

El discurso más extenso quizá fue aquel pronunciado cuando cerraba su campaña para la primera vuelta. En ese amplio discurso, Gustavo Petro utilizó con frecuencia las herramientas discursivas “Colombia”, “sociedad”, “pueblo”, “historia”, “poder”, “social”, “educación”, “democracia” y “populismo”.

Palabra	Frecuencia
Colombia	9
Pueblo	7
Millón	6
Asesinaron	6
Uribe	6
Siglo	6
Historia	5
Sociedad	5
Democracia	5
Pueblo	4
Violencia	4
Constitution	3

Curiosamente, su competidor directo, el entonces candidato Iván Duque, no fue objeto de referencia alguna. Quizá se trataba de parte de la estrategia discursiva que reforzaría la idea de que este no era el candidato real, sino el expresidente Álvaro Uribe, quien gobernaría en lugar de Iván Duque. Quizá por ello, los primeros discursos que pronuncia Iván Duque hacen especial hincapié a la “individualidad”, “proyectos” y “gobernar”. No obstante, en la medida en que avanza la campaña, el candidato del Centro Democrático endurece su discurso y reinicia los dispositivos discursivos que señalaban a su opositor como una extensión del “socialismo del siglo XXI”, “cabecillas del cartel de los soles” y explota el profundo temor de los colombianos de caer en una situación de crisis económica y humanitaria como la que atraviesa Venezuela. El discurso pronunciado en Cúcuta el 30 de abril de 2018 permite ilustrar lo antedicho: “Los regímenes dictatoriales porque todos saben que en ese régimen del socialismo del siglo XXI los que son cabecillas del cartel de los soles que están en el gobierno se reparten toda la riqueza entre ellos y tienen a un país aguantando hambre”. Resulta interesante que, dada la permanente acusación que se le hacía al candidato Duque sobre su falta de identidad y su agenda que realmente representaba al expresidente Álvaro Uribe, puede constatarse un uso enfático de “yo”, así como de “socialismo”, “educación”, “empleo”, “hambre”, “régimen”. Parte de la estrategia de discurso estuvo acompañada de la locación donde se pronunciaba, pues se realizó en Cúcuta, ciudad fronterera con Venezuela.

Palabra	Frecuencia
Colombia	7
Niños	6
Yo	6
Educación	4
Presidente	4
Jornada	3
Madres	3
Maestros	3
País	2
Empleo	2
Bachiller	2

Con todo, la exaltación de percepciones y la demonización más decidida y abierta provino de los sectores que acompañaron al entonces candidato Iván Duque. Categorías y eufemismos como el “castro-chavismo”, “castro-madurismo” y la entrega del país a las FARC como consecuencia del Acuerdo de Paz, se convirtió en la bandera y, probablemente, la profundización del miedo de llegar a una situación próxima a la de Venezuela. No obstante, el candidato Duque eludió las más de las veces, el uso de estas categorías en campaña. Sin embargo, una vez electo, su discurso se radicalizó, en la medida en que la moderación no le permitía satisfacer a quienes acompañaron su candidatura, como tampoco a los sectores de centro y de izquierda. Al final, podría tratarse de una abdicación de Iván Duque, una vez elegido, que encontró en el descrédito directo al proceso de paz y al Gobierno de Venezuela, el medio para lograr una adhesión popular que le fue esquiva hasta el inicio de la pandemia por Covid-19, que desplazó las discusiones políticas en torno a las medidas sanitarias y de restricción que determinaron la agenda política durante 2020 y 2021.

Aplicando el análisis de contenido cualitativo, se obtuvieron los siguientes resultados:

Crear un enemigo	Cénero
	Ideología
	Armas
	Naciones Unidas
	Uribe
	Dejación
	Gobierno
	FARC
Polarizar o radicalizar las posiciones ideológicas	Hijos
	Delito
	Justicia
	Víctimas
	Asesinaron
	Siglo
	Democracia
Crear un eslogan de una campaña	Decide
	Futuro
	Paz
	Empleo
	Camino
	Nación
	Derechos
	Oportunidades
	Niños
	Bachilleres
	Maestros
Mujeres	
Madres	

La pandemia se convirtió, sin embargo, en la oportunidad para restar peso al discurso del “enemigo interno”, y aunque el narcotráfico y los grupos residuales de las FARC siguieron haciendo parte de la explotación del miedo, consiguió distraer la promesa de la campaña electoral de quienes acompañaron al candidato de “hacer trizas el acuerdo”, y su versión más moderada: “ni trizas ni risas”. No obstante, la migración venezolana impulsó una agenda triple, que constituiría el gobierno populista sobre la idea demonizadora de acabar con la “dictadura vene-

zolana” y, con ello, el “castro-madurismo”, el Acuerdo de Paz, y la pandemia y la vacunación.

Conclusiones

Este estudio ha confirmado y pretende ofrecer algunos insumos para futuros estudios respecto a la construcción de liderazgos populistas, que si bien no es un objeto de investigación novedoso, constituye un aporte en la medida en que articula y provoca una discusión entre autores que quizá no habían sido puestos a prueba con los procesos electorales de 2016, año que podría haber marcado el rompimiento o el paréntesis a los valores de la democracia.

Este ejercicio de investigación dio cuenta también de los discursos que demonizaron a algunos sectores de la sociedad, a la creación y explotación del miedo y convirtieron a la diversidad (raza, nación, cultura) en la fuente de los males de la sociedad. El plebiscito de 2016 en Colombia, el Brexit en el Reino Unido en el mismo año y la elección presidencial en Estados Unidos conjugaron liderazgos que se construyeron a partir de la “política de resentimiento” (Fukuyama, 2018).

La recolección de información de discursos y los resultados del *software* “Studio R”, el conteo de palabras, la identificación de patrones y la estrategia discursiva demostraron la explotación de la indignación, el apasionamiento mimético y las frustraciones de los votantes. El análisis de contenido cualitativo permitió identificar los sustantivos y adjetivos que pretendían crear eslóganes de campaña, crear un enemigo, o polarizar o radicalizar las posiciones ideológicas (Romero y Römer, 2016).

Los resultados también permitieron demostrar la transición entre la idealización, el “abandono sublinado” (Freud, 2017) y la repugnancia (Nussbaum, 2006). Como pudimos observar, el liderazgo populista contemporáneo logró el abandono de las funciones adscritas al ideal y autorizó al candidato a cualquier acción, identificándola como buena e irreprochable. Inclusive, exculpó al expresidente Donald Trump de la convocatoria a un alzamiento que puso en peligro a la democracia norteamericana. La conciencia moral cesó y explicó el paréntesis a la democracia, sus valores y el pluralismo. Aunque otras experiencias dan cuenta de que este fenómeno se encuentra extendido en muchas experiencias comparadas (India, Brasil, Filipinas, Turquía, Rusia, China, etc.), parecería haber encontrado la ignición y un combustible potente en la “posverdad” (Carmagnola, 2006) o “modernidad líquida” (Bauman, 2015), así como una amplia programación de algoritmos

en redes sociales, y la “viralización” de contenidos, que polarizaron y fragmentaron a los grupos sociales.

Referencias

- Bauman, Z. (2015). *Modernidad líquida*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Carmagnola, F. (2006). *Il consumo delle immagini: estetica e beni simbolici nella fiction economy*. Roma: Pearson Italia Spa.
- Fiss, O. y Seña, J. (1997). *Libertad de expresión y estructura social*. México: Fontamara.
- Freud, S. (2017). *Psicología de las masas*. Madrid: Alianza Editorial.
- Fukuyama, F. (2018). *Identity: Contemporary identity politics and the struggle for recognition*. London: Profile Books.
- Laclau, E. (2005). Populism: What's in a Name? En F. Panizza (Ed.), *Populism and the Mirror of Democracy* (pp. 32-50). London: Verso.
- Levitsky, S. y Ziblatt, D. (2018). *Cómo mueren las democracias*. Barcelona: Ariel.
- Naím, M. (2015). *El fin del poder*. México: Debate.
- Nussbaum, M. (2006). *El ocultamiento de lo humano: repugnancia, vergüenza y ley*. Buenos Aires: Katz editores.
- Romero Rodríguez, L.M. y Römer Pieretti, M. (2016). Proceso de demonización de la oposición política en los hitos discursivos de Hugo Chávez según la prensa digital. *Temas de Comunicación*, 32, 95-124.
- Salinas, A. (2011). Populismo, democracia, capitalismo: La teoría política de Ernesto Laclau. *Crítica Contemporánea. Rev. de Teoría Política*, 1, 168-188.
- Sarmiento, J. P. (2018). La circulación del conocimiento jurídico en la era digital. *Revista de Derecho*, 50, 1-4.
- Sarmiento, J. P. (2013). Populismo constitucional y reelecciones, viscidumbres institucionales en la experiencia sudamericana. *Estudios constitucionales*, 11, 569-602.
- Searle, J. (1958). *Speech Acts: An essay in the Philosophy of Language*. Nueva York: Cambridge Press University.