



**Secretaría Académica**  
**Dirección General de Área Académica Económico Administrativa**  
**Centro de Estudios de Opinión y Análisis**

**ACTA 003/2022**  
**Órgano Equivalente al H. Consejo Técnico**

En la ciudad de Xalapa, Veracruz, siendo las 11:00 horas del día 14 de marzo de 2022, con fundamento en los artículos 20 fracción XI, 75, 76 y 77 de la Ley Orgánica; 303, 304 y 305 del Estatuto General, ambos de la Universidad Veracruzana, reunidos los CC. Dr. Rubén Flores González, Coordinador del Centro de Estudios de Opinión y Análisis, Dra. Carmen Patricia Andrade del Cid, Consejera Maestra y la C. Daniela Abigail Candelaria Campos, Consejera Alumna 2021-2022; todos miembros del Consejo Técnico del Centro de Estudios de Opinión y Análisis de la Universidad Veracruzana, reunidos vía remota a través de la plataforma Teams, con el objeto de tratar el asunto que para mayor conocimiento se transcribe a continuación el punto a tratar:

1. Validación de los productos comprometidos en el proyecto registrado ante SIREI "Discusiones ideológicas y su impacto en las actitudes y el comportamiento político de los mexicanos", a cargo del Dr. Rubén Flores González.

En el marco de lo anterior y con fundamento en el artículo 78 de la Ley antes citada, los miembros del Órgano Equivalente al H. Consejo Técnico hemos llegado al siguiente:

**ACUERDOS:**

**PRIMERO.** Se otorga el aval a los productos comprometidos en el proyecto mencionado, a saber: dos artículos nacionales, una tesis dirigida y una ponencia, las cuales se enumeran a continuación, así mismo se anexan carátulas y constancias correspondientes:

- Artículo "The populist trinity of communication, ideology, and strategy: A proposal to enhance the analysis of populist discourses", Revista Latin American Policy, No. 12, <https://doi.org/10.1111/lamp.12220>
- Artículo "Caracterización ideológica de los candidatos presidenciales en Twitter en el proceso electoral federal mexicano de 2017-2018", Revista Apuntes Electorales, Vol. 19, <https://aelectorales.ieem.org.mx/index.php/ae/arti>
- Tesis "México a la izquierda y Brasil a la derecha. Análisis prospectivo para los gobiernos latinoamericanos", septiembre 2020
- Ponencia "El votante populista mexicano", IX Congreso Internacional de Ciencia Política



Universidad Veracruzana

**Secretaría Académica**  
**Dirección General de Área Académica Económico Administrativa**  
**Centro de Estudios de Opinión y Análisis**

**ACTA 003/2022**  
**Órgano Equivalente al H. Consejo Técnico**

No habiendo nada más que agregar, se cierra la presente acta, siendo las 12:00 horas del mismo día de su fecha, firmando al margen y calce los que en ella intervenimos.

**Dr. Rubén Flores González**  
Coordinador General  
Centro de Estudios de Opinión y Análisis

**Dra. Carmen Dolores Patricia  
Andrade Del Cid**  
Consejera Maestra

**C. Daniela Abigail Candelaria Campos**  
Consejera Alumna



Volume 12, Issue 2

November 2021

Pages 333-348

ORIGINAL ARTICLE

## The populist trinity of communication, ideology, and strategy: A proposal to enhance the analysis of populist discourses

Rubén Flores-González ✉ Patricia Andrade del Cid, Alexia R. Ávalos-Rivera, Mónica Torio-Hernández

First published: 25 October 2021 | <https://doi.org/10.1111/lamp.12220>[Read the full text >](#)

PDF



TOOLS



SHARE

### Abstract

EN ES ZH

The academic community continues to debate what the best conceptualization of populism may be. Three definitions stand out, populism as a communication style, as a political strategy, and as an ideology. Based on a sample of 21 days of morning conferences given by the Mexican president Andres Manuel Lopez Obrador, we analyze his discourse for content representative of these three conceptualizations. We observe that the analysis of populist discourse is enriched when populism is considered as a product where communication, ideology, and strategy are articulated to work for the political empowerment of a leader, who fuels and manages the anger of a base of followers.



Related



Information

### Recommended

[Populist communication among usual and unusual suspects: A longitudinal analysis of the communication of Finnish party leaders during parliamentary elections \(2007–2019\)](#)

Jon Järviemi

Scandinavian Political Studies

[Populist Mobilization Across Time and Space: An Introduction](#)

Simon Bornschieer

Swiss Political Science Review

[Right-wing populist party supporters: Dissatisfied but not direct democrats](#)

SHAUN BOWLER, DAVID DENEMARK,  
TODD DONOVAN, DUNCAN McDONNELL

European Journal of Political Research

[Beyond protest and discontent: A cross-national analysis of the effect of populist](#)

# Caracterización ideológica de los candidatos presidenciales en Twitter en el proceso electoral federal mexicano de 2017-2018

*Ideological Characterization of the Presidential Candidates on Twitter on the 2017-2018 Mexican Federal Electoral Process*

Rubén Flores González\*

## Resumen

Tomando en cuenta el proceso electoral 2017-2018, se utilizó una base de datos de 1 957 760 tuits para conocer cómo caracterizaron los usuarios de Twitter las posturas ideológicas de los candidatos y de la candidata a la Presidencia de México. Se observó una construcción altamente polarizada de la elección en torno a dos constructos ideológicos sobresimplificados: el populismo y el neoliberalismo. En general, los usuarios utilizaron encuadres negativos para describir las posiciones ideológicas de los candidatos que fueron mencionados en sus tuits.

**Palabras clave:** populismo, neoliberalismo, tuit, ideología, redes sociales, candidato presidencial.

**Artículo** recibido el 29 de abril de 2019 y aceptado para su publicación el 6 de diciembre de 2019. La **dictaminación** de este trabajo fue realizada por evaluadores externos al Instituto Electoral del Estado de México.

■ pp. 11-44



---

\* Doctor en Psicología por la Universidad de Guanajuato. Labora como coordinador de la Especialización en Estudios de Opinión de la Universidad Veracruzana. Perteneció al Sistema Nacional de investigadores, nivel candidato. Sus líneas de investigación son comunicación política, actitudes políticas y comportamiento electoral. Correo electrónico: rubeflores@uv.mx

## Abstract

Taking the 2017-2018 electoral process into consideration, a database that comprised 1 957 760 tweets was resorted to in order to find out how twitter users characterized the presidential candidates' ideological postures. A highly polarized construction of the election around two oversimplified ideological constructs: populism and neoliberalism. By and large, twitter users used negative framings to describe the ideological stances of the candidates mentioned in their tweets.

**Keywords:** presidential candidates on twitter, neoliberalism, populism, social media, presidential candidate.

## Izquierda y derecha en el contexto latinoamericano

La ideología, en el marco de los estudios políticos, ha sido relegada en varias ocasiones de manera infructuosa (*e. g.* Bell, 1960; Fukuyama, 1989). Por más esfuerzos que los científicos sociales han hecho por trascenderla, la realidad nos remite a ella de forma constante. Específicamente el concepto de *ideología*, representado por el continuo izquierda-derecha, ha mostrado de nuevo su relevancia en las discusiones del continente americano. Se ha observado en Estados Unidos y en Europa un repunte de partidos y funcionarios populistas de derecha (véanse Bonikowski, 2016; Donovan y Redlawsk, 2018). En América Latina, se ha producido una reacción aparente a lo que se denominó el giro a la izquierda de los gobiernos en la región (véanse Modonesi, 2015; Stefanoni, 2018; Uribe, 2018). Asimismo, países como Venezuela, Ecuador, Bolivia y Nicaragua encaran conflictos importantes, en los cuales la simplificación de las posiciones en el continuo izquierda-derecha ha servido para polarizar la opinión local y la internacional, con consecuencias diversas (véanse Cuadra, 2018; Romero y Benayas, 2018). En México, por su parte, las elecciones de 2018 dieron cuenta de un alto nivel de polarización ideológica (véase Modonesi, 2018). Esta polarización podría tener efectos sostenidos en torno al apoyo a las

políticas públicas del gobierno federal, en la confianza institucional, y en el consumo de contenidos en medios y plataformas de comunicación.

El estudio de la ideología es preciso porque altos niveles de polarización podrían estar relacionados con un detrimento en la calidad de la argumentación en las discusiones y en la civilidad política entre ciudadanos (véanse Suhay *et al.*, 2015; Van Prooijen *et al.*, 2015). La existencia de extremistas ideológicos supone diferencias en la participación y el compromiso político de la ciudadanía (véase Van der Meer *et al.*, 2009). Por otra parte, el extremismo ideológico promovido por servidores públicos pone en riesgo fundamentos democráticos como el derecho a la información, la libertad de expresión o el voto (véase Gratius y Rivero, 2018).

Entendemos la ideología en general como un conjunto de creencias con relativa consistencia, en torno a cómo es el mundo, cómo debería ser y qué acciones se deben de tomar para alcanzar ese estado ideal (véase Jost *et al.*, 2009). El constructo izquierda-derecha es un heurístico útil para resumir este conjunto de creencias usado comúnmente al hablar de política. De manera amplia, se entiende la izquierda como una actitud favorable hacia la equidad socioeconómica y el cambio cultural; mientras que la derecha sería una actitud favorable hacia la estratificación socioeconómica y la continuidad cultural (véanse Anderson y Singer, 2008; Bobbio, 1995; Jost *et al.*, 2009). No obstante, la organización del continuo izquierda-derecha puede ser diferente dependiendo de las discusiones vigentes en un Estado en particular. Se ha observado que son las discusiones de las élites políticas en el contexto histórico y político de cada país las que dan a este continuo un sentido que después es replicado por la ciudadanía (véanse Gómez y Gómez, 2011; Zechmeister, 2006; Zechmeister y Corral, 2010).

En el caso de América Latina, las élites de derecha promueven una agenda política neoliberal en lo económico, y asimismo fomentan la continuidad cultural por vía de los valores sostenidos por iglesias de credo cristiano. Por su parte, las élites de izquierda abanderan la resistencia al neoliberalismo, y buscan ampliar la injerencia del Estado en la economía para que el mismo gobierno sea un actor clave en la distribución de la riqueza de un país (véanse González y Queirolo, 2013; Roberts, 2012). Más allá de esta generalidad, los nichos políticos en cada uno de los países presentan características singulares.

Se documentan en la región debates sobre diversidad de género y feminismo (Femenías, 2009; Sánchez, 2018), derechos y participación indígenas (Guzmán y Rodríguez López, 2018), seguridad (Barolin, 2017; Taus *et al.*, 2019) y cambio climático (Foa, 2019; Moyano *et al.*, 2015; Ryan, 2017).

Las discusiones ideológicas repuntaron en América Latina a partir del giro a la izquierda, un periodo en el que el poder ejecutivo de la mayoría de los Estados latinoamericanos fue ocupado por personalidades que se definían como de izquierda. Pese a esta categorización única, los gobiernos de izquierda aplicaron en la práctica políticas económicas y sociales variadas (véanse Cantamutto, 2013; Nazareno, 2010), lo que dio lugar a que se hablara de dos izquierdas latinoamericanas. Una izquierda que en términos macroeconómicos no cortó de golpe con el modelo neoliberal, y que mantuvo o promovió el equilibrio de poderes en el gobierno. Y en contraparte, otra izquierda que maniobró para concentrar el poder del Estado en pocas instituciones y personas, a la par que abusó de la política social para ganarse el favor popular (Alcántara, 2008; Cameron, 2009; Castañeda, 2006). Actualmente, los cambios políticos en la región muestran un panorama ideológico más heterogéneo, pero no exento de crisis con sustento ideológico.

## Ideología, elecciones y redes sociales

Las redes sociales son un espacio en el que regularmente se observan discusiones políticas en general y electorales en particular. En ambos sentidos es notoria la forma en cómo las redes personales se estructuran alrededor de afinidades ideológicas. Los usuarios suelen establecer comunicación con las personas con quienes comparten un mismo posicionamiento político (véanse Barberá, 2015; Himelboim *et al.*, 2013). El consumo de información política suele ser también selectivo tanto en medios tradicionales como en redes sociales (véase Flaxman *et al.*, 2016). La deliberación y la discusión ideológica es, por lo tanto, un fenómeno poco relevante en estos espacios, de manera que los intercambios de contenido político tienen como consecuencia principal la reafirmación ideológica de los usuarios que integran una misma red (véanse Barberá *et al.*, 2015; Hong y Kim, 2016).

El consumo selectivo y la diversidad de opciones de contenido disponibles —político y no político— sugieren que el efecto persuasivo de la comunicación *online* y *offline* sobre el voto es mínimo (véase Bennet e Iyengar, 2008). Existe, no obstante, un consenso en torno a que el uso de redes sociales incrementa el capital político y promueve la participación electoral, especialmente entre los jóvenes (véanse Aldrich *et al.*, 2016; Boulianne, 2015; Effing *et al.*, 2016; Yamamoto *et al.*, 2015) y, por esto, su empleo diferencial por parte de los contendientes podría tener un efecto en el resultado general de una elección. De la misma manera, el uso estratégico de redes sociales facilitaría la cobertura gratuita de candidatos y candidatas en medios tradicionales, abaratando los costos de campaña (véase Francia, 2018).

Últimamente se ha especulado que las redes sociales son afines a la promoción del extremismo ideológico, por lo que han tenido un papel relevante en los triunfos electorales de candidatos populistas (véase Alvares y Dahlgren, 2016). Engesser, Ernst, Esser y Büchel (2017) advierten que personalidades populistas utilizan las limitaciones de contenido de las redes sociales para “reducir el bajo nivel de complejidad de la ideología aún más, con el fin de hacerla comprensible a los usuarios” (p. 1122). Las posiciones radicales y el enojo, usualmente asociados a discursos populistas, son mejor tolerados en redes sociales que en medios tradicionales, por lo que la comunicación en redes sociales debilita el papel mediador de la prensa tradicional y facilita el contacto directo entre líderes populistas y sus seguidores (véanse Engesser *et al.*, 2017; Gerbaudo, 2018; Groshek y Koc-Michalska, 2017). Dado su bajo nivel de regulación legal, las redes sociales son más vulnerables a la proliferación de contenidos falsos y agresivos (véanse Bennett y Livingston, 2018; Bradshaw y Howard, 2017; Corona, 2018), todo lo cual da soporte a la idea de que las redes sociales son un entorno que facilita la polarización en contextos electorales.

## **Twitter en los procesos electorales presidenciales de México**

Desde 2012 se documentan usos de las redes sociales con fines electorales en México (véanse Corona, 2018; Glowacki *et al.*, 2018). En la elección



presidencial de este año, se presume que se realizó propaganda automatizada en redes sociales. También surge el movimiento #YoSoy132, en el que universitarios y jóvenes mexicanos utilizaron las redes sociales para posicionarse políticamente y para criticar un modelo de comunicación política basado en el uso de plataformas informativas tradicionales como canales de propaganda al servicio de un partido político (véanse Alonso, 2013; Salgado, 2013). Se documenta también la actividad en Twitter de los candidatos presidenciales durante la campaña electoral de 2012, de tres meses de duración, en la que entre cuatro contendientes se produjeron 2904 tuits (véase Chavarría, 2014).

En la contienda presidencial de 2017-2018, se destaca la participación en Twitter por parte de medios informativos basados en plataformas tradicionales (televisión, prensa, radio). A este respecto, se observó que las cuentas de medios informativos y periodistas reconocidos no estaban en modo alguno exentas de contenidos propagandísticos y con sesgo partidista (véanse Hernández, 2019; Glowacki *et al.*, 2018). Las publicaciones de medios informativos y periodistas representaron aproximadamente 69 % de las publicaciones que mencionaban a los candidatos presidenciales en Twitter, y fueron utilizadas por el electorado como soporte de su posicionamiento político (véase Hernández, 2019). Se presume también un uso amplio de cuentas automatizadas y *trolls* —cuentas manipuladas por usuarios profesionales— que operaron en favor de todas las campañas durante la contienda electoral, produciendo no sólo contenidos sesgados sino también noticias falsas (véanse Magallón, 2019; Moo-Mena *et al.*, 2019). Pese a que todo lo anterior indica que se produce una activación de las discusiones políticas en Twitter durante las campañas electorales mexicanas, se ha documentado que las y los candidatos muestran un bajo nivel de compromiso político en estas discusiones, por su baja respuesta a los intentos de interacción de otros usuarios y usuarias (véase Muñiz *et al.*, 2016).

## Contexto del proceso electoral presidencial mexicano de 2017-2018

En la elección participaron cuatro candidatos y una candidata. Andrés Manuel López Obrador por la coalición Movimiento Regeneración Nacional (Morena)-Partido del Trabajo (PT)-Partido Encuentro Social (PES); José Antonio Meade Kuribreña por la coalición Partido Revolucionario Institucional (PRI)-Partido Verde Ecologista de México (PVEM)-Partido Nueva Alianza (Panal); Ricardo Anaya Cortés por la coalición Partido Acción Nacional (PAN)-Partido de la Revolución Democrática (PRD)-Movimiento Ciudadano (MC); Margarita Zavala Gómez del Campo, candidata independiente; y Jaime Rodríguez Calderón, candidato independiente. Puede presumirse cierta caracterización ideológica de los candidatos a partir de los partidos que integran las coaliciones y las circunstancias de su postulación. El candidato Andrés Manuel López Obrador aspiraba a la Presidencia por tercera vez manteniendo, en esencia, la misma plataforma de izquierda que había dado a conocer en las dos campañas anteriores. El PRI, percibido como un partido de derecha por el electorado mexicano, fue la fuerza principal en la coalición que postuló a José Antonio Meade. Otro partido de derecha, el PAN, fue la organización dominante en la coalición que postuló a Ricardo Anaya. En la integración de las coaliciones se destacan algunas inconsistencias ideológicas: el PES, partido integrante de la coalición que postuló a Andrés Manuel López Obrador, era un partido de creación reciente fundado bajo principios de corte conservador. Por otra parte, el PRD era percibido por el electorado como un partido tradicionalmente de izquierda, por lo que resultaba atípica su alianza con un partido reconocido como de derecha. A partir de esta inconsistencia, y como resultado de las luchas de poder al interior del partido en que militaba, Margarita Zavala Gómez decidió renunciar al PAN y postularse como candidata independiente. Jaime Rodríguez Calderón, gobernador en ese entonces del estado de Nuevo León, también optó por la vía independiente. Anteriormente militante del PRI, Jaime Rodríguez Calderón destacó en el escenario nacional al renunciar a este partido y ganar, también por la vía independiente, la gubernatura de Nuevo León en el proceso electoral local de 2014-2015.

## Propuesta del estudio

Estudios anteriores sobre Twitter e ideología muestran que la construcción de redes en esta plataforma social es sensible a las preferencias políticas de las personas. En tiempos electorales, estas afinidades ideológicas se organizan en torno a un partido político, candidato o candidata. De tal forma, el perfil ideológico de un candidato no es algo que el mismo candidato construya por sí solo, sino que también es una imagen formada a partir de las atribuciones que el público le otorga. Es común que candidatos y candidatas sean percibidos como de izquierda, de derecha o de centro. Sin embargo, ¿qué significa ser de izquierda o de derecha en el contexto de una elección mexicana? ¿Qué atributos se adjudican a los candidatos para posicionarlos políticamente? ¿Las posiciones ideológicas de los candidatos, construidas por la ciudadanía, muestran claridad y diversidad respecto a temas que pueden traducirse en políticas públicas? Estos cuestionamientos son trascendentes para entender cómo se organiza la polarización entre la población mexicana, y si esta polarización puede ventilarse en deliberaciones que contribuyan al fortalecimiento de la democracia. Tomando en cuenta lo anterior, se formularon con motivo de este trabajo, las siguientes preguntas de investigación:

Q1: ¿Cómo fueron categorizados ideológicamente los candidatos y la candidata a la Presidencia de México por usuarios de Twitter, en el contexto del proceso electoral federal de 2017-2018?

Q2: ¿Qué temas y elementos discursivos se utilizaron para realizar esta categorización?

## Metodología

Se efectuó un análisis de contenido de corte cualitativo de tuits publicados en los periodos de precampaña, intercampana y campaña del proceso electoral federal mexicano de 2017-2018, que mencionaran a alguno de los candidatos presidenciales: Andrés Manuel López Obrador, Ricardo Anaya Cortés, José Antonio Meade Kuribreña, Jaime Rodríguez Calderón y Margarita Zavala Gómez del Campo.

Para la selección del material, se realizó una minería de tuits en días hábiles de los periodos de precampaña, campaña e intercampaña, utilizando el paquete Rtweet (véase Kearney, 2016), en el ambiente de programación R. Con este *software* se solicitaron 10 000 tuits diarios de cada uno de los candidatos, utilizando como término de búsqueda el nombre de usuario correspondiente a la cuenta oficial del candidato o candidata: @lopezobrador, @JoseAMeadeK, @RicardoAnayaC, @JaimeRdzNL, y @Mzavalagc. En algunas ocasiones, por fallos humanos, de la red o del *software*, no fue posible recolectar los 50 000 tuits diarios. Cabe recordar que la candidata Margarita Zavala renunció a su candidatura el 16 de mayo de 2018. A partir de esa fecha, cesó la recolección de tuits mencionando a esta candidata. En total, se recolectaron 1 957 760 tuits, distribuidos como se indica en la tabla 1.

**Tabla 1. Distribución de tuits recolectados por candidatura**

Candidato	Tuits recolectados	%
Andrés Manuel López Obrador	400 146	20
José Antonio Meade Kuribreña	473 732	24
Ricardo Anaya Cortés	433 001	22
Jaime Rodríguez Calderón	401 984	21
Margarita Zavala Gómez del Campo	248 897	13

Fuente: Elaboración propia.

La diferencia en el porcentaje de tuits no obedece a variaciones en la mención de la candidata y los candidatos, sino a errores humanos y fallas de conexión que se presentaron en la recolección.

Posterior a esta minería, se eliminaron los tuits duplicados en esta primera base de datos y se hizo una búsqueda de tuits con evidente contenido

ideológico, utilizando los siguientes términos de búsqueda: ideología, izquierda, derecha, capitalista, capitalismo, socialista, socialismo, comunista, comunismo, neoliberal, populista, populismo, fascismo, fascista. Estos términos de búsqueda fueron introducidos, reduciendo los registros de cada candidato, como se indica en la tabla 2.

**Tabla 2. Tuits con contenido ideológico recolectados por candidato**

Candidato	Tuits ideológicos	%
Andrés Manuel López Obrador	3858	45
José Antonio Meade Kuribreña	1266	15
Ricardo Anaya Cortés	2174	25
Jaime Rodríguez Calderón	1013	12
Margarita Zavala Gómez del Campo	224	3

Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, se utilizaron sólo los 500 primeros tuits de cada una de estas bases para el análisis de contenido. Se determinó que esta cantidad era suficiente para producir la saturación teórica requerida para el análisis cualitativo. Tomando en cuenta que en la base ideológica existen menos de 500 publicaciones que mencionaron a Margarita Zavala, la base final de análisis fue de 2224 tuits. Se propusieron las siguientes categorías *a priori* tomando en cuenta la literatura disponible respecto a la estructuración de la ideología en América Latina: 1) *posicionamiento de candidatos*, 2) *posicionamiento del emisor*, 3) *posicionamiento de personalidades y organizaciones*, 4) *posicionamiento de estados o gobiernos*, 5) *género*, 6) *equidad socioeconómica*, 7) *seguridad pública*, 8) *religión*, 9) *iniciativa privada y macroeconomía*, 10) *medioambiente* y 11) *descripción ideológica*.

A partir de una exploración profunda de la base de datos se determinó eliminar las categorías de *religión* y *medioambiente*, por ser poco represen-

tativas del contenido total con 0.7 % y 0.1 % de los tuits, respectivamente. La categoría de *posicionamiento del emisor* también fue eliminada por su ambigüedad, dado que este posicionamiento a menudo no era expresado de manera explícita. *Descripción ideológica* se constituyó como una supercategoría a la que se subordinaron *equidad socioeconómica*, *iniciativa privada* y *macroeconomía, género, seguridad pública* y una nueva categoría: *libertad de expresión*. Por último, todos los posicionamientos fueron agrupados en una supercategoría aparte, *posicionamientos*. En la tabla 3 puede observarse la estructura final de las categorías de análisis, su participación en el total de la base, así como su definición conceptual.

**Tabla 3. Categorías de análisis**

Categoría	Subcategoría	Definición	Participación (%)
Posicionamientos	Candidatos	Se incluyen textos en los que se señala explícitamente la posición ideológica de cuando menos un candidato.	78
	Personalidades y organizaciones	Se vincula a personalidades u organizaciones en el continuo izquierda-derecha. Las personalidades no son candidatos ni funcionarios de Estado.	13
	Estados o gobiernos	Se relaciona a un Estado o gobierno extranjero con una posición de izquierda o de derecha. Se presume que dicho Estado o gobierno es un modelo de gestión capitalista, socialista, populista o neoliberal. Se posiciona ideológicamente a jefes de gobierno y funcionarios de Estado.	7
Descripción ideológica	Equidad socioeconómica	Se menciona en el discurso una posición respecto a la asistencia social. Se hacen pronunciamientos respecto a la discriminación,	7

Categoría	Subcategoría	Definición	Participación (%)
		el clasismo o el racismo. Se habla de acciones para reducir o aumentar la brecha entre ricos y pobres.	
	Iniciativa privada y macroeconomía	Se habla sobre política económica, empresarios, empresas, facilidades para la iniciativa privada, obstáculos a empresas o iniciativa privada. Privatizaciones o expropiaciones.	7
	Seguridad pública	Se menciona en el discurso una posición respecto a la seguridad pública, y se vincula esta posición con una discusión ideológica. Se habla del uso de las fuerzas armadas en tareas de seguridad pública, amnistía, policías, narcotráfico, drogas, y legalización o regulación del consumo de drogas.	3
	Género	Se habla de temas de género como el papel del hombre y de la mujer. Se hace mención de la diversidad sexual. Se habla de la legalización de matrimonios entre personas del mismo sexo. Se mencionan situaciones relacionadas con la sexualidad, el sexo, el género, el aborto, el feminismo y el machismo.	1
	Libertad de expresión	Se habla de la suspensión o violación del derecho a la libre expresión a partir de actos de autoridad. Se habla de represión o de censura. Se habla de la libertad de expresión en general, o de la promoción de la libertad de expresión.	3

Nota: Puesto que un mismo tuit puede presentar contenidos relevantes para más de una categoría, la suma total sobrepasa el 100%.

Fuente: Elaboración propia.

Las subcategorías de *descripción ideológica* fueron propuestas porque responden a algunas de las discusiones revisadas en la literatura. Las actitudes favorables o desfavorables hacia la *equidad socioeconómica* son uno de los pilares de la definición general del continuo izquierda-derecha (véase Bobbio, 1995) y en Latinoamérica se espera que un gobierno de izquierda tome un papel activo como promotor de la equidad (véase González y Queirolo, 2013). En temas de *iniciativa privada y macroeconomía* se espera que políticos posicionados a la derecha promuevan la adopción de políticas neoliberales, que suelen ser resistidas por políticos posicionados a la izquierda (véase Roberts, 2012). La subcategoría de *seguridad pública* se propuso atendiendo a la polarización entre combatir al crimen mediante el uso de la fuerza, en contraposición a mejorar la seguridad mediante otros mecanismos como el uso de jurisdicciones especiales o la atención a poblaciones vulnerables (*e. g.* Tauss *et al.*, 2019). La izquierda latinoamericana ha tomado una posición favorable al feminismo y a la diversidad en temas de *género*, mientras que la derecha se resiste a los cambios culturales que amenacen el modelo familiar de la tradición cristiana (Alcántara y Rivas, 2007). La *libertad de expresión* emergió como categoría inesperada en la exploración inicial de la base de datos, pero podemos encontrar referencias en la literatura respecto a que algunos gobiernos del giro a la izquierda en la región adoptaron prácticas contrarias a garantizar las libertades democráticas (véase Castañeda, 2006).

Se exploraron los tuits con contenido ideológico en búsqueda de fragmentos de discurso que se ajustaran a las definiciones de las categorías anteriormente expresadas. Estos fragmentos se colocaron en documentos separados por categoría. Al final de cada uno de estos documentos se hizo una reflexión que resumiera la idea general contenida en los fragmentos analizados, si es que había consenso entre ellos, o que describiera la discusión entre grupos de fragmentos.

Finalmente, se consideraron las reflexiones finales de cada documento en su conjunto para proponer un modelo que describiera las caracterizaciones ideológicas hechas sobre los candidatos, y sus posicionamientos en el contexto de la elección bajo estudio.



## Resultados

### *Posicionamiento de los candidatos presidenciales*

En Twitter, la elección presidencial de 2018 fue caracterizada como un enfrentamiento entre dos opciones: la neoliberal y la populista. La populista encarnada en Andrés Manuel López Obrador, y la neoliberal, con ciertos matices, en el resto de sus adversarios.

A5. ¡La mafia del poder difama a AMLO con el documental del populismo! ¡Miren, varios presidentes y políticos apoyan a AMLO! Sí, pero son reconocidos como populistas.

A6. ¡Los que no queremos a #AMLO es porque no queremos retroceder... queremos que lo que ya se logró no lo destruya un mesías populista! La única opción el #Votoutil #VotoRazonado

Por ejemplo, Jose Antonio Meade, si bien se identifica como parte del bando neoliberal, también es mencionado como populista.

J7. ¿La figura? Para ustedes es ya una caricatura mientras no se sacudan a los neoliberales iniciando con Zedillo y terminando con @JoseAMeadeK <https://t.co/3SPyzYoaRO>

J8. ¿Los \$1,200 mensuales que Meade ofrece a jefas de familia no son regalar dinero de gente trabajadora, tirarlo a la basura, populismo? ¿O, como es el PRI, ahí sí está bien?

No obstante, existe una sutileza: cuando se menciona a José Antonio Meade como populista, se hace en el contexto de que promete u otorga con objeto de ganar la contienda electoral. Cuando se menciona a Andrés Manuel López Obrador como populista, se presume que, más allá de lo electoral, el populismo se verá reflejado en las políticas públicas del país, en caso de que este candidato gane la Presidencia.

J6. ¿Existe alguna propuesta más populista que la de Meade? “yo voy a cumplir el sueño de cada mexicano” dice en sus comerciales <https://t.co/PJkPrGZ2hA>

J9. ¿Por qué le temen Anaya, Meade y Zavala al populismo de AMLO? Creo que es muy fácil de entender, Obrador quiere invertir miles de millones en programas sociales, dinero que estas [emoticones de ratas] ya no se podrán robar.

J31. @AlanPonce\_29 @JoseAMeadeK jajajajajajajajajaja. Uy sí, populista, ya te dieron tu torta y tu frutsi y te dijeron que ya no eres pobre porque recibes una despensa cada dos meses. Revisa las propuestas de Meade, son más populistas.

Si bien Meade es el candidato que de esta manera es más señalado como populista, después de Andrés Manuel López Obrador, lo mismo pasa con Ricardo Anaya Cortés. Se mencionan sus promesas de campaña como una contradicción ideológica a su verdadero posicionamiento ideológico.

R3. @ElFinanciero\_Mx @RicardoAnayaC AMLO populista tus propuestas de subir el salario como lo hizo Maduro... momento, es Anaya quien lo propone.

R103. @SergioSarmiento No te veo criticando el ingreso básico universal de @RicardoAnayaC, ¿de dónde saldrá tanto dinero? ¿A esa propuesta populista se referían Larrea y los de Vasconia? Esperemos respuestas.

El populismo de los candidatos del PRI-PVEM-Panal y del PAN-PRD-MC se identifica como una treta para ganar la elección y, una vez ganada, dar continuidad al modelo neoliberal en el país.

J60. @AngyieT @EnriqueOchoaR @JoseAMeadeK La #LeyMeade o sea la #LeyAtole no es otra cosa que una propuesta de hace mucho tiempo de #YaSabem-Quien. Que en #AMLO la veían malísima y populista, pero en las ratas derechosas del #PRI y del #PAN son buenísimas y novedosas, según ellos. Pero qué creen, MEXICO YA NO LES CREE MÁS.

J114. @beltrandelrio POPULISMO, es ese que practican todos los candidatos, Anaya fingiendo dormir en el piso con su cobija de tianguis, Meade en una comunidad pobre del Edo. de Méx., Obrador vestido de chamula en mitin de Chiapas, el Bronco boleando zapatos...

Son caracterizados con mayor consistencia como parte del bando neoliberal los candidatos Ricardo Anaya Cortés, Margarita Zavala y Jaime Rodríguez Calderón.

J3. ¡Sacrifico a Meade, el mercenario oscuro, y a Ochoa, el rey de los ladrones, para convocar a Anaya, el neoliberal de los ojos azules!

B231. Aquí el modelo neoliberal que defiende @RicardoAnayaC @JoseAMeadeK Margarita y el Bronco, un modelo de acumulación para la élite del gran capital.

M30. @LilyExa1 @Mzavalagc Ella, Margarita, es panista, de ultraderecha y servil del neoliberalismo depredador. Que diga qué hará con las mineras trasnacionales que contaminan nuestros mantos acuíferos y saquean plata, oro, gas natural, etc.

Margarita Zavala resalta dentro de este bando por la exaltación de sus valores morales y su congruencia ideológica, mientras que Jaime Rodríguez es señalado como el candidato que manifiesta la oposición más acérrima al asistencialismo.

M420. @charlyortega48 @MagdaGraciasFCH @Mzavalagc Prefiero a alguien que sienta, que tenga nervios, que tartamudee, pero que sea real a un acartonado como Meade, un mentiroso como Anaya, un populista títere como AMLO. Margarita presidenta. Sinceridad, honestidad y valores.

B387. @LunaDulce\_ El Bronco dice que 0 asistencialismo y que pongan a trabajar a los flojos, a los fabricantes de pobres.

Los usuarios señalaron que las alianzas electorales que respaldaban las candidaturas de Ricardo Anaya Cortés y de Andrés Manuel López Obrador

dor eran incongruentes por la incompatibilidad ideológica de los partidos participantes en las coaliciones. Asimismo, se calificó como incongruente la fractura al interior del PAN que antecedió a la postulación de Margarita Zavala como candidata independiente.

A91. @citotecbio @yeidckol yaaaaaaa quedó claro toooodoo AMLO CONCUERDA CON LA POLÍTICA DE ASESINOS DE ESTUDIANTES eso ya quedó claro PERO NO CONCUERDA CON LA POLÍTICA DE UN PARTIDO DE DERECHA??? y es aliado del PES que es de ultraderecha y ultraconservador JAJAJAJ TE DIGO QUE PARA INCOHERENTE TÚ Y AMLO.

R170. @aurelionuno @RicardoAnayaC En la contradicción de una ideología y teniendo como muestra cómo se han diluido un PRD y un PAN en los últimos años, se entiende por qué no hay elementos para pensar en que haya un proyecto y menos teniendo apartidistas de media tinta como @ManceraMiguelMX, que nos jodió tanto.

R243. @cesarmty @Camacho\_Jorge @Mzavalagc @RicardoAnayaC Margarita, creo que estás mal, cómo después de vivir 20 años en el PAN ahora te vas al PRI. No es congruente, es una decisión de estómago que no ayuda a México y sí favorece el populismo y la opacidad que siempre comunicaste combatir.

### *Definiciones de los opuestos ideológicos*

Pero a todo esto, ¿qué es el populismo y qué es neoliberalismo? En el discurso de los usuarios de Twitter, el populismo se definió como un sistema de gobierno en el que el Estado otorga dinero, bienes y servicios a personas que no los merecen.

A110. @AlmaPagana @MariRojas65 @lopezobrador\_ Eso no importa, pues el Peje va a mantener a los NINIS y los va a meter a la UNAM, a pesar de que no sepan escribir.

A183. @belindapop Cuidado, AMLO y equipo tienen ideas comunistas (Expropiaciones), te van a quitar tus bienes que con esfuerzo conseguiste para dárselos a gente que no tiene por floja, aún estamos a tiempo de parar a este loco, soy un simple ciudadano preocupado, no soy de la mafia del poder.

Esta conducta es evaluada como un gasto irresponsable que puede ocasionar una catástrofe económica.

A181. @Bebedeluz @lopezobrador\_ Si para ti eso es lucirse... Un defensor de los pobres que no es pobre. Un ataque a los ricos que son los que dan empleos. Y el que da puede quitar. Bienvenido el comunismo donde la historia dice que ha fracasado en todos lados.

J252. @ferbelaunzaran @senadomexicano @ErnestoCordero @JoseAMeadeK @RicardoAnayaC @EPN Ésta es una elección de futuros diferentes para nosotros los que habitamos este país. AMLO traerá una burbuja de opulencia por 3 años y después tronará como han tronado en otros países con sistemas populistas sin excepción. Anaya dará estabilidad y desarrollo, lento pero sostenido.

Por otro lado, el neoliberalismo es caracterizado mayormente como un sistema de gobierno vigente en México, que ha acentuado la desigualdad socioeconómica en favor de una élite reducida, a partir de la corrupción, las privatizaciones y el saqueo de la riqueza de la nación.

R402. @RicardoAnayaC Anaya eres el candidato de Salinas de Gortari, falta poco para que Meade decline a tu favor... eres la continuidad de un gobierno corrupto... la continuidad de las reformas estructurales... La continuidad del sistema neoliberal.

R406. @RALUGAZ @VikoAlmeida13 @Mr\_Dekker @LuisCarlosRan17 @JoseAMeadeK @lopezobrador\_ Que la filosofía de Obrador es clasista?? De qué demonios hablas amigo, los clasistas son Anaya y Meade, que buscan seguir beneficiando a unos cuantos en vez de buscar el bien común, su ideología neoliberalista de ellos es la más clasista que puede haber.

De manera emergente, se incluyó la categoría *libertad de expresión*, derivado de un reclamo reiterado de los usuarios de que Andrés Manuel López Obrador habría operado durante la campaña para impedir la difusión del documental *Populismo en América Latina*. De acuerdo con estas menciones, la censura a la libertad de expresión era un comportamiento típico de los gobiernos populistas.

A170. @AXELKAISER Comparto mi video ¿Desde México @LopezDictador ya decide qué debe ver y qué no debe ver Latinoamérica? #PopulismoEnAmericaLatina AMLO censura la libertad de expresión No lo permitamos! <https://t.co/cGCS3TtmpH> @ESQUIVEL\_ZUBIRI @JuanIZavala @clubdeviernes @adiazpi @ileana\_Mex

### *Personajes y Estados posicionados en el debate ideológico*

De manera consistente las menciones más frecuentes en la categoría *descripción ideológica* son a personalidades políticas de la izquierda latinoamericana. El enfoque principal está en aquellos Estados como Venezuela, Cuba o Nicaragua que han sido señalados como la izquierda irresponsable o populista de la región.

R320. @RicardoAnayaC Pregúntale a López Obrador en el debate del domingo si Morena está inscrita al FORO DE SAO PAULO? porque si lo está, también inscribió al PRD ese foro de socialistas y dictadores que fue creado por Fidel Castro, Lula da Silva y Hugo Chávez.

J380. @JoseAMeadeK Ese viejo comunista le hará a México lo que están haciendo en Venezuela y Nicaragua éstos son dictadores y al final ustedes tienen culpa porque no se unieron.

También fueron mencionados líderes de opinión e intelectuales como Paco Ignacio Taibo II, Gloria Álvarez, Enrique Krauze y Mario Vargas Llosa. Reconocidos por definir en varios de sus discursos una posición

política clara de afinidad u oposición a alguno de los bandos ideológicos en disputa.

A395. @EnriqueKrauze Enrique, Enrique, Enrique, con tu manera de hablar, más bien tu lengua se transforma biperina, no confundas a la gente, ser popular como tú no es de sorpresa y si AMLO es populista es que tiene más seguidores que tú, o sea, le creen más que a un Krauze.

M38. Gloria Álvarez es una destacada académica que viene a México, a darle una arrastrada a la chairiza fanática de la izquierda y le responden como sólo ellos saben, insultos y descalificaciones, cero argumentos.

### *El género casi ausente*

Prácticamente el tema del género no se utilizó para caracterizar ideológicamente a los candidatos. Fue levemente tomado para reprochar a Andrés Manuel López Obrador cierta inconsistencia por no pronunciarse claramente en temas como la legalización del aborto o de los matrimonios entre personas del mismo sexo.

R406. Es igualmente criticable el conservadurismo de Anaya y Meade en temas de derechos y libertades. Pero AMLO es el puntero y dice enarbolar banderas progresistas de izquierda, por lo que se le exige mayor congruencia y definición en estos temas fundamentales para mujeres y minorías.

Hubo cuestionamientos aislados relacionados con la posición de derecha de Margarita Zavala, y cómo esto repercutía en detrimento de una plataforma feminista.

M111. @saraieli @soffiaaa @Mzavalagc Es que Margarita no es defensora de los derechos de las mujeres, al contrario, representa todo lo que la cultura machista quiere de una mujer: utilizada por su marido, candidata de él y para colmo representa una ideología conservadora contraria a los derechos de las mujeres.

Se habló de género brevemente respecto a Jose Antonio Meade en relación con su propuesta de otorgar un *salario rosa* a las mujeres.

M316. Propuestas populistas se refiere a la mentira del salario rosa de su partido en el Estado de México.

Sin mencionar necesariamente el posicionamiento de alguno de los candidatos, algunos usuarios se expresaron en contra de lo que llaman *ideología de género*.

M33. @alcalorpolitico @JoseAMeadeK Pues que no se preocupe. El que obra bien, bien le va. Habemos muchos católicos en el Puerto. Que le daremos el voto. Si se compromete a los valores pro vida y pro familia. No ideología de género.

### *Seguridad pública*

Los tuits en torno a la seguridad pública también fueron poco frecuentes en el contenido analizado. Se encontró una discusión esporádica entre la propuesta del candidato Andrés Manuel López Obrador de dar amnistía a algunos integrantes del crimen organizado, y el alza en homicidios en el país de la que se responsabilizó a la política de utilizar a las fuerzas armadas para desempeñar tareas de seguridad pública.

B53. @alexiaincomoda @lopezobrador\_ @JoseAMeadeK @RicardoAnayaC @Mzavalagc @JaimeRdzNL @PGR\_mx @hdemauleon @CNDH Más que la amnistía el mejor remedio es becarios x sicarios. Me parece de lo poco rescatable de AMLO. Porque no es una medida reaccionaria. Podemos instaurar el terror pero guillotinar a medio mundo no resuelve el problema. Y el problema se llama capitalismo.

R56. @FelipeCalderon @EPN @RicardoAnayaC @JoseAMeadeK @Mzavalagc Qué raro ¿verdad? un tipo como @FelipeCalderon que provocó una violencia como nunca que produjo 120 000 muertos y permitió el saqueo a todo un país no



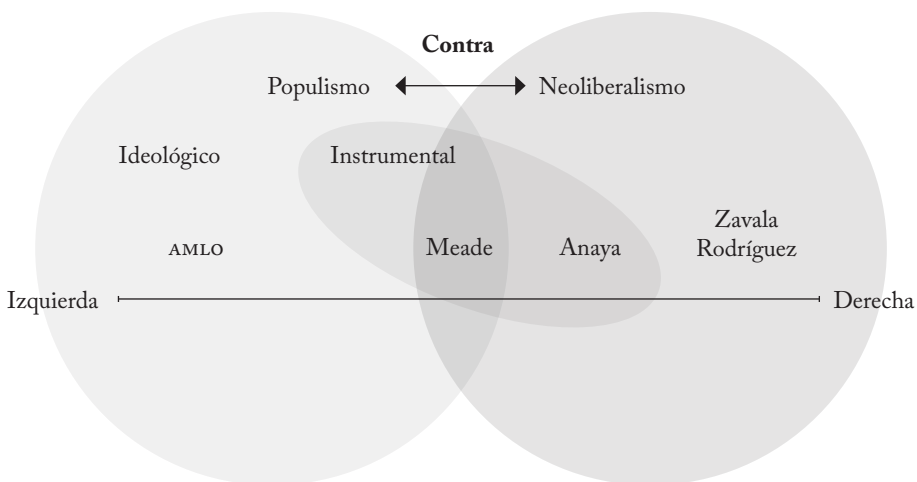
tiene procesos penales!! Qué bonito es el capitalismo y la violencia impuesta por EU ¿verdad?

A39. @MarioBeteta qué risa los argumentos de @martibatres autor de #LecheBeti dice que no es populismo apoyar a los ninis, negociar con el crimen organizado, el que nos dijo pirurris cuando apoyamos #MarchaPorLaPaz xk el índice de inseguridad aumentó con #AMLO

*Modelo descriptivo*

Tomando en cuenta los datos anteriores, se propone el siguiente modelo (figura 1) que describe la estructura de las afinidades ideológicas de los candidatos presidenciales, construida a partir de los discursos de los usuarios de Twitter.

**Figura 1. Modelo de afinidades ideológicas de candidatos presidenciales**



Fuente: Elaboración propia.

La orientación ideológica de los candidatos se encuadra en la elección como una lucha entre el populismo y el neoliberalismo. En esta contienda no se destacan las aspiraciones positivas de cada uno de estos sistemas ideológicos, sino sus aspectos negativos. Los usuarios que describieron el populismo usualmente destacaron la hipótesis de un futuro catastrófico. Los usuarios que encuadraron el neoliberalismo enfatizaron los problemas sociales, políticos y económicos actuales de México, como una consecuencia de la aplicación de este sistema. Se establece la diferencia entre populismo ideológico e instrumental, en donde éste tiene el fin de ganar la elección, y el ideológico es aquél del que se esperan políticas públicas más allá de la elección. En el continuo izquierda-derecha, los candidatos Jaime Rodríguez y Margarita Zavala son ubicados relativamente más a la derecha que el resto de los candidatos; Jaime Rodríguez por su férreo antiasistencialismo y Margarita Zavala por mantener cierta coherencia ideológica en comparación con su excompañero de partido, Ricardo Anaya.

## Discusión

El hallazgo principal de este trabajo consiste en la naturaleza negativa de las caracterizaciones ideológicas, que se aparta de las definiciones tradicionales de este constructo en la literatura. Las definiciones revisadas sobre el continuo izquierda-derecha acostumbra ser de carácter aspiracional (véanse Bobbio, 1995; Jost *et al.*, 2009). La ideología suele expresarse destacándose una situación a la que se quiere llegar. Esa descripción ideal estuvo ausente en los discursos de usuarios de Twitter, pues los posicionamientos ideológicos se expresaron destacando situaciones que se quieren evitar. Los usuarios presumiblemente de izquierda hablaron más de un estado nacional catastrófico atribuido a la aplicación de políticas neoliberales, mientras que usuarios presumiblemente de derecha se enfocaron en describir la catástrofe hipotética que acontecería en caso de que ganara un candidato populista.

Teóricamente esto hace necesario replantear las definiciones de los polos en el continuo izquierda-derecha, desde una perspectiva de una ideología negativa. En los términos empleados por Jost *et al.* (2009), podríamos

decir que la izquierda negativa se refiere a una actitud desfavorable a la jerarquización socioeconómica y a la continuidad cultural, mientras que la derecha negativa se describiría como una actitud desfavorable hacia la equidad socioeconómica y el cambio cultural. Esta actitud negativa se hace evidente en el alto número de tuits que sólo posicionaban a los candidatos, sin dar mayores explicaciones y como revelando una característica defectuosa. Esto es consistente con la aseveración de Eagleton (1991, p. 2), respecto a que “nadie reconoce su propio pensamiento como ideológico ... La ideología, como el mal aliento, es en este sentido, algo que otra persona tiene”.

Esto podría parecer una nimiedad, pero es importante para reflexionar sobre la influencia que pudiera haber ejercido este encuadre en los usuarios expuestos a estas publicaciones. Psicológicamente, la motivación positiva no tiene los mismos efectos sobre el comportamiento político que la motivación negativa (*e. g.* Bradley *et al.*, 2007; Caruana *et al.*, 2014; Panagopoulos, 2011). Previamente se ha encontrado que la ideología de la ciudadanía es un fuerte determinante de la formación de identidades partidistas negativas (véase Medeiros y Noël, 2014), y que éstas tienen un efecto importante sobre la participación electoral y moderado respecto a la decisión final de voto (véase Mayer, 2017). También se ha observado que los momentos de crisis nacional son propicios para el desarrollo de identidades negativas, cuya emergencia serviría a la función de dinamizar los sistemas políticos (véase Pashina, 2015).

Continuando con la reflexión sobre los efectos, es probable que los receptores de estos contenidos negativos hayan tenido también textos afines a su propia ideología (véase Barberá, 2015). En caso de que se hubieran expuesto sólo a mensajes opuestos, es probable que no les hayan dedicado atención o algún tipo de esfuerzo cognitivo (véase Frimer *et al.*, 2017). Por lo tanto, se presume que las publicaciones con contenido ideológico de los usuarios de Twitter tuvieron el efecto de reafirmar la identidad ideológica de los usuarios, a través de mensajes que apelaban al miedo. Esta reafirmación podría explicar el alto grado de participación en la jornada electoral de 2018. Ésta es una hipótesis que merecería un tratamiento experimental en futuros trabajos.

La observación de Roberts (2012) respecto a la estructuración de la ideología en América Latina se refleja parcialmente en el discurso de los usuarios de Twitter: la izquierda enarbola la resistencia al neoliberalismo. Fueron relevantes en ese sentido los temas de equidad socioeconómica y políticas macroeconómicas. En cuanto a equidad, los usuarios con tendencia de izquierda señalaron que las políticas neoliberales operaban a favor de una élite e incrementaban la pobreza; en el tema de políticas macroeconómicas, mencionaron que esta élite se beneficiaba de la reducción de la participación del Estado en la regulación de la economía, a veces por medio de la corrupción. Para la derecha, los mismos temas resultaron relevantes con diferente encuadre; por una parte, la idea de que el gasto social puede provocar la ruina del estado y, por otra, que el control del Estado sobre la economía ahuyentaría la inversión. Otro tema importante para los usuarios de derecha fue el de los países latinoamericanos que, en el contexto del giro a la izquierda, han sufrido crisis económicas, políticas y sociales importantes, que Castañeda (2006) atribuye a la actuación irresponsable de gobiernos populistas.

Género y religión fueron temas poco retomados en la discusión, al menos en el corpus de tuits analizados. Esto es contradictorio puesto que en el país existe un debate muy vivo en torno a políticas de género, como la paridad, la educación sexual, la salud sexual, la legalización del aborto y del matrimonio igualitario, entre otras. En esta discusión siempre está involucrado un punto de vista religioso. Quizá la ausencia de estos temas se deba a que se han politizado en el país más desde la sociedad civil que desde las instituciones del Estado. Es posible que los candidatos y la candidata no se hayan pronunciado ampliamente sobre estos temas, o no los hayan considerado dentro de su agenda de campaña. De la misma manera, es probable que estos temas se hayan discutido en torno a los candidatos participantes en la elección, pero no se encuadraron dentro de los términos de búsqueda ideológicos que se utilizaron en este trabajo.

En resumen, se observa un encuadre de la ideología muy limitado, o retomando el término empleado por Engesser, Ernst, Esser y Büchel (2017) *sobresimplificado*. Esto ofrece pocas oportunidades para una deliberación ideológica amplia. Sería deseable que en futuras contiendas electorales los

candidatos y candidatas se pronunciaran ampliamente sobre una variedad de temas o, de no hacerlo, que la ciudadanía a través de los canales de comunicación a su alcance presione para que se posicionen en torno a asuntos fundamentales, como el género o el medioambiente. De igual forma, una discusión ideológica sana tendría que mostrar un equilibrio entre señalar los aspectos negativos de un sistema de creencias con el que no se comulga, y desplegar las aspiraciones positivas de la posición ideológica con la que se es afín. Habría que observar si la prevalencia de contenido negativo es similar en el contexto de otras elecciones latinoamericanas, o si, como en el caso de México, los usuarios de Twitter encuadran las opciones electorales disponibles como una decisión entre huir de un desastre presente o evitar un desastre futuro.



## Fuentes de consulta

- Alcántara, Manuel (2008). “La escala de la izquierda. La ubicación ideológica de presidentes y partidos de izquierda en América Latina”. *Nueva Sociedad*, 217, 72-85.
- Alcántara, Manuel y Rivas, Cristina (2007). “Las dimensiones de la polarización partidista en América Latina”. *Política y Gobierno*, 14 (2), 349-390.
- Aldrich, John; Gibson, Rachel; Cantijoch, Marta; y Konitzer, Tobias (2016). “Getting out the Vote in the Social Media Era: Are Digital Tools Changing the Extent, Nature and Impact of Party Contacting in Elections?”. *Party Politics*, 22 (2), 165-178. DOI: 10.1177/1354068815605304
- Alonso, Jorge (2013). “Cómo escapar de la cárcel de lo electoral: el movimiento #YoSoy132”. *Desacatos*, 42, 17-40.
- Alvares, Claudia y Dahlgren, Peter (2016). “Populism, Extremism and Media: Mapping an Uncertain Terrain”. *European Journal of Communication*, 31 (1), 46-57. DOI: 10.1177/0267323115614485
- Anderson, Christopher y Singer, Matthew M. (2008). “Multilevel Models and the Politics of Inequality, Ideology and Legitimacy in Europe”. *Comparative Political Studies*, 41 (4-5), 564-599. DOI: 10.1177/0010414007313113
- Barberá, Pablo (2015). “Birds of the Same Feather Tweet Together: Bayesian Ideal Point Estimation Using Twitter Data”. *Political Analysis*, 23 (1), 76-91. DOI: <https://doi.org/10.1093/pan/mpu011>
- Barberá, Pablo; Jost, John; Nagler, Jonathan; Tucker, Joshua; y Bonneau, Richard (2015). “Tweeting from Left to Right: Is Online Political Communication More Than an Echo Chamber?”. *Psychological Science*, 26 (10), 1531-1542. DOI: <https://doi.org/10.1177/0956797615594620>
- Barolin, Ezequiel (2017). “El ascenso de la derecha en América Latina: apuntes para su discusión”. *Contexto Internacional*, 42 (17), 21-26.
- Bell, Daniel (1960). *The End of Ideology. On the Exhaustion of Political Ideas in the Fifties*. Cambridge, EE. UU.: Harvard University Press.
- Bennett, Lance e Iyengar, Shanto (2008). “A New Era of Minimal Effects? The Changing Foundations of Political Communication”.

- Journal of Communication*, 58 (4), 707-731. DOI: 10.1111/j.1460-2466.2008.00410.x
- Bennet, Lance y Livingston, Steven (2018). “The Disinformation Order: Disruptive Communication and the Decline of Democratic Institutions”. *European Journal of Communication*, 33 (2), 122-139. DOI: <https://doi.org/10.1177/0267323118760317>
- Bobbio, Norberto (1995). *Izquierda y derecha. Razones y significados de una distinción política*. Madrid: Taurus.
- Bonikowski, Bart (2016). “Three Lessons of Contemporary Populism in Europe and the United States”. *Brown Journal of World Affairs*, 23 (1), 9-24.
- Boulianne, Shelley (2015). “Social Media Use and Participation: A Meta-Analysis of Current Research”. *Information, Communication and Society*, 18 (5), 524-538. DOI: 10.1080/1369118X.2015.1008542
- Bradley, Samuel D.; Angelini, James R.; y Lee, Sungkyoung (2007). “Psychological and Memory Effects of Negative Political Ads. Aversive, Arousing and Well Remembered”. *Journal of Advertising*, 36 (4), 115-127. DOI: <https://doi.org/10.2753/joa0091-3367360409>
- Bradshaw, Samantha y Howard, Philip (2017). *Troops, Trolls and Troublemakers: A Global Inventory of Organized Social Media Manipulation* (Working Paper núm. 2017.12). Universidad de Oxford / Computational Propaganda Research Project.
- Cameron, Maxwell (2009). “Latin America’s Left Turns: Beyond Good and Bad”. *Third World Quarterly*, 30 (2), 331-348. DOI: <https://doi.org/10.1080/01436590802681082>
- Cantamutto, Francisco (2013, marzo). ¿Giro a la izquierda? Nuevos gobiernos en América Latina. *Relacso*, 2 (1), 1-21.
- Caruana, Nicholas J.; McGregor, R. Michael; y Stephenson, Laura B. (2014). “The Power of the Dark Side: Negative Partisanship and Political Behavior in Canada. *Canadian Journal of Political Science*, 48 (4), 771-789. DOI: <https://doi.org/10.1017/S0008423914000882>
- Castañeda, Jorge (2006, mayo-junio). “Latin America’s Left Turn”. *Foreign Affairs*, 85 (3), 28-43. DOI: <https://doi.org/10.2307/20031965>
- Chavarría, Amílcar (2014). “Esfera pública digital: viejas prácticas en 140 caracteres. Twitter en las elecciones México 2012”. *Virtualis*, 5 (9), 76-89.

- Corona, Antonio (2018). “Mecanismos de otrificación entre la oposición política en Twitter durante las elecciones estatales de 2017 en México”. *adComunica*, 16, 45-70.
- Cuadra, Elvira (2018, septiembre-octubre). “Nicaragua: ¿una nueva transición en puerta?”. *Nueva Sociedad*, 277, 4-12.
- Donovan, Todd y Redlawsk, David (2018). “Donald Trump and Right Wing Populists in Comparative Perspective”. *Journal of Elections, Public Opinion and Parties*, 28 (2), 190-207. DOI: 10.1080/17457289.2018.1441844
- Eagleton, Terry (1991). *Ideology: An Introduction*. Londres: Verso.
- Effing, Robin; Hillegersberg, Jos; y Huibers, Theo (2016). “Social Media Indicator and Local Elections in the Netherlands: Towards a Framework for Evaluating the Influence of Twitter, YouTube, and Facebook”. En M. Sobaci (Ed.), *Social Media and Local Governments* (pp. 281-298). Springer-Cham. DOI: 10.1007/978-3-319-17722-9\_15
- Engesser, Sven; Ernst, Nicole; Esser, Frank; y Büchel, Florin (2017). “Populism and Social Media: How Politicians Spread a Fragmented Ideology”. *Information, Communication & Society*, 20 (8), 1109-1126, DOI: 10.1080/1369118X.2016.1207697
- Femenías, María Luisa (2009). “Género y feminismo en América Latina”. *Debate Feminista*, 40, 42-74.
- Flaxman, Seth; Goel, Sharad; y Rao, Justin (2016). “Filter Bubbles, Echo Chambers, and Online News Consumption”. *Public Opinion Quarterly*, 80 (S1), 298-320. DOI: 10.1093/poq/nfw006
- Foa, Jorge (2019, febrero-julio). “Cambio climático y populismos en América Latina: un análisis comparativo de los posicionamientos de Argentina, Ecuador, Chile y Brasil en camino al acuerdo de París de 2015”. *Revista de Filosofía y Ciencias*, 18, 24-35. DOI: <https://doi.org/10.24316/prometeica.v0i18.240>
- Francia, Peter L. (2018, agosto). “Free Media and Twitter in the 2016 Presidential Election: The Unconventional Campaign of Donald Trump”. *Social Science Computer Review*, 36 (4), 440-455. DOI: 10.1177/0894439317730302
- Frimer, Jeremy; Skitka, Linda J.; y Motyl, Matt (2017). “Liberals and Conservatives are Similarly Motivated to Avoid Exposure to One Another’s



- Opinions”. *Journal of Experimental Social Psychology*, 72, 1-12. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2017.04.003>
- Fukuyama, Francis (1989). “The End of History”. *The National Interest*, 16, 3-18.
- Gerbaudo, Paolo (2018). “Social Media and Populism: An Elective Affinity?” *Media, Culture & Society*, 40 (5), 745-753. DOI: 10.1177/0163443718772192
- Glowacki, Monika; Narayanan, Vidya; Maynard, Sam; Hirsch, Gustavo; Kollanyi, Bence; Neudert, Lisa; Howard, Phil; Lederer, Thomas; y Barash, Vlad (2018). “News and Political Information Consumption in Mexico: Mapping the 2018 Mexican Presidential Election on Twitter and Facebook” (vol. 29). Comprop Data Memo 2018.2/ June. Recuperado de <http://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/93/2018/06/Mexico2018.pdf>
- Gómez, Luis H. y Gómez, Juan R. (2011). “Reflexiones sobre los aportes de la izquierda socialista al desarrollo alternativo desde el ámbito cultural: el caso boliviano”. *Revista Internacional de Psicología Política Societal*, 2 (1), 127-137.
- González, Luis Eduardo y Queirolo, Rosario (2013). “Izquierda y derecha: formas de definir las, el caso latinoamericano y sus implicaciones”. *América Latina Hoy*, 65, 79-105. DOI: [doi.org/10.14201/alh20136579105](https://doi.org/10.14201/alh20136579105)
- Gratius, Susanne y Rivero, Ángel (2018). “Más allá de la izquierda y la derecha: populismo en Europa y América Latina”. *Revista CIDOB d’Afers Internacionals*, 119, 36-51. DOI: [doi.org/10.24241/rcai.2018.119.2.35](https://doi.org/10.24241/rcai.2018.119.2.35)
- Groshek, Jacob y Koc-Michalska, Karolina (2017). “Helping Populism Win? Social Media Use, Filter Bubbles, and Support for Populist Presidential Candidates in the 2016 us Election Campaign”. *Information, Communication and Society*, 20 (9), 1389-1407. DOI: 10.1080/1369118X.2017.1329334
- Guzmán, Guillermo y Rodríguez López, Fernando (2018, primer semestre). “Voto étnico en Bolivia. Cohesión, disgregación y clivajes étnicos”. *Política y Gobierno*, 25 (1), 65-100.
- Hernández, Melissa (2019). *La presencia de AMLO en Twitter en la precampaña de las elecciones federales de 2018 en México*. Tesis de especialización. Xalapa, México: Universidad Veracruzana.

- Himmelboim, Itai; McCreery, Stephen; y Smith, Marc (2013, enero). “Birds of a Feather Tweet Together: Integrating Network and Content Analyses to Examine Cross-Ideology Exposure on Twitter”. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 18 (2) 154-174. DOI: <https://doi.org/10.1111/jcc4.12001>
- Hong, Sounman y Kim, Sun Hyoung (2016, octubre). “Political Polarization on Twitter: Implications for the Use of Social Media in Digital Governments”. *Government Information Quarterly*, 33 (4), 777-782. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.giq.2016.04.007>
- Jost, John; Federico, Christopher. M.; y Napier, Jaime L. (2009). “Political Ideology: Its Structure, Functions, and Elective Affinities”. *Annual Review of Psychology*, 60 (1), 307-337. DOI: 10.1146/annurev.psych.60.110707.163600
- Kearney, Michael W. (2016). *Rtweet: Collecting Twitter Data* (Versión 0.1.7) [Software]. Recuperado de <https://cran.r-project.org/package=rtweet>
- Magallón, Raúl (2019). “Verificado México 2018. Desinformación y *fact-checking* en campaña electoral”. *Revista de Comunicación*, 18 (1), 234-258. DOI: <https://doi.org/10.26441/rc18.1-2019-A12>
- Mayer, Sabrina J. (2017). “How Negative Partisanship Affects Voting Behavior in Europe: Evidence from an Analysis of 17 European Multi-Party Systems with Proportional Voting”. *Research and Politics*, 4 (1), 1-7. DOI: 10.1177/2053168016686636
- Medeiros, Mike y Noël, Alain (2014). “The Forgotten Side of Negative Partisanship: Negative Party Identification in Four Anglo-American Democracies”. *Comparative Political Studies*, 47 (7), 1022-1046. DOI: 10.1177/0010414013488560
- Modonesi, Massimo (2015). “Fin de la hegemonía progresista y giro regresivo en América Latina. Una contribución gramsciana al debate sobre fin de ciclo”. *Viento Sur*, 142, 23-30.
- Modonesi, Massimo (2018). “México: el gobierno progresista ‘tardío’”. *Nueva Sociedad*, 276, 4-12.
- Moo-Mena, Francisco; Robles-Sandoval, Sofía; González-Magaña, Karina; y Rodríguez-Adame, Oliver (2019, enero). “Towards Bots Detection by Analyzing the Behavior of User Data on Twitter”. *International*

- Journal of Computer Science Issues (IJCSI)*, 16 (1), 21-29. DOI: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.2588241>
- Moyano, Emilio; Palomo, Gonzalo; y Moyano, Paz (2015). “Creencias ambientales e ideología en la población chilena”. *Universum*, 30 (2), 219-236. DOI: <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-23762015000200013>
- Muñiz, Carlos; Dader, José Luis; Téllez, Nilsa M.; y Salazar, Alondra (2016). “¿Están los políticos políticamente comprometidos? Análisis del compromiso político 2.0 desarrollado por los candidatos a través de Facebook”. *Cuadernos.info*, 39, 135-150. DOI: <https://dx.doi.org/10.7764/cdi.39.970>
- Nazareno, Marcelo (2010, enero-diciembre). “¿Hace la izquierda la diferencia? La política socio-económica en el ‘giro a la izquierda’ de América Latina”. *Estudios. Revista del Centro de Estudios Avanzados*, 23-24, 175-191.
- Panagopoulos, Costas (2011, septiembre). “Affect, Social Pressure and Prosocial Motivation: Field Experimental Evidence of the Mobilizing Effects of Pride, Shame and Publicizing Voting Behavior”. *Political Behavior*, 23 (3), 369-386. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11109-010-9114-0>
- Pashina, Nataliya (2015). “Negative Identity in Crisis-Ridden Society: Essence and Functions”. *Journal of Geography, Politics and Society*, 5 (2), 34-36. DOI: [10.4467/24512249JG.15.010.5166](https://doi.org/10.4467/24512249JG.15.010.5166)
- Roberts, Kenneth (2012). “Market Reform, Programmatic (De) Alignment and Party System Stability in Latin America”. *Comparative Political Studies*, 46 (11), 1422-1452. DOI: <https://doi.org/10.1177/0010414012453449>
- Romero, Carlos y Benayas, Grecia (2018). “Venezuela: el ocaso de una democracia”. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 63 (233), 285-306. DOI: [10.22201/fcpys.2448492xe.2018.233.62343](https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2018.233.62343)
- Ryan, Daniel (2017). “Política y cambio climático: explorando la relación entre partidos políticos y la problemática climática en América Latina”. *Ambiente & Sociedade*, 20 (3), 277-294.
- Salgado, Eva (2013, mayo-agosto). “Twitter en la campaña electoral de 2012”. *Desacatos*, 42, 217-232.

- Sánchez, Jessica G. (2018). "Política y activismo LGTBI: Discurso de Rafael Correa en torno a la comunidad LGTBI y su lucha por los derechos civiles y de identidad de género en los enlaces ciudadanos 2016". Tesis de licenciatura. Quito: Universidad Central del Ecuador.
- Stefanoni, Pablo (2018). "Biblia, buey y bala... recargados. Jair Bolsonaro, la ola conservadora en Brasil y América Latina". *Nueva Sociedad*, 278, 4-11.
- Suhay, Elizabeth; Blackwell, Allyson; Roche, Cameron; y Bruggeman, Lucien (2015). "Forging Bonds and Burning Bridges: Polarization and Incivility in Blog Discussions about Occupy Wall Street". *American Politics Research*, 43 (4), 643-679. DOI: 10.1177/1532673X14553834
- Tauss, Aaron; Pardo, Daniel; y Graaff, David (2019). "El bloque de poder contrainsurgente en Colombia y su papel en el resurgimiento de la derecha en América Latina". *Colombia Internacional*, 99, 63-90.
- Uribe, Mónica (2018). "Ciclos políticos y política social en América Latina en el siglo XXI". *Forum*, 13, 101-118.
- Van der Meer, Tom W. G.; Van Deth, Jan. W.; y Scheepers, Peer L. H. (2009). "The Politicized Participant. Ideology and Political Action in 20 Democracies". *Comparative Political Studies*, 42 (11), 1426-1457. DOI: 10.1177/0010414009332136
- Van Prooijen, Jan-Willem; Krouwel, André P. M.; Boiten, Max; y Eendebak, Lennart (2015). "Fear among the Extremes: How Political Ideology Predicts Negative Emotions and Outgroup Derogation". *Personality and Social Psychology Bulletin*, 41 (4), 485-497. DOI: 10.1177/0146167215569706
- Yamamoto, Masahiro; Kushin, Matthew; y Dalisay, Francis (2015). "Social Media and Mobiles as Political Mobilization Forces for Young Adults: Examining the Moderating Role of Online Political Expression in Political Participation". *New Media & Society*, 17 (6), 880-898. DOI: 10.1177/1461444813518390
- Zechmeister, Elizabeth (2006). "What's Left and Who's Right? A Q-Method Study of Individual and Contextual Influences on the Meaning of Ideological Labels". *Political Behavior*, 28 (2), 151-173. DOI: 10.1007/s11109-006-9006-5

Zechmeister, Elizabeth y Corral, Margarita (2010). El variado significado de izquierda y derecha en América Latina. *Perspectivas desde el Barómetro de las Américas*, 38, 1-10.



Universidad Veracruzana

La Universidad Veracruzana a través de la  
Especialización en Estudios de Opinión  
otorga la presente

## Constancia al Dr. Rubén Flores González

Por haber participado como Director de Tesis en el examen para la obtención del Diploma de la Especialización en Estudios de Opinión de la Mtra. Mónica Torio Hernández, quien presentó su tesis “México a la izquierda y Brasil a la derecha: Análisis prospectivo para los gobiernos latinoamericanos”, el día veintinueve de septiembre del año dos mil veinte.

“Lis de Veracruz: Arte, Ciencia, Luz”  
Xalapa, Enríquez, Veracruz a 15 de junio del 2021



Dr. Rubén Flores González  
Coordinador General  
Centro de Estudios de Opinión y Análisis  
Especialización en Estudios de Opinión



# IX CONGRESO INTERNACIONAL DE CIENCIA POLÍTICA

Acapulco de Juárez, Guerrero, México

“Democracia y Autoritarismo en Tiempos de Pandemia:  
¿Un Nuevo Ciclo de Transiciones?”

## RUBÉN FLORES GONZÁLEZ

Por su participación con la ponencia **El votante populista mexicano** presentada en el marco del IX Congreso Internacional de Ciencia Política, convocado por la Asociación Mexicana de Ciencias Políticas, con sede operativa en el IIEPA UAGRO, en la Ciudad de Acapulco de Juárez, Guerrero, México, los días 7, 8, 9 y 10 de diciembre de 2021.



Dr. Jesús Tovar Mendoza  
Presidente de la Asociación  
Mexicana de Ciencias Políticas



Dr. José Alfredo Romero Olea  
Rector de la Universidad Autónoma  
de Guerrero



Dr. Marco Antonio Adame Meza  
Director del Instituto Internacional de  
Estudios Políticos Avanzados