



**Artista invitada**

Valentina González Henao

De la serie *Acknowledgement*

Fotografía estenopeica

20 cm x 7 cm

2019



# #PazEsVotarNO. Centro Democrático y Acuerdo de paz en Colombia en redes sociales\*

Astrid Viviana Suárez Álvarez (Colombia)\*\*

## Resumen

Este artículo aborda la construcción de significado sobre la paz en las redes sociales digitales del partido Centro Democrático durante la etapa de refrendación del Acuerdo de paz entre el Gobierno colombiano y las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia-Ejército del Pueblo (FARC-EP). Para ello describe el comportamiento del Centro Democrático en sus redes sociales durante 2016, reconstruye su marco de sentido y sus repertorios discursivos, y aborda las estructuras culturales subyacentes. Metodológicamente se acude a un enfoque mixto que permite identificar tendencias y abordar significados. El Centro Democrático se caracterizó por la publicación de mensajes adversos al proceso de paz, su marco de sentido se basó en la distinción entre acuerdos y paz, la definición de aquellos como una farsa, la crítica a la idea de justicia promovida por los acuerdos y la asociación entre No y salvación; finalmente, el marco de sentido del Centro Democrático actualizó un discurso conservador basado en la oposición entre armonía colectiva y caos.

[299]

## Palabras clave

Comunicación Política; Redes Sociales; Negociaciones de Paz; Plebiscito; Colombia.

**Fecha de recepción:** junio de 2023 • **Fecha de aprobación:** octubre de 2023

## Cómo citar este artículo

Suárez Álvarez, Astrid Viviana. (2024). #PazEsVotarNO. Centro Democrático y Acuerdo de paz en Colombia en redes sociales. *Estudios Políticos* (Universidad de Antioquia), 69, pp. 299-328. <https://doi.org/10.17533/udea.espo.n69a12>

---

\* Artículo derivado de la investigación *e-Paz: significados de paz en la web 2.0*, financiada por el Comité para el Desarrollo de la Investigación (CODI) y el Instituto de Estudios Políticos, Universidad de Antioquia, y finalizada en 2019.

\*\* Politóloga. Magister en Comunicación Transmedia. Correo electrónico: [asuarez@fad.unam.mx](mailto:asuarez@fad.unam.mx) - Orcid: 0000-0003-4637-3542 - Google Scholar: [https://scholar.google.es/citations?hl=es&user=dE\\_9ICoAAAAJ](https://scholar.google.es/citations?hl=es&user=dE_9ICoAAAAJ)

## **#PazEsVotarNO. Centro Democrático and Peace Agreement in Colombia on Social Networks**

### **Abstract**

This article addresses the construction of meaning about peace in the digital social networks of the Centro Democrático party during the endorsement stage of the Peace Agreement between the Colombian government and the Revolutionary Armed Forces of Colombia-People's Army (FARC-EP). To do this, it describes the behavior of the Centro Democrático in its social networks during 2016, reconstructs its framework of meaning and its discursive repertoires; and addresses the underlying cultural structures. Methodologically, a mixed approach is used to identify trends and address meanings. The Centro Democrático was characterized by the publication of messages adverse to the peace process, its framework of meaning was based on the distinction between agreements and peace, the definition of those as a farce, the criticism of the idea of justice promoted by the agreements, and the association between No and salvation. Finally, the meaning framework of the Centro Democrático updated a conservative discourse based on the opposition between collective harmony and chaos.

[300]

### **Keywords**

Political Communication; Social Networks; Peace Negotiations; Plebiscite; Colombia.

## Introducción

*Mi generación ha vivido en las tinieblas de la guerra y la violencia, rasgadas sólo por furtivos asomos de paz (Uribe, 1998).*

El debate público en Colombia entre 2012 y 2018 se concentró en los diálogos de paz entre el Gobierno nacional y las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia-Ejército del Pueblo (FARC-EP). La comunicación sobre los diálogos realizada en los medios tradicionales fue ampliada a través de las redes sociales digitales que constituyeron espacios de discusión entre los ciudadanos sobre la negociación, la memoria del conflicto armado y las posibilidades de la paz. El papel desempeñado por el espacio público virtual (Lins, 2002) fue notorio durante la etapa de refrendación del proceso de paz, en tanto nutrió la información, valoración y posicionamiento de los actores sociales respecto a los acuerdos. A través de las redes sociales digitales se discutió el mecanismo de refrendación, se llevaron a cabo las campañas en torno al plebiscito sobre los acuerdos y se organizaron acciones colectivas en respuesta a los resultados del plebiscito y a la decisión de llevar los acuerdos al Congreso.

[301]

Ante lo que varios analistas consideraron como una inesperada victoria del No —con 50,21% de las votaciones (6 424 385 de electores) (El Tiempo, 2016, octubre 2)—, surgió el interés por entender el lugar de las redes sociales digitales en la dinámica comunicativa a través de la cual se había construido la oposición al Acuerdo de paz. Este artículo surge de este interés y su objetivo es describir los procesos de construcción de significado sobre la paz en las redes sociales digitales por parte del Centro Democrático, partido de oposición que lideró la campaña del No o durante la refrendación del Acuerdo de paz. Se busca responder a la pregunta de cómo se representó la paz y cuáles fueron los repertorios discursivos predominantes en la campaña del No. Para ello se establecen y definen los perfiles digitales del Centro Democrático; se identifican los *hashtags* relacionados con el proceso de paz con mayor posicionamiento e interacción; se identifica, interpreta y describe el marco de sentido y los repertorios discursivos con relación a la paz; y finalmente, se pone en diálogo este marco de sentido con estructuras culturales más amplias que permiten comprender el comportamiento de la esfera pública colombiana.

Se argumenta que a través de las redes sociales digitales se configuró un marco de sentido opuesto a la firma del Acuerdo mediante una estrategia comunicacional multinivel, donde todas las campañas contribuyeron a crear una imagen favorable del No. Se propone que la capacidad de esta campaña en desplegar sus repertorios discursivos sobre la base de una estructura cultural conservadora fue clave para motivar el rechazo al Acuerdo por parte de un amplio sector de la sociedad.

## 1. «Por siempre mi presidente»: <sup>1</sup> antecedentes y enfoque

El estudio de los procesos comunicativos a través de los cuales se construyó la campaña del No tiene sus antecedentes en investigaciones que se han centrado en la comunicación política del expresidente Álvaro Uribe Vélez, líder de la oposición al proceso de paz y fundador del partido Centro Democrático, movimiento político que impulsó la campaña del No.

Estos estudios se concentran en el análisis del aparato discursivo emitido por Uribe entre 2004 y 2012, caracterizado como un discurso neopopulista y paternalista (Galindo, 2007; Castro, 2009; Cárdenas, 2012). Se enfatiza la centralidad de los discursos políticos dados durante los Consejos Comunitarios, estrategia de comunicación directa entre Presidencia y comunidades locales durante los periodos presidenciales de Uribe (2002-2006, 2006-2010), y su papel en la producción de la idea de gran nación, en pro de la cual se legitimaron acciones políticas específicas, así como en la construcción de una imagen de auxiliador personal de los ciudadanos (Cárdenas, 2012).

También sus discursos han sido calificados como «efectistas», referidos a logros propios, y «antagónicos y hegemónicos», al dar relevancia a empresarios, multinacionales y capital financiero internacional, mientras se subordina a campesinos, indígenas, negritudes, sector informal y territorio. Se argumenta que se trata de un discurso neoliberal, en donde el orden colombiano se construye alrededor de las posibilidades de inversión de capital y se vacía de contenido social. Igualmente, se plantea que su alusión a un «Estado de opinión» es antidemocrática, al afectar la división

<sup>1</sup> Frase frecuentemente repetida por los seguidores del Centro Democrático en sus redes sociales digitales. Los demás apartados también inician con frases que hacen parte del marco discursivo de este partido y de sus seguidores, y que aparecen a lo largo de la descripción de los hallazgos.

de poderes e imbricarse con una lectura policiva y militarista de la realidad (Cárdenas, 2013).

De este modo, se plantea que estos discursos construyen una representación sobre las guerrillas que legitima posiciones de violencia y estigmatización frente a actores de oposición y que obstaculiza la apertura de diálogos de paz en Colombia (Castellanos, 2014). Desde su primera campaña presidencial, la idea de confrontación armada logró persuadir a los electores de Uribe y generó un fenómeno personalista en el que el rol carismático de su discurso logró romper la tendencia bipartidista predominante hasta entonces en la política colombiana (Montoya, 2013). Finalmente, hay abordajes sobre los procesos discursivos y prácticos de exclusión y estigmatización a las movilizaciones sociales por derechos humanos y derecho internacional humanitario durante su gobierno (Sarmiento y Delgado, 2008).

Por otro lado, ha habido un creciente abordaje sobre la construcción de la opinión pública digital y procesos de fijación de agenda a través de redes sociales digitales (Rodríguez, 2014). Respecto a Uribe, se evidencia que entre 2012 y 2013 construyó una imagen negativa sobre los diálogos de paz con las FARC-EP a través de su perfil en Twitter (Vélez, 2014). También hay comparaciones entre las figuras de Juan Manuel Santos y Álvaro Uribe (Martínez, 2014) que encuentran cómo, mientras el primero hablaba a los empresarios, se mostraba cercano a las élites y aplicaba una lógica de la conciliación, Uribe se dirigía al pueblo, al cual expresaba una sintonía estética y construía una lógica de la confrontación (Bonilla, Rincón y Uribe, 2013).

[303]

En este artículo se explora la construcción de significado en el marco de un episodio político específico (McAdam, Tarrow y Tilly, 2005), el proceso de refrendación a un acuerdo de paz, en el cual distintos actores desplegaron acciones colectivas tendientes a que la toma de decisión sobre la paz fuera favorable a sus aspiraciones. Durante este episodio se desplegaron repertorios discursivos que contribuyeron a crear marcos de sentido sobre el proceso.

Al enfocarse en este episodio, este artículo se diferencia de los antecedentes mencionados. No se trata de abordar el discurso de un presidente en ejercicio, sino de una campaña movilizadora desde la oposición a un gobierno y construida como rechazo a un acuerdo específico, no a la

paz en su conjunto ni a la democracia. De ahí que la identificación de elementos autoritarios, tradicionalistas, paternalistas, populistas y belicistas en la campaña requiere de una mayor atención a cómo es construido un marco de sentido que, en el ámbito discursivo, sostiene la importancia de la democracia y la paz.

El concepto de marco de sentido o marco cultural deriva de las teorías de los movimientos sociales como un aporte a la comprensión de los aspectos simbólicos de las contiendas políticas. Constituye una herramienta que apunta a responder cómo es movilizad una imagen de la realidad desde un actor colectivo, en este caso, un partido. Se refiere a una idea central que instituye una visión de mundo con el objetivo de unificar y simplificar la comprensión e interpretación de una realidad social compleja (McAdam, 1996). La comunicación del marco se hace a través de repertorios discursivos, esto es, prácticas sociales y políticas que expresan narrativas específicas en la esfera pública (McAdam, 1996). Los repertorios de interés para este artículo son aquellos desplegados a través de las redes sociales digitales.

[304]

Se propone que la campaña del No fue exitosa por su capacidad de movilizar un marco de sentido que electores encontraron plausible y acorde con su interpretación específica sobre la realidad, y que esto fue posible por su imbricación con una estructura cultural conservadora compartida por amplios sectores de la población colombiana.

## 2. «Uribe es Centro Democrático»: proceso metodológico

Para el análisis del marco de sentido del Centro Democrático en las redes sociales digitales se seleccionaron los perfiles oficiales de Facebook e Instagram del partido, así como su sitio web, y se estableció una ventana de observación entre junio y octubre de 2016, periodo de campaña y de votaciones del Plebiscito por la paz. Al iniciar la recolección de la información se hizo evidente que la ecología de medios<sup>2</sup> del partido Centro Democrático se configuraba alrededor de las publicaciones realizadas por Álvaro Uribe, siendo su cuenta de Twitter la fuente matriz de contenidos y

---

<sup>2</sup> Concepto que busca integrar diferentes procesos de la esfera tecno-socio-comunicacional (Scolari, 2015). En este caso, las tecnologías de la comunicación generan ambientes que afectan a los sujetos que las utilizan. De acuerdo con Neil Postman (1970 citado en Scolari, 2015, p. 29), «la palabra ecología implica el estudio de los ambientes: su estructura, contenido e impacto sobre la gente».

campañas. Por este motivo se decidió integrar sus cuentas a la investigación sobre el partido.

Luego se realizó una matriz para sistematizar las publicaciones de las redes de Instagram y Facebook, tomando como unidad de registro las publicaciones que estuvieran relacionadas con la paz. Esta base de datos estuvo compuesta por la fecha, imagen de la publicación, transcripción de la publicación en caso de ser video o contener mensajes textuales, texto de la publicación, comentarios, cantidad de interacciones definidas por número de comentarios, reproducciones, veces compartida y de reacciones. Los registros obtenidos por cada red social fueron: 226 en Instagram del Centro Democrático, 222 en Facebook del Centro Democrático y 251 en Facebook de Uribe. Con estos datos se realizaron tablas de frecuencia sobre el comportamiento del partido por mes. A partir de la información compilada en la base de datos se organizaron los *hashtags* por mes y se realizó la interpretación de contenidos y análisis de audiencias según las publicaciones con mayor número de reacciones.

El análisis del sitio web del Centro Democrático se hizo a través de herramientas de *marketing* digital como Similar Web, Alexa y Woorank, las cuales permitieron conocer el posicionamiento del sitio, cantidad de visitas mensuales, duración de navegación en el sitio, maneras en que los usuarios llegan ahí, tráfico de visitas por país, por tipo de búsqueda y canales, contenidos más buscados, caracterización demográfica de los usuarios, por medio de qué dispositivos acceden al sitio y las dietas cognitivas e intereses comunes entre los visitantes.

Para la sistematización de datos de la cuenta oficial de Twitter de Uribe se creó una cuenta de desarrollador de Twitter mediante la cual se obtuvieran las claves de acceso para poder interactuar con la plataforma. Luego se desarrolló una aplicación en lenguaje de programación Python para extraer todos los tuits correspondientes a 2016. Esta aplicación arrojó una matriz cuya unidad de registro fueron los tuits de Álvaro Uribe de 2016, los cuales sumaron 5444. A partir de allí se elaboró una tabla de frecuencias con publicaciones totales por mes y publicaciones que de manera explícita expusieron la paz. También se pudieron identificar las campañas más exitosas por medio de los *hashtags* más utilizados por mes, así como los *hashtags* no tan compartidos por Uribe, aunque exitosos en su audiencia. La matriz fue ingresada al *software* NVivo 11 para identificar

la frecuencia de palabras, elaborar nubes y árboles de palabras. Entre las palabras más repetidas están *FARC* (750), *Santos* (570), *Gobierno* (487), *paz* (358), *Colombia* (289), *Debate* (242), *impunidad* (212), *Uribe* (200), *plebiscito* (198), *terrorismo* (144), *Venezuela* (143), *acuerdos* (125), *cárcel* (118) y *comunidad* (115). Por último, se procedió a analizar e interpretar teóricamente los datos recolectados y sistematizados de las redes sociales del Centro Democrático.

### **3. «Nuestra herramienta es el corazón»: el Centro Democrático frente a la refrendación del Acuerdo de paz**

El proceso de paz entre el Gobierno colombiano y las FARC-EP se desarrolló entre el 4 de septiembre de 2012 —inicio oficial de la negociación— y el 24 de noviembre de 2016 —firma oficial del Acuerdo definitivo en el Teatro Colón de Bogotá—. Al proceso de diálogo que culminó el 24 de agosto de 2016 le sucedió el proceso de refrendación del Acuerdo realizado a través del mecanismo del plebiscito, aprobado en julio por la Corte Constitucional y convocado para el 2 de octubre del mismo año por el gobierno Santos mediante el Decreto 1391 del 30 de agosto de 2016.

[306]

El plebiscito se votó con las opciones de Sí o No respecto a la pregunta «¿Apoya usted el acuerdo final para la terminación del conflicto y la construcción de una paz estable y duradera?» (El Tiempo, 2016, agosto 30). El total de votos fue de 13 066 025 y la opción ganadora fue el No con menos de 1% de diferencia: 50,21% por el No, 49,79% por el Sí.

Las diferencias en el voto durante el plebiscito para la paz en Colombia reflejaron una compleja dinámica regional. En las ciudades grandes del centro, como Medellín, Cúcuta, Ibagué y Villavicencio, el No obtuvo un fuerte respaldo, superando 60% de apoyo. En contraste, en Bogotá triunfó el Sí, con 56% de apoyo, lo cual tuvo un papel determinante debido a su mayor proporción electoral y participación efectiva. En las zonas costeras del Pacífico y el Caribe, y en el Amazonas predominó el apoyo al Acuerdo, aunque la participación electoral de los departamentos del Caribe dada una menor movilización de las maquinarias electorales. El triunfo del No se presentó en mayor medida en las zonas menos afectadas por el conflicto armado. La intensidad de la violencia política fue mayor en las zonas fronterizas y la costa, en comparación con el

centro del país. La tabla 1 confirma esta percepción, al mostrar que los municipios afectados por variables vinculadas al conflicto armado apoyaron el Acuerdo de paz.

**Tabla 1.** Resultados del plebiscito en municipios según variables asociadas con el conflicto.

Variable	Porcentaje de Sí	Porcentaje de No
Municipios con presencia de las FARC-EP	56	44
Municipios con presencia del ELN	57	43
Municipios con presencia de bacrim	51,1	48,9
Municipios con zonas de concentración o campamentos previstos en los Acuerdos de La Habana	65,9	34,1
Municipios con cultivos ilícitos	56,4	43,6
Municipio con desplazamientos masivos en 2016	55,8	44,2

Fuente: tomado de Basset (2018).

Tras el triunfo del No el Gobierno se vio obligado —en virtud del fallo de la Corte Constitucional sobre el plebiscito— a renegociar el Acuerdo tomando en consideración las objeciones del Centro Democrático y de otros sectores que se opusieron al Acuerdo. Entre la renegociación y la firma del Acuerdo definitivo se abrió un periodo de incertidumbre sobre el futuro de la paz durante el cual diferentes sectores sociales, con especial importancia los movimientos de víctimas, se movilaron exigiendo la firma e implementación del Acuerdo. Finalmente, el Acuerdo definitivo firmado en noviembre fue ratificado por el Congreso a finales del mismo mes.

[307]

El Centro Democrático desempeñó un papel destacado durante este episodio al liderar la oposición al proceso. La discusión planteada sobre el mecanismo de refrendación y la campaña por el No fueron protagonistas en sus redes sociales. Su marco de sentido sobre la paz fue compartido con sus seguidores de manera prolija y sistemática. La forma en que se compartió este marco fue a través de una estrategia comunicacional multinivel<sup>3</sup>

<sup>3</sup> Campaña que consiste en establecer una red integrada de medios para la promoción de un marco de sentido.

con segmentación de audiencias,<sup>4</sup> actividad intensa de publicaciones en sus perfiles llamando a la indignación y presencia permanente de sus congresistas en programas de radio y televisión comunitarias y nacionales.

La segmentación de audiencias permitió hacer un uso diferenciado de repertorios discursivos en función de la condición socioeconómica del receptor que aludían a expectativas frustradas por el Acuerdo: mientras que se hablaba de impunidad en estratos altos, a los estratos bajos y a las víctimas se les hablaba sobre pérdida de subsidios. De igual forma, se difundieron *copys*<sup>5</sup> en los que Álvaro Uribe explicaba lo que «verdaderamente» significaba el Acuerdo. El éxito en la construcción de un ecosistema de medios digitales orientado estratégicamente hacia la comunicación de un marco adversarial al Acuerdo (Gómez-Suárez, 2016)<sup>6</sup> fue evidente antes del plebiscito: en julio se anunció que se habían recolectado un millón de firmas contra el Acto Legislativo por la Paz mediante voluntarios convocados a través de sus redes sociales digitales y su sitio web.

El manejo de redes sociales digitales durante la campaña del No coronó esta estrategia, llevada a cabo durante todo el año. Así expresó el jefe de campaña Juan Carlos Vélez la importancia de la web 2.0 para el CD:

[308]

Descubrimos el poder viral de las redes sociales. Por ejemplo, en una visita a Apartadó, Antioquia, un concejal me pasó una imagen de Santos y 'Timochenko' con un mensaje de por qué se le iba a dar dinero a los guerrilleros si el país estaba en la olla. Yo la publiqué en mi Facebook y al sábado pasado tenía 130 000 compartidos con un alcance de seis millones de personas (Ramírez, 2016, octubre 4).

Estos actos capitalizaron inconformidades de amplios sectores de la ciudadanía, situación que les proporcionó elementos ficcionales para interpretar la realidad y crear futuros trágicos posibles que ayudarían a justificar las decisiones de rechazo a la propuesta de paz del Gobierno.

<sup>4</sup> En *marketing*, es una estrategia que permite llegar a los usuarios correctos en función de los intereses registrados en las redes sociales. La audiencia se puede segmentar por edad o género, por interés, por programas de televisión, por conversaciones, entre otros.

<sup>5</sup> En publicidad, los *copys* se refieren a frases con alto dominio de la retórica. Suelen ser metonimias, metáforas o hipérbolos construidas a partir de un lenguaje coloquial, familiar y evocador.

<sup>6</sup> Andrei Gómez-Suárez (2016) encuentra que los recursos retóricos más exitosos de la campaña por el No fueron: i) el castrochavismo; ii) paz sin impunidad; iii) Santos entrega Colombia a las FARC; iv) No + Santos; v) resistencia civil; y vi) la ideología de género.

#### 4. «Mano firme, corazón grande»: el Centro Democrático en sus redes sociales

El Centro Democrático fue fundado por el expresidente Álvaro Uribe Vélez a inicios de 2013 como movimiento político y constituido oficialmente como partido a mediados de 2014. Su objetivo fue conformar una fuerza política de oposición al gobierno de Juan Manuel Santos (2010-2014, 2014-2018) que defendía la continuidad del proyecto uribista basado en la seguridad democrática, la confianza inversionista y la austeridad Estatal (El Heraldo, 2012, agosto 27).

Durante 2016 las redes sociales digitales del Centro Democrático se caracterizaron por una intensa actividad en publicaciones sobre los acuerdos de paz. En las biografías de las cuentas de Instagram, Facebook, Twitter y su sitio web se presentó como un partido que entiende «la seguridad como un valor democrático en sí mismo, como un derecho humano, como un bien público», y cuyo objetivo es «asegurar para Colombia un orden político democrático dotado de instituciones cada vez más representativas y de mejor calidad, que garanticen la creciente participación ciudadana en los procesos decisorios, y que avalen con una acción gubernamental eficaz y eficiente, el desarrollo sostenido y sustentable de la economía para garantizar la cohesión social». La descripción que engloba la identidad del partido es «Uribe es Centro Democrático. Mano Firme, Corazón Grande» (Centro Democrático, s. f. a). En consecuencia, se describe en estos términos:

Somos un grupo de ciudadanos de diversos orígenes políticos -liberales, conservadores, de la U, de la izquierda democrática-, movimientos y sin partido, preocupados por el presente y el futuro de Colombia. Nos une el amor y compromiso profundo con la Patria, el respeto y la adhesión por la obra liderada por el expresidente Álvaro Uribe, y la convicción de que el país debe avanzar por la senda de la Seguridad Democrática (Centro Democrático, s. f. b).

El personalismo del partido alrededor de Uribe se expresa en la identidad gráfica y el eslogan del isologo del Centro Democrático que retoman la imagen icónica de campaña a la presidencia de Uribe en 2002. De igual forma, el comportamiento del Centro Democrático en redes sociales digitales funciona como caja de resonancia de las publicaciones de Álvaro Uribe en Twitter, la fuente nutricia de la red de afiliados al partido. La mayoría de los comentarios a las publicaciones de Uribe marcaron un

[309]

patrón emocional de sus seguidores cercanos a la religiosidad al nombrarlo como «señor de señores» (mariamar, 4 de octubre de 2016) y, ligado a esta manifestación, el sentimiento de eternidad otorgado a su figura, en tanto pasados seis años de su último mandato aún lo nombraban como «mi presidente» —una de las palabras con mayor frecuencia en los comentarios a publicaciones en Instagram y Facebook—.

En relación con la audiencia del sitio web se observó que los países con mayor cuota de tráfico fueron Colombia, México, Estados Unidos, Suiza y Alemania. En cuanto a los usuarios que visitan este sitio, 53,63% son mujeres y 46,37% hombres. La distribución de edad de los usuarios del sitio web se encuentra entre los 18 hasta más de 65 años, siendo la franja poblacional 25 a 34 la que registra mayor cantidad de usuarios con 34,14%, seguido por la de 18 a 24 con 24,65% y la de 35 a 44 con 16,41%.

La audiencia del Centro Democrático comparte ciertas dietas cognitivas.<sup>7</sup> Quienes entran a su sitio web suelen consultar las noticias en medios como El Universal, El Herald, El Espectador, Costa Noticias, Noticias Pulzo, Portafolio, Periódico Debate y el sitio web Alvarouribevélez.com. De esta forma, las tendencias de consumo informativo de la audiencia muestran una dinámica de conformación de burbujas de información que confirman entre sí lo comunicado. Esto contradice la idea de que el triunfo del No se debió a la desinformación. Más que el hecho de leer o no sobre el Acuerdo, el énfasis debe ponerse en el tipo de lecturas que se hicieron. A su vez, esto tiene que ver tanto con la información contenida en las lecturas como con la escogencia de contenidos narrativos que reafirmaron y validaron en la esfera pública marcos de sentido sobre la realidad en lo económico, social y político.

Este ecosistema de medios fue el que operó durante 2016. En Instagram se observaron 226 publicaciones que hacían referencia directa a la paz, con un total de 47 682 reacciones. La cantidad en Facebook fue casi idéntica, 222 publicaciones, pero con mayores reacciones (1 035 897) relacionadas con la mayor cantidad de seguidores con la que cuenta el Centro Democrático en esta red.<sup>8</sup> Por su parte, los tuits de Uribe en los que se mencionó explícitamente la paz sobrepasaron las publicaciones de los

<sup>7</sup> Patrón de contenidos en línea consumidos a diario por un usuario en la web.

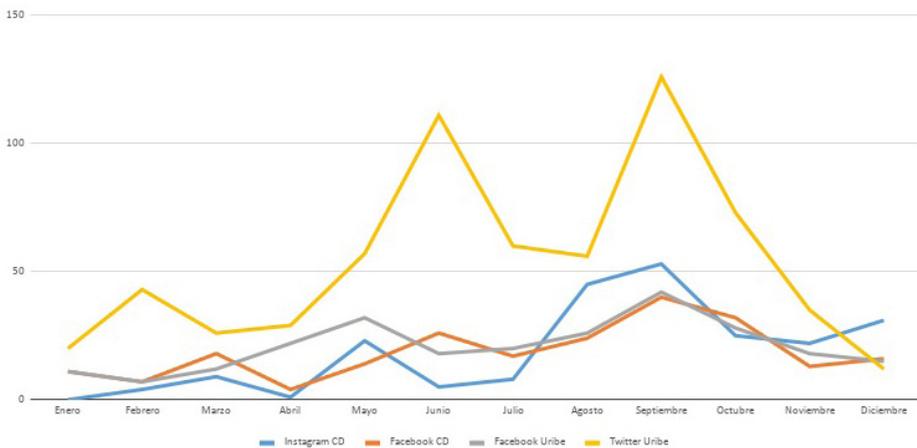
<sup>8</sup> La cantidad de seguidores en todas las redes suman 6 713 331, agrupando la mayor audiencia el perfil de Twitter de Álvaro Uribe Vélez con 4 732 970, siendo el resto distribuidos así: Instagram

[310]

perfiles de Facebook e Instagram del Centro Democrático sumadas (648). En total, los tuits compartidos por Uribe a través de su cuenta fueron 5444 y alcanzaron la impresionante cifra de 2 087 143 retuits. Si se tiene en cuenta que, aunque no mencionara explícitamente la palabra paz, el expresidente siempre aludía a temas relacionados con el proceso o con la legitimidad política de los actores en negociación, es claro el alcance que su discurso tuvo en la esfera pública virtual colombiana.

Todas las redes coincidieron en dos aspectos: i) se dio un crecimiento en publicaciones sobre la paz en los meses de agosto y septiembre (véase gráfica 1); y ii) las publicaciones originadas en el Twitter de Uribe o que mencionaron al expresidente obtuvieron las mayores interacciones, así como comentarios de apoyo a sus opiniones.

**Gráfica 1.** Publicaciones sobre paz en las redes sociales digitales de Álvaro Uribe y el Centro Democrático.



[ 311 ]

Fuente: elaboración propia.

## 5. «#VotéNoYNoMeEngañaron»: el marco de sentido del Centro Democrático

Juan Carlos Vélez, líder de la campaña del No del Centro Democrático expresó que el mensaje estructurante de la campaña fue la indignación.

del Centro Democrático, 17 000; Facebook del Centro Democrático, 488 910; y Facebook de Álvaro Uribe, 1 474 451.

Afirmó que algunos asesores aconsejaron que la mejor estrategia era obviar explicaciones de los acuerdos y buscar que «la gente saliera a votar *verraca*<sup>9</sup>». Para alcanzar el objetivo se segmentó a la población para persuadir a las audiencias según los intereses que los movilizaban por estrato y ubicación geográfica. Con mensajes facturados a la medida, se les dijo a los estratos bajos que iban a perder los subsidios, a los altos que los acuerdos eran impunidad y reforma tributaria, a la región caribeña que se convertiría en Venezuela y en departamentos de mayor conflicto armado se pasó propaganda radial que apelaba al no reconocimiento de las víctimas (Botero, 2016, octubre 6).

Ante tales declaraciones, algunos sectores favorables al Sí afirmaron que el resultado de los comicios debía ser desconocido porque el triunfo del No era claramente la consecuencia de una campaña basada en el rumor y la mentira (El País, 2016, octubre 11). Uribe trinó en Twitter: «Hacen daño los compañeros que no cuidan las comunicaciones» (Uribe, 6 de octubre de 2016), y ante los señalamientos de ser víctimas de manipulación y engaño los electores del No ratificaron por las redes sociales su voto a través del *hashtag* #VotéNoYNoMeEngañaron. Esta respuesta legitimó el marco de sentido construido por el Centro Democrático.

[312]

Las campañas que acompañaron el Sí y el No dejaron al descubierto la fuerza que poseen los marcos de sentido en la contienda política. A pesar de que cada sector tenía el Acuerdo de paz como insumo y punto de referencia, cada actor social moldeó la escultura según sus recursos culturales. Mientras que el Gobierno argumentó: «Prefiero una paz imperfecta que una guerra perfecta» (AFP Español, 6 de septiembre de 2016), el CD replicó: «Con la paz herida no habrá ni paz imperfecta, sino semillas de nuevas violencias» (Centro Democrático, 25 de junio de 2016). Una vez los medios de comunicación internacional definieron al Acuerdo como «una oportunidad histórica para el pueblo colombiano» (European Union, 2016, julio 25), Álvaro Uribe repuso: «El no, una oportunidad inigualable para Colombia» (Uribe, 5 de octubre de 2016) y «#MiRazónParaVotarNo Es la oportunidad que tenemos los colombianos para no entregar el país a las Farc» (Uribe, 21 de septiembre de 2016).

El marco de sentido se caracterizó por la distinción entre acuerdos y paz, la definición de los acuerdos como una farsa, la crítica a la idea

---

<sup>9</sup> Expresión coloquial colombiana para referirse a estar enojado o molesto por alguna situación.

de justicia promovida por los acuerdos y la asociación entre votar No y salvación del país. En la narrativa del Centro Democrático la paz verdadera sería una paz sin impunidad, de lo contrario, tan sólo era «un peldaño terrorista para tomar el poder» (Uribe, 26 de noviembre de 2016), «un camino al totalitarismo vestido de democracia» (Uribe, 11 de noviembre de 2016), una disculpa para legalizar la atrocidad y resquebrajar la institucionalidad.

## 5.1 Los acuerdos como el camino a la guerra

El discurso del uribismo constituyó una continuación de la narrativa utilizada durante el gobierno de Álvaro Uribe (2002-2010). En ese momento se afirmó que las FARC-EP eran una amenaza terrorista que se cernía sobre la sociedad colombiana, amenazando los cimientos del orden. En esta ocasión se afirmaba que el proceso de paz derivaba de un acuerdo privado y oculto entre el Gobierno y las FARC-EP que se firmaría en contra de la sociedad. Con esta narrativa se contradecía la narrativa oficial de que el acuerdo era entre la guerrilla y la sociedad, y que constituía una oportunidad para acabar con el conflicto armado más antiguo del continente e incluso del hemisferio occidental.

De este modo, los acuerdos fueron concebidos como algo opuesto a la paz, como un camino a la guerra. En palabras de Uribe, Santos era indulgente con el terrorismo e indiferente con el pueblo colombiano. A través de su cuenta de Twitter presentaba al presidente Santos como traidor de la seguridad democrática —estrategia que «que liberaba a la ciudadanía del terrorismo» (Uribe, 25 de enero de 2016), «que permitió que el país avanzara hacia la paz» (Uribe, 22 de noviembre de 2016)—, cuya motivación era «empedrar el camino del poder a las FARC» (Uribe, 25 de septiembre de 2016). Por tal razón, votar Sí a tales acuerdos significaba «la entrega del país al terrorismo» (Uribe, 24 de septiembre de 2016), «un golpe a la democracia» (Uribe, 30 de mayo de 2016a). En otras palabras, el Acuerdo no significaba la paz, sino «un premio al terrorismo marxista en perjuicio de la democracia y de las víctimas» (Uribe, 10 de diciembre de 2016). Un meme compartido en las redes sociales digitales del Centro Democrático mostraba (Centro Democrático, 15 de septiembre de 2016) al Sí como un voto por las FARC, representadas por una fotografía de Timochenko, vestido de guerrillero, como presidente de Colombia; mientras que el No era un voto por Colombia: «por ti y por mi... por nuestro futuro» (Centro Democrático, 5 de septiembre de 2016).

[313]

Se afirmó que Santos era el «sastre de las Farc» (Uribe, 28 de julio de 2016) y que, por tanto, sus motivaciones eran engañosas al servir en público al país y en privado a las FARC-EP. Así lo expresó Uribe: «Santos a Farc: atrocidades no tendrán cárcel, gozarán elegibilidad, Santos a El País: hay justicia, No Impunidad» (Uribe, 14 de marzo de 2016). Se cuestionaba que «Frente a los paramilitares se hablaba de justicia, frente a la FARC de compasión» (Uribe, 14 de septiembre de 2016a).

En este marco, el lugar ocupado por la justicia transicional sería el de mecanismo para favorecer la impunidad, perseguir a la oposición, no reparar a las víctimas y, por el contrario, beneficiar a las FARC-EP. La idea de justicia transicional como medio de reparación aparecía como un espejismo para atraer incautos. Uribe validó su posición afirmando la ausencia de acciones de paz por parte de las FARC-EP: planteaba que no había devolución de niños reclutados, entrega de datos sobre secuestrados, reparación financiera a las víctimas ni entrega de armas. Sostenía que esta situación era injusta en tanto las FARC-EP serían «premiadas con cero cárcel» (Uribe, 14 de septiembre de 2016b), curules en el Congreso y dinero. Esta idea fue apoyada con mayor fuerza en el mes de septiembre a través de los *hashtags* #PremiosALasFarc, #PorEsoVotoNo y #ColombiaNoSeEntrega.

[314]

Con este panorama, el Acuerdo de paz sería a todas luces el camino a la guerra. La justicia transicional sería una cacería de brujas contra «las gentes honestas» (Macías, 16 de octubre de 2016) y la restitución de tierras sería tanto el «disimulo» (Uribe, 29 de junio de 2016) del despojo como el «estímulo de una guerra a machete entre campesinos» (Uribe, 11 de junio de 2016). La relación entre injusticia y guerra fue claramente expresada en una publicación de Instagram en que Uribe afirmaba que: «cuando el crimen es campeón, el perdón y la reconciliación corren el riesgo de no ser sinceros... y una paz a medias solo sería la semilla de nuevas violencias» (Uribe, 13 de julio de 2016).

La justicia transicional fue representada como el sometimiento de la sociedad a un grupo «terrorista». Los diálogos de La Habana no serían una negociación, sino una claudicación del Estado ante genocidas. Por consiguiente, se trataría de una «Farcsa» (Jorge, 17 de diciembre de 2016) paz, «armada» (Uribe, 19 de febrero de 2016) y «partera de violencias» (17 de diciembre de 2016). «Sin cárcel para los narcoterroristas» (Valencia, 15 de junio de 2016) ni «reparación económica a las víctimas» (Uribe, 30 de mayo

de 2016b), los acuerdos serían tan sólo el «señuelo del engaño» (Uribe, 12 de junio de 2016), «el triunfo de los violentos sobre los ciudadanos de bien» (Uribe, 13 de junio de 2016). Ante la creencia de que el Acuerdo no sería más que la agenda de las FARC-EP para «tomarse el poder» (Uribe, 26 de noviembre de 2016) e «implantar una dictadura castrochavista» (Uribe, 24 de enero de 2016), se acuñaron las siguientes expresiones: «No al Acuerdo, sí a la paz» (Los Irreverentes, 24 de julio de 2016), «A la paz sí, al plebiscito No» (CONtexto Ganadero, 8 de agosto de 2016), «Creo en la paz, No en los acuerdos» (Molano, 24 de septiembre de 2016). Estos elementos del marco de sentido quedaron sintetizados en la frase: «un acuerdo de paz que legaliza la atrocidad no genera esperanza, da miedo» (Uribe, 3 de marzo de 2016).

La posibilidad de rechazar electoralmente los acuerdos fue planteada como una oportunidad para evitar futuros trágicos. El marco construido configuró un exceso de futuro, en tanto continuamente se aludió a lo que pasaría en Colombia si el Acuerdo era firmado. Se equiparó la firma del Acuerdo con un futuro cargado de males para el país. Opiniones de periodistas como Claudia Gurisatti compartidas por el partido Centro Democrático reforzaron tal idea. Una de ellas expresaba: «El camino para el futuro de los colombianos quedó definido por las Farc y el Gob. Nos queda manifestarnos en las urnas para una paz justa» (Gurisatti, 24 de agosto de 2016). Otra idea de futuro trágico se configuró en torno a la adopción de políticas que podrían llevar a Colombia por los mismos pasos recorridos en Venezuela. Con la consigna de que la verdadera paz empieza con el No, que era la única oportunidad de salvar a Colombia y renegociar los acuerdos, impulsaron el *hashtag* #CorrijamosLosAcuerdos.

[315]

## 5.2 Momentos y repertorios discursivos de la campaña del No

A través de varias campañas iniciadas en junio de 2016 y con un incremento sostenido hasta septiembre se compartió el marco de sentido del Centro Democrático:<sup>10</sup>

Ante el futuro trágico que escondían los acuerdos, el Centro Democrático hizo un llamado por sus redes sociales a resistir el golpe de

<sup>10</sup> En este trimestre se dieron un total de 59 campañas, las mencionadas fueron las más significativas para explicar el marco de sentido del Centro Democrático.

Estado a la democracia con el *hashtag* #FirmeXColombia. A partir de junio convocaron a la ciudadanía a recoger firmas para «Reclamar seguridad, paz, justicia, austeridad, buena economía y política social profunda» (Uribe, 24 de febrero de 2016), a «no quedarse callados» (Arismendy, 21 de junio de 2016), pues de lo contrario habría más víctimas al dejar que masacradores y genocidas jugaran con la justicia para condenar al uribismo.

En julio, tanto en Facebook como Instagram se compartió un trino de Uribe que decía «la paz sin justicia corre el riesgo de no ser paz» (Uribe, 13 de julio de 2016), seguida de una campaña realizada por actores religiosos protestantes, la cual resaltaba la importancia de saber decir No sin vergüenza, con el eslogan «Ante una mala propuesta digo No» (Urrea, 29 de agosto de 2016). Esta iniciativa fue vinculada con el *hashtag* #UnidosPorElNo, de tal manera que la acción oportuna de saber decir No era la mejor defensa de la justicia como «fundadora de la paz» y la mejor lucha contra la impunidad y la entrega del país a los violentos. La tendencia en Twitter se acompañó de campañas publicitarias por Facebook e Instagram que compartían mensajes de invitación a izar la bandera colombiana con una cinta negra durante el 20 de julio «en señal de rechazo a la entrega de nuestra DEMOCRACIA al terrorismo» (La Hora de la Verdad con Fernando Londoño Hoyos, 20 de julio de 2016; Kleinner, 14 de julio de 2016).

[316]

En agosto hubo otra campaña de gran impacto con el *hashtag* #VotoNoalPlebiscito, en la que el partido explicaba a sus seguidores las razones de su decisión, entre otras: «para que se respete la propiedad privada, para que no haya paz de mentiras, para frenar la impunidad» (Cabrales, 3 de agosto de 2016; Cabello, 3 de agosto de 2016; Araujo, 3 de agosto de 2016). También en agosto, ante las declaraciones del presidente Santos de que las FARC-EP estarían preparadas para comenzar una guerra urbana si fracasaba el proceso de paz, se originó el *hashtag* #PazEsVotarNO: «porque no aceptamos que Santos nos amenace con guerra de no aprobarse sus acuerdos» (Correa, 19 de agosto de 2016), «Porque no aceptamos que haya un tribunal con jueces escogidos por Santos y Farc, para juzgar agricultores, ganaderos, empresarios y dirigentes que se han opuesto al terrorismo» (Bustamante, 27 de agosto de 2016).

Finalmente, se reafirmó que quienes rechazaban los acuerdos también querían la paz. En Instagram se publicó:



### 5.3 Dimensiones del marco de sentido

El marco de sentido comunicado por la campaña del Centro Democrático se concretó en contenidos específicos respecto a distintas dimensiones. La revisión por conteo de palabras en las cuentas de Twitter de Álvaro Uribe Vélez y de Instagram del Centro Democrático reveló cuáles fueron los repertorios discursivos asociados a actores, motivaciones, instituciones y procesos concretos durante el momento de refrendación.

Los actores a los que se refirió el uribismo fueron las FARC-EP (750), Juan Manuel Santos (570), Colombia (289), Álvaro Uribe (200), terroristas (144) Venezuela (143). En este orden, las FARC-EP fueron concebidas como un mal que desea hacer política con armas y caracterizado como terroristas que traían el castrochavismo; Santos, como un hombre débil e indiferente por hacer concesiones a delincuentes; Colombia, como una patria que de ser entregada al terrorismo sería una segunda Venezuela; Uribe, como el mejor presidente de Colombia; y Venezuela, una película de pobreza y tiranía para no repetir. A pesar de que constantemente se aludía a la imposibilidad de reparación a las víctimas en virtud de la impunidad, estas no contaron con un número significativo de menciones y estuvieron asociadas a políticos uribistas acusados judicialmente y definidos como «víctimas de persecución política».

[318]

Las motivaciones se concentraron en la *impunidad* (212), definida como un deseo de evadir la justicia y así someter al pueblo a cosechar violencia y sufrimiento. La instancia de las instituciones fue representada a través del *Gobierno* (487) y la *comunidad internacional* (115), el primero como tirano desconocedor de la voluntad del pueblo que, por lo tanto, rehuía al debate, en tanto la segunda era un ente desconocedor y permisivo del terrorismo. Por último, los procesos referidos fueron *debate* (242), *plebiscito* (198) y *acuerdos* (125). Así, el Plebiscito era una manera de disimular la impunidad y el Acuerdo como el camino a la guerra.

Este marco de sentido construido por el Centro Democrático tiene correspondencia evidente con su audiencia. Los *hashtags* más compartidos por sus seguidores fueron #ImpunidadEsGuerra (2380), #SantosEncubreAFarc (2176), #SalvaElPaísVotaNo (3055), #DeCorazónVotoNo (3021), #PorMiPaísVotoNo (2118), #QuieroLaPazVotoNo (2860) y #VotéNoYNoMeEngañaron (2927).

Estos *hashtags* sintetizan el marco expuesto a lo largo de este apartado, con lo cual se da sustento a la idea de que el marco de sentido simplifica la comprensión de una realidad social compleja e induce a acciones políticas concretas.

## 6. «Las razones del corazón»: estructura cultural conservadora

El Centro Democrático se definió como un grupo de ciudadanos de diversos orígenes preocupados por el presente y el futuro de Colombia, quienes tienen un amor y compromiso profundos por la patria y total respeto y adhesión a la obra liderada por Álvaro Uribe Vélez. Al ser Uribe el centro del partido y al tener como objeto misional «Mano firme, corazón grande», sus decisiones y acciones políticas son tomadas como legítimas y justas. La fuerza evocativa del corazón funge como inspiración para dibujar la imagen trágica de la nación de no seguir sus designios, situación que se ve ampliamente ilustrada en las redes sociales digitales, donde los repertorios discursivos comunicaron una narrativa de oposición a la paz plausible para sus audiencias. Los seguidores del No asumían que sus argumentos ante los del Sí eran más sinceros, porque mientras estos apelaban a datos duros, aquellos seguían las sendas de aquel que nunca miente ni engaña; mientras los otros tomaban decisiones apoyados en cálculos racionales, ellos se guiaban por las razones del corazón.

[319]

De acuerdo con Carlos Tognato (2017), en la esfera pública colombiana existen tres discursos que han competido para orientar el sentido de lo legítimo en la vida social del país: el discurso civil, el de hacienda y el revolucionario. Cada uno de estos discursos opera de forma binaria oponiendo un nosotros legítimo a un otro ilegítimo, con lo cual define los criterios de inclusión y exclusión en la esfera pública. La competencia entre estas concepciones de la legitimidad genera interpretaciones distintas sobre los procesos políticos. A partir del discurso civil se enfatiza la libertad como valor supremo y el autoritarismo es un mal frente al cual es necesario actuar. El discurso de hacienda constituye una visión organicista de la sociedad que asume como valor central la armonía social y concibe cualquier oposición o ruptura con esta armonía como portadora de caos. Por su parte, el discurso revolucionario-militante se construye sobre un horizonte utópico que celebra lo colectivo y alerta sobre el individualismo.

Durante la campaña del No se expresó la fortaleza del discurso de hacienda en la esfera pública colombiana. En esta forma de clasificación de la vida social se asume como polo positivo un código basado en la conjunción de un patrón civilizado, culto, ordenado, compasivo, respetuoso y que lidera un orden jerárquico, y un peón modesto, dócil y humilde. En el otro extremo se clasifican actores vistos como bandidos, barbaros e ignorantes que rechazan el orden orgánico (Tognato, 2017). El carácter de hacienda del discurso del Centro Democrático encuentra en Álvaro Uribe su núcleo estructurante. El expresidente es concebido como un patrón culto, ordenado, meticoloso y compasivo, con peones que le siguen y se someten con humildad y reverencia. Etimológicamente, la palabra patrón se deriva del latín *patronus* y a su vez está emparentada con la palabra padre, es decir, patrono, protector, defensor, modelo, unidad tomada de referencia. De ahí, tanto la importancia del valor de la seguridad —Uribe como el gran protector— como el tipo de relación que establece con sus seguidores —hagan parte o no del partido político—: se asume como un padre, un señor de señores, una fuente inagotable de experiencia y autoridad, el justo que siempre busca mantener el orden del país, el hombre de bien que desenmascara los secretos y cálculos de los contrarios, el padre amoroso que castiga a quienes le desobedecen.<sup>11</sup> Así, todo peón como las FARC-EP que menosprecie el orden establecido y desafíe la autoridad del padre es asumido como bandido, un pecador que no honra al padre, que no merece reconocimiento alguno y que debe ser castigado o incluso recibir la muerte, simbólica o física.

[320]

El Acuerdo de paz a partir del discurso de hacienda implicó una ofensa porque aquellos que históricamente habían pisoteado el orden del patrón debían recibir un castigo ejemplarizante, la consecuencia necesaria para todo aquel que ha osado romper la armonía social establecida entre el patrón y el peón. De igual forma este castigo tendría que ser un espectáculo público, un acto de justicia mediante el cual se reafirmaría el orden moral, se reconocería la lealtad de quienes no han transgredido dicho orden y se les

---

<sup>11</sup> Hay un elemento también de religiosidad cristiana en esta concepción que excede los alcances de esta investigación. Por lo pronto, puede afirmarse que probablemente la audiencia del Centro Democrático asimila las concepciones de disciplina y castigo como amor en un sentido bíblico. Este tipo de amor justifica desde la corrección del padre a su hijo querido hasta la muerte de aquel que ha pecado. El exterminio del otro aparece a los ojos de esta concepción como el resultado natural de haber transgredido el orden del padre, de haber pecado. Varios comentarios en las redes sociales digitales del Centro Democrático tienen un tono religioso que apoya este análisis y que puede ser profundizado en posteriores investigaciones.

reiteraría que su actuación ha sido correcta, que han sido los buenos —«la gente de bien»—, y que la decisión de obediencia y reverencia al patrón sería correspondida porque este los protegería de los malos. Lo contrario, perdón sin castigo, es interpretado como una injusticia contra ellos, porque quedan igualados a los bandidos, lo cual implica un desconocimiento de su carácter de buenos peones que han actuado de acuerdo con el código de respeto y respaldo moral del patrón. Por eso el rechazo al Acuerdo proviene de la indignación moral, son las razones del corazón.

### **Reflexiones finales: «Nosotros también queremos la paz»**

a) Las redes sociales digitales han sido celebradas como el paraíso de la igualdad y la democracia, como la nueva y mejor forma de hacer política. En contraste, ha habido también una mirada apocalíptica que las muestra como una red de manipulaciones y el principio del vaciamiento de la memoria social. No obstante, las investigaciones sobre el ágora virtual suelen centrar su atención en los discursos de los actores políticos, dejando al margen sus *espectadores* (Arditi, 2016). Este artículo plantea la necesidad de comprender tanto los mensajes emitidos por actores políticos como el modo en que actualizan estructuras culturales profundas que los conectan con públicos para quienes aquellos mensajes tienen sentido y son plausibles.

[321]

b) En la campaña del No esto se evidenció a través de un marco de sentido que actualiza una estructura cultural conservadora compartida por amplios sectores sociales. El discurso de hacienda del Centro Democrático implica para la política colombiana la consolidación de un sistema de clasificación constituido por buenos y malos, justos y pecadores, lo que contribuye al fortalecimiento de una cultura de extremismo basada en la tradición, que a largo plazo derribaría el pluralismo democrático, estableciendo un orden autoritario y la erosión de la cultura en el mundo de lo cotidiano. La dependencia cognitiva al patrón relega el pensamiento crítico sobre los acontecimientos del pasado, de tal forma que se construyen narraciones con estatus de verdades históricas. En este proceso el hacendado es el llamado a discernir entre la salvación o la catástrofe, la estabilidad o el caos, y el único capaz de salvaguardar el orden mediante una lucha inexorable «por el todo o nada».

c) A pesar de los impactos negativos de este tipo de discursos, es necesario comprender cómo se articulan narrativamente a través de referencias a la democracia, la paz y la justicia. Es importante comprender

la esfera pública virtual como espacio de desahogo, alejado del ideal deliberativo habermasiano, de expresión narrativa de esperanzas y agravios. Tal vez así sea posible escuchar algunas modulaciones del dolor colectivo y comprender la supervivencia de memorias heridas y ecos de odio en nosotros y responder por qué en Colombia «las tinieblas de la guerra y la violencia solo han sido rasgadas por furtivos asomos de paz» (Uribe, 1998, p. 19).

## Referencias bibliográficas

1. AFP Español. (6 de septiembre de 2016). *Presidente colombiano: mejor paz imperfecta que guerra perfecta* [Archivo de video]. Youtube. [https://www.youtube.com/watch?v=\\_oqHsLb9O8M](https://www.youtube.com/watch?v=_oqHsLb9O8M)

2. Araujo, Fernando [@FNArājuR]. (3 de agosto de 2016). *Para frenar la impunidad #VotoNoAlPlebiscito* [Imagen]. Twitter. <https://twitter.com/FNArājuR/status/760980901455167489>

3. Arditi, Benjamin. (2016). Redes exocerebro, espectadores. *Documento de trabajo UNAM*, 8. [https://www.academia.edu/20227156/Redes\\_exocerebro\\_espectadores\\_2016\\_](https://www.academia.edu/20227156/Redes_exocerebro_espectadores_2016_)

4. Arismendy, Roque [@roquearismendy]. (21 de junio de 2016). *Las FARC siguen generando violencia no nos podemos quedar callados con las mueres de héroes inocentes #FirmeXColombia* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/roquearismendy/status/745414619041247232>

5. Basset, Yann. (2018). Claves del rechazo del plebiscito para la paz en Colombia. *Estudios Políticos*, 52, pp. 241-265. <https://doi.org/10.17533/udea.espo.n52a12>

6. Bonilla, Jorge; Rincón, Omar y Uribe, Catalina. (2013). Colombia: Álvaro Uribe Vélez o cuando comunicar es gobernar: comunicación política presidencial en Colombia, 2002-2010. En: Ponce, Matías y Rincón, Omar (coords.). *Caudillismo, e-política y teledemocracia. Comunicación de gobierno en América Latina* (p. 130-139). Fin de Siglo. <https://doi.org/10.14201/rlop.22300>

7. Botero Cabrera, Carolina. (2016, octubre 6). «Estábamos buscando que la gente saliera a votar verraca». *El Espectador*. <https://www.elespectador.com/opinion/columnistas/carolina-botero-cabrera/estabamos-buscando-que-la-gente-saliera-a-votar-verraca-column-658987/>

8. Bustamante, Everth [@everthbustamant]. (27 de agosto de 2016). *El pueblo colombiano en una actitud de dignidad e inconformidad debe votar NO #PazEsVotarNo* [Imagen]. Twitter. <https://twitter.com/everthbustamant/status/769595754713387013>

9. Cabello, Tata [@Tatacabello]. (3 de agosto de 2016). *Para que no haya paz de mentiras #VotoNOalPlebiscito* [Imagen]. Twitter. <https://twitter.com/Tatacabello/status/761011922015752192>

10. Cabrales, Daniel [@dcabralescast]. (3 de agosto de 2016). #VotoNoAlPlebiscito para que se respete la propiedad privada #SaberDecirNo [Imagen]. Twitter. <https://twitter.com/Dcabralescast/status/761017384735944705>

11. Cárdenas, Felipe. (2012). Aparato discursivo del expresidente Álvaro Uribe Vélez. *Análisis Político*, 25 (76), pp. 139-157.

12. Cárdenas, Felipe. (2013). (Des)orden y signos políticos dominantes del expresidente colombiano Álvaro Uribe Vélez. *Estudios Políticos*, 42, pp. 85-111. <https://doi.org/10.17533/udea.espo.15786>

13. Castellanos, Eduardo. (2014). Discurso e ideología de Álvaro Uribe Vélez sobre las guerrillas colombianas. *Discurso & Sociedad*, 8 (2), pp. 182-209.

14. Castro, Luisa. (2009). Análisis del discurso político de Álvaro Uribe Vélez, en los Consejos comunitarios del periodo 2002-2006, desde un marco Neopopulista. (Tesis inédita de pregrado). Universidad del Rosario, Bogotá, D. C.

15. Centro Democrático [@CeDemocratico]. (25 de junio de 2016). «Con la paz herida no habrá ni paz imperfecta, sino semillas de nuevas violencias»: Uribe [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/CeDemocratico/status/746900576366112768>

16. Centro Democrático [@cedemocratico]. (5 de septiembre de 2016). #UnidosPorElNO Pedimos respeto por nuestro país. #No queremos a Timochenko presidente [Imagen]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/BKZRbWSgAoj/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>

17. Centro Democrático [@cedemocratico]. (15 de septiembre de 2016). No quiero a Timochenko presidente [Imagen]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/BKZRbWSgAoj/?igshid=MzRIODBiNWFIZA%3D%3D>

[ 323 ]

18. Centro Democrático. (s. f. a). Pilares de nuestro partido. <https://www.centrodemocratico.com/pilares-del-cd>

19. Centro Democrático. (s. f. b). ¿Quiénes Somos? <https://www.centrodemocratico.com/quienes-somos>

20. Contexto Ganadero [@ContGanadero]. (8 de agosto de 2016). «Solamente nos queda la opción de decir Sí a la paz votando No al Plebiscito» Álvaro Uribe Vélez: <http://bit.ly/2aLoMkz> [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/ContGanadero/status/762833475401547776>

21. Colombia. Presidencia de la República. Decreto 1391. (30 de agosto de 2016). Por el cual se convoca a un plebiscito y se dictan otras disposiciones. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=75813>

22. Correa, Susana [@SusanaCorreaBor]. (19 de agosto de 2016). Porque no aceptamos que Santos amenace con guerra urbana y aumento de impuestos si no se aprueban sus acuerdos. #PazEsVotarNo [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/SusanaCorreaBor/status/766516601046732801>

23. El Heraldo. (2012, agosto 27). Uribe lanza Puro Centro Democrático en Barranquilla. <https://www.elheraldo.co/noticias/politica/uribe-lanza-puro-centro-democratico-en-barranquilla-79440>

24. El País. (2016, octubre 11). Ya van tres demandas contra resultado del plebiscito por la paz. <https://www.elpais.com.co/proceso-de-paz/ya-van-tres-demandas-contra-resultado-del-plebiscito-por-la-paz.html>

25. El Tiempo. (2016, agosto 30). Oficial: esta es la pregunta para el plebiscito por la paz. <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16686937>

26. El Tiempo. (2016, octubre 2). Polarización del país, reflejada en resultados del escrutinio. <https://www.eltiempo.com/politica/proceso-de-paz/resultados-plebiscito-2016-42861>

27. European Union. (2016, julio 25). Delegación del Parlamento Europeo visita Colombia. [https://www.eeas.europa.eu/node/15540\\_es](https://www.eeas.europa.eu/node/15540_es)

28. Galindo, Carolina. (2007). Neopopulismo en Colombia: el caso del gobierno de Álvaro Uribe Vélez. *Iconos*, 27, pp. 147-162.

29. Gómez-Suárez, Andrei. (2016). *El triunfo del No. La paradoja emocional detrás del Plebiscito*. Icono.

30. Gurisatti, Claudia [@CGurisattiNTN24]. (24 de agosto de 2016). *El camino para el futuro de los colombianos quedó definido por las Farc y el Gob. Nos queda manifestarnos en las urnas para una paz justa* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/CGurisattiNTN24/status/768517548056928256>

31. Jorge [@Jorge\_Opina]. (17 de diciembre de 2016). *Todo este proceso de paz es una «Farcsa» Solamente da beneficios a victimarios* [Video]. Twitter. [https://twitter.com/Jorge\\_Opina/status/810148470078263296](https://twitter.com/Jorge_Opina/status/810148470078263296)

[324]

32. Kleinner, Lily [@LilianaKleinner]. (14 de julio de 2016). *Izaremos la Bandera de Colombia con Cinta Negra, Símbolo del Rechazo a la Entrega de la Democracia al Terrorismo* [Imagen]. Twitter. <https://twitter.com/LilianaKleinner/status/753791722765873152>

33. La Hora de la Verdad con Fernando Londoño Hoyos. (20 de julio de 2016). *Si no tiene bandera negra, coloque una cinta negra a la bandera de Colombia* [Imagen]. Facebook. [https://www.facebook.com/Lahoradelaverdadcol/photos/a.416315805072227/1068165923220542/?type=3&sfnsn=scwspwa&mibextid=6aamW6&paipv=0&eav=AfYt1eTQUgk\\_zBkRNjB-TrJS-6FSld3gRP6TGdLUeNmNFBvuGeaQVqaCPSdBwPFKeh8&\\_rdr](https://www.facebook.com/Lahoradelaverdadcol/photos/a.416315805072227/1068165923220542/?type=3&sfnsn=scwspwa&mibextid=6aamW6&paipv=0&eav=AfYt1eTQUgk_zBkRNjB-TrJS-6FSld3gRP6TGdLUeNmNFBvuGeaQVqaCPSdBwPFKeh8&_rdr)

34. Lins, Gustavo. (2002). *El espacio público virtual*. Universidad de Brasilia.

35. Los Irreverentes [@IrreverentesCol]. (24 de julio de 2016). *Sí a la paz, No al acuerdo. Columna de @ForerohElvira* [Imagen]. Twitter. <https://twitter.com/IrreverentesCol/status/757358598653480960>

36. Macías Tovar, Ernesto [@ernestomaciast]. (16 de octubre de 2016). #LaDemocraciaDijoNo 28 7. Acuerdo Ya y Ya Respetar el derecho a la empresa de las gentes honestas del campo @AlvaroUribeVel [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/ernestomaciast/status/787713503528353792>

37. mariamar [@mariapatry1206]. (4 de octubre de 2016). el amor por Colombia y el País se le sale por los poros a Uribe..señor de señores, cero rencor

q orgullo ser Uribista [Tweef]. Twitter. <https://twitter.com/mariapatry1206/status/783421339193540608>

38. Martínez, Marcela. (2014). La construcción de la opinión pública digital en Colombia: Twitter y Juan Manuel Santos. (Tesis inédita de pregrado). Universidad del Rosario, Bogotá, D. C.

39. McAdam, Doug. (1996). Marcos interpretativos y tácticas utilizadas por los movimientos: dramaturgia estratégica en el movimiento Americano Pro-Derechos Civiles. En: McAdam, Doug; McCarthy, John y Zald, Mayer (eds.). *Movimientos sociales: perspectivas comparadas. oportunidades políticas, estructuras de movilización y marcos interpretativos culturales* (pp. 475-496). Itsmo.

40. McAdam, Doug; Tarrow, Sidney y Tilly, Charles. (2005). *Dinámica de la contienda política*. Hacer.

41. Molano, Diego [@Diego\_Molano]. (24 de septiembre de 2016). Soy ColombiaNO creo en La Paz, NO en los acuerdos, entre todos podemos re orientar lo acordado #VotoNoAlPlebiscito @CeDemocratico [Fotografías]. Twitter. [https://twitter.com/Diego\\_Molano/status/779774742043787264](https://twitter.com/Diego_Molano/status/779774742043787264)

42. Montoya Vergel, Juan Pablo. (2013). Redes sociales virtuales y sus efectos en la campaña política presidencial en Colombia para el periodo 2010. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Javeriana, Bogotá, D. C.

43. Ramírez Prado, Juliana. (2016, octubre 4). El No ha sido la campaña más barata y más efectiva de la historia. *Asuntos Legales*. <https://www.asuntoslegales.com.co/actualidad/el-no-ha-sido-la-campana-mas-barata-y-mas-efectiva-de-la-historia-2427891>

44. Rodríguez, Hernando. (2014). Democracia 2.0: Twitter y la construcción de opinión pública. Caso de Álvaro Uribe Vélez. Periodo 2012-2013. (Tesis inédita de pregrado). Universidad del Rosario, Bogotá, D. C.

45. Sarmiento, Fernando y Delgado, Juan David. (2008). Derechos humanos y movilización por la paz en Colombia. Motivos, repertorios, actores y dinámicas recientes. En: Programa Somos Defensores. *Defender y proteger la vida. La acción de los defensores de derechos humanos en Colombia* (pp. 79-97). Antropos.

46. Scolari, Carlos A. (2015). *Ecología de los medios. Entornos, evoluciones e interpretaciones*. Gedisa.

47. Tognato, Carlos. (2017). Los justos en el conflicto armado colombiano: Intercambios simbólicos euro-latinoamericanos para el posconflicto. *Sociedad y Economía*, 33, pp. 311-328. <https://doi.org/10.25100/sye.v0i33.5634>

48. Uribe Vélez, Álvaro. (1998). La paz: un nuevo intento. *Revista de Estudios Sociales*, 2, pp. 19-24. <https://doi.org/10.7440/res2.1998.04>

49. Uribe Vélez, Álvaro. [@AlvaroUribeVel]. (24 de enero de 2016). *Presidente Santos prepara a Colombia para la dictadura de las FARC* [Imagen]. Twitter. <https://twitter.com/AlvaroUribeVel/status/691361858410921986>

[325]

50. Uribe Vélez, Álvaro. [@AlvaroUribeVel]. (25 de enero de 2016). *Seguridad Democrática liberaba a l ciudadanía dl terrorismo Acuerdos de La Habana liberan al terrorismo d cárcel y lo ponen vía al poder* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/AlvaroUribeVel/status/691725079126917120>

51. Uribe Vélez, Álvaro [@AlvaroUribeVel]. (15 de febrero de 2016). «Plebiscito o fusilamiento» [Imagen]. Twitter. <https://twitter.com/AlvaroUribeVel/status/699243730319077376>

52. Uribe Vélez, Álvaro. [@AlvaroUribeVel]. (19 de febrero de 2016). *Avanzamos hacia una paz armada: Zuluaga* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/AlvaroUribeVel/status/700546277910646786>

53. Uribe Vélez, Álvaro. [@AlvaroUribeVel]. (24 de febrero de 2016). *Salir a la calle a reclamar seguridad, paz, justicia, austeridad, buena economía, política social profunda y sostenible* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/AlvaroUribeVel/status/702646652075638785>

54. Uribe Vélez, Álvaro. [@AlvaroUribeVel]. (3 de marzo de 2016). *Un acuerdo de paz que legaliza la atrocidad no genera esperanza, da miedo* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/AlvaroUribeVel/status/705358248858279936>

55. Uribe Vélez, Álvaro. [@AlvaroUribeVel]. (14 de marzo de 2016). *Santos a Farc: atrocidades no tendrán cárcel, gozarán elegibilidad Santos a El País: hay justicia, No Impunidad* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/AlvaroUribeVel/status/709341130194866176>

[326]

56. Uribe Vélez, Álvaro. [@AlvaroUribeVel]. (30 de mayo de 2016a). *#RealidadDelProcesoDePaz Es golpe a la Democracia elevar lo pactado a acuerdo especial e incorporarlo a Constitución* [Video]. Twitter. <https://twitter.com/AlvaroUribeVel/status/737435466786562048>

57. Uribe Vélez, Álvaro. [@AlvaroUribeVel]. (30 de mayo de 2016b). *#RealidadDelProcesoDePaz Gobierno permite que Farc no aporten un peso en la reparación a más víctimas* [Imagen]. Twitter. <https://twitter.com/AlvaroUribeVel/status/737403194712727552>

58. Uribe Vélez, Álvaro. [@AlvaroUribeVel]. (11 de junio de 2016). *Sincelejo, Centro Viva «firmamos porque no queremos plebiscito ni guerra de Santos a machete entre campesinos»* [Fotografía]. Twitter. <https://twitter.com/AlvaroUribeVel/status/741748624107933696>

59. Uribe Vélez, Álvaro. [@AlvaroUribeVel]. (12 de junio de 2016). *Firmamos en Líbano Tolima por la paz contraria al plebiscito que utilizan como señuelo del engaño @PierreGarciaJ* [Fotografías]. Twitter. <https://twitter.com/AlvaroUribeVel/status/742060674638053377>

60. Uribe Vélez, Álvaro. [@AlvaroUribeVel]. (13 de junio de 2016). *La paz no es el triunfo de los violentos sobre los ciudadanos de bien @idumaes* [Video]. Twitter. <https://twitter.com/AlvaroUribeVel/status/742432765245808641>

61. Uribe Vélez, Álvaro. [@AlvaroUribeVel]. (29 de junio de 2016). *María Fernanda Cabal: «Continúan los despojos en el régimen socialista de Santos»* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/AlvaroUribeVel/status/748282893458354177>

61. Uribe Vélez, Álvaro. [@AlvaroUribeVel]. (13 de julio de 2016). *Sobre carta del Presidente de la República publicada en diferentes medios* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/AlvaroUribeVel/status/753190513784725504>

62. Uribe Vélez, Álvaro. [@AlvaroUribeVel]. (28 de julio de 2016). «*El Gobierno ha terminado siendo el sastre de las Farc*» | *Diario Occidente Carlos Holmes* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/AlvaroUribeVel/status/758858933603672064>

63. Uribe Vélez, Álvaro [@alvarouribevelez]. (25 de agosto de 2016). *Si les da pereza leer las 297 páginas* [Imagen]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/BjJFeSXBz2v/>

64. Uribe Vélez, Álvaro [@alvarouribevelez]. (1.º de septiembre de 2016). *Los colombianos que estamos por el NO al Plebiscito de Santos y las Farc también queremos la paz* [Video]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/Bj0vocABKf2/>

65. Uribe Vélez, Álvaro. [@AlvaroUribeVel]. (14 de septiembre de 2016a). *Frente a los paramilitares hablaban de justicia, frente a la FARC de compasión* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/AlvaroUribeVel/status/776247547845349377>

66. Uribe Vélez, Álvaro. [@AlvaroUribeVel]. (14 de septiembre de 2016b). *#PremiosALasFarc Responsables de delitos de lesa humanidad serán premiados con cero cárcel y elegibilidad #VoteNO* [Imagen]. Twitter. <https://twitter.com/AlvaroUribeVel/status/776198148603645952>

67. Uribe Vélez, Álvaro. [@AlvaroUribeVel]. (21 de septiembre de 2016). *#MiRazónParaVotarNo Es la oportunidad que tenemos los colombianos para no entregar el país a las Farc* [Imagen]. Twitter. <https://twitter.com/AlvaroUribeVel/status/778740593006522369>

68. Uribe Vélez, Álvaro. [@AlvaroUribeVel]. (24 de septiembre de 2016). *Farc aplazan entrega de armas hasta que Santos no les cumpla los acuerdos que son la entrega del País al terrorismo. #CorrijamosLosAcuerdos* [Video]. Twitter. <https://twitter.com/AlvaroUribeVel/status/779803155735404545>

69. Uribe Vélez, Álvaro. [@AlvaroUribeVel]. (25 de septiembre de 2016). «*Santos le empedró el camino del poder a las Farc*»: *Uribe/ El Nuevo Día* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/AlvaroUribeVel/status/780054709163950080>

70. Uribe Vélez, Álvaro. [@AlvaroUribeVel]. (5 de octubre de 2016). *El no, una oportunidad inigualable para Colombia* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/AlvaroUribeVel/status/783874515176714240>

71. Uribe Vélez, Álvaro. [@AlvaroUribeVel]. (6 de octubre de 2016). *Hacen daño los compañeros que no cuidan las comunicaciones* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/alvarouribevel/status/784013388087173120>

72. Uribe Vélez, Álvaro. [@AlvaroUribeVel]. (11 de noviembre de 2016). *Tenemos derecho y obligación de evitar que la paz sea camino para el totalitarismo*

*vestido de democracia* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/AlvaroUribeVel/status/797034269227024384>

73. Uribe Vélez, Álvaro. [@AlvaroUribeVel]. (22 de noviembre de 2016). *Réplica/Seguridad Democrática permitió que el país avanzara hacia la paz: Uribe* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/AlvaroUribeVel/status/801199153913044993>

74. Uribe Vélez, Álvaro. [@AlvaroUribeVel]. (26 de noviembre de 2016). *¿Seguirán utilizando la paz como el peldaño terrorista para tomar el poder?* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/AlvaroUribeVel/status/802489640649392128>

75. Uribe Vélez, Álvaro. [@AlvaroUribeVel]. (10 de diciembre de 2016). *Y cambió la seguridad por el engaño de hablar de guerra, y premió al terrorismo marxista en perjuicio de la democracia y de las víctimas* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/AlvaroUribeVel/status/807645782413340672>

76. Uribe Vélez, Álvaro. [@AlvaroUribeVel]. (17 de diciembre de 2016). *En el Vaticano: responsables de delitos atroces sin sanciones adecuadas, impunidad es partera de nuevas violencias* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/AlvaroUribeVel/status/810007547151261696>

77. Urrea, Juan D. [@jdua67]. (29 de agosto de 2016). *Ya me puse la camiseta del NO vamos Colombia por el No «Ante una mala propuesta digo NO» #VotoNoelPlebiSantos* [Fotografía]. Twitter. <https://twitter.com/jdua67/status/770432174721990660>

79. Valencia L., Paloma [@PalomaValenciaL]. (15 de junio de 2016). *El gobierno q promueve la impunidad para narcoterroristas FARC en cambio no le da garantías a los ciudadanos 2 años de cárcel sin condena* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/PalomaValenciaL/status/743264894057914372>

80. Vélez, Clara. (2014). Twitter como herramienta política de Álvaro Uribe Vélez frente al proceso de paz entre el Gobierno de Juan Manuel Santos y las FARC (Tesis inédita de pregrado). Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín.

[328]