

DOI: <https://doi.org/10.29105/gmjmx23.45-567>

Artículos

ANÁLISIS DEL POPULISMO EN LÍDERES LATINOAMERICANOS EN UN CORPUS DE X

ANALYZING POPULISM IN LATIN AMERICAN LEADERS THROUGH AN X CORPUS

Nahuel Duhalde

Universidad de Buenos Aires, Argentina

 <https://orcid.org/0009-0005-3802-8759>

Ariana Espósito Santamaría

Universidad Abierta Interamericana, Argentina

 <https://orcid.org/0009-0006-1918-6564>

Marcelo Agustin Roca

Universidad de Buenos Aires, Argentina

 <https://orcid.org/0000-0001-8539-2901>

Jorge Antonio Biglieri

Universidad de Buenos Aires, Argentina

 <https://orcid.org/0009-0002-1795-5957>

Luis Carlos Jaume

Universidad de Buenos Aires, Argentina

 <https://orcid.org/0000-0002-3700-5812>

Autor para correspondencia: Nahuel Duhalde, email: duhaldenahu@gmail.com

Resumen

El populismo construye un antagonismo moral entre un “pueblo” puro y una “élite” corrupta, movilizando intuiciones morales y respuestas afectivas. Este estudio analizó los fundamentos morales y la valencia emocional en el discurso de cuatro líderes populistas latinoamericanos en la red social X: Javier Milei, Cristina Fernández de Kirchner, Nayib Bukele y Nicolás Maduro. Mediante un análisis computacional de 3,843 tuits, se empleó el léxico AFINN para evaluar la valencia emocional y una adaptación al español del Diccionario de Fundamentos Morales para identificar dimensiones morales. La autoridad emergió como el fundamento moral común a los cuatro líderes, mientras que los fundamentos complementarios variaron según la orientación ideológica. Milei destacó por una denuncia moral del adversario centrada en el daño y la degradación atribuidos a “la casta”; Bukele articuló autoridad, cuidado y lealtad en un registro paternalista; Fernández de Kirchner combinó autoridad con denuncias de daño e injusticia; y Maduro integró autoridad, pureza ideológica y lealtad al movimiento. En cuanto a la valencia emocional, Maduro presentó el tono más positivo y estable, mientras que

Milei mostró el más neutral y variable. Los resultados sugieren que la autoridad constituye un rasgo estructural del discurso populista latinoamericano contemporáneo.

Palabras clave: populismo, fundamentos morales, análisis de sentimientos, políticos, redes sociales.

Abstract

Populism constructs a moral antagonism between a “pure people” and a “corrupt elite,” mobilizing moral intuitions and affective responses. This study examined the moral foundations and emotional valence present in the discourse of four Latin American populist leaders on the social media platform X: Javier Milei, Cristina Fernández de Kirchner, Nayib Bukele, and Nicolás Maduro. Through a computational analysis of 3,843 tweets, the AFINN lexicon was used to assess emotional valence, while a Spanish adaptation of the Moral Foundations Dictionary was employed to identify moral dimensions. Authority emerged as the moral foundation shared by all four leaders, whereas complementary foundations varied according to ideological orientation. Milei’s discourse was characterized by the moral denunciation of opponents, focusing on the harm and degradation attributed to “the caste”; Bukele articulated authority, care, and loyalty within a paternalistic framework; Fernández de Kirchner combined authority with denunciations of harm and injustice; and Maduro integrated authority, ideological purity, and loyalty to the movement. Regarding emotional valence, Maduro displayed the most positive and stable tone, whereas Milei exhibited the most neutral and variable one. The findings suggest that authority constitutes a structural feature of contemporary Latin American populist discourse.

Keywords: populism, moral foundations, sentiment analysis, politicians, social media.

Recibido: 29/03/2026

Aceptado: 22/06/2026

Introducción

El análisis del contenido discursivo resulta central para comprender las dinámicas político-sociales contemporáneas (Fairclough et al., 2011). A través de sus discursos, los líderes políticos legitiman su poder y conectan emocionalmente con la ciudadanía, influyendo tanto en la cognición como en el comportamiento (Efron & Helgason, 2022). En

las últimas décadas, este vínculo se ha reconfigurado a partir de las redes sociales, que permiten a los dirigentes dirigirse directamente a sus audiencias sin la mediación del periodismo tradicional (Barberis, 2021; Engesser et al., 2017).

En este escenario, el populismo, entendido como un discurso que divide a la sociedad entre un “pueblo” puro y una “élite” corrupta, ha encontrado en plataformas como X un canal especialmente afín a su lógica comunicativa, basada en mensajes breves,

emocionales y polarizantes (Arroyas Langa, 2023; Engesser et al., 2017). Comprender cómo se estructura moral y afectivamente ese discurso resulta clave para explicar los mecanismos que sostienen la polarización contemporánea.

Pese a la abundante literatura sobre el populismo y sobre los fundamentos morales por separado, son escasos los estudios que integran ambas dimensiones, y los existentes se concentran en contextos europeos y anglosajones. El presente trabajo aborda ese vacío analizando los fundamentos morales y la valencia emocional en el discurso de cuatro líderes populistas latinoamericanos en X. En lo que sigue se presentan el marco teórico, la estrategia metodológica de análisis computacional, los resultados comparativos y su discusión. En este trabajo se construyen cuatro perfiles de líderes populistas, siendo estos Javier Milei, Cristina Fernández de Kirchner, Nayib Bukele y Nicolás Maduro, identificando, en discursos extraídos de X, los fundamentos morales presentes y la carga emotiva prevalente mediante análisis computacional.

Fundamentos morales

La moralidad es un constructo derivado de normas edificadas bajo sentimientos morales, aunque los mecanismos psicológicos implicados en los juicios morales no son suficientes por sí solos para explicarla (Prinz, 2008; 2013). Las normas morales surgen como construcciones mediadas por

variaciones contextuales y culturales, lo que vuelve inestable su contenido (Prinz, 2008).

La Teoría de los Fundamentos Morales (TFM) (Haidt & Graham, 2007) propone que la mente humana está organizada de forma innata en módulos relacionados que guían respuestas particulares ante distintos problemas morales (Graham et al., 2018). Desde esta perspectiva, se identifican cinco fundamentos: Cuidado/Daño, Justicia/Engaño, Lealtad/Traición, Autoridad/Subversión y Santidad/Degradación (Graham et al., 2013).

El fundamento Cuidado/Daño refiere a la motivación de proteger a individuos vulnerables del sufrimiento, y se expresa socialmente en connotaciones como “amable” o “cruel” (Graham et al., 2013; Haidt & Joseph, 2004). Justicia/Engaño permite discernir entre conductas de cooperación y aquellas que implican engaño o trato injusto entre individuos (Graham & Haidt, 2010). Lealtad/Traición alude a los valores de patriotismo, cooperación grupal y responsabilidad colectiva, con raíces evolutivas en la conformación de coaliciones intergrupales (Goodall, 1986; Haidt & Graham, 2007). Autoridad/Subversión determina la capacidad de establecer relaciones jerárquicas y promueve el respeto hacia figuras e instituciones de autoridad (Graham et al., 2013; Han, 2020). Por último, Santidad/Degradación se vincula con un "sistema inmune conductual" que genera respuestas de evitación o rechazo ante lo percibido como impuro o degradante, modulando así los juicios morales (Haidt & Graham, 2007; Schaller & Park, 2011).

Diccionario de fundamentos morales

A partir de la Teoría de Fundamentos Morales, Graham et al. (2009) desarrollaron el Diccionario de Fundamentos Morales (DFM). Es una herramienta lingüística que permite identificar los pilares morales dentro de un discurso. Cada palabra seleccionada puede pertenecer sólo a un fundamento, por lo que se restringe la utilidad de determinadas palabras para señalar y comprender la variación natural de la información moral y su significado en distintos contextos (Hopp et al., 2021).

Debido a las limitaciones propuestas por el DFM, Hopp et al. (2021) elaboraron un nuevo diccionario, dando origen al Diccionario de Fundamentos Morales Extendido (DFM 2.0). Esta herramienta se basa en *crowdsourcing* (Weber et al., 2018) que permite no sólo trabajar con el vocabulario aislado, sino que lo somete a distintas pruebas de validación y es considerado un método más flexible para estudiar efectos sociales, psicológicos y comunicativos (Hopp et al., 2021). Por ende, el DFM asigna palabras a través de vectores ponderados que de manera continua capturan las probabilidades de que una palabra pertenezca a cualquiera de los cinco pilares morales.

El populismo y su relación con los fundamentos morales

El populismo es un concepto sobre el que no existe una definición unívoca; pueden distinguirse al menos tres enfoques. El enfoque discursivo (Laclau, 2005; Mouffe, 2018) lo concibe como una lógica política que construye una identidad popular

antagónica a la élite mediante una cadena de equivalencias entre demandas insatisfechas. El enfoque ideacional (Mudde, 2004; Müller, 2016; Panizza, 2014) lo define como una “ideología delgada” que divide a la sociedad en dos campos homogéneos y antagónicos donde “el pueblo puro” se enfrenta a “la élite corrupta”, y que sostiene que la política debe expresar la voluntad general del pueblo, marcando a su vez una distinción moral. El enfoque político-estratégico (Weyland, 2001) enfatiza la relación directa y no mediada entre un líder personalista y sus seguidores, que busca eliminar las organizaciones de intermediación establecidas (López Robles & Márquez Muñoz, 2025).

El presente estudio adopta el enfoque ideacional como marco principal, dado que es el que articula de manera más explícita una dimensión moral del populismo: la frontera entre pueblo y élite se construye como una oposición moral entre lo bueno y lo corrupto (Mudde, 2004; Müller, 2016). Esta estructura moral es la que habilita el uso de la Teoría de los Fundamentos Morales como herramienta de medición. Cabe precisar que los fundamentos morales no definen por sí mismos al populismo, sino que ofrecen un instrumento para cuantificar la dimensión moral del antagonismo populista.

Dentro del populismo se encuentran los que son de derecha, izquierda o de centro (Havlík & Stanley, 2015; Mudde, 2004). Estas formas de realizar la política presentan diversas diferencias entre sí. Una de ellas es que los populistas de derecha definen al pueblo en función de criterios culturales y nativistas protegiendo a “la nación de otros

peligrosos”, mientras que la izquierda define al pueblo protegiendo al proletariado de la explotación de los capitalistas (Mudde, 2004; Rooduijn & Akkerman, 2017). En cuanto a lo mencionado, según la investigación realizada por Stoneman & Wright (2025), las políticas de izquierda correlacionan con las dimensiones de cuidado y equidad ante el apoyo a una mayor igualdad de ingresos. Además, en lo social, los de izquierda adoptan una visión más inclusiva de la sociedad y en participación política, sin embargo, son exclusivos en lo que respecta a la contestación pública y al control del poder (Katsambekis, 2017; Mudde & Rovira Kaltwasser, 2013). Por otra parte, la derecha tiende a ser más exclusiva en lo social al oponerse a la ampliación de los derechos de la participación política a las minorías, ya que los únicos auténticos representantes del pueblo son los referentes de esta ideología (Huber & Schimpf, 2017). En concordancia con lo mencionado, los mensajes populistas de extrema derecha normalizan las narrativas autoritarias, ya que se presentan a sí mismos como defensores de la voluntad popular (Wickenkamp et al., 2025).

Los políticos populistas suelen apelar a las dimensiones de lealtad (e.g., patriotismo y la defensa del grupo propio), autoridad (e.g., ante el respeto por un líder que restablecerá el orden) y la santidad (e.g., la protección de la pureza de la nación o los valores tradicionales). A dichas dimensiones se le añade la narrativa de traición de las élites incumpliendo con la justicia o lealtad, es decir, que el pueblo sufre de las opresiones de quienes poseen mayor poder (Ozturk & Fritsch, 2025). En una investigación realizada por Wickenkamp et al. (2025) se observó

que los populistas le dan prioridad a las dimensiones de autoridad y cuidado. Además, se observan diferencias entre los populistas de derecha que utilizan la dimensión de daño/cuidado enfatizando la identidad nacional y la protección de las amenazas externas. Asimismo, sus discursos utilizan la dimensión de autoridad combinada con temas de nacionalismo y resistencia. En contraparte, los partidos de derecha *mainstream* (no populistas) utilizan la dimensión de daño/cuidado combinada con la cohesión social y su discurso de autoridad se ve relacionado con temas de ley y orden (Wickenkamp et al., 2025). Los fundamentos morales mencionados provocan respuestas emocionales en los individuos (e.g., indignación ante la élite corrupta, miedo ante extranjeros o ira ante la falta de respeto hacia el “pueblo auténtico”) (Ozturk & Fritsch, 2025). Por ende, la comunicación populista tiende a activar las intuiciones morales que resuenan con los ciudadanos, y una vez que éstas son activadas, los sujetos eluden todo tipo de razonamiento deliberativo (Haidt, 2012; Ozturk & Fritsch, 2025).

La evidencia que ha integrado la TFM al estudio del populismo, aunque incipiente y mayormente europea, ofrece resultados convergentes. Wickenkamp et al. (2025) hallaron que los partidos populistas priorizan la autoridad y el cuidado, con un uso del binomio daño/cuidado más marcado en la derecha y vinculado a la identidad nacional. Stoneman & Wright (2025) mostraron que la ubicación ideológica se correlaciona con distintos perfiles de fundamentos, mostrando relación entre cuidado y equidad en la izquierda; lealtad, autoridad

y santidad en la derecha. Ozturk & Fritsch (2025), por su parte, subrayaron que la activación de intuiciones morales desencadena respuestas emocionales (indignación, miedo, ira) que inhiben el razonamiento deliberativo.

Discursos políticos y redes sociales

El papel de los fundamentos morales es sumamente significativo a la hora de comprender y predecir actitudes e ideologías políticas (Koleva et al., 2012). Asimismo, la actividad política ha sido revolucionada por los medios de comunicación, particularmente a raíz de las redes sociales (Jenkins, 2008). La conectividad inmediata permite alcanzar a una mayor cantidad de votantes y producir mayor influencia (Herkman, 2022), siendo un canal más actualizado a diferencia de las instituciones tradicionales. Esto se encuentra vinculado con el populismo, ya que pretende movilizar a las masas mediante instrumentos comunicativos; por ende, las redes sociales son un instrumento democrático para transmitir mensajes simplificados, mediante el rechazo del papel interpretativo que ejerce el periodismo (Barberis, 2021).

Desde la década del 60, las campañas políticas se han focalizado en fragmentar nichos electorales a través de la polarización afectiva fomentando identidades antagonistas (Klein, 2020). El populismo utiliza esto para generar sentimientos de animadversión hacia otro imaginario que sería la causa del malestar, utilizando en ocasiones los discursos de odio y la discriminación (Galindo et al., 2023). Asimismo, las redes sociales exacerban lo

mencionado (Allcott et al., 2020) debido a que los algoritmos conducen a los individuos a conductas extremistas y que, a su vez, les dan un espacio a los usuarios para expresar dichas posiciones (Cinelli et al., 2021). Una de las redes sociales que se alinea con la lógica comunicacional populista es X, dado que su cantidad limitada de caracteres ayuda a que los mensajes sean concisos y emocionales, y favorece la articulación de narrativas identitarias del populismo (Arroyas Langa & Pérez-Díaz, 2016; Engesser et al., 2017; Wickenkamp et al., 2025).

Actualmente se vive una sociedad polarizada, lo que desencadena la emergencia de nuevas derechas radicales o de populismos de derecha e izquierda, generando las divisiones antagónicas “nosotros/ellos” (Arroyas Langa 2023; Mudde, 2004). Por ende, en el contexto de polarización, las diferencias ideológicas provocan una implicación emotiva interna, por lo cual adherir o rechazar políticas impregna la interacción interpersonal de los ciudadanos (Ramírez & Falak, 2023).

Análisis de sentimientos empleando léxico AFINN

El uso del internet provocó que la web sea la principal fuente para obtener información, donde los usuarios expresan sus opiniones (Wankhade et al., 2022). Como resultado, el análisis de sentimientos ha aumentado su popularidad en las áreas de investigación (Sánchez-Rada & Iglesias, 2019). El análisis de sentimientos es un estudio computacional donde se estudian las opiniones, actitudes y emociones de las personas ante una entidad

determinada (Medhat et al., 2014; Wankhade et al., 2022).

Para el análisis de sentimiento se utilizan diversos niveles; el que se emplea en la presente investigación será el nivel de aspecto (*Lexicon-Based Sentiment Analysis*) (Cambria et al., 2017). Éste se realiza mediante la identificación de atributos o características que son mencionadas en el texto que se está analizando, en el cual una entidad está expresando una opinión o un sentimiento, por lo que, a través de una polaridad asignada a todos los aspectos observados, se calcula un sentimiento agregado a cada frase (Lu et al., 2011; Schouten & Frasincar, 2016). Por consiguiente, se emplean herramientas de Procesamiento del Lenguaje Natural (PLN), que permiten establecer en una escala la “positividad”, “neutralidad” o “negatividad” del mensaje (Srivastava et al., 2019).

Luego, se emplea el léxico AFINN, el cual, según Nielsen (2011), permite comparar las palabras de una publicación con una lista de 2,477 palabras previamente etiquetadas que poseen una valencia comprendida desde -5 (muy negativa) hasta +5 (muy positiva). Sin embargo, deja de lado aspectos como la objetividad/subjetividad, el nivel de activación que la palabra genera o el grado de control que transmite la emoción asociada.

Análisis de los perfiles políticos

A continuación se presentan los perfiles de los cuatro líderes analizados, con el fin de contextualizar los resultados del análisis computacional.

Javier Milei es presidente de Argentina desde 2023 y líder de La Libertad Avanza (Falcón, 2023). Su popularidad creció especialmente entre públicos jóvenes y masculinos a través de las redes sociales (Murillo & Oliveros, 2024). Su discurso presenta rasgos de populismo de derecha, dividiendo a la sociedad entre los “argentinos de bien” y la “casta política”, con un perfil conservador reaccionario en materia social y posicionamiento en el anarcocapitalismo (Annunziata et al., 2024; Morresi, 2024; Morresi & Ramos, 2023; Murillo & Oliveros, 2024). Su gestión se orientó al equilibrio fiscal mediante devaluación, reducción del gasto público y la sanción de la Ley Bases, medidas simbolizadas en la “motosierra” (Alonso, 2024; Presidencia de la Nación Argentina, 2024). Diversos análisis han caracterizado su estrategia discursiva en redes sociales como un populismo disruptivo basado en la polarización, la antipolítica y la autoridad carismática (Pérez-Díaz & Arroyas Langa, 2025).

Cristina Fernández de Kirchner ejerció como presidenta de Argentina en dos mandatos (2007-2015) y posteriormente como vicepresidenta (2019), acumulando una extensa trayectoria legislativa y ejecutiva (Montero & Vincent, 2013; Tobía, 2024). Su posición política articula peronismo y kirchnerismo, con énfasis en los derechos humanos, la justicia social y el antiimperialismo (Mustapic, 2002; Svampa, 2008; Waisbord, 2025). Su populismo construye una oposición antagónica entre el pueblo y los sectores concentrados del poder económico, mediático y judicial, apelando a un lenguaje confrontativo y emocional (Dagatti, 2012; Montero, 2012; Pereyra Doval & Colalongo, 2022).

Entre sus políticas más relevantes se destacan la Asignación Universal por Hijo, la nacionalización de fondos jubilatorios y la sanción de la ley de matrimonio igualitario (Administración Nacional de la Seguridad Social, 2021; Tobía, 2024).

Nayib Bukele asumió la presidencia de El Salvador en 2019 y fue reelecto en 2024 pese a la prohibición constitucional de reelección inmediata (Human Rights Watch, 2024a; Roque Baldovinos, 2021). Rechaza las etiquetas ideológicas tradicionales y emplea un modelo de gobernanza autoritaria orientada a resultados de seguridad, gestionando decisiones ejecutivas a través de X (Galvin & Welp, 2024; Quezada, 2022). Su gestión incluyó un régimen de excepción desde 2022, la detención masiva de pandilleros, la construcción de una cárcel de máxima seguridad, medidas de confinamiento durante la pandemia y la destitución de jueces de la Corte Suprema, todo ello cuestionado por organismos de derechos humanos (BBC News, 2023; Cristosal, 2023; Human Rights Watch, 2020; Human Rights Watch, 2023; Martí Puig & Rodríguez Suárez, 2024; Quezada, 2022).

Nicolás Maduro asumió la presidencia de Venezuela en 2013 tras el fallecimiento de Hugo Chávez y fue reelecto en 2018 y 2024 en procesos ampliamente cuestionados por fraude, represión y exclusión de candidatos opositores (Capetta, 2020; Deutsche Welle, 2018; Human Rights Watch, 2024b). Continuó la línea del Socialismo del Siglo XXI y la Revolución Bolivariana, ideología que combina democracia participativa, propiedad social de los medios de producción y rechazo al imperialismo (Dieterich Steffan, 2006; Ellner, 2012;

Martínez Meucci, 2024). Su gobierno se caracteriza por el control sistemático de los medios, la persecución política, la legitimación de las fuerzas armadas en la gestión estatal y medidas económicas antiliberales señaladas como responsables de la crisis del país (Corrales & Kronick, 2025; Foro Penal, 2024; Martínez Meucci, 2024; Morinigo, 2021).

Presente investigación

Si bien existen investigaciones que abordan el populismo (Laclau, 2005; Mudde, 2004; Mouffe, 2018; Müller, 2016; Weyland, 2001) y los fundamentos morales (Graham et al., 2013; Haidt, 2012; Hopp et al., 2021), son escasos los estudios que vinculan ambas variables, y los existentes fueron realizados predominantemente en contextos europeos o anglosajones (Ozturk & Fritsch, 2025; Stoneman & Wright, 2025; Wickenkamp et al., 2025). La integración de la valencia emocional como dimensión de análisis en discursos populistas difundidos por redes sociales es un área escasamente explorada en el contexto latinoamericano.

La presente investigación es relevante a nivel teórico al contribuir al estudio del populismo integrando la Teoría de los Fundamentos Morales con el análisis de la dimensión emocional en América Latina. A nivel social, el análisis de los discursos de líderes políticos de amplia influencia ciudadana aporta a la comprensión de los mecanismos afectivos que sostienen la polarización en las redes sociales.

En este marco, el objetivo general del estudio es analizar los fundamentos morales y la valencia emocional presentes en el discurso de cuatro líderes políticos latinoamericanos en la red social X.

Los objetivos específicos son:

- 1) Identificar y comparar los fundamentos morales predominantes en el discurso de cada líder político analizado.
- 2) Determinar y comparar la valencia emocional presente en los *tweets* de cada dirigente político.
- 3) Interpretar los perfiles morales y emocionales obtenidos en relación con el contexto político e ideológico de cada líder.

Metodología

La presente investigación adopta un diseño cuantitativo descriptivo-comparativo basado en análisis de texto computacional. Se emplearon técnicas de Procesamiento de Lenguaje Natural (PLN) para cuantificar y comparar elementos léxicos asociados a la valencia emocional y los fundamentos morales presentes en el discurso de cuatro líderes políticos latinoamericanos (Pauwels, 2011). En coherencia con el enfoque ideacional adoptado, la oposición moral entre “pueblo” y “élite” se operacionaliza a través de los polos de virtud y vicio de los fundamentos morales (MFD 2.0), mientras que la apelación afectiva movilizadora se aproxima mediante la valencia emocional del léxico AFINN.

El estudio se basó exclusivamente en extraer publicaciones públicas en la red social X, por lo que no hubo interacción con los sujetos analizados.

Muestra y procedimiento

El corpus se compone de 3,843 *tweets* pertenecientes a Cristina Fernández de Kirchner, Javier Milei, Nayib Bukele y Nicolás Maduro, personajes seleccionados para incluir dos figuras representativas del populismo de izquierda y dos del populismo de derecha. Si bien las redes sociales no constituyen el único, ni necesariamente el más apropiado, medio para la difusión del mensaje populista, proporcionan un espacio privilegiado para expresar estas ideas y dirigirse a públicos específicos, permitiendo a los actores políticos eludir los filtros de los medios tradicionales y conectarse directamente con su audiencia (Maurer & Diehl, 2020). El conjunto final de datos abarca publicaciones emitidas entre 2023 y 2025, cuyas características se presentan en la *Tabla 1*.

Para la extracción de *tweets*, se utilizó *RStudio* junto con el paquete *TweetScraper*, desarrollado por Nieto (2024) y disponible en *GitHub*. Este paquete permite recolectar grandes volúmenes de datos de la red social X sin necesidad de acceder mediante una API oficial. Si bien el procedimiento resulta eficaz para la obtención de material textual, presenta algunas limitaciones, tales como la omisión parcial de publicaciones o la imposibilidad de alcanzar el número exacto de *tweets* solicitado.

Tabla 1*Características descriptivas de los tweets extraídos*

Usuario	<i>n</i>	Largo promedio	Likes totales	Reposts totales
Bukele	993	106	20,697,380	3,230,962
Milei	987	82.0	12,850,113	2,000,584
Fernández de Kirchner	870	193	11,784,802	3,570,676
Maduro	993	205	2,195,442	1,606,397

Análisis de datos

El corpus fue preprocesado mediante la eliminación de publicaciones duplicadas, limpieza de caracteres no textuales y tokenización del contenido, siguiendo procedimientos estándar en el análisis basado en léxicos (Cambria et al., 2017; Medhat et al., 2014; Sánchez-Rada & Iglesias, 2019).

Para la medición de la valencia emocional se utilizó el léxico AFINN en su versión adaptada al español por Mendoza Vega (2018). Este instrumento asigna a cada palabra una puntuación de valencia en una escala de -5 (muy negativa) a +5 (muy positiva) sobre un total de 2,477 términos etiquetados (Nielsen, 2011). Cabe señalar que el AFINN no contempla dimensiones como la objetividad/subjetividad ni el nivel de activación emocional, lo cual constituye una limitación a considerar en la interpretación de los resultados.

Para la identificación de los fundamentos morales se utilizó el Moral Foundations Dictionary 2.0 (MFD 2.0) (Hopp et al., 2021), traducido al español para los fines de esta investigación mediante un proceso de traducción directa con revisión conceptual por parte del equipo autor (Duhalde, 2026). Dado que esta traducción no fue sometida a un proceso de validación formal, los resultados

relativos a los fundamentos morales deben interpretarse con cautela. La traducción se encuentra disponible de forma libre en GitHub. El MFD 2.0 clasifica las palabras del corpus en las cinco dimensiones de la Teoría de Fundamentos Morales mediante vectores ponderados que estiman la probabilidad de pertenencia de cada término a cada fundamento: Cuidado/Daño, Justicia/Engaño, Lealtad/Traición, Autoridad/Subversión y Santidad/Degradación (Hopp et al., 2021). Cada dimensión se operacionaliza en dos polos: virtud y vicio, tal como se describe a continuación.

El fundamento *Cuidado/Daño* refiere a preocupaciones morales vinculadas al bienestar y la prevención del sufrimiento. Las palabras asociadas a la compasión, la protección o la empatía se clasifican como *Care.Virtue*, y las relacionadas con el daño, la crueldad o el sufrimiento, como *Care.Vice*.

El fundamento *Justicia/Engaño* se vincula con normas de equidad, reciprocidad y trato justo. Las referencias a la igualdad, la honestidad o la justicia corresponden a *Fairness.Virtue*, mientras que las menciones a la injusticia, el fraude o el abuso se clasifican como *Fairness.Vice*.

Lealtad/Traición alude a la pertenencia y el compromiso con el grupo propio. Las referencias a la solidaridad, el patriotismo o la fidelidad se clasifican

como *Loyalty.Virtue*, y las menciones a la traición o la deslealtad, como *Loyalty.Vice*.

El fundamento *Autoridad/Subversión* refiere al respeto por las jerarquías, las normas sociales y las instituciones. Las referencias al orden, la obediencia o el respeto institucional corresponden a *Authority.Virtue*, mientras que las menciones a la desobediencia o la subversión, a *Authority.Vice*.

El fundamento *Santidad/Degradación* se vincula con nociones de pureza y contaminación moral o física. Las expresiones asociadas a la pureza o la elevación moral se clasifican como *Sanctity.Virtue*, y las relacionadas con la impureza o la degradación como *Sanctity.Vice*.

Para el análisis comparativo, se calculó el uso relativo de cada fundamento en el discurso de cada líder y se seleccionaron los tres con mayor presencia proporcional en cada caso, a fin de construir perfiles morales diferenciados. Adicionalmente, para cada líder se identificaron los términos léxicos que activaron con mayor frecuencia cada fundamento moral según su número de apariciones en el corpus.

Resultados

Puntajes AFINN

El análisis comparativo de los puntajes AFINN revela diferencias sustantivas en el tono afectivo de los discursos de los cuatro líderes políticos analizados (*Figura 1*). En términos de promedio de sentimiento, el discurso de Nicolás

Maduro se destaca claramente por su valor más alto (1.74), lo que indica una tendencia general hacia la expresión de emociones positivas. Además, su desviación estándar relativamente baja ($SD = 1.65$) sugiere una mayor consistencia emocional, es decir, un tono afectivo más estable y homogéneo a lo largo de sus intervenciones.

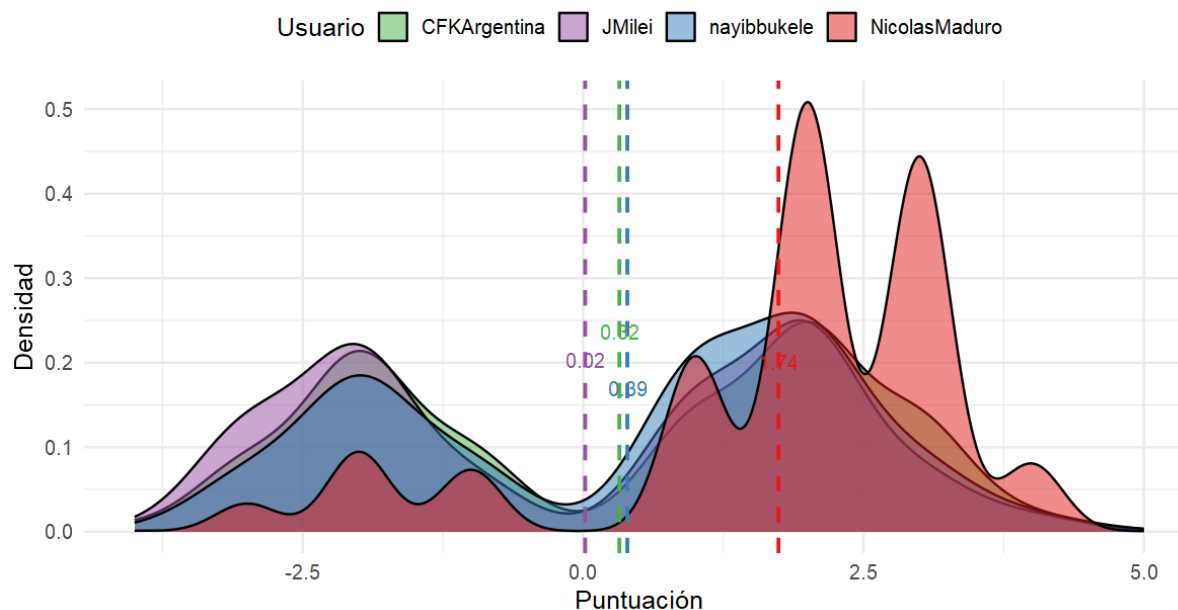
Por el contrario, Javier Milei presenta el promedio de sentimiento más bajo (0.02), prácticamente neutral, acompañado de una variabilidad elevada ($SD = 2.15$). Esto implica un estilo discursivo más fluctuante en términos afectivos, que alterna entre expresiones positivas y negativas sin una orientación emocional predominante.

Cristina Fernández de Kirchner muestra un promedio intermedio (0.32) con una desviación estándar similar a la de Milei ($SD = 2.15$). Este patrón sugiere un discurso moderadamente positivo pero también heterogéneo, con segmentos emocionales diversos. En el caso de Nayib Bukele, el promedio de sentimiento (0.39) se sitúa ligeramente por encima del de Cristina Fernández de Kirchner, con una variabilidad algo menor ($SD = 2.01$), lo que denota un tono levemente más positivo y algo más estable.

Finalmente, al considerar la cantidad de palabras clasificadas por el léxico AFINN, se observa que Maduro emplea la mayor cantidad ($n = 2,700$), seguido por Fernández de Kirchner (1,345), Milei (1,070) y Bukele (639). Este patrón puede interpretarse como una diferencia en la intensidad emocional del discurso, reflejando tanto el volumen de expresiones afectivas como su orientación general.

Figura 1

Distribución del puntaje AFINN



Diccionario de fundamentos morales

Para el análisis de los fundamentos morales de los líderes se ha considerado el uso relativo de cada fundamento en su discurso. A partir de esto se consideraron los tres fundamentos morales que mayor porcentaje presentan en cada líder para el perfilamiento de su perspectiva moral (*Tabla 2*).

En el caso de Javier Milei, los tres fundamentos más frecuentes son *Sanctity.Vice*, *Care.Vice* y *Authority.Virtue*. Su perfil moral se caracteriza por una marcada orientación hacia la crítica moral, particularmente en torno a la pureza y el desagrado, lo que refleja un discurso que denuncia la corrupción, la hipocresía y la debilidad moral del adversario. La presencia de la autoridad como virtud,

aunque en menor proporción, señala una apelación complementaria al orden y la disciplina, pero subordinada a un tono fuertemente moralizador y confrontativo.

El perfil de Nayib Bukele combina *Authority.Virtue*, *Care.Virtue* y *Loyalty.Virtue* como fundamentos predominantes. Esta configuración revela una estructura moral centrada en la cohesión y la protección del grupo, donde la autoridad se presenta como principio rector para garantizar el bienestar colectivo. El énfasis en el cuidado y la lealtad sugiere un discurso paternalista, en el que la relación entre líder y pueblo se concibe como una alianza moral sustentada en la confianza y la obediencia recíproca.

Tabla 2

Perfiles morales de los cuatro líderes, fundamentos predominantes y términos más frecuentes que activaron cada fundamento moral

Líder	Orientación	Fundamento	Términos más frecuentes (forma; n° de apariciones)
Milei (derecha)	Crítica moral	Sanctity.Vice	basura (23), imbéciles (14), ensuciar (7), falta (7), corruptos (6), malo (4)
		Care.Vice	dolor (4), destruye (3), duele (3), duro (2), daño (2), víctima (2)
		Authority.Virtue	traidores (14), casta (8), presidente (7), mayor (6), jefe (4), honor (3)
Bukele (derecha)	Cohesión / protección	Authority.Virtue	presidente (10), mayor (6), presidencial (6), policía (5), enviado (4), cumple (3)
		Care.Virtue	seguro (25), seguridad (14), ayuda (5), alimentos (5), hospital (5), madre (3)
		Loyalty.Virtue	país (56), familias (9), nación (6), guerra (6), comunidad (5), soldados (5)
Fernández de Kirchner (izquierda)	Moralidad dialéctica	Authority.Virtue	presidente (47), jefe (11), gobernador (9), orden (8), pacto (5), presidencia (5)
		Care.Vice	lucha (9), necesidad (5), víctimas (4), violencia (4), agresión (3), pena (3)
		Fairness.Vice	confianza (4), estafa (4), desigualdad (3), mentiroso (3), desigual (2), prejuicios (2)
Maduro (izquierda)	Jerárquico-colectivista	Authority.Virtue	presidente (52), comandante (25), noble (16), protección (15), respeto (14), envío (14)
		Sanctity.Virtue	salud (31), dios (29), bendiciones (21), justicia (21), noble (16), eterno (10)
		Loyalty.Virtue	patria (150), país (51), compromiso (30), familia (22), solidaridad (18), juntos (17)

Nota. Términos extraídos del corpus cruzando cada palabra con el Diccionario de Fundamentos Morales en español (Es_lower), tras tokenizar y eliminar stopwords (español e inglés). Se reportan los tres fundamentos predominantes por líder según el conteo de tipos de palabra. El número entre paréntesis indica las apariciones del término en el corpus.

En Cristina Fernández de Kirchner, los tres fundamentos principales son *Authority.Virtue*, *Care.Vice* y *Fairness.Vice*. Este patrón refleja un discurso que alterna entre la apelación a la autoridad legítima y la denuncia moral dirigida a los sectores percibidos como injustos o carentes de sensibilidad social. La coexistencia de virtudes y vicios sugiere

una moralidad dialéctica, en la que la autoridad se legitima mediante la contraposición con quienes amenazan la equidad o el bienestar de la comunidad.

Por último, Nicolás Maduro presenta un perfil dominado por *Authority.Virtue*, *Sanctity.Virtue* y *Loyalty.Virtue*. Su discurso se estructura sobre una narrativa fuertemente jerárquica, donde el respeto, la

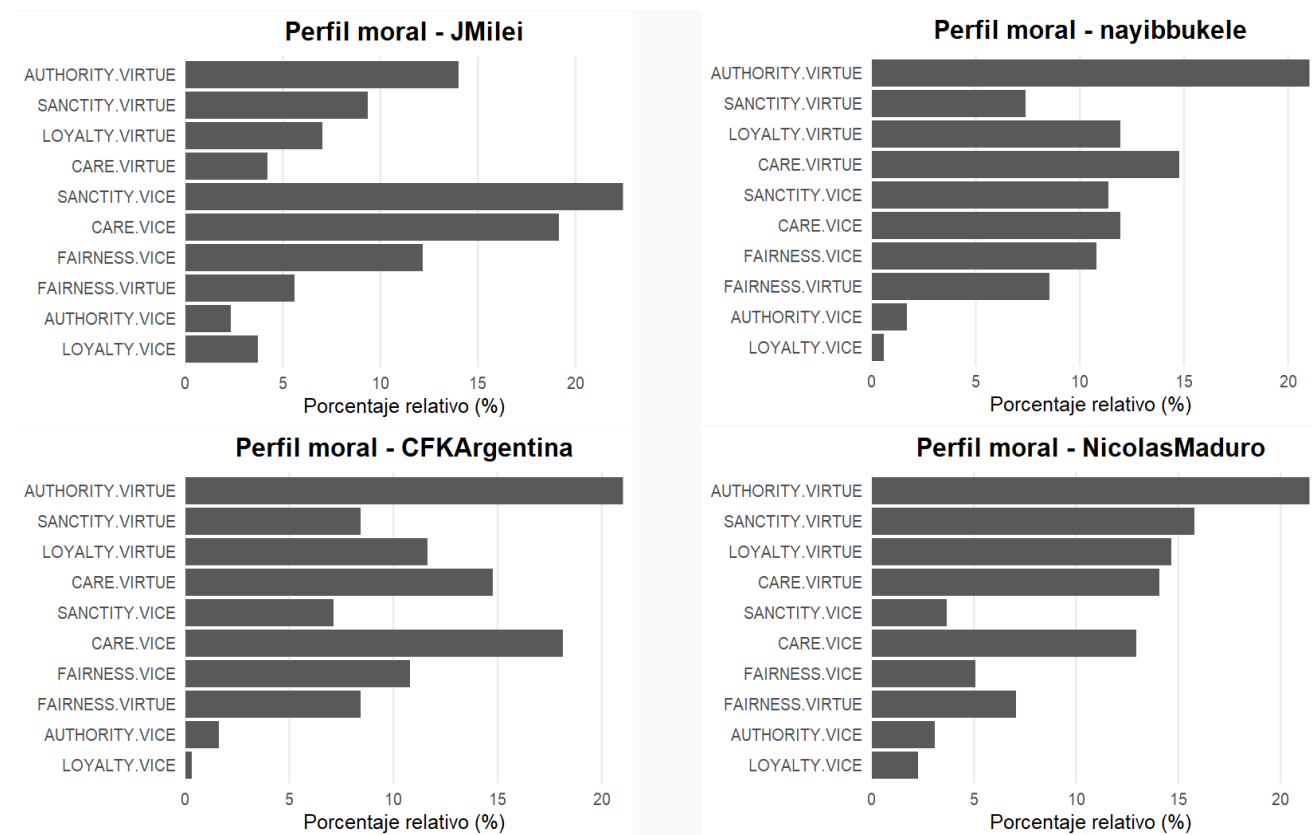
pureza ideológica y la lealtad al grupo constituyen ejes centrales. Esta configuración refuerza una visión moral colectivista y de fuerte control normativo, en la que el orden y la adhesión a los valores del movimiento se conciben como pilares de la legitimidad política.

En términos generales, los cuatro líderes comparten la autoridad como fundamento moral central y común, aunque difieren en los valores que

la acompañan. Mientras que en Bukele y Maduro la autoridad se articula con la lealtad y la cohesión del grupo, en Milei y Fernández de Kirchner se combina con fundamentos de crítica moral y polarización discursiva. En conjunto, estos perfiles sugieren que la autoridad opera como un principio transversal en el discurso político latinoamericano contemporáneo, funcionando tanto como fuente de legitimidad como de confrontación simbólica (*Figura 2*).

Figura 2

Perfil moral de Milei, Bukele, Fernández de Kirchner y Maduro



Discusión

La presente investigación tuvo como objetivo analizar los fundamentos morales y la valencia emocional en el discurso de cuatro líderes políticos latinoamericanos a través de sus publicaciones en la red social X. Los resultados obtenidos permiten caracterizar perfiles morales y emocionales diferenciados, al tiempo que revelan un patrón transversal relevante: la autoridad como fundamento compartido por los cuatro líderes independientemente de su orientación ideológica.

En cuanto a la valencia emocional, los resultados del léxico AFINN indican que Maduro es quien emplea el mayor volumen de palabras afectivamente cargadas, con una orientación predominantemente positiva y estable. Este hallazgo resulta paradójico si se considera que su gobierno ha sido caracterizado por narrativas de conflicto, represión y crisis institucional (Martínez Meucci, 2024; Morinigo, 2021). Una interpretación posible es que el discurso positivo opera como estrategia de legitimación ante un contexto de adversidad: apelar a la cohesión, la lealtad y la pureza ideológica permite construir una imagen de estabilidad y continuidad revolucionaria frente a la amenaza del adversario, fundamentos que también predominan en su perfil moral. En contraste, Milei presenta la valencia más neutral y variable, lo cual es coherente con un estilo discursivo confrontativo que alterna entre la denuncia moral del adversario y la

afirmación de sus propios valores, sin una orientación emocional sostenida (Annunziata et al., 2024; Morresi, 2024). Fernández de Kirchner y Bukele se ubican en posiciones intermedias, con discursos moderadamente positivos aunque heterogéneos.

Respecto a los fundamentos morales, el perfil de Milei está dominado por Sanctity.Vice, Care.Vice y Authority.Virtue, lo que refleja una lógica discursiva de denuncia moral: la impureza y la falta de compasión se proyectan sobre el adversario (“la casta”), mientras que la autoridad opera como principio legitimador del propio liderazgo. Esto es coherente con las categorías populistas de centrismo popular y antielitismo (López Robles & Márquez Muñoz, 2025; Mudde, 2004), y con los hallazgos de Wickenkamp et al. (2025) sobre el uso del daño y la autoridad en el populismo de derecha. En la misma línea, Pérez-Díaz & Arroyas Langa (2025) documentan en Milei una estrategia discursiva disruptiva centrada en la confrontación y la autoridad carismática. Esta lógica se observa en los términos que más activan cada fundamento (*Tabla 2*): “basura”, “imbéciles” y “corruptos” en Sanctity.Vice, frente a “casta” y “traidores” en Authority.Virtue, que condensan la proyección de impureza sobre el adversario y la afirmación del propio liderazgo.

El perfil de Bukele, centrado en Authority.Virtue, Care.Virtue y Loyalty.Virtue, configura un discurso paternalista en el que el líder se presenta como garante del bienestar colectivo mediante el orden y la obediencia. Esta estructura es consistente con su modelo de gobernanza autoritaria

orientada a resultados de seguridad (Galvin & Welp, 2024) y con la priorización de autoridad y cuidado documentada en líderes populistas (Wickenkamp et al., 2025). Esta configuración se refleja en su vocabulario predominante: “seguridad”, “seguro” y “hospital” en Care.Virtue, y “país”, “familias” y “nación” en Loyalty.Virtue, que articulan la protección del grupo con la apelación a la comunidad nacional.

En el caso de Fernández de Kirchner, la combinación de Authority.Virtue, Care.Vice y Fairness.Vice sugiere un discurso dialéctico en el que la autoridad propia se legitima mediante la denuncia de quienes violan la equidad y el bienestar popular. Este patrón es coherente con la construcción antagónica característica del kirchnerismo, que identifica como adversarios a los sectores concentrados, el poder judicial y los medios de comunicación (Dagatti, 2012; Montero, 2012). Los términos más frecuentes (*Tabla 2*) condensan ese antagonismo: “lucha”, “violencia” y “víctimas” en Care.Vice, junto con “estafa”, “desigualdad” y “mentiroso” en Fairness.Vice, que denuncian el daño y la injusticia atribuidos a los sectores adversarios.

Por último, Maduro presenta el perfil moral más cohesionado. La combinación de Authority.Virtue, Sanctity.Virtue y Loyalty.Virtue configura un discurso de adhesión incondicional al movimiento, pureza ideológica y jerarquía, consistente con el modelo de la Revolución Bolivariana y la centralización del poder (Martínez Meucci, 2024; Morinigo, 2021). Ello se aprecia en los términos dominantes: “patria”, “compromiso” y “solidaridad” en Loyalty.Virtue, “dios”,

“bendiciones” y “salud” en Sanctity.Virtue, y “comandante”, “noble” y “respeto” en Authority.Virtue, que articulan adhesión, pureza ideológica y jerarquía.

En conjunto, estos resultados confirman que la autoridad opera como fundamento transversal en el discurso político latinoamericano contemporáneo, aunque su función varía según el caso: en Bukele y Maduro se articula con la cohesión y la lealtad grupal, mientras que en Milei y Fernández de Kirchner se combina con la crítica moral al adversario. Esto sugiere que la autoridad no es un recurso exclusivo de ninguna orientación ideológica, sino un elemento estructural de la comunicación populista en la región.

Entre las limitaciones del estudio se destaca que la traducción del MFD 2.0 al español no fue sometida a validación formal, lo que invita a interpretar los resultados con cautela. Asimismo, el léxico AFINN no contempla dimensiones como la ironía, la subjetividad o el nivel de activación emocional, lo cual puede afectar la precisión de las estimaciones de valencia. Finalmente, el análisis se circunscribe a la red social X, por lo que los perfiles obtenidos no son necesariamente representativos del discurso político global de cada líder. Futuras investigaciones podrían incorporar otras plataformas digitales, aplicar instrumentos validados en español y extender el análisis a períodos electorales específicos para profundizar en la variación temporal del discurso populista.

Conclusión

La presente investigación analizó los fundamentos morales y la valencia emocional en el discurso de cuatro líderes políticos latinoamericanos a partir de un corpus de 3,843 tweets extraídos de la red social X. Mediante un diseño cuantitativo descriptivo-comparativo basado en análisis de texto computacional, se identificaron perfiles morales y emocionales diferenciados que reflejan las distintas lógicas discursivas del populismo latinoamericano contemporáneo.

El hallazgo más relevante es la transversalidad del fundamento de autoridad, presente en los cuatro líderes con independencia de su orientación ideológica, lo que sugiere que la apelación a la jerarquía y el orden constituye un rasgo

estructural del discurso populista en la región. Al mismo tiempo, las diferencias en los fundamentos acompañantes y en la valencia emocional permiten distinguir estilos discursivos claramente diferenciados entre el populismo de derecha y el de izquierda.

Este estudio contribuye al campo al integrar la Teoría de los Fundamentos Morales con el análisis de sentimientos en el contexto latinoamericano, un enfoque escasamente explorado fuera del ámbito anglosajón y europeo. Sus resultados constituyen un antecedente para futuras investigaciones que amplíen el análisis a otras plataformas digitales, incorporen períodos electorales específicos o apliquen instrumentos validados en español, con el fin de profundizar en la comprensión de los mecanismos discursivos mediante los cuales el populismo moviliza identidades y fomenta la polarización afectiva (Barberis, 2021; Klein, 2020).

Referencias bibliográficas

- Administración Nacional de la Seguridad Social [ANSES]. (2021, Noviembre). *La Asignación Universal por Hijo/a para Protección Social desde un enfoque de derechos: Edición especial a 12 años de su creación* (Serie Estudios de la Seguridad Social). Dirección General de Planeamiento, Observatorio de la Seguridad Social. https://www.anses.gob.ar/sites/default/files/2024-06/DT_AUH%2520desde%2520un%2520enfoco%2520de%2520derechos%5B1%5D.pdf
- Allcott, H., Luca, B., Eichmeyer, S., & Gentzkow, M. (2020). The welfare effects of social media. *American Economic Review*, 110(3), 629-676. <https://doi.org/10.1257/aer.20190658>
- Alonso, A. R. (2024). Motosierra y licuadora: una nueva era para la humanidad. Apuntes sobre la batalla cultural libertaria. *AURA. Revista de Historia y Teoría del Arte*, (20). <https://www.ojs.artes.unicen.edu.ar/index.php/aura/article/view/1465>

- Annunziata, R., Ariza, A., March, V. R., & Torres, S. (2024). La politización antipolítica. Análisis del fenómeno de Javier Milei. *Revista SAAP*, 18(1), 13-42. <https://doi.org/10.46468/rsaap.18.1.a1>
- Arroyas Langa, E. (2023). Capítulo 2. Los populismos como ideologías de la polarización en el declive de la democracia liberal. *Espejo de Monografías de Comunicación Social*, (10), 33-50. <https://doi.org/10.52495/c2.emcs.10.p96>
- Arroyas Langa, E., & Pérez Díaz, P. L. (2016). La nueva narrativa identitaria del populismo: Un análisis del discurso de Pablo Iglesias (Podemos) en Twiter. *Cultura Lenguaje y Representación*, 15, 51-63. <https://doi.org/10.6035/clr.2016.15.4>
- Barberis, M. G. (2021). Populismo mediático. Definición, explicación, remedios. *Doxa. Cuadernos de Filosofía del Derecho*, (44), 131-143. <https://doi.org/10.14198/DOXA2021.44.05>
- BBC News. (2023, February 25). Thousands of tattooed inmates pictured in El Salvador mega-prison. *BBC News*. <https://www.bbc.com/news/world-latin-america-64770716>
- Cambria, E., Poria, S., Gelbukh, A., & Thelwall, M. (2017). Sentiment analysis is a big suitcase. *IEEE Intelligent Systems*, 32(6), 74-80. <https://doi.org/10.1109/MIS.2017.4531228>
- Capetta, M. del P. (2020, April 14). *14 de abril de 2013: Nicolás Maduro asume a la presidencia*. Instituto de Relaciones Internacionales, Universidad Nacional de la Plata. <https://www.iri.edu.ar/index.php/2020/04/14/14-de-abril-de-2013-nicolas-maduro-asume-a-la-presidencia/>
- Cinelli, M., De Francisci Morales, G., Galeazzi, A., Quattrocioni, W., & Starnini, M. (2021). The echo chamber effect on social media. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(9), e2023301118. <https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118>
- Corrales, J., & Kronick, D. (2025). How Maduro stole Venezuela's vote. *Journal of Democracy*, 36(1), 36-49. <https://doi.org/10.1353/jod.2025.a947882>
- Cristosal. (2023, May 12). *Un año bajo el régimen de excepción: una medida permanente de represión y de violaciones a los derechos humanos*. Cristosal. <https://cristosal.org/ES/informe-un-ano-bajo-el-regimen-de-excepcion-una-medida-permanente-de-represion-y-de-violaciones-a-los-derechos-humanos/>
- Dagatti, M. (2012). El estadista oculto. El ethos gubernamental en los discursos públicos presidenciales de Nestor Kirchner. *Rétor*, 2(1), 55-93. <https://www.aaretorica.org/revista/index.php/retor/article/view/145>
- Deutsche Welle. (2018, May 2). *Unión Europea rechaza elección presidencial en Venezuela*. DW. <https://www.dw.com/es/unión-europea-rechaza-elecciones-presidenciales-en-venezuela/a-43630383>
- Dieterich Steffan, H. (2006). *El Socialismo del Siglo XXI*. Rebelión. <https://www.rebellion.org/docs/121968.pdf>
- Duhalde, N. H. E. (2026). *MFD_ES* [Repositorio]. Github. https://github.com/NahuelDuhalde/MFD_ES

- Effron, D. A., & Helgason, B. A. (2022). The moral psychology of misinformation: Why we excuse dishonesty in a post-truth world. *Current Opinion in Psychology*, 47, 101375. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101375>
- Ellner, S. (2012). The distinguishing features of Latin America's new left in power: The Chávez, Morales, and Correa governments. *Latin American Perspectives*, 39(1), 96-114. <https://doi.org/10.1177/0094582X11425333>
- Engesser, S., Ernst, N., Esser, F., & Büchel, F. (2017). Populism and social media: How politicians spread a fragmented ideology. *Information, Communication & Society*, 20(8), 1109-1126. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1207697>
- Fairclough, N., Mulderrig, J., & Wodak, R. (2011). Critical discourse analysis. In T. A. Van Dijk (Ed.), *Critical discourse analysis* (2 ed., pp. 357-378). SAGE Publications Ltd, <https://doi.org/10.4135/9781446289068.n17>
- Foro Penal. (2024, February 27). *Reporte sobre la represión en Venezuela. Año 2023*. Foro Penal. <https://foropenal.com/reportesobre-la-represion-en-venezuela-ano-2023>
- Galindo, H., García-Magariño, S., & Losada, D. (2023). Discurso político en redes sociales sobre el colectivo minoritario inmigrante: análisis de las narrativas e implicaciones educativas. *OBETS. Revista de Ciencias Sociales*, 18(1), 97-114. <https://doi.org/10.14198/obets.22342>
- Galvin, M., & Welp, Y. (2024). El Salvador's "Strongman". *Global Challenges, Graduate Institute of International and Development Studies*, (16). <https://doi.org/10.71609/iheid-m93j-7t44>
- Goodall, J. (1986). *The chimpanzees of Gombe: Patterns of behavior*. Harvard University Press.
- Graham, J., & Haidt, J. (2010). Beyond beliefs: Religions bind individuals into moral communities. *Personality and Social Psychology Review*, 14(1), 140-150. <https://doi.org/10.1177/1088868309353415>
- Graham, J., Haidt, J., & Nosek, B. A. (2009). Liberals and conservatives rely on different sets of moral foundations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 96(5), 1029-1046. <https://doi.org/10.1037/a0015141>
- Graham, J., Haidt, J., Koleva, S., Motyl, M., Iyer, R., Wojcik, S. P., & Ditto, P. H. (2013). Moral foundations theory: The pragmatic validity of moral pluralism. *Advances in Experimental Social Psychology*, 47, 55-130. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-407236-7.00002-4>
- Graham, J., Haidt, J., Motyl, M., Meindl, P., Iskiwitch, C., & Mooijman, M. (2018). Moral foundations theory: On the advantages of moral pluralism over moral monism. In K. Gray & J. Graham (Eds.), *Atlas of moral psychology* (pp. 211-222). The Guilford Press.
- Haidt, J. (2012). *The righteous mind: Why good people are divided by politics and religion*. Pantheon Books.
- Haidt, J., & Graham, J. (2007). When Morality Opposes Justice: Conservatives Have Moral Intuitions that Liberals may not Recognize. *Social Justice Research*, 20, 98-116. <https://doi.org/10.1007/s11211-007-0034-z>

- Haidt, J., & Joseph, C. (2004). Intuitive ethics: How innately prepared intuitions generate culturally variable virtues. *Daedalus*, 133(4), 55-66. <https://www.jstor.org/stable/20027945>
- Han, B. C. (2020). La desaparición de los rituales: una topología del presente. *Herder Editorial*.
- Havlík, V., & Stanley, B. (2015). *New populist parties in Central and Eastern Europe: Non-ideological or centrist?* [Conference]. Team Populism Conference “Solving the Puzzles of Populism”, London, United Kingdom.
- Herkman, J. (2022). *A Cultural Approach to Populism*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003267539>
- Hopp, F. R., Fisher, J. T., Cornell, D., Huskey, R., & Weber, R. (2021). The extended Moral Foundations Dictionary (eMFD): Development and applications of a crowd-sourced approach to extracting moral intuitions from text. *Behavior Research Methods*, 53, 232-246. <https://doi.org/10.3758/s13428-020-01433-0>
- Huber, R. A., & Schimpf, C. H. (2017). On the distinct effects of left-wing and right-wing populism on democratic quality. *Politics and Governance*, 5(4), 146-165. <https://doi.org/10.17645/pag.v5i4.919>
- Human Rights Watch. (2020, April 15). *El Salvador: Abusos Policiales en la respuesta al COVID-19*. Human Rights Watch. <https://www.hrw.org/es/news/2020/04/15/el-salvador-abusos-policiales-en-la-respuesta-la-covid-19>
- Human Rights Watch. (2023). *Informe Mundial 2023. El Salvador*. Human Rights Watch. <https://www.hrw.org/es/world-report/2023/country-chapters/el-salvador>
- Human Rights Watch. (2024a). *El Salvador: Events of 2024. En World report 2025: Rights trends in El Salvador*. Human Rights Watch. <https://www.hrw.org/world-report/2025/country-chapters/el-salvador>
- Human Rights Watch. (2024b). *Informe Mundial 2025. Venezuela*. Human Rights Watch. <https://www.hrw.org/es/world-report/2025/country-chapters/venezuela>
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós.
- Katsambekis, G. (2017). The populist surge in post-democratic times: Theoretical and political challenges. *The Political Quarterly*, 88(2), 202-210. <https://doi.org/10.1111/1467-923X.12317>
- Klein, E. (2020). *Why we're polarized*. Avid Reader Press.
- Koleva, S. P., Graham, J., Iyer, R., Ditto, P. H., & Haidt, J. (2012). Tracing the threads: How five moral concerns (especially Purity) help explain culture war attitudes. *Journal of Research in Personality*, 46(2), 184-194. <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2012.01.006>
- Laclau, E. (2005). *La razón populista*. Fondo de Cultura Económica.
- López Robles, A., & Márquez Muñoz, J. F. (2025). Populismo de derecha y políticas de exclusión: Estudiando el discurso populista de Jair Bolsonaro a un corpus de X. *Global Media Journal México*, 22(42), 21-41. <https://doi.org/10.29105/gmjmx22.42-541>

- Lu, B., Ott, M., Cardie, C., & Tsou, B. K. (2011). Multi-aspect sentiment analysis with topic models. In *Proceedings of the 2011 IEEE 11th International Conference on Data Mining Workshops* (pp. 81-88). IEEE. <https://doi.org/10.1109/ICDMW.2011.125>
- Martí Puig, S., & Rodríguez Suárez, D. (2024). Nayib Bukele, seguridad a cambio de democracia. *Más Poder Local*, (56), 141-154. <https://doi.org/10.56151/maspoderlocal.231>
- Martínez Meucci, M. Á. (2024). La Revolución Bolivariana: un proyecto refundacional paradigmático de la izquierda revolucionaria iberoamericana. *Araucaria. Revista Iberoamericana de Filosofía, Política, Humanidades y Relaciones Internacionales*, 26(56), 237-261. <https://doi.org/10.12795/araucaria.2024.i56.11>
- Maurer, P., & Diehl, T. (2020). What kind of populism? Tone and targets in the Twitter discourse of French and American presidential candidates. *European Journal of Communication*, 35(5), 453-468. <https://doi.org/10.1177/0267323120909288>
- Medhat, W., Hassan, A., & Korashy, H. (2014). Sentiment analysis algorithms and applications: A survey. *Ain Shams Engineering Journal*, 5(4), 1093-1113. <https://doi.org/10.1016/j.asej.2014.04.011>
- Mendoza Vega, J. B. (2018, April 15). *Análisis de sentimientos con R - Léxico Afinn* [Rpubs entry]. Rpubs. https://rpubs.com/jboscomendoza/analisis_sentimientos_lexico_afinn
- Montero, A. S., & Vincent, L. (2013). Del “peronismo impuro” al “kirchnerismo puro”: La construcción de una nueva identidad política durante la presidencia de Néstor Kirchner en Argentina (2003-2007). *Postdata*, 18(1), 1-35. <https://revistapostdata.com.ar/index.php/postdata/es/article/view/309>
- Montero, A. S. (2012). *¡Y al final un día volvimos! Los usos de la memoria en el discurso kirchnerista (2003-2007)*. Prometeo.
- Morinigo, D. (2021). Gobernar después de Chávez: la Venezuela de Nicolás Maduro (2013-2019). In M. Fraschini y S. García (Eds.), *Liderazgos en su laberinto: Cómo ejercen el poder los presidentes sudamericanos del siglo XXI* (pp. 87-115). Prometeo.
- Morresi, S. D. (2024). Al borde de la desmesura: fronteras porosas de las derechas argentinas en el siglo XXI. In T. Hernández Vicencio, & A. Bussolletti, *Derechas e izquierdas en el siglo XXI: Debates generales y estudios de caso* (pp. 151-171). CLACSO.
- Morresi, S. D., & Ramos, H. (2023). Apuntes sobre el desarrollo de la derecha radical en Argentina: el caso de “La Libertad Avanza”. *Caderno CRH*, 36, e023039. <http://hdl.handle.net/11336/225745>
- Mouffe, C. (2018). *Por un populismo de izquierda*. Siglo XXI.
- Mudde, C. (2004). The populist Zeitgeist. *Government & Opposition*, 39(4), 541-563. <https://doi.org/10.1111/j.1477-7053.2004.00135.x>

- Mudde, C., & Rovira Kaltwasser, C. (2013). Exclusionary vs. inclusionary populism: Comparing contemporary Europe and Latin America. *Government and Opposition*, 48(2), 147-174. <https://doi.org/10.1017/gov.2012.11>
- Müller, J.-W. (2016). *What is populism?* University of Pennsylvania Press.
- Murillo, M. V., & Oliveros, V. (2024). Argentina 2023: La irrupción de Javier Milei en la política argentina. *Revista de ciencia política (Santiago)*, 44(2), 161-185. <http://dx.doi.org/10.4067/s0718-090x2024005000116>
- Mustapic, A. M. (2002). Del Partido Peronista al Partido Justicialista: las transformaciones de un partido carismático. In M. Cavarozzi y J. M. Abal Medina (h) (Comps.), *El asedio a la política: los partidos latinoamericanos en la era neoliberal* (pp. 293-317). Homo Sapiens.
- Nielsen, F. Å. (2011). A new ANEW: Evaluation of a word list for sentiment analysis in microblogs. *arXiv*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.1103.2903>
- Nieto, A. (2024). *TweetScraperR* [Software]. RPubS. <https://rpubs.com/agustin/tweet-scraper>
- Ozturk, I., & Fritsch, C. (2025). Discursive violence and moral repair: The promise and limits of non-violent communication against populism. *Populism & Politics (P&P)*, 1-21. <https://doi.org/10.55271/pp0051>
- Panizza, F. (2014). ¿A qué nos referimos cuando hablamos de populismo. In J. Bonilla Saus, & P. Isern Munne (Eds.), *Plebe versus ciudadanía. A propósito del populismo contemporáneo* (pp. 131-162). Editorial Biblos. <https://digital.casalini.it/9789876915274>
- Pauwels, T. (2011). Measuring Populism: A Quantitative Text Analysis of Party Literature in Belgium. *Journal of Elections, Public Opinion & Parties*, 21(1), 97-119. <https://doi.org/10.1080/17457289.2011.539483>
- Pereyra Doval, G., & Colalongo, R. (2022). Política exterior Populista: identificación de variables en el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner (2007-2015). *Política. Revista de Ciencia Política*, 60(2), 33-54. <https://doi.org/10.5354/0719-5338.2022.68281>
- Pérez-Díaz, P. L., & Arroyas Langa, E. (2025). El populismo disruptivo de Javier Milei: Análisis de su estrategia discursiva en redes sociales. *European Public & Social Innovation Review*, 10, 1-23. <https://doi.org/10.31637/epsir-2025-2064>
- Presidencia de la Nación Argentina. (2024, 10 de diciembre). *Primer año de gestión del presidente Javier Milei*. Argentina.gob.ar. <https://www.argentina.gob.ar/noticias/primer-ano-de-gestion-del-presidente-javier-milei>
- Prinz, J. J. (2008). Is morality innate? In W. Sinnott-Armstrong (Ed.), *Moral psychology: Vol. 1. The evolution of morality: Adaptations and innateness* (pp. 367-406). MIT Press.
- Prinz, J. (2013). Measuring morality. In J. I. Galparsoro & A. Cordero (Eds.), *Reflections on naturalism* (pp. 43-59). Sense Publishers. https://doi.org/10.1007/978-94-6209-296-9_4

- Quezada, A. S. (2022). Nayib Bukele: Un populista millennial. *Astrolabio. Revista Internacional de Filosofía*, (25), 61-72. <https://www.raco.cat/index.php/Astrolabio/article/view/402877>
- Ramírez, I., & Falak, A. (2023). “Te amo, te odio: dame más”. Polarización afectiva en la opinión pública argentina. *Revista SAAP*, 17(2), 361-397. <https://doi.org/10.46468/rsaap.17.2.a6>
- Rooduijn, M., & Akkerman, T. (2017). Flank attacks: Populism and left-right radicalism in Western Europe. *Party Politics*, 23(3), 193-204. <https://doi.org/10.1177/1354068815596514>
- Roque Baldovinos, R. (2021). Nayib Bukele: Populismo e implosión democrática en El Salvador. *Andamios*, 18(46), 233-255. <https://doi.org/10.29092/uacm.v18i46.844>
- Sánchez-Rada, J. F., & Iglesias, C. A. (2019). Social context in sentiment analysis: Formal definition, overview of current trends and framework for comparison. *Information Fusion*, 52, 344-356. <https://doi.org/10.1016/j.inffus.2019.05.003>
- Schaller, M., & Park, J. H. (2011). The behavioral immune system (and why it matters). *Current Directions in Psychological Science*, 20(2), 99-103. <https://doi.org/10.1177/0963721411402596>
- Schouten, K., & Frasincar, F. (2016). Survey on aspect-level sentiment analysis. *IEEE Transactions on Knowledge and Data Engineering*, 28(3), 813-830. <https://doi.org/10.1109/TKDE.2015.2485209>
- Srivastava, A., Singh, V., & Drall, G. S. (2019). Sentiment analysis of twitter data: A hybrid approach. *International Journal of Healthcare Information Systems and Informatics (IJHISI)*, 14(2), 1-16. <https://doi.org/10.4018/IJHISI.2019040101>
- Stoneman, P., & Wright, J. (2025). Moral foundations and political ideology in the UK. *The British Journal of Politics and International Relations*, 27(3), 887-907. <https://doi.org/10.1177/13691481241291426>
- Svampa, M. (2008). *Cambio de época: Movimientos sociales y poder político*. Siglo XXI.
- Tobía, M. (2024, February 19). Cristina Kirchner cumple años: su vida y su militancia en 33 momentos. *Página12*. <https://www.pagina12.com.ar/524984-cristina-kirchner-cumple-anos-su-vida-y-su-militancia-en-32/>
- Waisbord, S. (2025). Deepening de-westernization: Addressing global inequalities in communication studies. In H. Badr & K. G. Wilkins (Eds.), *Critical communication research with global inclusivity* (pp. 221-232). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003583073-20>
- Wankhade, M., Rao, A. C. S., & Kulkarni, C. (2022). A survey on sentiment analysis methods, applications, and challenges. *Artificial intelligence review*, 55(7), 5731-5780. <https://doi.org/10.1007/s10462-022-10144-1>
- Weber, R., Mangus, J. M., Huskey, R., Hopp, F. R., Amir, O., Swanson, R., Gordon, A., Khooshabeh, P., Hanh, L., & Tamborini, R. (2018). Extracting Latent Moral Information from Text Narratives: Relevance, Challenges, and Solutions. *Communication Methods and Measures*, 12(2-3), 119-139. <https://doi.org/10.1080/19312458.2018.1447656>
- Weyland, K. (2001). Clarifying a contested concept: Populism in the study of Latin American politics. *Comparative Politics*, 34(1), 1-22. <https://doi.org/10.2307/422412>

Wickenkamp, A., Hopp, F. R., Hameleers, M., & Bos, L. (2025). The Moral Foundations of Populist Communication: A Semantic Network Analysis of Political Parties' Social Media Discourse in a Multiparty System. *Social Media + Society*, 11(3). <https://doi.org/10.1177/20563051251357271>