



ESPACIO ABIERTO

Cuaderno Venezolano de Sociología



Separata

ROBERTO BRICEÑO-LEÓN: Sociología del Petróleo, de la Salud y la Violencia

Volumen 35
Nº 4

Octubre-Diciembre, 2026

4

Auspiciada por la International Sociological Association (ISA)
y la Asociación Latinoamericana de Sociología (ALAS).
Revista oficial de la Asociación Venezolana de Sociología (AVS)

**ESPACIO
ABIERTO**

Cuaderno Venezolano de Sociología

Volumen 35 No. 4 (Octubre-Diciembre) 2026, pp. 9-27

ISSN 1315-0006. Depósito legal pp 199202zu44

DOI: 10.5281/zenodo.21227467

Polarización política. El debate público digital en las elecciones presidenciales de las segundas vueltas en el Perú, 2016-2021

Julio Mejía Navarrete y Pamela Menéndez Córdor***

Resumen

El Perú en el siglo XXI ha experimentado un proceso sostenido de polarización política que evidencia profundas fracturas sociales susceptibles de derivar en escenarios conflictivos. Este artículo tiene como objetivo analizar las dinámicas crecientes de la polarización política en las redes sociales durante las segundas vueltas electorales de 2016 y 2021, comparando el grado de polarización en Facebook y X, para luego explorar el carácter de los discursos virtuales que emergen en un contexto de marcada división política. Metodológicamente, se combina el análisis de Big Data con herramientas algorítmicas JDJ, en la construcción de un índice de polarización política, y de técnicas de análisis de contenido orientadas a examinar la lógica discursiva. La principal contribución del estudio radica en exponer que la polarización no constituye únicamente un fenómeno de coyuntura electoral, sino un proceso sociocultural mediado por tecnologías digitales, con implicancias significativas para la opinión pública, la participación ciudadana y la calidad de la democracia.

Palabras clave: Polarización política; debate público digital; redes sociales; elecciones presidenciales de segunda vuelta; Perú

*Universidad Ricardo Palma. Lima

ORCID: 0000-0002-4170-5643

E-mail: julio.mejian@urp.edu.pe

**Universidad Complutense de Madrid

ORCID: 0000-0003-1306-4380

E-mail: pamelafm@ucm.es

Recibido: 18/04/2026 Aceptado: 26/05/2026

Political polarization and digital public discourse during the peruvian presidential run-offs, 2016–2021

Abstract

Peru in the 21st century has experienced a sustained process of political polarization that reveals deep social fractures that could lead to conflictive scenarios. This article aims to analyze the growing dynamics of political polarization on social media during the second rounds of the 2016 and 2021 elections, comparing the degree of polarization on Facebook and X, and then exploring the nature of the virtual discourses that emerge in a context of marked political division. Methodologically, it combines Big Data analysis with JDJ algorithmic tools to construct an index of political polarization, and content analysis techniques aimed at examining discursive logic. The main contribution of the study is to show that polarization is not only an electoral phenomenon, but also a sociocultural process mediated by digital technologies, with significant implications for public opinion, citizen participation, and the quality of democracy

Keywords: Political polarization; digital public debate; social media; presidential runoff election; Peru

Introducción

En las últimas dos décadas, la expansión del acceso a internet y la consolidación de las redes sociales han transformado estructuralmente las dinámicas del debate público. En el Perú, donde el 78 % de la población cuenta con conexión a internet (INEI, 2023), las plataformas como Facebook y X se han convertido en espacios centrales de deliberación política. Sin embargo, estos entornos no solo operan como ágoras digitales, sino también como escenarios de confrontación discursiva, circulación acelerada de desinformación y consolidación de identidades políticas antagónicas.

Durante las segundas vueltas presidenciales de 2016 y 2021, la polarización política alcanzó niveles particularmente significativos. En ambos procesos, la competencia electoral no se articuló únicamente en torno a propuestas programáticas, sino mediante la construcción de un “otro” representado como amenaza existencial. Este fenómeno expresa la reactivación de fracturas históricas —territoriales, socioeconómicas e ideológicas— en un contexto de debilidad institucional y fragmentación partidaria.

La polarización peruana del siglo XXI debe comprenderse como resultado de la convergencia entre la crisis de representación política y la transformación digital de la esfera pública. Las plataformas sociales no son neutrales: su arquitectura algorítmica influye en la visibilidad de los contenidos, incentiva la emocionalidad y favorece la segmentación del debate.

El objetivo de este artículo es analizar las dinámicas de polarización política en el debate digital durante las segundas vueltas de 2016 y 2021, comparando Facebook y X. A partir de un enfoque metodológico mixto, se examina cómo las diferencias estructurales entre plataformas inciden en la configuración de discursos divisivos y en la intensificación del antagonismo político.

Finalmente, expresar nuestro agradecimiento al Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación (Concytec) por el apoyo financiero otorgado para la realización de la investigación que forma parte del proyecto “Brecha democrática y polarización política. El debate público digital en las elecciones presidenciales de las segundas vueltas en el Perú, 2016-2021” (PE501088075-2024). También, extendemos nuestro reconocimiento a la Universidad Ricardo Palma por brindar el soporte institucional necesario para el desarrollo de esta iniciativa. Asimismo, este trabajo no habría sido posible sin la valiosa colaboración y el intercambio académico de los investigadores que integran la red internacional del proyecto: José Manuel Robles y Belén Casas de la Universidad Complutense de Madrid; Ana María Córdoba de la Universidad de La Sabana; Hernando Rojas de la Universidad de Wisconsin; Joao Feres de la Universidade Do Estado Do Rio De Janeiro; y Marco Damiani de la Università Degli Studi Di Perugia. Sus aportes y experiencia han sido fundamentales para el enriquecimiento del análisis y la solidez metodológica de este artículo.

Consideraciones teóricas

Las investigaciones contemporáneas sobre la polarización política se orientan fundamentalmente a analizar la partición de la sociedad en términos contrapuestos (Sartori, 2005; Schuliaquer y Vommario, 2020; Prior, 2021; Miller, 2023; Torcal, 2023). En esta línea, McCoy et al. (2018) añaden que las sociedades tienden a alinearse en una sola dimensión, percibiendo la política como un conflicto dicotómico de “nosotros contra ellos”. Iyengar et al. (2019) examina los factores de la polarización política afectiva y sus implicancias en las percepciones y conductas de las personas; Rico y Anduiza (2019) destacan la influencia determinante de las emociones en el voto de protesta, estableciendo un vínculo entre el afecto y la decisión electoral.

El entorno digital desempeña un papel crítico al permitir que los usuarios seleccionen tanto la información como las redes de interacción. Sunstein (2001, 2017) subraya que Internet facilita procesos de polarización al reducir la deliberación democrática a través de comunidades de afinidad. Este aislamiento se intensifica mediante la formación de “cámaras de eco” (*echo chambers*), donde el individuo se expone predominantemente a opiniones que refuerzan sus creencias preexistentes, un fenómeno potenciado por los “filtros burbuja” (*filter bubbles*), mecanismos algorítmicos (Pariser, 2011) que encierran a las personas en sus propias posiciones ideológicas, limitando la apertura a visiones divergentes y erosionando la base de entendimiento común necesaria para el consenso social.

Por su parte, Manuel Castells (2009, 2024) enfatiza que los flujos de comunicación en red ya nacen polarizados, aunque lo acentúan, pues los mensajes que inducen miedo o entusiasmo reafirman posturas previas, generando segmentaciones e inestabilidad en las preferencias. En consecuencia, la transición del debate hacia el ecosistema digital ha transformado la acción comunicativa en una estructura de fragmentación. Siguiendo a Aelst et al. (2017), esta “hiper-fragmentación” de la esfera pública dificulta la construcción

de una agenda nacional compartida, permitiendo que el debate sea capturado por lógicas de confrontación identitaria que deshumanizan al adversario a través de la distancia virtual.

La crisis de intermediación de los partidos políticos ha facilitado la emergencia de un populismo digital que redefine el vínculo representativo. Como señala Rosanvallon (2007), la erosión de las instituciones tradicionales ha dado paso a una “democracia de la desconfianza”, donde la conexión desintermediada entre líderes y audiencias sustituye el programa político por la identificación emocional y el “voto del enojo” (Aelst et al., 2017). Bajo esta premisa, el debate público digital —especialmente visible en contextos de alta tensión electoral— no opera bajo una lógica de deliberación habermasiana, sino como un campo de batalla simbólico (Bourdieu, 1991). En estos espacios se construyen identidades irreconciliables que responden a lo que Mouffe (2005) describe como el tránsito de lo “agonístico” (el adversario como competidor legítimo) a lo “antagónico” (el adversario como enemigo a eliminar).

Finalmente, las investigaciones recientes examinan el papel de las emociones como movilizador central del debate (Casas-Mas et al., 2024) y la influencia de agentes digitales en la propagación de discursos partidistas radicalizados (Filardi y Robles, 2025), consolidando al algoritmo no solo como un reflejo de la polarización, sino como el agente que la institucionaliza.

En América Latina sobresalen los estudios de McCoy (2022) que relaciona la polarización política con el populismo; Hawkins y Littvay (2019) comparan a América Latina y Europa particularizando la influencia del populismo en los procesos electorales; Moreno (2024) para el contexto de México describe su vinculación con las dinámicas de los sistemas de partidos; Castrello (2023) en Argentina enfatiza en el estudio de la polarización política y social; Souverein, Stolte y Velasco (2023) en Bolivia señalan su asociación con la emergencia de fuerzas ideológicas extremas.

En Latinoamérica el análisis de la polarización política en las redes sociales tiene un cierto desarrollo, en Argentina (Schuliaquer y Vommaro, 2020 y Juarez y Ferreyra, 2021) sostienen que las plataformas digitales favorecen la división política que complejizan la búsqueda de consensos; Montero (2024) analiza su relación con las emociones en el discurso de la nueva derecha argentina en redes sociales. En México, Rivera y Gonzáles (2024) examinan la polarización política en las redes vinculado a las figuras presidenciales populistas. Para Colombia, Guerrero y Devia (2024) exponen que los medios digitales acrecientan las divisiones políticas, favorecido por la manipulación discursiva, la desigualdad socioeconómica y la falta de educación. En la realidad ecuatoriana, Guerrero (2015) expone que en los medios digitales los actores políticos hacen uso de los discursos según sus intereses, vulnerando el control ciudadano y profundizando la polarización de la sociedad. En Chile, Vergara (2021) explora la influencia de las redes digitales sobre la comunicación política y la formación de burbujas informativas. La experiencia de Brasil es investigada por Campos, Penteado y Cervi (2021) analizan la polarización digital en la red social X; también, Castro (2024) en un escenario de polarización y fragmentación social explora la figura de Jair Bolsonaro y la construcción de la identificación con sus seguidores mediante la utilización de mensajes direccionados. De modo particular particular, en Argentina, Schuliaquer y Vommaro (2020) sostienen que las redes sociales favorecen la polarización política produciendo fuertemente una realidad dividida y complejizando la posibilidad de crear una relación común.

Por otro lado, para el caso peruano Tuesta (2017 y 2022), en términos generales,

realizó sendos balances de los procesos electorales del 2016 y 2021 que transcurrieron de un momento de amplia fragmentación de partidos en las primeras vueltas hacia contextos de gran polarización política las segundas vueltas. Mejía (2024) considera el desarrollo de la polarización política en el periodo 2000-2023 y examina sus diversos tipos: afectiva, ideológica y social; Rengifo y Córdova (2023) exploran el impacto de la deslegitimación institucional en la constitución de la partición política en la sociedad; García (2023) enfoca la vinculación de la desconfianza institucional con la formación de las posiciones políticas ideológicas opuestas.

De modo particular, la polarización en las redes sociales son abordados en trabajos puntuales, Mejía y Menéndez (2023) relacionan la polarización política digital en la pandemia del COVID-19 y la participación política en las redes sociales de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT), advierten que las redes sociales favorecen la polarización afectiva; Ponte (2022) y Quiñonez (2024) abordan la polarización emocional en la red social Twitter en la segunda vuelta electoral del año 2021 entre los candidatos finalistas Pedro Castillo y Keiko Fujimori, subrayando el desarrollo de una cobertura y comunicación de enfrentamiento que llevaron a la emergencia de valoraciones y sentimientos extremos de rechazo o aceptación y de odio o apoyo. García (2023) en el periodo 2001-2022, explora la relación entre la polarización política con los bajos niveles de institucionalidad del sistema de partidos, las crecientes tensiones entre el Ejecutivo con el Legislativo y la progresiva fragmentación y atomización del Congreso, división que trasciende la clásica división programática en el eje izquierda-derecha para llegar a formas afectivas acentuadas que paralizan toda forma de acuerdo y consenso con efectos nocivos para la gobernabilidad del país.

De modo concreto, los estudios sobre polarización política en el Perú son recientes, basados en fuentes secundarias y actitudes, mientras que en el examen de las redes sociales todavía son limitados y puntuales, transcurriendo del proceso de la fractura ideológica al antagonismo afectivo y sus efectos en la democracia.

Metodología

La presente investigación se inscribe en un enfoque mixto que articula el análisis computacional cuantitativo con la hermenéutica cualitativa, con el propósito de capturar la complejidad de la polarización política en entornos digitales. El diseño es de carácter descriptivo-comparativo y longitudinal, centrado en los periodos de las segundas vueltas presidenciales de 2016 y 2021 en el Perú.

El corpus está constituido por el volumen masivo de interacciones generadas en las plataformas Facebook y X (anteriormente Twitter). La recolección se realizó mediante técnicas de web scraping y acceso a APIs oficiales, filtrando el contenido a través de términos de búsqueda de partidos políticos y políticos/as de cuentas verificadas. Esta estrategia de Big Data permitió obtener una muestra representativa de la deliberación pública digital, capturando no solo los mensajes de los líderes de opinión, sino también la interacción orgánica de la ciudadanía.

Para las Elecciones Presidenciales de 2016, se seleccionó una muestra pirobalística de 1,000 registros a partir de un universo de 160,000. El proceso consistió en calcular el coeficiente de elevación ($K = 160,000/1,000 = 160$), se eligió al azar el punto de inicio —en este caso, el número 45— y seleccionó cada 160 datos de la lista, método que garantiza

que cada elemento del universo tenga una probabilidad conocida e igual de ser incluido, permitiendo extrapolar los resultados de la muestra al total con la confiabilidad estadística requerida. Asimismo, las fechas de descarga fueron del 11 de abril al 03 de junio 2016. En las Elecciones Presidenciales de 2021, se aplicó el mismo procedimiento, se calculó el coeficiente de elevación ($K = 72,921/1,000 \approx 72.92$); se seleccionó aleatoriamente un número en este caso 35 y se tomó cada 72 datos de la lista que aseguró la representatividad de la muestra y la generalización de los resultados. Las fechas de descarga fueron del 12 de abril al 04 de junio de 2021.

Para la medición de la polarización se ha optado por el uso de la medida JDJ propuesta por Guevara et al. (2020). Esta medida de polarización se basa en los *fuzzy sets*, los cuales evitan el reduccionismo de lo *crisp*, permitiendo que, por ejemplo, para un determinado usuario, éste puede ser partidario de un determinado partido político, pero igualmente estar de acuerdo con propuestas de otros partidos; posibilitando que un usuario no necesariamente tiene que pertenecer completamente a un determinado grupo o polo, sino que puede pertenecer a varios a la vez en diferente grado. Esto permite abordar la medición de la polarización desde una perspectiva más realista. El índice JDJ cuantifica el grado de fragmentación de la red, donde valores cercanos a 1 indican una ruptura total de la esfera pública en cámaras de eco antagónicas, mientras que valores cercanos a 0 sugieren una red integrada con flujo de información transversal. Este indicador es fundamental para contrastar empíricamente si plataformas con arquitecturas distintas (la red de contactos de Facebook frente a la red de difusión de X) generan niveles diferenciados de polarización afectiva.

Para medir la polarización es necesario, como paso previo, recoger el contenido ideológico de los mensajes, y usuarios de la red social Facebook y X. Para ello, se ideó una escala actitudinal que, de acuerdo con las características del contenido del post, sitúa un mensaje en un eje actitudinal a través del cual se medirá la polarización. Esta escala presenta 15 categorías, de a , donde se tiene en cuenta no sólo la expresión explícita del apoyo a una parte, sino igualmente, el posible rechazo a la contraria. Esto permite la comparación entre casos que, no solamente apoyan incondicionalmente a un polo, sino que son activo en la desacreditación del contrario, recogiendo apoyo a un polo y rechazo, al contrario. A continuación, la Tabla 1 recoge las características de dicha escala.

Tabla 1. Contenido del mensaje y puntuación

-7	-6	-5	-4	-3	-2	-1	0	7	6	5	4	3	2	1
Izquierda							Neutro	Derecha						
Negativo derecha/ izquierda	Positivo izquierda/ negativo	Negativo derecha/ negativo	Positivo derecha/ negativo	Negativo para Izquierda	Positivo para derecha	Positivo derecha e izquierda	Neutro	Negativo para derecha e izquierda	Positivo derecha/neg ativo	Negativ o izquierda/ negativo	Positivo izquierda/ negativo	Negativo para Derecha	Positivo para izquierda	Positivo para derecha e izquierda

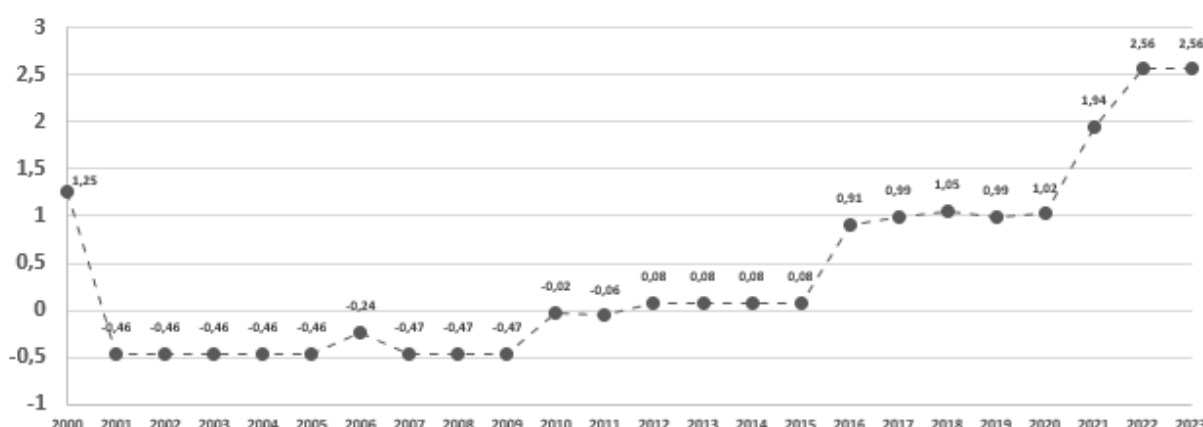
Nota: Elaboración propia basado en la medición del algoritmo JDJ

En una segunda fase, se aplicaron técnicas de análisis de contenido para examinar la dimensión cualitativa de los discursos. Se categorizaron 1000 datos por proceso electoral de análisis en función de su carga emocional, el uso de léxico estigmatizante y la construcción simbólica del adversario. Este procedimiento permitió interpretar los datos del algoritmo, dotando de sentido sociológico a las cifras y permitiendo comprender cómo se articulan las identidades irreconciliables en el espacio virtual.

La polarización política en el Perú

En América Latina el proceso de polarización política se ha incrementado constantemente en los últimos años (Levitsky y Zavaleta, 2016). De modo particular, el caso peruano sigue dicha tendencia durante el siglo XXI (Mejía, 2024), el gráfico 1 describen tres periodos de evolución; el primero marcado por un proceso de polarización alta en el año 2000 como resultado de la crisis del gobierno y huida del presidente Alberto Fujimori; segundo, sigue una periodo de disminución relativa y estabilidad política hasta el año 2015; y tercero, la fase actual de mayor inestabilidad y polarización creciente, de modo específico con la lid electoral de la segunda vuelta entre Pedro Castillo y Keiko Fujimori.

Gráfico 1. Polarización política en el Perú, 2000-2023



Nota: Mejía, J. (2024). Polarización política en el Perú, 2000-2023

En ese sentido, la polarización política adquiere una nueva dinámica desde el año 2000, tras la crisis y caída del gobierno de Alberto Fujimori. Sin embargo, el proceso se redefine a partir de 2016 con la ruptura de la coalición dominante de derecha luego del triunfo de Pedro Pablo Kuczynski frente a Keiko Fujimori, quien no admite la derrota y desarrolla una labor obstruccionista en el Congreso, motivado por un ánimo revanchista, que obliga a la renuncia del presidente Kuczynski en marzo de 2018 (García, 2023), sentando las bases de la degradación democrática definida por la utilización recurrente de dispositivos extremos de la vacancia presidencial y la disolución del Congreso, alimentando por discursos de odio, teorías conspirativas sobre la legalidad electoral y la polarización creciente. Paralelamente, el estallido de la gran corrupción de Odebrecht en 2016 que profundiza la crisis política, seis expresidentes resultan involucrados en investigaciones por actos de soborno (Kahhat, 2024). A esto se suma un contexto internacional caracterizado por el ascenso del radicalismo, el triunfo de Donald Trump en 2017-2021 se transforma en un referente para sectores de extrema derecha (Jalife-Rahme, 2017), mientras en América Latina concluía la ola progresista de 1999-2015 y comenzaba un ciclo de gobiernos de derecha.

En síntesis, la polarización política acelera la crisis de la democracia liberal peruana, en la que los partidos solo dialogan consigo mismos, los rivales se conciben como adversarios y la búsqueda del consenso pierde sentido. El escenario democrático se deslegitima, se

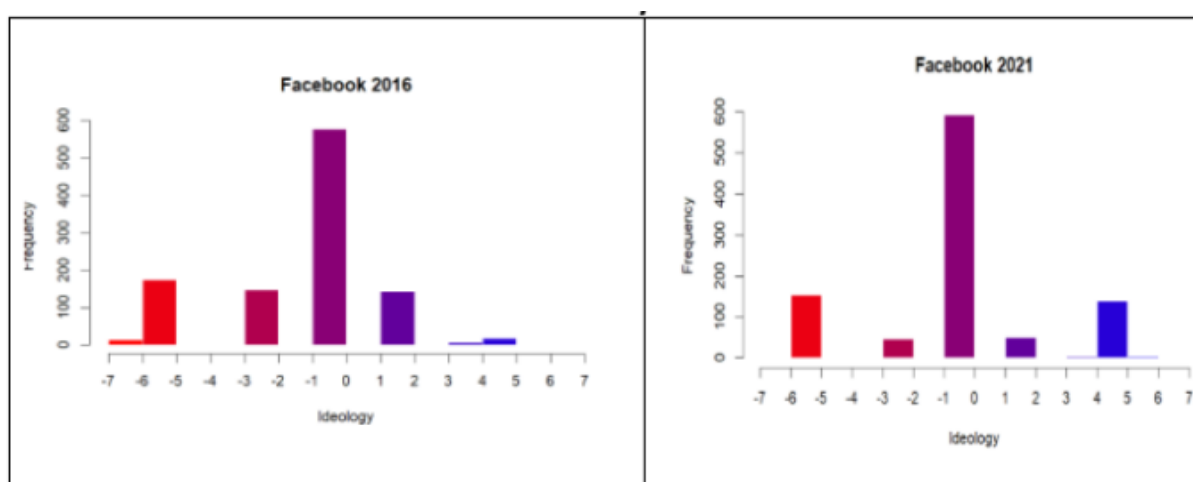
desdibujan la tolerancia, la deliberación y el reconocimiento mutuo, y se impone un clima de confrontación que profundiza las fracturas sociales y políticas del país.

Polarización política, análisis cuantitativo en las redes sociales Facebook y X.

El estudio de la polarización política en las redes sociales manifiesta la dinámica de la división política de la sociedad, incrementado por la viralización exponencial de la información haciendo que asuma contornos particulares (Castells, 2024).

La polarización política durante las segundas vueltas de 2016 y 2021 se incrementó a lo largo de cada coyuntura electoral. El índice de polarización política JDJ (con valores de 0 a 1) en el análisis de Facebook y Twitter muestra un cierto crecimiento conforme los puntajes se aproximan a 1.

Gráfico 2. Procesos Electorales 2016 y 2021 en Facebook



Fuente: ~~Weddata~~ research

Nota: WebDataResearch, algoritmo JDJ.

El índice JDJ en Facebook se desplaza gradualmente entre 2016 y 2021, evidenciando un aumento progresivo. En 2016, la mayoría de usuarios se ubicó en el centro y centro-izquierda (-1 y 0), con grupos relevantes en la izquierda (-6 y -5) y menores en la derecha (+1 y +2); para ese año el índice alcanzó un puntaje de 0.67 reflejando una polarización moderada. En la segunda vuelta de 2021 la polarización se acentúa, el índice general JDJ llega al 0.71; aunque la concentración principal permanece en el centro-izquierda (-1), aparece un nuevo y pronunciado pico en la derecha (+5), casi inexistente cinco años antes, mientras que la izquierda mantiene su núcleo en (-6), situación que describe la ampliación de las distancias ideológicas de las gentes en las redes sociales. En cambio, la red social X (antes Twitter) expresa una polarización política que tiende a ser mayor en el 2016, el índice JDJ llega al 0.702, con una distribución más dispersa: grupos fuertes en la izquierda (-6), la derecha (+4 y +5) y un segmento significativo en el centro (-1) y centro-derecha (+1 y +2). Para el año del 2021, la polarización política se intensifica, alcanzando un índice

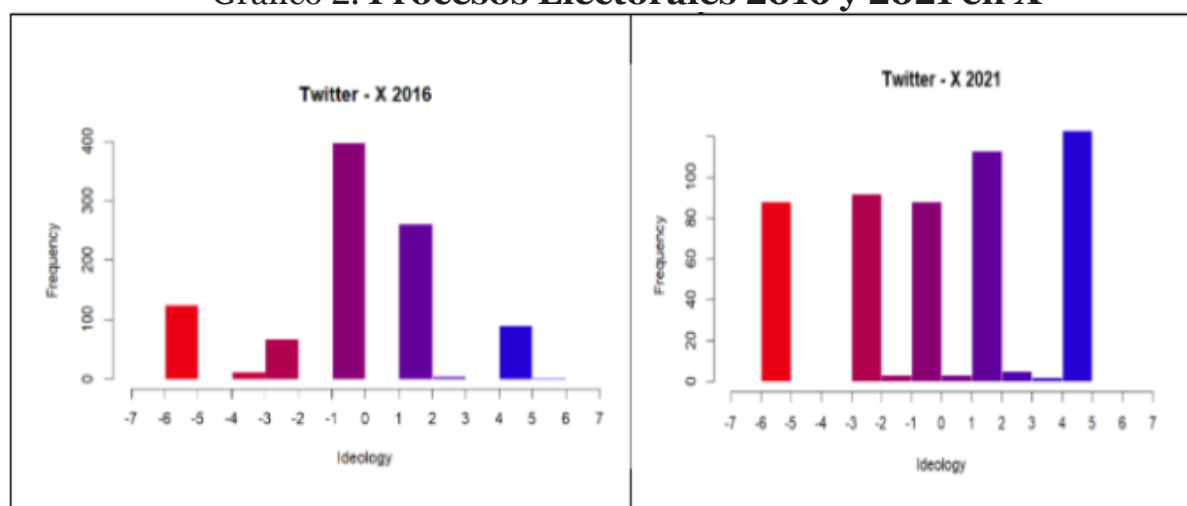
global del 0.773, claramente los extremos de izquierda y derecha crecen y la presencia del centro disminuye relativamente.

La polarización política en las redes sociales en las elecciones de la segunda vuelta del 2016 expresa un comportamiento personalista, signado por un momento de indefinición que dominan la quiebra de la derecha entre Pedro Kuczynski y Keiko Fujimori, para luego ir decantándose en la segunda vuelta de 2021, cuando las posiciones tienden a hacerse explícitas en posiciones claramente ideológicas entre la izquierda de Pedro Castillo y la derecha de Keiko Fujimori. De esa forma, la persistencia de la izquierda como núcleo polarizante, se relaciona con la importante votación lograda en ambos procesos electorales, en las elecciones de 2016 se volcó al apoyo decidido de Kuczynski, la candidata Verónica Mendoza de izquierda hizo campaña a su favor en las redes (BBC, 2016).

Asimismo, los estudios coinciden en señalar que las características de los usuarios de cada plataforma (affordances) se orientan en comportamientos políticos diferenciados.

La red social X funciona principalmente como “plaza pública” por su flujo rápido de contenidos, su visibilidad generalizada y su estructura de seguimiento asimétrico, ideal para desarrollar el debate político más intenso. Facebook, por el contrario, opera como un espacio centrado en vínculos y contenidos personales y múltiples, relegando el contenido político a grupos de interés específicos (Barraza, 2024; Valenzuela, Arriagada y Scherman, 2012).

Gráfico 2. Procesos Electorales 2016 y 2021 en X



Fuente: Weddata research

Nota: WebDataResearch, algoritmo JDJ.

En términos generales, la polarización política aumentó paulatinamente en ambas plataformas, siendo más intensa en la red social X. En el caso de Facebook mostró un incremento mayor por la derecha en el 2021, mientras que X exhibió una expansión simultánea en los dos extremos ideológicos.

Polarización en el discurso de las redes sociales. Análisis cualitativo.

El análisis cualitativo de los discursos en las redes sociales de las segundas vueltas electorales del 2016 y 2021 en el Perú, evidencian no solo un reflejo de la polarización política, sino que también amplifican las divisiones ideológicas.

Las publicaciones, comentarios, hashtags y memes, posibilitan identificar los temas principales debatidos en las redes sociales, todas cargadas de emociones y estigmatizadas hacia el adversario, fracturas que delimitan la división de la opinión pública digital e inducen en cada grupo las posiciones extremas, lo que favorece la viralización de discursos opuestos y reduce la exposición a puntos de vista moderados, consolidando cámaras de eco que limitan el diálogo democrático.

Tabla 2. Discursos en las redes social Facebook de la segunda vuelta 2016

Keiko Fujimori		Pedro Pablo Kuczynski	
Favor Keiko	Contra Keiko	Favor de Kuczynski	Contra Kuczynski
Crecimiento y estabilidad	Contradicciones de Keiko	Seguridad	Falta de liderazgo
Firmeza contra el crimen	Protestas contra Keiko	Estabilidad económica	Mano débil de PPK
#PerùconKeiko	Heredera de la mafia fujimorista	Este equipo hace obra y no roba	No sabe lo que es vivir en pobreza.
Fujiamigo	Retroceso a los años 90	Eliminará los contrastes económicos y la desigualdad	No representa al Perú
Xinita	Ladrona	#SubeSubePPK	
#ElPeruConKeiko	Corrupción, abuso, crimen y dictadura	Experiencia técnica	
Mujer fuerte que puede gobernar	Los Fujimori destruyeron el país	Freno del fujimorismo	
Mano dura contra la delincuencia	#FujimoriNuncaMás #KeikoNoVA	Garantía de inversión y crecimiento	

Nota: Weddata researc

El análisis de los comicios de 2016 y 2021 muestra la articulación de la polarización política con los mensajes ideológicos, emocionales y simbólicos. En 2016, la disputa giró en torno a Keiko Fujimori; los mensajes de sus defensores destacaban aquellos aspectos que consideran positivos del gobierno de su padre Alberto Fujimori, la vía autoritaria del gobierno, el crecimiento y estabilidad económica, al que se añade la imagen de género que empieza a rondar en el proceso electoral; en tanto sus detractores enfatizaban la imagen negativa, la corrupción, el narcotráfico, la dictadura y el lema “#FujimoriNuncaMás”. En cambio, el apoyo a Pedro pablo Kuczynski fue impulsado por el “antivoto” y la idea del “mal menor” que representaba la posibilidad de la estabilidad económica y la disminución de la desigualdad social; las críticas resaltaban aspectos de su experiencia personal ligado a sus vínculos con la banca internacional, residencia norteamericana, la carencia de liderazgo y su alejamiento de las necesidades de las mayorías y del país.

En la segunda vuelta del 2021 la polarización alcanzó niveles sin precedentes. El mensaje a favor de Keiko Fujimori destacaba principalmente el modelo económico y la

defensa de la Constitución de 1993 que signaron la estabilidad económica del país; mientras que el rechazo se mantuvo centrado en la figura de la dictadura, el apoyo a los grupos de poder, la corrupción, la “mafia” y el voto de rechazo de “Keiko No va”. En contraste, las narrativas que apoyaban a Pedro Castillo subrayaban el reclamo del pueblo, la demanda de cambios estructurales, anticorrupción y la esperanza; las posiciones contrarias se focalizaban en el miedo al “comunismo”, al “terrorismo”, convertir al país en “otra Venezuela” y la improvisación gubernamental.

De modo general, la coyuntura de las elecciones del 2016 y 2021 expresa los viejos clivajes que definen la política peruana de los últimos años y la evolución de la polarización política de formas personalistas hasta llegar a formas ideológicas. La polarización en las segundas vueltas revive los dilemas de autoritarismo vs. democracia y élite vs. pueblo. Mientras el primero se manifiesta en la tensión histórica del fujimorismo y antifujimorismo, el segundo expone la fractura entre el poder limeño y el “Perú profundo” andino. Ambos ejes son capitalizados por el desarrollo del populismo ante la persistente desigualdad y fragilidad institucional del país.

El análisis de las elecciones presidenciales peruanas revela una diferencia fundamental en la naturaleza de la polarización política, muestra la evolución de formas personalistas hasta llegar a definiciones más ideológicas. No obstante, en ambos procesos electorales influyó el “voto de enojo” (Anduiza et al., 2019), de rechazo y la apelación a sentimientos como el miedo e indignación, evidenciando en la desconfianza ciudadana hacia la élite política. En la segunda vuelta del 2016, describe principalmente un comportamiento personalista que domina la ruptura de la derecha entre Pedro Kuczynski que se definía por su trayectoria profesional y la Keiko Fujimori traducida fundamentalmente la heredera del régimen de su padre. En tanto, la elección del 2021 entre Keiko Fujimori y Pedro Castillo, fue marcadamente ideologizada, representó un profundo quiebre, donde se enfrentaron visiones de país radicalmente opuestas: una izquierda radical y andina contra una derecha conservadora y capitalina, reflejando una polarización profunda que dividió al país en términos de clase, territorio y proyecto nacional.

La evolución de las segundas vueltas del 2016 - 2021 está vinculada, como señala Tanaka (2005), a la debilidad institucional y la ausencia de partidos consolidados en el Perú, lo cual fomenta el personalismo, la volatilidad electoral, fragmentación y la emergencia del radicalismo. La crisis del país, agravada por la pandemia, terminó por empujar al electorado hacia opciones no solo contrarias, sino que conllevan a la identificación de visiones ideológicamente opuestas

Tabla 2. Discursos en las redes social Facebook de la segunda vuelta 2021

Keiko Fujimori		Pedro Castillo	
Favor Keiko	Contra Keiko	Favor Castillo	Contra Castillo
Defensora de la democracia	No al retorno de la dictadura fujimorista	Defensor contra los poderosos de derecha	No queremos que Perú se convierta en otra Venezuela
Representa la estabilidad económica	Está procesada por lavado de dinero	Desvinculación de Maduro	Vinculación con MOVAREF
Equipo técnico y experiencia.	Hay un cerco mediático para favorecerla	#Nomaspobresenunpaisrico	Vinculación comunismo
Opción conocida, mejor que el salto al vacío.	Dinosaurio fujimontesinista	Deslinde de Cenaré, MOVAREF, SENDERISMO	Vinculación terrorismo
Ser “mujer”	Mafiosa	Castillo es la voz del pueblo olvidado	Apoyo a Evo Morales

Continuación Tabla 2.

Defensora del país	Corrupción	Es tiempo de cambiar el sistema corrupto	Simpatizantes violentos
#Todossomoskeiko	Indultar a Alberto Fujimori	#Fuerzanacidadelpueblo	Vinculación dictadura (Venezuela)
Contra la corrupción	Marchas “Keiko No va”	Caravana de la Esperanza	Vinculación Vladimir Cerrón
Campaña “Ponte la camiseta”	No cumplió promesas en el 2016	#Porunmejorpais	Ataque a los medios de comunicación
Respaldo de celebridades (cantantes. Futbolistas)	Reina de la impopularidad	#Porunanuevahistoria	Vinculación al estatismo y Marxismo
	Vengativa	#PalabradelpuebloesperanzadelPerù	Salvaje
	Hipócrita	Primera vez que un maestro puede ser presidente	Cobarde
	Señora K	Ahora sí el pueblo va a gobernar	El pasado de Castillo está vinculado con MOVADEF
	#Keikonuncamas		“No tiene idea de lo que hace.”
	Caso de la Cantuta y Barrios altos		“Con Castillo no sabemos a dónde vamos.”
	Lideresa de Banda criminal		“Castillo es un títere del extremismo”
	#NuncamàsseñoraK		
	Penal Santa Mónica		
	Memoria, dignidad, y la conciencia histórica		
	Vínculo con Japón		
	Vínculo con los medios de comunicación		
	Vínculo con los grupos de poder		

Nota: Weddata research

Conclusiones

El análisis realizado permite señalar que la polarización política en el Perú es un fenómeno que va más allá de lo electoral o transitorio, agudizada en las elecciones de las segundas vueltas de 2016 y 2021, representa una manifestación profunda de las fracturas socioculturales que cruzan su contemporaneidad y que han encontrado en las plataformas digitales un ecosistema propicio para su desarrollo.

Precisamente, la polarización política da cuenta de una estructura que traduce principalmente los grandes clivajes históricos que arrastra la sociedad contemporánea (Barrenechea y Encinas, 2025), entre la disociación de Lima con el “Perú profundo” de raíz colonial que implica la concentración del poder en la capital y la exclusión del mundo andino; la vieja tensión republicana entre autoritarismo con democracia reavivada por la oposición “fujimorista” y “antifujimorista” desde los años noventa; y el conflicto ideológico de la izquierda con la derecha evidenciado en toda su magnitud en el proceso electoral del 2021. Clivajes societales trasmutados en el momento actual en la fractura populista de élite-pueblo que tiende a interdefinir la polarización política e imponen límites al desarrollo de la democracia.

En ese escenario la polarización política en el Perú principalmente ha transitado de un fenómeno de carácter personalista hacia uno de naturaleza marcadamente ideológica y afectiva Sosa-Villagarcía, (2022), mediado por la arquitectura de las redes sociales digitales

que actúan como catalizadores que profundizan las distancias existentes. Al contrastar los periodos electorales de 2016 y 2021 se observa que los clivajes históricos condicionaron el incremento de la polarización política; la segunda vuelta del 2016 mostraba un electorado diferenciado por su cercanía más personal a los candidatos de la derecha que traducía la separación en función de las fisuras estructurales del país; mientras que el proceso electivo del 2021 presentaba la división ideológica de izquierda y derecha que recogía directamente la disociación de las candidaturas relacionadas con las grandes fracturas societales del país.

También, se destaca la correlación estrecha entre la extensión de la polarización política con el “voto de enojo” y la indignación de los ciudadanos en las segundas vueltas electorales que los obligan a optar (Fernández, 2022). El “voto de enojo” en parte se vincula con la digitalización de la política peruana que parece haber institucionalizado la confrontación emocional dominada por la hostilidad y la desinformación, donde la lógica del algoritmo premia la estridencia y separación sobre el acuerdo y consenso; pero tiene que ver, sobre todo, con la reacción emotiva y espontánea de las poblaciones del descontento persistente en torno a los marcados clivajes históricos que la afectan y alinean en las segundas vueltas electorales del 2016 y 2021, dentro de un contexto de falencia institucional y partidaria.

En esa dirección, la creciente polarización política contribuye a reforzar la extrema fragmentación y división partidarias en el Perú, entre 2016-2021 participaron entre 18 y 19 agrupaciones (JNE, 2021) hasta llegar a las 38 para los comicios del 2026, dinámica que facilitan la aparición de organizaciones personalistas y efímeras instituidas estrictamente para los procesos electorales. La polarización creciente impacta en la división ideológica que se alinea con la fragmentación de las redes de comunicación, generando una “comunicación fallida” caracterizada por dinámicas de reproche y exclusión mutua que incluso en posiciones moderadas pueden alimentar la partición y la circulación exclusivamente dentro de grupos homogéneos cada vez más subdivididos (Abramowitz, 2010 y Mason, 2018), como en la derecha, centro e izquierda peruana, consolidando el conflicto antes que la búsqueda de acuerdos mínimos. Situación que apertura la divisiones y fragmentación de entidades sin apoyos sociales, improvisación programática y alta circulación dirigencial, asumiendo un carácter personalista y demagógico donde la divergencia y oposición gira alrededor de la “corrupción y anticorrupción”, “pueblo y élite” o “progresismo y conservadurismo” y en el enfrentamiento entre liderazgos específicos (Barrenechea, y Vergara, 2024).

El colapso y la fragmentación partidaria en el Perú conlleva procesos de las segundas vueltas que catalizan y ponen en escena a agrupaciones polarizantes, el voto por el mal menor representa el respaldo al grupo político o candidatura considerada menos peligrosa y el rechazo coherente al otro considerado muy dañino para la sociedad (Meléndez, 2019). El apoyo político a una alternativa es una reacción frente al temor y la confrontación que emerge por la carencia de adhesiones programáticas firmes y, sobre todo, de un pasado que reproducen substancialmente los clivajes históricos, en especial del antifujimorismo en el 2016 y del “Perú profundo” frente a poder centralizado de Lima en el 2021. El mal menor en las segundas vueltas es exponenciado en las redes sociales que enfatizan en la difusión de mensajes emocionales opuestos, los ciudadanos son advertidos centralmente sobre el mayor peligro que representa la otra postura, no interesa el debate de propuestas y programas.

La polarización política en el Perú imprime un crecimiento sostenido y de modo

particular en las redes sociales, aunque la división del espacio público empieza a generar discursos de odio que fomentarían conductas de negación hacia los otros, situación que podría agravarse dado el marco de desigualdades sociales, crisis de legitimidad y la ampliación de la radicalidad partidaria, haciendo impensable la cohesión social y el desarrollo de un propósito de convivencia colectiva.

En general, la digitalización de la política peruana parece estar reforzando una lógica de exclusión mutua. Si el debate público continúa supeditado a filtros algorítmicos que incentivan el antagonismo, la posibilidad de construir un propósito de convivencia colectiva en el país será cada vez más remota.

Referencias bibliográficas

ANDUIZA, E., GUINJOAN, M., Y RICO, G. (2019). **Populismo, participación e igualdad política**. *European Political Science Review*, 11 (1), 109-124. <https://doi.org/10.1017/S1755773918000243>

ARIAS-MALDONADO, MANUEL. (2016), “La digitalización de la conversación pública: redes sociales, afectividad política y democracia”. *Revista de Estudios Políticos- España*, 173:27-54. <https://doi.org/10.18042/cepc/rep.173.01>

BARRAZA, E. (2024). **Política y redes sociales: TikTok, X, Facebook e Instagram**.

BARRENECHEA, R. & ENCINAS, D. (2022). «Perú 2021: democracia por defecto». *Revista de Ciencia Política*, 42(2). <https://dx.doi.org/10.4067/s0718-090x2022005000115>

BARRENECHEA, Y VERGARA (2024). **Democracia asaltada. el colapso de la política peruana (y una advertencia para América Latina)**. UP, Lima.

BARRENECHEA, Y ENCINAS (2025). **Clivajes sin partidos: el populismo y sus votantes en Perú**. *América Latina Hoy*, 2025, 95, pp. 1-22.

<https://revistas.usal.es/cuatro/index.php/1130-2887/article/view/32458/30472>

BARRIOZONA MAGAZINE. **Política y redes sociales: cómo navegan los estadounidenses por TikTok, Facebook, e Instagram**.

<https://barriozona.com/politica-y-redes-sociales-estados-unidos-tiktok-x-facebook-instagram/>

BOXELL, L.; GENTZKOW, M. Y SHAPIRO, J. M. (2017), **Is the internet causing political polarization. Evidence from demographics**. Washington, National Bureau of Economic Research.

CAMPOS, E., PENTEADO, C., Y CERVI, E. (2021). **Polarización en Twitter. El caso de Brasil a través de cinco conflictos políticos**. Cultura, Lenguaje y Representación, 26, 127-147. <https://doi.org/10.6035/clr.5837>

CASAS-MAS, B., GUEVARA, J., MENÉNDEZ, P. Y ROBLES, J. (2024). «De “love a sad”: sintonía afectiva en el debate digital de las elecciones generales españolas 2023». *Palabra clave*, 28(1). <https://produccioncientifica.ucm.es/documentos/67f7aec0848a9a053b0918b6?lang=en>

CASTELLS, M. (2024). **Sociedad digital**. Alianza Editorial.

CASTELLS, M. (2009). **Comunicación y poder**. Alianza Editorial.

CRABTREE, J., y DURAND, F. (2017). **Peru: Elite power and political capture**. Bloomsbury Publishing.

CASTRELLO, V. (2023). «La ruta de la polarización argentina. **Cuatro acontecimientos de los gobiernos de Cristina Fernández de Kirchner (2007-2015)**». *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*. <https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2023.249.79417>

COLOMER, J. (2023). **La polarización política en Estados Unidos: Orígenes y actualidad**

DARGENT (2009). **Expuesta en trabajos como Estado, sociedad civil y democracia en el Perú: entre las reformas y la precariedad institucional**.

FERNÁNDEZ, A. (2022). **Enojo y elecciones**. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-91762022000100247

FORD (2019). **El reto de la democracia digital. Hacia una ciudadanía interconectada**. <https://www.kas.de/documents/269552/269601/El+reto+de+la+democracia+digital+hacia+una+ciudadan%C3%ADa+interconectada.pdf/3c571428-98b1-c3b7-c47c-63cc5fb715ef?version=1.2&t=1574964153718V>

GARCÍA, I. (2023). «Fragmentación, polarización y baja institucionalización del sistema de partidos. El caso peruano entre 2001 y 2022.» *Revista Mexicana de Análisis Político y Administración Pública*, (24), 139-176. <https://doi.org/10.15174/remap.v12i24.411>

GUERRERO, R. Y DEVIA, S. (2024). «La Polarización Política en Colombia: sus Manifestaciones, Efectos y Factores Claves. **Ciencia Latina**.» *Revista multidisciplinar*, 8(4), https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i4.13073

GUEVARA, JA, ATIENZA-BARTHELEMY, J., GÓMEZ GONZÁLEZ, D., Y ROBLES, JM (2023). **Polarización e incivismo en los debates digitales sobre los derechos de las mujeres en España. No es sólo una cuestión de machismo**. *Revista de Estudios de Género*, 32 (1), 18 32. <https://doi.org/10.1080/09589236.2021.1960153>

HAWKINS, K., Y LITTVAY, L. (2019). **Contemporary US Populism in Comparative Perspective**. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108644655>

HEANEY, J. (2019) **Emotion as power: capital and strategy in the field of politics**. *Journal of Political Power*, 12(2): 224-244. DOI: <https://doi.org/10.1080/2158379X.2019.1618485>

ILLOUZ, E. (2023). **La vida emocional del populismo cómo el miedo, el asco, el resentimiento y el amor socavan la democracia**. Editorial: Conocimiento.

IYENGAR, S., LELKES, Y., LEVENDUSKY, M., MALHOTRA, N., Y WESTWOOD, S. J. (2019). **The origins and consequences of affective polarization in the United States**. *Annual Review of Political Science*, 22, 129-146. <https://doi.org/10.1146/annurev-polisci-051117-073034>

JALIFE-RAHME, A. (2017). **Trumpyelsupremacismoblanco. Palestinización de los mexicanos**. México: Orfila.

JUÁREZ, W. Y FERREYRA, S. (2021). **Twitter, internautas vecinos y los intersticios de la polarización política. Un estudio centrado en la campaña electoral de 2019 en el Partido de General Pueyrredón, Argentina**. *In Mediaciones*

de la Comunicación, 16(2). <https://doi.org/10.18861/ic.2021.16.2.3163>

KAHHAT, F. (2024) **Contra la amenaza fantasma. La derecha radical latinoamericana y la reivindicación de un enemigo común.** Crítica.

KESSLER ET AL. (2023). **El proceso de polarización en América Latina Entre la secularización y el conflicto distributivo.** <https://mecila.net/wp-content/uploads/2023/03/WP-Kessler-et-al-Online.pdf>

LELKES, Y. (2016), ¿Mass polarization: manifestations and measurements?. Public Opinion Quarterly, 80 (S1): 392-410.

LEVITSKY, S., & ZAVALETA, M. (2016). **Why no Party-Building in Peru?** En S. Levitsky, J. Loxton, B. V. Dyck & J. I. Domínguez (Eds.), *Challenges of Party-Building in Latin America* (pp. 412–439), Cambridge University Press. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6486659>

MCCOY, J. (2022). «Reflexiones sobre el populismo y la **polarización en América Latina y sus consecuencias para la democracia**». *Desafíos*. 34(2). <https://revistas.urosario.edu.co/xml/3596/359671890008/index.html>

MARCOS-GARCÍA, S., ALONSO-MUÑOZ, L. Y LÓPEZ-MERI, A. (2020). **Extending influence on social media: The behaviour of political talk-show opinion leaders on Twitter.** *Communication y Society*, 33(2), 277-293. DOI: <https://doi.org/10.15581/003.33.2.277-293>

MALAMUD, C., & NÚÑEZ, R. (2018). **El voto del enojo: el nuevo (o no tan nuevo) fenómeno electoral latinoamericano.** Elcano.

MEJÍA, J. (2024). «Polarización política en el Perú, 2000-2023». *Discursos Del Sur, Revista De teoría crítica En Ciencias Sociales*, 1(14), 236-269. <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/discursos/article/view/29843/21678>

MEJÍA, J. y MENÉNDEZ, P. (2023). **Desigualdad digital y ciudadanía en las redes sociales durante la pandemia. caso de estudio: SUNAT.** En *Mediaciones Sociales*.

MELÉNDEZ, C. (2019). **El mal menor. Vínculos políticos en el Perú posterior al colapso del sistema de partidos.** IEP.

MILLER, L. (2023). **Polarizados: La política que nos divide.** Editorial Paidós

MONTERO, S. (2024). “**Una democracia afectada. Polarización y emociones en el discurso de la nueva derecha argentina en redes sociales**”. En *Revista Panamericana de Comunicación*, 6(1), 1-14. <https://doi.org/10.21555/rpc.v6i1.3018>

MORENO, A. (2024). «Facetas de la polarización política **en México**». *Foro Internacional*, LXIV, 2(256), 289-338. <https://n9.cl/y5cz7s>

NORRIS, P. (2001). ¿Un círculo virtuoso? El impacto de las **comunicaciones políticas en las democracias post-industriales.** En *Revista Española De Ciencia Política*, (4), 7-33. <https://recyt.fecyt.es/index.php/recp/article/view/37313>

NUSSBAUM, M. C. (2014). **Las emociones políticas ¿Por qué el amor es importante para la justicia?** (1a ed.). Paidós.

PAPACHARISSI, ZIZI. (2015), “**Affective publics and structures of storytelling: sentiment, events and mediality**”. *Information, Communication; Society* 19 (3): 307-324. <https://doi.org/10.1080/1369118x.2015.1109697>

PRIOR, H. (2021). «**Populismo digital y desinformación en tiempos de**

posverdad». *Communication & Society*, 34(4), 49-64. https://www.researchgate.net/publication/355062496_Populismo_digital_y_desinformacion_en_tiempos_de_posverdad

PONTE, J. (2022). **La campaña peruana en Twitter. Análisis de la polarización afectiva durante la segunda vuelta de las elecciones generales 2021.** *Cuadernos.info*, (53), 138-161, <https://doi.org/10.7764/cdi.53.49539>

QUINONEZ, H. (2024). **Estrategias de discurso y framing de los medios de comunicación en escenarios de polarización política. Estudio de la segunda vuelta electoral peruana (2021).** *Universitas, Revista de ciencias Sociales y Humanas de la Universidad Politécnica Salesiana*, (32), <https://doi.org/10.17163/uni.n40.2024.10>

RENGIFO, M., & CÓRDOVA, C. (2023). «Desconfianza institucional y polarización política en el Perú postpandemia». *Cuadernos de Ciencias Sociales*, 18(2), 40–65.

RIVERA, S., & GONZÁLEZ, G. (2024). **Populismo, desinformación y polarización política en la comunicación en redes sociales de los presidentes populistas latinoamericanos.** *Revista Mexicana De Opinión Pública*, (36), 79–107. <https://doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2024.36.86828>

ROBLES, J. M., ATIENZA, J., GÓMEZ, D., Y GUEVARA, J. A. (2020). **La polarización de “La Manada” El debate público en España y los riesgos de la comunicación política digital.** *Tempo Social*, 31, 193-216.

ROBLES, J.M y CÓRDOBA, A. (2019). **Digital Political Participation, Social Networks and Big Data: Disintermediation in the Era of Web 2.0.** Londres, Palgrave.

ROBLES, J. M. (2017). ¿Por qué la brecha digital es un problema social? *Panorama social*, 25, 9-16. https://www.funcas.es/wpcontent/uploads/Migracion/Articulos/FUNCAS_PS/o5art02.pdf

ROBLES, J. M., MOLINA, Ó., Y DE MARCO, S. (2012). **Participación política digital y brecha digital política en España. Un estudio de las desigualdades digitales.** *Arbor*, 188(756), 795-810.

<https://arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/view/1501/1512>

SANDEL, M. J. (2023). **El descontento democrático: En busca de una filosofía pública** (Ensayo y Pensamiento). Debate.

SANDEL, M. J. (2020). **La tiranía del mérito: ¿qué ha sido del bien común?** Debate.

SARTORI, G. (2005). **Partidos y sistemas de partidos: un marco para el análisis.** Alianza Editorial.

SCHULIAQUER, I. y VOMMARO, G. (2020). «Introducción: La polarización política, los medios y las redes. Coordinadas de una agenda en construcción». *Revista SAAP*, 14(2), 235-247. <https://doi.org/10.46468/rsaap.14.2.I>

SILVA, A. R. C. (2023). **Derechos digitales en Iberoamérica: situación y perspectivas.** *Comunicación: estudios venezolanos de comunicación*, (202), 161-175.

SOSA-VILLAGARCIA, P. (2022). ¿De qué hablamos cuando hablamos de polarización en el Perú? Una mirada a partir de la identidad ideológica y los afectos. *Argumentos*, 16(1), 58-75. <https://doi.org/10.46476/ra.vi1.139>

SOUVEREIN, J., STOLTE, C. Y VELASCO A. (2023). «Polarización política y social en Bolivia. Apuntes para afrontar uno de los desafíos más grandes para la democracia boliviana». *Unámonos*, <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/bolivien/21000.pdf>

STEVEN LEVISTSKY & MAURICIO ZAVALA, ¿Por qué no hay partidos políticos en el Perú? Editorial Planeta Perú S. A. 2019

SUNSTEIN, C. (2017) **#Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media**. Nueva York: Princeton University Press.

SZABÓ, G. (2020). **Emotional Communication and Participation in Politics**. *Intersections*, 6(2), 5-21. <https://doi.org/10.17356/ieejsp.v6i2.739>

TANAKA, M. (2005). **Democracia sin partidos. Perú 2000-2005: los problemas de representación y las propuestas de reforma política**. Lima.

TORCAL, N. (2023). **De votantes a hooligans. La polarización política en España**. Catarata, https://www.catarata.org/libro/de-votantes-a-hooligans_145829/

VALENZUELA, S., ARRIAGADA, A., & SCHERMAN, A. (2012). “The social media basis of youth protest behavior: The case of Chile.” *Journal of Communication*, 62(2), 299-314.

VANDIJK, J. (2006). **Digital divider research, achievements and shortcomings**. *Poetics*, 34(4-5), 221-235. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2006.05.004>

VERBALYTE, M. (2018). **Deconstruction of the emotional logic of political scandal**. En Haller, A., Henrik, M. and Kraus, M. (eds.) *Scandology: An Interdisciplinary Field*. Köln: Herbert von Halem. 62-87.

VERGARA, H. (2021). **¿Los algoritmos encierran a los usuarios en burbujas informativas? Hacia un modelo de medios complejos para comprender la polarización política en redes sociales digitales**. [Tesis de maestría, Universidad de Chile], <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/189215>

ZHANG, L. y CLARK, C. (2018). **Affect, Emotion, and Rhetorical Persuasion in Mass Communication**. Routledge.

ZUBOFF, S. (2021). **A era do capitalismo de vigilância**. Editora Intrínseca.

Documentos oficiales e institucionales:

BBC Mundo. (1 de junio de 2016). **Perú: ¿quiénes son los candidatos Keiko Fujimori PPK?** https://www.bbc.com/mundo/noticias/2016/06/160601_keiko_fujimori_ppk_kuczynski_peru_elecciones_izquierda_derecha_mrc

INEI (2023). **Estadísticas de las tecnologías de la información y comunicación en los hogares, Trimestre: Enero-Febrero-Marzo 2023**.

JURADO NACIONAL DE ELECCIONES. (2021). **Perfil del electorado peruano: Elecciones Generales 2021**. Fondo Editorial del JNE.

OFICINA NACIONAL DE PROCESOS ELECTORALES. (2016). **Presentación de resultados: Elecciones Generales 2016. Segunda Elección Presidencial**. <https://www.web.onpe.gob.pe/modElecciones/elecciones/elecciones2016/PRPCP2016/Resumen-GeneralPresidencial.html#posicion>

PNUD (2023). **“Conmigo o en mi contra”: La intensificación de la**

polarización política en América Latina y el Caribe. <https://www.undp.org/es/latin-america/blog/connmigo-oen-mi-contrala-intensificacion-de-la-polarizacion-politica-en-america-latina-y-el-caribe>