



COMUNICACIÓN POLÍTICA E INTERACTIVIDAD DIGITAL EN PROCESOS ELECTORALES POLARIZADOS

OSBALDO TURPO-GEBERA¹, ROBERT DENNIS HUAMÁN-GUTIÉRREZ¹, SHEYLA CARLOT OJEDA-COLLAZOS¹,
GERSON HARRY HUAMANÍ-SULLA¹

¹ Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Perú

PALABRAS CLAVE

*Comunicación política
Interactividad digital
Procesos electorales
Polarización política
Redes sociales
Candidatos presidenciales
Perú*

RESUMEN

Enmarcado en la creciente polarización política peruana, se explora las mediaciones entre la comunicación política y la interactividad digital en procesos electorales polarizados. Mediante un enfoque analítico de carácter cualitativo, se recoge un conjunto de percepciones que ofrecen una representación matizada sobre la confrontación política. Los resultados revelan una dinámica compleja de percepciones durante la segunda vuelta electoral, destacando el impacto significativo de las interacciones digitales en la percepción pública y el compromiso digital. En este contexto, se evidencia la importancia crucial de las plataformas digitales en la configuración de la percepción y el desarrollo de la polarización política durante eventos electorales.

Recibido: 25/07/2024
Aceptado: 01/09/2024

1. Introducción

La creciente presencia de los medios digitales en distintos ámbitos sociales, políticos y económicos ha inaugurado una nueva etapa de mediatización política (Carlón, 2015). En este contexto, es esencial comprender la comunicación política en los escenarios electorales, caracterizada por la interacción digital. La pandemia del COVID-19 ha acelerado la digitalización de la política, especialmente en las redes sociales, transformando las campañas electorales y disminuyendo la relevancia de la publicidad política tradicional (Slimovich, 2022). El desencanto ciudadano con la política, en gran medida atribuible al incumplimiento de los axiomas que fundamentaban la confianza en los sistemas democráticos representativos, también se hace evidente (Barandiarán et al., 2020). El uso de la tecnología digital está alterando la forma en que se producen, distribuyen y reciben las informaciones (Boczkowski & Anderson, 2017; Gutiérrez-Aguilar et al., 2022). No obstante, sigue sin esclarecerse si esta transformación contribuye a un incremento en la participación ciudadana (Prior, 2007). En otras palabras, el aumento de la circulación de noticias y comunicaciones en entornos digitales, así como las opciones adicionales de entretenimiento, no necesariamente se refleja en un aumento de la participación política.

La revolución digital, marcada por la omnipresencia de dispositivos como los *smartphones* y *tablets*, ha reconfigurado de manera radical los patrones de consumo informativo en la sociedad. La necesidad de acceder a información de manera instantánea ha relegado a las computadoras a un segundo plano, mientras los lectores buscan y demandan un flujo continuo de información a una velocidad sin precedentes (Sobrados, 2016). Este cambio en la dinámica informativa subraya la importancia de comprender y adaptarse a las nuevas formas de comunicación digital para mantenerse relevante en la esfera pública. La sociedad contemporánea muestra una mayor disposición a consumir información proveniente de diversas fuentes, ya sea a través de medios de comunicación tradicionales, blogs o redes sociales. Este cambio en el comportamiento informativo de la población destaca la importancia de comprender y adaptarse a las nuevas dinámicas de comunicación digital para mantenerse relevante en la esfera pública (Quispe-Mamani et al., 2023).

La relación entre la comunicación política y la interactividad digital en procesos electorales confrontacionales proporciona una visión detallada y compleja de la expresión de los jóvenes en América Latina, destacando la diversidad en los ámbitos político, social, cultural e intersubjetivo como un elemento fundamental para comprender la dinámica juvenil en la región. El enfoque se dirige específicamente a los últimos años de la presente década, ubicándola en el contexto de las formas de participación y las nociones políticas emergentes entre los jóvenes, según lo evidencian estudios recientes (García, 2022). Un aspecto esencial de este estudio implica examinar la correspondencia de los jóvenes con las instituciones políticas para evaluar el grado de apatía que puedan experimentar hacia la institucionalidad política. Esta apatía se manifiesta en expresiones políticas, donde los jóvenes lideran movilizaciones sociales, fenómeno explícito en América Latina durante la última década (2011-2021). Identificar detonantes específicos que influyen en este comportamiento se torna esencial para comprender más a fondo los factores que inciden en la participación activa de los jóvenes en la esfera política (Montañez et al., 2022).

La comunicación política, a lo largo de la historia, ha sido fundamental en las campañas políticas, pero actualmente enfrentamos un crecimiento de la polarización afectiva, marcada por el distanciamiento social y el rechazo mutuo basado en preferencias partidistas (Lachica, 2021). La polarización política, como fenómeno social, genera divisiones y dificulta la consecución de consensos, especialmente cuando se combina con la polarización afectiva y el discurso agresivo hacia opiniones opuestas. Internet, al reconfigurar la interacción política, intensifica esta polarización al situar a los partidos políticos en posiciones distantes debido a sus intereses (Gómez y Ochoa, 2021). Este cambio en la comunicación política destaca la necesidad de abordar estos fenómenos en la era digital.

La interactividad digital, facilitada por canales, esencialmente, como correo electrónico, blogs, redes sociales y mensajería instantánea, ha llevado a una redefinición de las estrategias comunicativas por parte de las instituciones políticas y sus representantes, transformando el paradigma político (Mateo-Toscano et al., 2022). En este contexto, la movilización social se constituye en un componente clave para comprender las nociones políticas de los jóvenes, destacando la diversidad identitaria y política en su participación. En este sentido, los cuestionamientos sobre la participación de los jóvenes en actos electorales y su recurso a interacciones digitales en América Latina no solo buscan entender su comportamiento político, sino también explorar la influencia y alcance de las plataformas digitales en su

participación activa en procesos electorales polarizados (Burgos et al., 2023). La interactividad digital, al ofrecer nuevos espacios de participación, se convierte así en un factor determinante que moldea la dinámica política en la era contemporánea.

Según Montaña et al. (2013), se destaca la urgencia de establecer mecanismos más efectivos para regular los contenidos generados por las comunidades virtuales y prevenir la difusión de elementos indeseables. La interactividad digital no solo brinda oportunidades, sino que también presenta desafíos, siendo la «responsabilidad» uno de ellos. La polarización política se hace evidente en los procesos electorales, dividiendo a la población en polos opuestos de izquierda, derecha y centro, originándose en la distancia ideológica y relacionándose con problemas fundamentales del país, como la desigualdad económica y social, el aumento de la inmigración y los escándalos de corrupción. En este contexto, es esencial analizar la narrativa multimedia de los medios digitales, como las redes sociales, explorando si aprovechan la flexibilidad lingüística digital para innovar en su narrativa o si, en la práctica diaria, eluden un relato multimedia elaborado que añada valor a la información y al medio de comunicación que la ofrece (Palau-Sampio y Sánchez-García, 2007). La responsabilidad en la interactividad digital, la polarización política y la narrativa multimedia son aspectos interrelacionados que configuran el complejo panorama de la comunicación política en la era digital y merecen una atención cuidadosa en el análisis y la comprensión de los procesos electorales confrontacionales.

La investigación sobre comunicación política e interactividad digital en procesos electorales confrontacionales se sitúa en un contexto histórico donde las interacciones han desempeñado un papel crucial en diversas campañas políticas. En la actualidad, este escenario se ve influenciado por un fenómeno creciente de polarización afectiva, caracterizado por sentimientos de desconfianza y disgusto, que resultan en un distanciamiento social y rechazo mutuo basado en preferencias partidistas. La introducción de la interactividad digital, a través de una diversidad de canales informativos, ha provocado una redefinición de las estrategias comunicativas adoptadas por las instituciones políticas, generando así una transformación significativa en el paradigma político (Chaves-Montero et al., 2017).

En las elecciones presidenciales de 2021 en Perú, la palpable polarización y fragmentación del sistema de partidos, personificada por Pedro Castillo y Keiko Fujimori, trascendió lo puramente político para extenderse a la sociedad. Este fenómeno se caracteriza por un arraigado individualismo competitivo que persiste desde la década de 1980. Durante la segunda vuelta electoral, las redes sociales desempeñaron un papel fundamental al intensificar esta polarización, dando lugar a discursos ideológicos que se amplificaron en la opinión pública (Montúfar-Calle et al., 2022). Es crucial destacar que, en contextos de crisis económica y creciente pérdida de derechos, la circulación de discursos polarizantes, e incluso de odio, tiende a adquirir una mayor fuerza (Pagliarone y Quiroga, 2021). Según Ames (2021), los poderes económicos, con su influencia sobre los grandes medios de comunicación, tienen una responsabilidad decisiva para contribuir a elevar el nivel del debate político y evitar la polarización.

Durante la segunda vuelta, se observó una mayor polarización afectiva en las redes sociales, donde los mensajes positivos y negativos predominaron sobre los neutrales. La carga emocional se intensificó, destacando el papel crucial de las expresiones emocionales como impulsores de la interacción y propagación de la polarización (Ponte, 2022). Este escenario plantea desafíos para la estabilidad política y la resolución de la crisis en Perú, así como para la salud democrática, subrayando la importancia de comprender y abordar la dinámica de la comunicación política e interactividad digital en este contexto (Olivera, 2022; Pozo, 2023).

En este escenario de pervivencias en la escena nacional, la polarización política involucró la identificación de posiciones ideológicas distantes del centro político en el espectro del sistema de partidos, la misma que emergió como un elemento central que influye en la dinámica política contemporánea (Vargas-Cárdenas, 2021). La revolución digital no solo ha impactado los patrones de consumo informativo, sino que también ha fortalecido la conectividad de la población, la cual muestra una creciente disposición a consumir información desde diversas fuentes, ya sea a través de medios de comunicación tradicionales, blogs o redes sociales (Barredo-Ibáñez y Díaz-Cerveró, 2017). En esencia, este estudio busca entender las mediaciones entre la comunicación política y la interactividad digital en la polarización política en procesos electorales polarizados, reconociendo la importancia de comprender y adaptarse a estas dinámicas para mantener la relevancia en una esfera pública cada vez más influenciada por las tecnologías digitales.

2. Método

La propuesta metodológica se estructuró en dos fases claramente definidas. En un primer momento, se examinó la dinámica de la comunicación política a través de entrevistas a profundidad realizadas a 23 estudiantes del último año de una Escuela de Comunicación Social de una universidad pública del sur de Perú. Esta fase aporta a comprender las percepciones de los entrevistados sobre la política en el país desde una perspectiva comunicacional. Se presta especial atención a la mediación entre la comunicación política, intrínseca a la propaganda de los partidos políticos competidores, y las interacciones generadas en las redes sociales, especialmente en Facebook. En un siguiente momento, se llevó a cabo un análisis específico del proceso electoral, centrándose en las interacciones de los usuarios en la plataforma de Facebook. Este análisis exploró la interactividad digital a través de las interacciones de grupos y seguidores de los candidatos presidenciales, la participación mediante comentarios políticos a favor y en contra y las motivaciones subyacentes al consumo y la compartición de contenidos. El objetivo fue identificar interacciones con un impacto significativo en la red, priorizando mensajes simbólicos que contribuyeron a la creación de espacios polarizados, seleccionados de manera arbitraria.

La guía de entrevista a profundidad constituyó el instrumento para el recojo de las percepciones de los estudiantes sobre la comunicación política y la interactividad digital en contextos políticos polarizados. Constó de las siguientes preguntas: 1) ¿Cuál es tu nivel de participación o interés en los asuntos políticos y electorales del país?, 2) ¿Consideras que existe una polarización en la comunicación política en Perú? ¿Por qué? y 3) ¿Cómo influyen las interacciones en redes sociales en tu percepción de la polarización política?

En el análisis de las interacciones de los usuarios partidarios de Pedro Castillo y Keiko Fujimori durante la segunda vuelta electoral presidencial, se empleó la plataforma de Facebook de una radio de alcance nacional (Radio Programas del Perú, RPP), con una penetración significativa de carácter nacional estimada en un 80% (Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública, CPI, 2021). Se evaluó la intensidad de los mensajes compartidos, la participación en comentarios y las motivaciones para compartir durante el periodo de la segunda vuelta electoral (abril-junio). Este periodo, caracterizado como una competencia centrípeta según Sartori (2005), exhibe una naturaleza intrínsecamente polarizante.

Los dos momentos de análisis delineados llevaron a establecer conexiones entre las percepciones de los estudiantes sobre la comunicación política y la interactividad digital en las redes sociales. Se evaluaron la interactividad, la participación y las motivaciones detrás de los mensajes compartidos por los usuarios en Facebook para comprender la evolución de la polarización política en Perú. Desde esta perspectiva, el análisis presupone una relación vinculante entre los escenarios descubiertos para explicar el potencial impacto de este fenómeno en la democracia. La intencionalidad está en comprender las polarizaciones que generan desconfianza y rechazo entre los adversarios políticos, creando un entorno propicio para un mal gobierno. Específicamente, la segunda vuelta electoral representó un ambiente de polarización que hereda un clima de inestabilidad y conflictividad en el gobierno.

3. Resultados

La exploración de la intersección entre la comunicación política y la interactividad digital en procesos electorales polarizados, destaca la complejidad y la importancia de estas interacciones, las cuales no solo moldean la opinión pública, sino que también impactan en la calidad misma de la democracia.

3.1. *Perspectivas estudiantiles sobre la comunicación política en Perú*

Este enfoque se concentra en explorar las disposiciones de los estudiantes hacia la comunicación política, especialmente en situaciones de elecciones confrontacionales y ante el cada vez mayor impacto de las plataformas digitales.

3.1.1. *Participación estudiantil en procesos políticos y electorales*

Los estudiantes, como actores clave del presente y futuro, aportan perspectivas novedosas y vitalidad a la política, participando desde el consumo de información hasta la activa votación.

Figura 1. Percepciones estudiantiles sobre participación en asuntos políticos y electorales



Fuente: Elaboración propia, 2024.

La Figura 1 refiere una participación activa y variada de los estudiantes entrevistados en la esfera política, evidenciada en eventos, campañas y debates. La participación informativa, a través del consumo de noticias e investigación de candidatos, muestra un interés informado en la política. La notoria presencia en redes sociales destaca la relevancia de estas plataformas en el compromiso cívico y la expresión de opiniones. La participación electoral, desde el voto hasta roles como miembros de mesa, refleja un compromiso con el proceso democrático. La participación comunitaria, con la organización de eventos y colaboración en iniciativas locales, subraya su amplia conexión. En síntesis, estos resultados indican una participación integral y comprometida en diversos aspectos políticos y comunitarios.

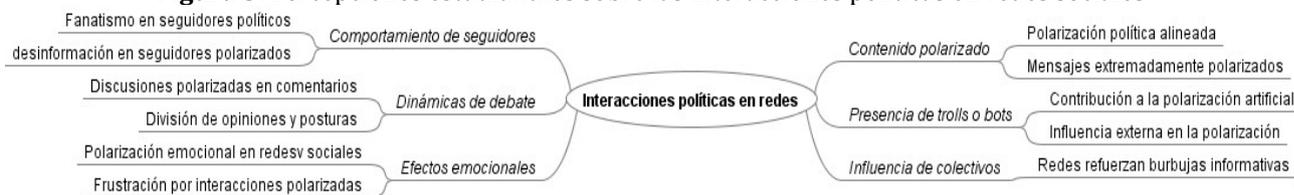
Figura 2. Percepciones estudiantiles sobre la polarización en la comunicación política



Fuente: Elaboración propia, 2024.

Los hallazgos mostrados en la Figura 2 destacan la diversidad de percepciones sobre la polarización en la comunicación política peruana. Un segmento considerable identifica a sus inductores desde una acentuada tendencia en aspectos sociales y económicos, exacerbada por los *mass media*. La polarización política tiene efectos negativos, incluyendo el debilitamiento democrático y tensiones sociales. Sin embargo, algunos ven impactos positivos, como la motivación para mayor participación política. Algunos ven la polarización arraigada en la historia política, otros la perciben como una tendencia creciente reciente, y algunos la interpretan como un fenómeno cíclico en ciclos electorales. En conjunto, ofrecen una imagen matizada de las percepciones ciudadanas sobre la polarización política en Perú.

Figura 3. Percepciones estudiantiles sobre las interacciones políticas en redes sociales



Fuente: Elaboración propia, 2024.

Los resultados representados en la Figura 3 indican que el contenido polarizado se manifiesta a través de publicaciones partidistas y mensajes extremistas, lo cual contribuye a dinámicas de debate marcadas por discusiones acaloradas y división de opiniones. La influencia de grupos y comunidades se refleja en la formación de burbujas informativas y la presión para conformarse a perspectivas dominantes. Además, el comportamiento de seguidores incluye fanatismo y acoso, mientras que la presencia de trolls o bots contribuye artificialmente a la polarización. Los efectos emocionales son

evidentes, con participantes experimentando impacto emocional, frustración y desencanto debido a interacciones polarizadas en redes sociales. Estos hallazgos resaltan la complejidad y el impacto significativo de las interacciones digitales en la percepción de la polarización política.

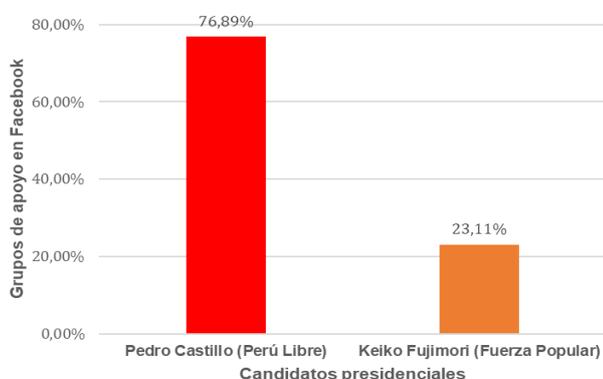
3.2. Dinámicas de interacción digital en la segunda vuelta electoral polarizada en Perú

En la segunda vuelta electoral en Perú, las interacciones digitales cumplieron un papel clave en el contexto político polarizado. Estas interacciones ofrecen una perspectiva detallada sobre la contribución de las redes sociales en la intensificación de la polarización y a la formación de la opinión pública durante este periodo electoral crucial.

3.2.1. Interactividad digital en Facebook durante la segunda vuelta electoral polarizada

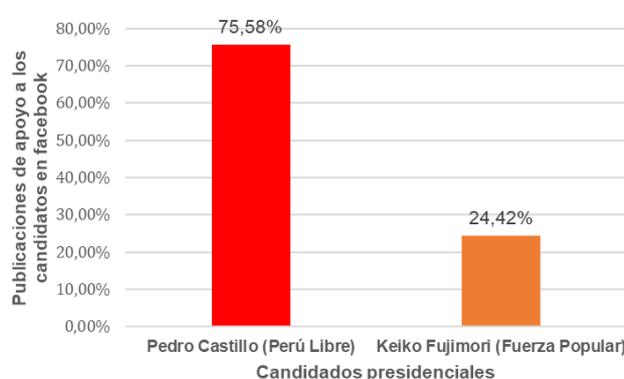
La interactividad digital se expresa a través de varias formas, como comentarios, likes, comparticiones, encuestas y otras acciones que involucran la participación activa de los usuarios en redes, especialmente en la red Facebook de RPP durante la segunda vuelta electoral entre los candidatos presidenciales Pedro Castillo y Keiko Fujimori, en un ambiente caracterizado por polarizaciones y confrontaciones políticas.

Figura 4. Grupos de apoyo en Facebook



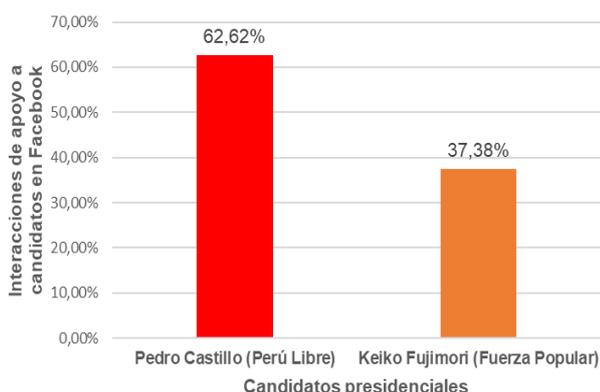
Fuente: Elaborado a partir de los datos del Facebook de RPP, 2024.

Figura 5. Publicaciones de apoyo en Facebook



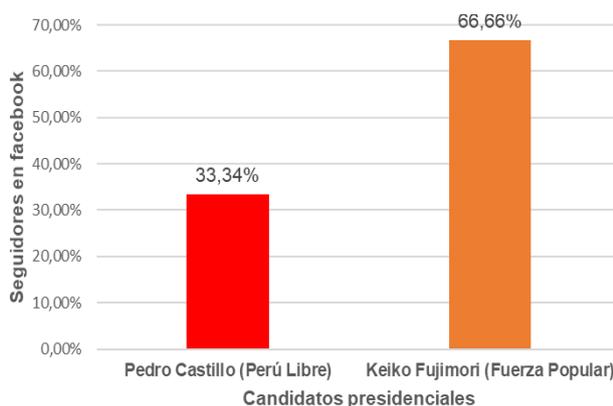
Fuente: Elaborado a partir de los datos del Facebook de RPP, 2024.

Figura 6. Interacciones de apoyo en Facebook



Fuente: Elaborado a partir de los datos del Facebook de RPP, 2024.

Figura 7. Seguidores en Facebook



Fuente: Elaborado a partir de los datos del Facebook de RPP, 2024.

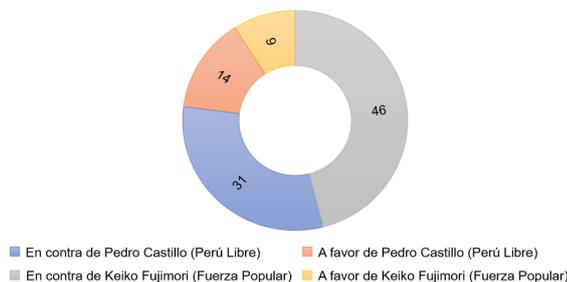
Las Figuras del 4 al 7 representan las interacciones de los usuarios con los candidatos presidenciales en Facebook, revelando una notable brecha en el respaldo digital entre ellos. Pedro Castillo, representante de Perú Libre, lidera en todos los aspectos evaluados, excepto en el número de seguidores. Muestra una presencia sólida en grupos de apoyo, un mayor volumen de publicaciones e interacciones, sugiriendo un respaldo digital robusto e indicativo de una activa movilización en el ámbito virtual. En contraste, Keiko Fujimori de Fuerza Popular presenta cifras más bajas en la mayoría

de los parámetros, indicando una presencia digital menos activa o menor movilización en la esfera virtual. Estas disparidades en las redes de apoyo poseen implicaciones significativas en la percepción pública y el compromiso digital, aspectos cada vez más cruciales en el panorama político contemporáneo.

3.2.2. Participación con contenidos en Facebook durante la segunda vuelta electoral polarizada

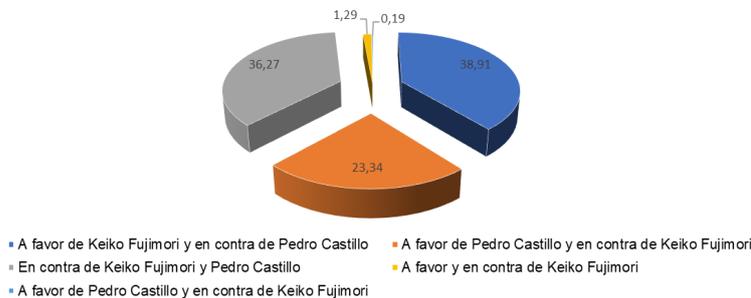
Este análisis se centra en la interacción de los usuarios con contenidos en Facebook a favor o en contra de los candidatos presidenciales, explorando su influencia en la configuración de la opinión pública y la intensificación de la polarización.

Figura 8. Comentarios preferenciales hacia los candidatos presidenciales



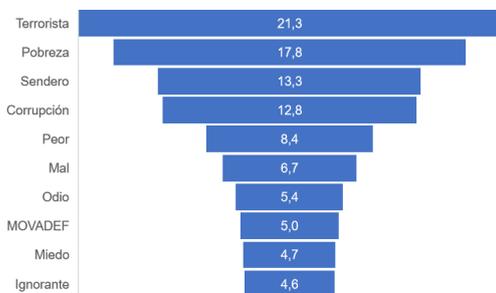
Fuente: Elaborado a partir de los datos del Facebook de RPP, 2024.

Figura 9. Comentarios con preferencia complementaria hacia los candidatos presidenciales



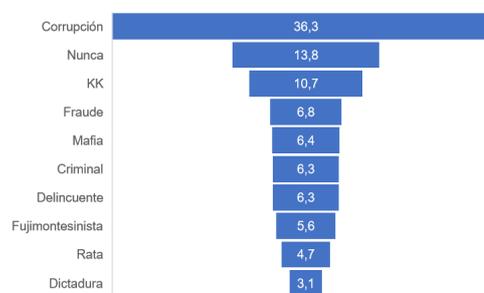
Fuente: Elaborado a partir de los datos del Facebook de RPP, 2024.

Figura 10. Mensajes explícitos de connotación negativa hacia Pedro Castillo



Fuente: Elaborado a partir de los datos del Facebook de RPP, 2024.

Figura 11. Mensajes explícitos de connotación negativa hacia Keiko Fujimori



Fuente: Elaborado a partir de los datos del Facebook de RPP, 2024.

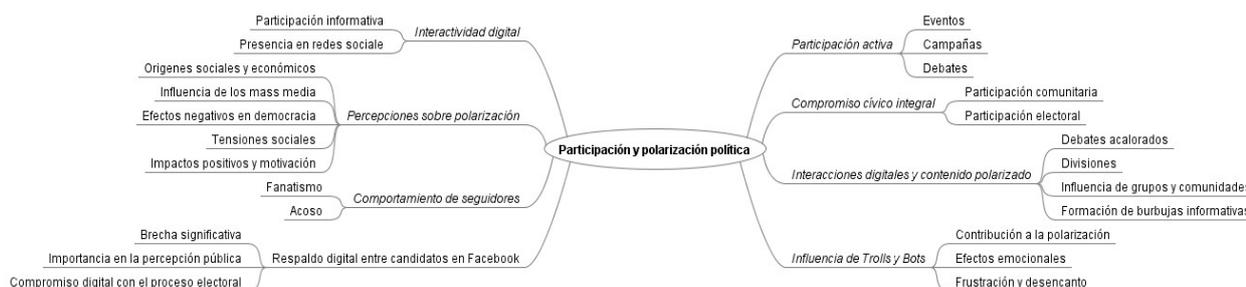
La segunda vuelta electoral se caracterizó por un rechazo generalizado hacia ambos candidatos, evidenciado en la Figura 8 con la prevalencia de comentarios «en contra» para Fujimori (45%) y Castillo

(33%). Aunque los comentarios «a favor» son escasos, indican una inclinación hacia Castillo (15%), en contraste con la baja preferencia hacia Fujimori (7%). En la Figura 9, se observan tres posturas explícitas en los comentarios: (1) apoyo a un candidato y rechazo al otro, representando el 38,91% que favorecía a Fujimori y rechazaba a Castillo; (2) oposición a ambos candidatos, con el 23,34% de los comentarios reflejando una actitud anárquica hacia el proceso electoral y la clase política en general; y (3) una combinación de apoyo y rechazo al mismo candidato, representando el 1,29% de los comentarios y sugiriendo una visión crítica o no polarizada de Fujimori. Las Figuras 10 y 11 presentan los mensajes negativos, donde las críticas hacia Castillo se centran en desprecio vinculado a su supuesta incapacidad y conexión con el terrorismo, mientras que las críticas hacia Fujimori destacan temores relacionados con corrupción, muerte y delincuencia. En conjunto, estos hallazgos indican una dinámica compleja de percepciones y actitudes durante la segunda vuelta electoral polarizada.

3.2.3. Polarización política en redes e impacto confrontacional en la segunda vuelta electoral

Las interacciones digitales en los procesos comunicacionales políticos son cruciales para revelar la naturaleza de la polarización en plataformas digitales y comprender su impacto en el desarrollo del proceso electoral. Contribuyen significativamente a evidenciar la polarización, destacando su intensidad y las dinámicas manifiestas en la política que caracterizaron la segunda vuelta electoral peruana.

Figura 12. Participación y polarización política en procesos electorales polarizados



Fuente: Elaboración propia, 2024.

En la Figura 12, se evidencia la participación activa y diversa de los estudiantes en la esfera política, abarcando eventos, campañas y debates. La interactividad digital, manifestada en la participación informativa y la presencia en redes sociales, subraya la relevancia de estas plataformas en el compromiso cívico. La participación electoral y comunitaria refleja un compromiso integral con la democracia, aunque las percepciones sobre la polarización son diversas. Mientras algunos identifican sus raíces en aspectos sociales y económicos amplificadas por los mass media, con efectos negativos en la democracia y tensiones sociales, otros perciben consecuencias beneficiosas, como el estímulo para una mayor participación política. Las interacciones digitales revelan un contenido polarizado que alimenta debates apasionados y divisiones, con grupos sociales contribuyendo a la creación de burbujas informativas y seguidores mostrando conductas extremas. La presencia de trolls y bots amplifica artificialmente la polarización, generando efectos emocionales como la frustración y el desencanto. Además, el respaldo digital entre los candidatos en Facebook destaca una brecha significativa, evidenciando la importancia de estas plataformas en la percepción pública y el compromiso digital durante la segunda vuelta electoral polarizada.

4. Discusión

Los resultados respaldan la noción de una participación activa y variada, especialmente a través de la interactividad digital en eventos y campañas, alineándose con la teoría de la mediatización política (Carlón, 2015). La importancia de la revolución digital, evidenciada en el cambio en los patrones de consumo informativo y la necesidad de adaptarse a nuevas formas de comunicación, refuerza la relevancia de comprender las dinámicas digitales para mantener la influencia en la esfera pública (Slimovich, 2022). Sin embargo, el cuestionamiento sobre si esta transformación digital contribuye al aumento real de la participación ciudadana plantea una interrogante válida que requiere más análisis y evaluación, sugiriendo áreas de investigación futuras. Además, la conexión entre la teoría de la

polarización política y los resultados sobre la diversidad de percepciones en la comunicación política peruana subraya la complejidad del fenómeno. La polarización, evidente en la interactividad digital y el comportamiento extremo de seguidores, destaca la importancia de comprender estas dinámicas para abordar los desafíos actuales en la comunicación política y el compromiso cívico (Ames, 2021). En conjunto, esta integración entre teoría y hallazgos proporciona una base sólida para comprender y abordar la evolución de la comunicación política en la era digital, identificando áreas clave para futuras investigaciones y reflexiones sobre la participación ciudadana y la polarización.

El estudio subraya una conexión profunda entre la comunicación política, la interactividad digital y la participación de los jóvenes en procesos electorales confrontacionales en América Latina (Montañez et al., 2022). Estos hallazgos respaldan la premisa de que la interactividad digital desempeña un papel crucial al resaltar la diversidad de expresiones de los jóvenes en ámbitos políticos, sociales, culturales e intersubjetivos (García, 2022). La activa participación de los jóvenes en movilizaciones sociales subraya la relevancia de comprender sus nociones políticas en el contexto digital. Sin embargo, la emergencia de la polarización afectiva, intensificada por la interactividad digital, se revela como un fenómeno significativo que obstaculiza la búsqueda de consensos y acuerdos políticos (Gómez y Ochoa, 2021; Lachica, 2021). En este sentido, se destaca la responsabilidad en la interactividad digital, especialmente en el contexto de la polarización, enfatizando la necesidad de abordar fenómenos como la narrativa multimedia. Este enfoque consolida la importancia de considerar aspectos éticos y de responsabilidad en estas plataformas digitales (Mateo-Toscano et al., 2022). En esencia, la complejidad de la intersección entre la comunicación política, la interactividad digital y la participación juvenil, resaltan la urgencia de abordar de manera reflexiva y ética los desafíos inherentes a estas dinámicas en la era contemporánea.

En el contexto de las elecciones presidenciales en Perú en 2021, se evidencio claramente la manifestación de la polarización afectiva en las redes sociales, donde la intensificación de mensajes emocionales, tanto positivos como negativos, plantea desafíos sustanciales para la estabilidad política. Esta situación subraya la imperativa necesidad de comprender la complejidad de la dinámica entre la comunicación política y la interactividad digital en este contexto específico (Ponte, 2022; Pozo, 2023). La interactividad digital surge como un factor determinante que configura la dinámica política contemporánea, influyendo en la percepción pública y el compromiso digital durante procesos electorales polarizados. La brecha significativa en el respaldo digital entre los candidatos en Facebook resalta la relevancia crucial de estas plataformas en la esfera pública, consolidando su papel como actores clave en la comunicación política (Barredo-Ibáñez y Díaz-Cerveró, 2017; Chaves-Montero et al., 2017; Vargas Cárdenas, 2021). La complejidad de las percepciones y actitudes durante la segunda vuelta electoral polarizada, junto con la participación activa de estudiantes en diversos aspectos políticos y comunitarios, destaca la urgencia de abordar estos fenómenos. Comprender y adaptarse a las dinámicas cambiantes en la comunicación política contemporánea se presenta como un desafío esencial para mantener la integridad y eficacia de los procesos democráticos en la era digital.

En esencia, la complejidad de las percepciones estudiantiles durante la segunda vuelta electoral polarizada, junto con la participación ciudadana en diversos aspectos políticos y comunitarios, subraya la urgencia de su abordaje. Este contexto resalta la imperiosa necesidad de comprender y adaptarse a las dinámicas cambiantes en la comunicación política contemporánea. En consecuencia, enfrentar estos desafíos se presenta como un imperativo esencial para preservar la integridad y eficacia de los procesos democráticos en la era digital, donde la interactividad digital y la polarización afectiva emergen como factores clave que influyen en la percepción pública y el compromiso ciudadano durante eventos electorales polarizados.

Referencias

- Ames, R. (2021). *En polarización y con necesidad de una unidad distinta*. Instituto de Democracia y Derechos Humanos (IDEHPUCP). <https://surl.li/faxkhl>
- Barandiarán, X., Unceta, A. y Peña, S. (2020). Comunicación política en tiempos de nueva cultura política, *Icono 14*, 18(1), 256-282. <https://doi.org/10.7195/ri14.v18i1.1382>
- Barredo-Ibáñez, D. y Díaz-Cerveró, E. (2017). La interactividad en el periodismo digital latinoamericano. Un análisis de los principales cibermedios de Colombia, México y Ecuador. *Revista Latina de Comunicación Social*, (72), 273-294. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2017-1165>
- Boczkowski, P. & Anderson, C. W. (2017). *Remaking the news: Essays on the future of journalism scholarship in the digital age*. MIT Press.
- Burgos, C., Pérez, J., Rey, E. & Roa, I. (2023). Characterization of the political participation of young people. Transmedia methodological route transmedia. *VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review*, 13(2). <https://doi.org/10.37467/revvisual.v13.4955>
- Carlón, M. (2015). La concepción evolutiva en el desarrollo de la ecología de los medios y en la teoría de la mediatización: ¿la hora de una teoría general? *Palabra Clave*, 18(4). <https://surl.li/msnzz0>
- Chaves-Montero, A., Gadea-Aiello, W. y Aguaded-Gómez, J. (2017). La comunicación política en las redes sociales durante la campaña electoral de 2015 en España: uso, efectividad y alcance. *Perspectivas de la Comunicación*, 10(1), 55-83. <https://surl.li/ghmdef>
- García, B. (2022). Comunicación política y estrategias emergentes en las campañas electorales digitales durante la pandemia de covid-19. *Palabra Clave*, 24(4), 1-30. <https://doi.org/10.5294/pacla.2022.25.1.6>
- Gómez, L., & Ochoa, O. (2021). Polarización ideológica, segregación y los nuevos medios en México. *Política y Gobierno*, 28(1), 43-74. <https://surl.li/fmuwyq>
- Gutiérrez-Aguilar, O., Duche-Pérez, A., Turpo-Gebera, O. (2022). Affective Support Mediated by an On-Line Constructivist Environment in Times of Covid-19. In Rocha, Á., Barredo, D., López-López, P.C., Puentes-Rivera, I. (eds). *Communication and Smart Technologies*. ICOMTA 2021. Smart Innovation, Systems and Technologies, vol. 259. Springer. https://doi.org/10.1007/978-981-16-5792-4_45
- Lachica, V. (2021). *Nosotros vs. ustedes. Polarización afectiva y actitudes políticas extremas. Un caso de estudio del proceso electoral de México en 2018*. (Tesis de licenciatura). Centro de Investigación y Docencia Económicas, México. <http://hdl.handle.net/11651/4681>
- Mateo-Toscano, A., Marín-Dueñas, P. y Gómez-Carmona, D. (2022). Comunicación política en pandemia. El uso de Twitter por los presidentes autonómicos españoles. *VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review*, 9(4). <https://doi.org/10.37467/revvisual.v9.3542>
- Montaña, S., González, V., Ariza, C. (2013). Ciberodio en los comentarios de las noticias en línea en Colombia. El caso de Piedad Córdoba. *Palabra Clave*, 16(3), 812-841. <https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/3367/3271>
- Montañez, V., Rondón, D. Barajas, S. y Romero, S. (2022). Niños, niñas y adolescentes involucrados en la movilización social y en las acciones colectivas. Una exploración del caso colombiano (1991-2018). *Educación y Ciudad*, (42), 109-130. <https://revistas.idep.edu.co/index.php/educacion-y-ciudad/article/view/2695>
- Montúfar-Calle, Á., Atarama-Rojas, T., & Saavedra-Chau, G. (2022). Análisis de la actividad política en redes sociales durante la primera vuelta electoral de las elecciones generales 2021 en Perú. *Revista de Comunicación*, 21(1), 273-292. <https://doi.org/10.26441/RC21.1-2022-A14>
- Olivera, L. (2022), Polarización e irracionalidad en medios sociales: Elección Presidencial en Perú en 2021. *Memorias Congreso ALAIC 2022*, (1). <https://surl.li/aujlhc>
- Pagliarone, M. y Quiroga, M. (2021). Discursos políticos de odio en Argentina y Ecuador. El inmigrante pobre como otredad. *Revista IUS*, 15(47). <https://doi.org/10.35487/rius.v15i47.2021.663>
- Palau-Sampio, D. (2007). El reportaje digital: una apuesta narrativa frente al archivo documental. *Comunicación y Pluralismo*, 1(4), 68-87. <http://roderic.uv.es/handle/10550/44414>
- 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://dx.doi.org/10.7764/cdi.53.49539>

- Pozo, F. (2023). "A quien odiamos menos". *Polarización en el Facebook de RPP (2° vuelta electoral 2021)* (Tesis de Licenciatura), Universidad de Lima, Perú. <https://surl.li/uarufy>
- Prior, M. (2007). *Post-Broadcast Democracy: How Media Choice Increases Inequality in Political Involvement and Polarizes Election*. New York: Cambridge University Press.
- Quispe-Mamani, E., Porto-Bravo, H., Ayamamani-Collanqui, P. y Turpo-Gebera, O. (2023). Mediatización y crisis sociopolítica en Perú. Imaginarios y prácticas de actores sociales. *Cuadernos.info*, (56), 22-43. <https://dx.doi.org/10.7764/cdi.55.58445>
- Sartori, G. (2005). *Parties and party systems: A framework for analysis*. ECPR press. <https://surl.li/smhvom>
- Slimovich, A. (2022). Instagram y política. Mediatización y circulación en los perfiles de Cristina Fernández de Kirchner y Mauricio Macri. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, (112), 209-244. <https://dx.doi.org/10.18682/cdc.vi112.4101>
- Sobrados, M. (2016). *Estudios de Periodismo Político y Económico*. Fragua.
- Vargas-Cárdenas, M. (2021). Mujeres, disidencias sexuales y prácticas contrahegemónicas del(os) feminismo(s): historia reciente de una revolución latente en el sur de Chile (1990-2020). En C. Torres-Fernández, J., Puig-Guisado, G. Molano-Caro, y Á. Aguilar-Cuesta (coodrs.). *Actas del II Congreso Internacional de Diversidad Sexual y Género en la Educación, la Filología y las Artes* (pp. 181-182). <https://acortar.link/ec0PQy>