



Universidad Católica de Santa María

Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas
Escuela Profesional de Ciencia Política y Gobierno

**Análisis de la conversación política digital en el Perú durante el proceso
electoral presidencial 2026**

Tesis presentada por:

Aguilar Mendoza, Lucero Natalia

ORCID: 0009-0001-7276-0768

Pacco Rondón, César Fernando Sebastian

ORCID: 0009-0001-8263-5231

para optar el Título Profesional de Licenciado en Ciencia Política y Gobierno

Asesor:

Dr. Aguilar Gonzales, Hugo Efraín

ORCID: 0000-0002-0091-1096

Arequipa - Perú

2026

UCSM-ERP

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

CIENCIA POLITICA Y GOBIERNO

TITULACIÓN CON TESIS

DICTAMEN APROBACIÓN DE BORRADOR

Arequipa, 05 de Mayo del 2026

Dictamen: 018556-C-EPCyG-2026

Visto el borrador del expediente 018556, presentado por:

2021224281 - PACCO RONDÓN CÉSAR FERNANDO SEBASTIAN

2020174012 - AGUILAR MENDOZA LUCERO NATALIA

Titulado:

**ANÁLISIS DE LA CONVERSACIÓN POLÍTICA DIGITAL EN EL PERÚ DURANTE EL PROCESO
ELECTORAL PRESIDENCIAL 2026**

Nuestro dictamen es:

APROBADO

Titulo Profesional/Titulo de Segunda Especialidad/Grado Académico a optar:

LICENCIADO EN CIENCIA POLÍTICA Y GOBIERNO

**43288441 - GRUNDY LOPEZ RICARDO ENRIQUE
DICTAMINADOR**



**42751216 - PAREDES VELAZCO RENATO
DICTAMINADOR**



**30564470 - ARIAS HUIZA YIGLIOLA GLENDA
DICTAMINADOR**



Análisis de la conversación política digital en el Perú durante el proceso electoral presidencial 2026

INFORME DE ORIGINALIDAD

13%	12%	4%	5%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Católica de Santa María Trabajo del estudiante	2%
2	repositorio.ucsm.edu.pe Fuente de Internet	1%
3	www.coursehero.com Fuente de Internet	1%
4	www.gizaetxe.ejgv.euskadi.net Fuente de Internet	<1%
5	www.slideshare.net Fuente de Internet	<1%
6	www.tesisenred.net Fuente de Internet	<1%
7	Submitted to Universidad Tecnológica del Perú Trabajo del estudiante	<1%
8	www11.urbe.edu Fuente de Internet	<1%

Dedicatoria

A mi mamá y a mi papá, Ana y Richard, por su apoyo y esfuerzo incondicional quienes siempre estuvieron presentes a lo largo de toda mi vida, dándome la motivación necesaria para poder llegar hasta aquí, y seguir creciendo en el futuro.

A mis hermanos, Alexandra y Cristopher, con quienes pude crecer en un hogar lleno de amor y respeto.

A las personas más cercanas en mi vida, quienes hicieron cada momento más comfortable en los distintos aspectos de mi vida, sea en la universidad, en mi hogar, en el trabajo, y los distintos lugares donde compartimos buenos momentos.

Sebastian

A mi yo de niña, que soñaba con ser alguien con una misión en el mundo.

A mi Mojito, mi compañerito de vida y mi motivación para seguir adelante.

Y en especial a mi Abuelo Pedro, por nunca dejarme sola, darme el ejemplo de quien puedo convertirme en la vida y por enseñarme lo que se puede lograr con amor. Todo lo que hago, quien soy y en quien quiero convertirme, es por él.

Lucero

Agradecimientos

A Dios, quien me permitió llegar hasta este punto, siempre acompañándome lleno de su amor incondicional, y toda mi fe puesta en él.

Sebastian

A Dios, por darme fuerza, compañía y resiliencia.

A mis padres, por confiar en mí.

A todas las personas que han apostado por mí, los que me han dado la oportunidad de mejorar como profesional y como persona, pero en especial a quienes me han sostenido en mis peores momentos. Siempre voy a estar agradecida con las personas que no han dejado que me pierda.

Lucero

RESUMEN

El objetivo de la presente investigación radica en analizar la conversación política digital en el Perú durante el proceso electoral presidencial 2026 a partir de tres dimensiones: volumen, contenido y sentimiento. El estudio se desarrolló bajo un enfoque cualitativo de nivel descriptivo, utilizando como fuente de información un informe de análisis digital elaborado a partir del monitoreo de redes sociales en un periodo específico del proceso electoral.

Con respecto al volumen, los resultados reflejan un alto nivel de actividad en la conversación política digital, plasmado en la significativa cantidad de menciones, interacciones e impresiones registradas, lo que confirma el rol central de las plataformas digitales como espacios de participación política; respecto al contenido, se llegó a identificar que, la conversación se estructura en torno a narrativas de apoyo y rechazo, destacando temas como la inseguridad, la corrupción y la crisis institucional, así como una concentración de la visibilidad en determinados actores políticos-, así mismo, se determinó que predomina una orientación negativa en la conversación digital, evidenciando un contexto de descontento ciudadano y desconfianza hacia la clase política, aunque también se registran expresiones de apoyo y posiciones neutrales.

Se concluye que la conversación política digital en el contexto electoral peruano se configura como un espacio dinámico, caracterizado por altos niveles de interacción, polarización temática y predominio de emociones negativas, lo que influye en la construcción de la opinión pública en entornos digitales.

Palabras claves: conversación política digital, elecciones, redes sociales.

ABSTRACT

The objective of this research is to analyze digital political conversation in Peru during the 2026 presidential electoral process based on three dimensions: volume, content, and sentiment. The study was conducted using a qualitative, descriptive-level approach, employing as its source of information a digital analysis report developed from the monitoring of social media over a specific period of the electoral process.

Regarding volume, the results reflect a high level of activity in digital political conversation, evidenced by the significant number of mentions, interactions, and impressions recorded, confirming the central role of digital platforms as spaces for political participation. In terms of content, it was identified that the conversation is structured around narratives of support and rejection, highlighting issues such as insecurity, corruption, and the institutional crisis, as well as a concentration of visibility among certain political actors. Likewise, it was determined that a negative orientation predominates in digital conversation, revealing a context of public discontent and distrust toward the political class, although expressions of support and neutral positions are also present.

It is concluded that digital political conversation in the Peruvian electoral context is configured as a dynamic space, characterized by high levels of interaction, thematic polarization, and a predominance of negative emotions, which influences the construction of public opinion in digital environments.

Keywords: digital political conversation, elections, social media.

ÍNDICE

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTOS

RESUMEN

ABSTRACT

INTRODUCCIÓN..... 1

CAPÍTULO I..... 3

1.2. Formulación del problema 5

1.7. Hipótesis de investigación 10

CAPÍTULO II..... 11

MARCO TEÓRICO..... 12

2.1. Estado del arte 12

2.2. Antecedentes..... 15

2.2.1. Antecedentes internacionales..... 15

2.2.3. Antecedentes locales..... 20

2.3. Bases conceptuales 21

2.3.1. La esfera pública y la deliberación en los entornos digitales..... 21

2.3.2. La comunicación política en la sociedad red..... 23

2.3.3. Conceptualización de la conversación política digital..... 25

2.3.4. Engagement e interacción en redes sociales..... 28

2.3.5. Polarización, sentimiento y dinámicas del discurso digital 30

2.4.1. La opinión pública y la democracia en entornos contemporáneos 33

2.4.2. Participación política y ciudadanía digital 34

2.4.3. Procesos electorales y comunicación política..... 35

2.4.4. Relevancia de la conversación política digital para el análisis político..... 36

2.5.1. Definición de la variable: conversación política digital..... 37

2.5.2. Dimensiones de la variable 38

2.5.3. Justificación de los indicadores 40

CAPÍTULO III..... 45

MARCO METODOLÓGICO 46

3.1. Metodología de la investigación..... 46

3.1.1. Tipo de investigación 47

3.1.2. Enfoque de investigación 47

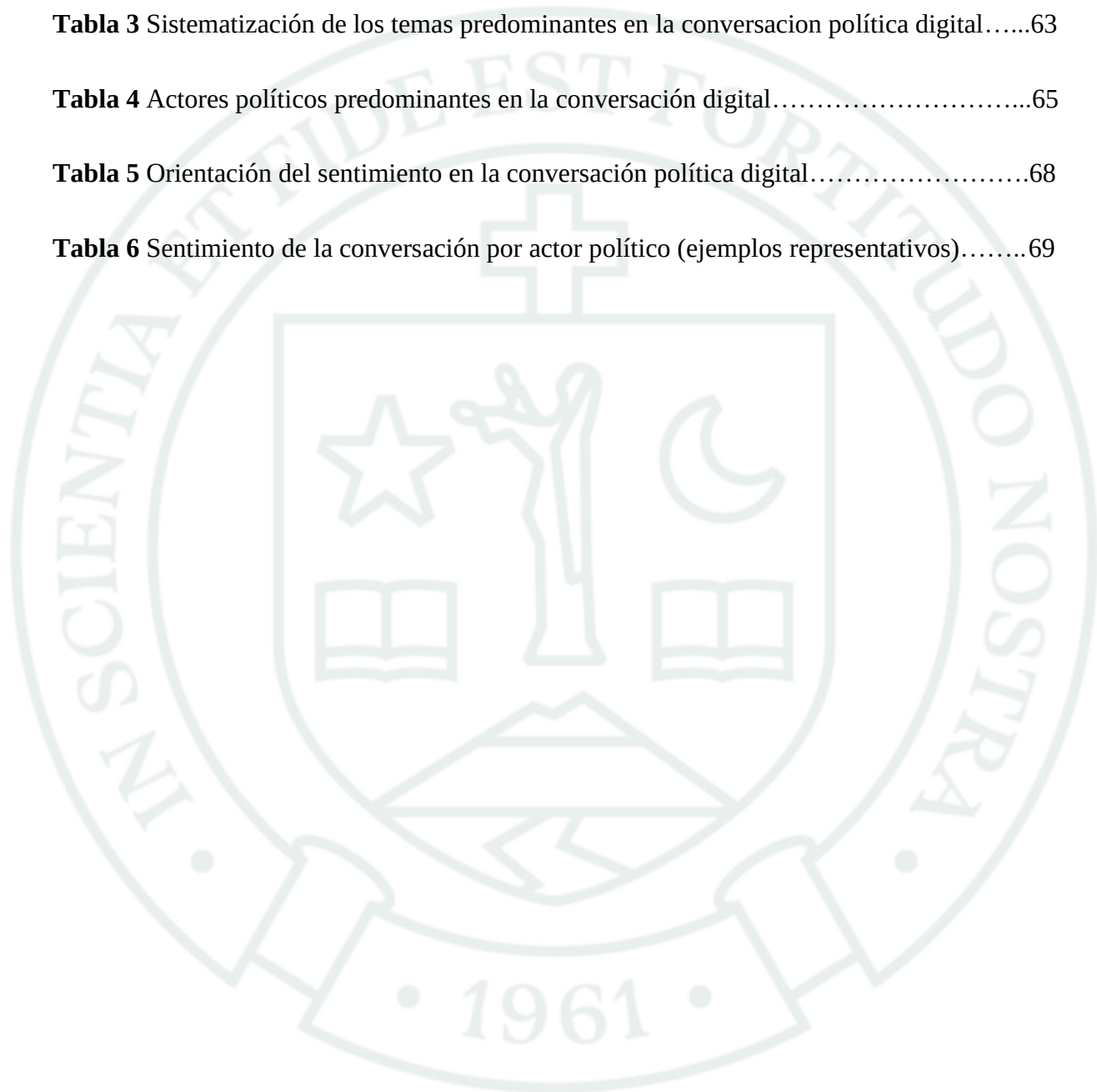
3.1.3. <i>Diseño metodológico</i>	48
3.1.4. <i>Delimitación de la investigación</i>	49
3.2. Población y muestra.....	49
3.2.1. <i>Población</i>	49
3.2.2. <i>Muestra</i>	50
3.3. Fuentes, técnicas e instrumentos.....	51
3.3.1. <i>Fuentes de información</i>	51
3.2.2. <i>Técnica de recolección de datos</i>	52
3.2.3. <i>Instrumento</i>	53
3.4. Medida, Validez y Confiabilidad.....	54
3.4.1. <i>Medición de la variable</i>	54
3.4.2. <i>Validez del instrumento</i>	55
3.4.3. <i>Confiabilidad del instrumento</i>	55
3.5. Procedimiento y análisis de datos.....	56
3.5.1. <i>Procedimiento de recolección de datos</i>	56
3.5.2. <i>Técnica de análisis de datos</i>	57
CAPÍTULO IV.....	58
RESULTADOS.....	59
4.1. Caracterización general de la conversación política digital.....	59
4.2. Volumen de la conversación política digital.....	60
4.3. Contenido en la conversación política digital.....	62
4.3.1. <i>Temas predominantes en la conversación digital</i>	63
4.4. Actores políticos predominantes en la conversación política digital.....	65
4.5. Sentimiento en la conversación política digital.....	67
4.5.1. <i>Sentimiento general de la conversación digital</i>	67
4.5.2. <i>Sentimiento de la conversación digital por actores políticos</i>	69
CAPÍTULO V.....	72
DISCUSIÓN.....	73
5.1. Discusión del volumen de la conversación política digital.....	73
5.2. Discusión del contenido de la conversación política digital.....	73
5.3. Discusión del sentimiento de la conversación política digital.....	75
CAPÍTULO VI.....	77
CONCLUSIONES.....	78
Conclusión general:.....	78

RECOMENDACIONES.....	80
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	81



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de la variable.....	9
Tabla 2 Volumen de la conversación política digital.....	61
Tabla 3 Sistematización de los temas predominantes en la conversacion política digital.....	63
Tabla 4 Actores políticos predominantes en la conversación digital.....	65
Tabla 5 Orientación del sentimiento en la conversación política digital.....	68
Tabla 6 Sentimiento de la conversación por actor político (ejemplos representativos).....	69

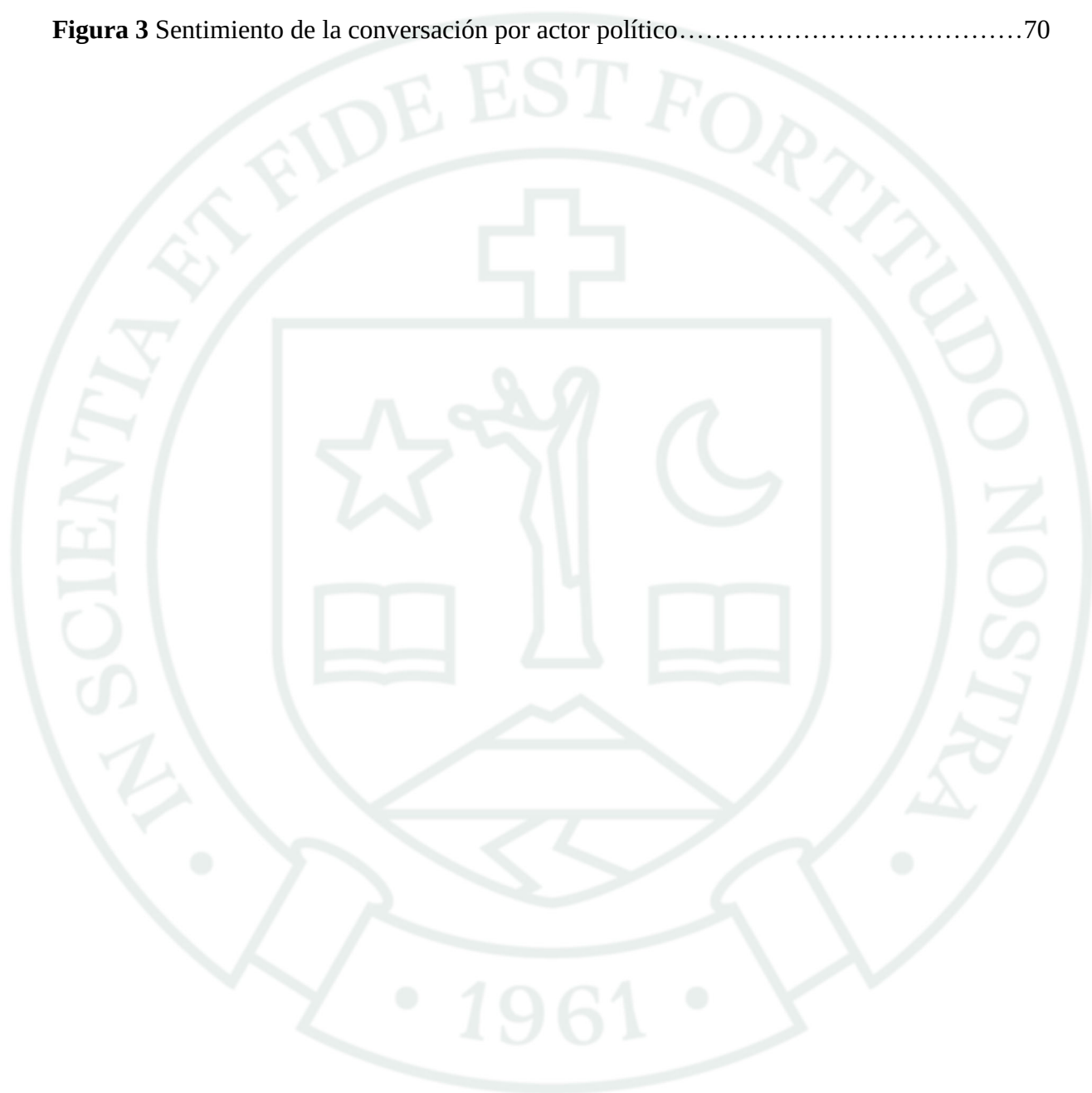


ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Distribución de la conversación por plataformas.....62

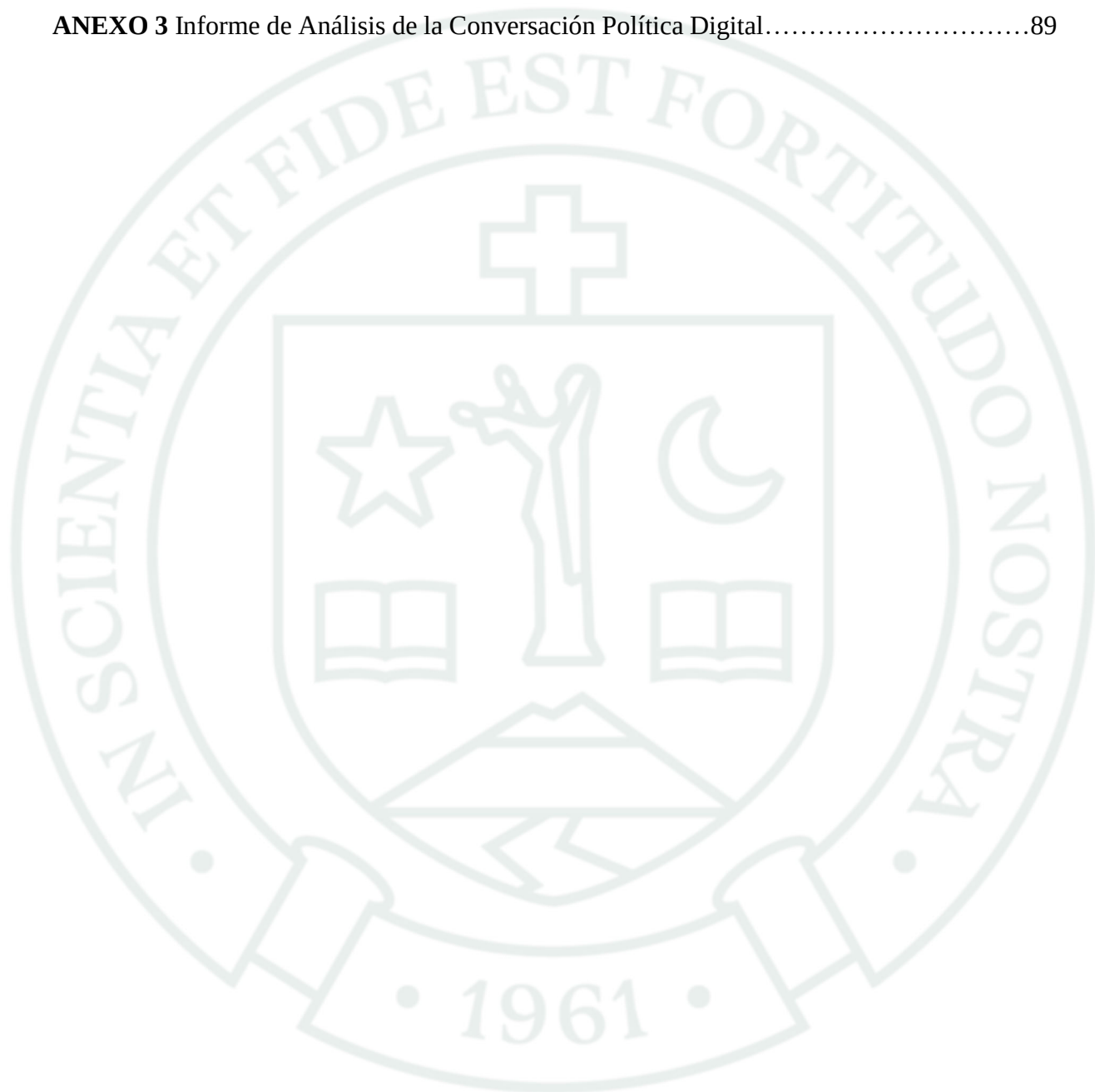
Figura 2 Participación de actores políticos en la conversación digital.....66

Figura 3 Sentimiento de la conversación por actor político.....70



ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1 Matriz de consistencia.....	86
ANEXO 2 Matriz de análisis.....	88
ANEXO 3 Informe de Análisis de la Conversación Política Digital.....	89



INTRODUCCIÓN

Durante los últimos años, el desarrollo de las tecnologías digitales ha transformado profundamente la forma en que se produce, circula y consume la información política; es por ello que, las redes sociales se han consolidado como espacios centrales de interacción, donde los ciudadanos no solo acceden a contenidos, sino que, también participan activamente en la construcción del debate público. Este fenómeno adquiere relevancia importante en periodos electorales, en los cuales, la conversación política digital se intensifica y se convierte en un componente clave para comprender las dinámicas de la opinión pública.

En el caso de nuestro país, el proceso electoral presidencial del 2026 se encuentra desarrollado en un escenario marcado por la desconfianza hacia las instituciones, la crisis de representación y la creciente demanda de soluciones frente a problemas estructurales, tales como son: la inseguridad y la corrupción; demostrando así que, la conversación política en redes sociales no solo refleja estas tensiones, sino que también, contribuye a amplificarlas, generando dinámicas de interacción caracterizadas por la polarización, la confrontación y la emocionalidad.

Pese a la creciente importancia de las plataformas digitales en la comunicación política, aún existe la necesidad de analizar de manera sistemática cómo se configura la conversación política digital en contextos electorales, especialmente en países como el Perú, donde las condiciones políticas e institucionales influyen directamente en la forma en que los ciudadanos interactúan en el entorno digital.

Es por ello que, en la presente investigación se plantea como pregunta central: ¿cómo se configura la conversación política digital en el Perú durante el proceso electoral presidencial 2026?

Con el propósito de dar respuesta a la interrogante planteada, la investigación se orienta a analizar la conversación política digital en el Perú durante el proceso electoral presidencial del año 2026. Para ello, se toma como eje de estudio tres dimensiones fundamentales: el volumen de la interacción, el contenido de los mensajes y el sentimiento expresado en redes sociales: contando con los objetivos específicos que se centran en examinar el nivel de participación digital, identificar los temas que predominan en el debate y analizar la orientación de las opiniones de los usuarios en dichos entornos.

En cuanto al enfoque metodológico, el estudio se desarrolla desde una perspectiva cualitativa de alcance descriptivo, sustentada en el análisis de información secundaria; dicha información proviene de un informe de monitoreo digital que recopila datos sobre la interacción en redes sociales durante un periodo determinado del proceso electoral. Bajo este enfoque, no se busca intervenir ni manipular variables, sino que, se interprete las características de la conversación política a partir de los datos disponibles.

La relevancia de la investigación radica en su aporte al estudio de la comunicación política digital en el contexto peruano, al permitir comprender de qué manera se configuran las interacciones, los contenidos y las emociones en el marco del debate electoral. Asimismo, ofrece insumos para reflexionar sobre el papel que desempeñan las redes sociales en la formación de la opinión pública y en el funcionamiento de la dinámica democrática actual.



CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

I.1. Situación problemática

EL salto tecnológico y el auge de las redes sociales le han dado un giro total a la comunicación política en todo el mundo durante los últimos años; hoy, estas plataformas son el escenario principal donde se mueve la información y donde políticos y ciudadanos realmente interactúan para moldear la opinión pública. Por eso, analizar la conversación digital se ha vuelto clave: es la mejor ventana que tenemos para entender qué piensa la gente, qué posturas toma y qué tan activa es su participación en el mundo virtual.

En el caso del Perú, ésta transformación se ha ido intensificando en los procesos electorales, en los cuales, el uso de redes sociales por parte de los candidatos, partidos políticos y ciudadanos se ha incrementado de manera considerable, ello se refleja en un alto volumen de interacciones digitales en diversas plataformas, lo que demuestra que no solo se da en una mayor participación ciudadana, sino también en la configuración de tendencias temáticas, narrativas políticas y niveles de polarización en el entorno digital.

De igual manera, el análisis de la conversación política digital permite identificar patrones vinculados a la predominancia de determinados temas en la agenda pública, así como la visibilidad de actores políticos y las variaciones existentes en el sentimiento ciudadano frente a los candidatos, considerando así que, la información generada en entornos digitales constituye una fuente empírica importante para comprender el comportamiento político contemporáneo.

Aun así, pese a la creciente relevancia de estos espacios, aún existe una limitada sistematización académica que permita analizar de manera estructurada la conversación

política digital en el Perú, especialmente desde los enfoques metodológicos que integren tanto el análisis de datos cuantitativos como la interpretación cualitativa del contenido.

Por lo expuesto es que, se ve la necesidad de poder desarrollar un análisis de la conversación digital durante el proceso electoral presidencial 2026 en el Perú, con el propósito de identificar sus principales características, dinámicas y patrones, contribuyendo así al estudio de la comunicación política en contextos digitales.

1.2. Formulación del problema

En el Perú, la conversación política digital se ha consolidado como un espacio relevante para la expresión de opiniones, la difusión de información y la interacción entre actores políticos y ciudadanía en el proceso electoral presidencial del 2026; de igual manera, a través de las redes sociales se han ido generando dinámicas de comunicación que permiten observar tendencias temáticas, niveles de participación, posicionamientos políticos y manifestaciones de apoyo o de rechazo hacia los candidatos.

El análisis de la conversación política digital permite aproximarse al comportamiento del discurso político en entornos virtuales, así como a las formas en que se construye la opinión pública en el contexto electoral; pese a ello, resulta necesario examinar de manera sistemática cómo es que se configura esta conversación en el país, considerando sus principales características y dinámicas durante el proceso electoral. Por lo que, en ese marco, se plantea la siguiente interrogante de investigación:

¿Cómo se configura la conversación política digital en el Perú durante el proceso electoral presidencial 2026?

1.3. Justificación

La justificación del presente estudio se encuentra en su dimensión utilitaria, puesto que permite generar conocimiento sistematizado sobre la conversación política digital en el contexto electoral peruano; ya que proporciona información organizada sobre el volumen de interacción, los temas predominantes y las tendencias de opinión ciudadana, partiendo del análisis de datos provenientes de entornos digitales. Los resultados pueden servir como insumo para investigadores, estudiantes y analistas políticos interesados en comprender las dinámicas contemporáneas de comunicación política, contribuyendo a mejorar la forma en que se interpretan los datos digitales en procesos electorales, y permitiendo una lectura más estructurada del comportamiento político en redes sociales.

Desde una perspectiva social, la investigación adquiere relevancia al abordar un fenómeno estrechamente vinculado con la participación ciudadana en espacios digitales, debido a que las redes sociales se han convertido en plataformas donde los ciudadanos expresan opiniones, debaten ideas y manifiestan posiciones frente a actores políticos y procesos electorales. Analizar la conversación política digital permite comprender cómo se construyen percepciones colectivas, así como identificar niveles de polarización, aceptación o rechazo dentro de la ciudadanía, contribuyendo a visibilizar las formas en que la sociedad interactúa políticamente en entornos virtuales, lo cual es sumamente importante en contextos democráticos contemporáneos.

En lo que respecta a la actualidad, se enmarca en un contexto reciente y vigente como es el proceso electoral presidencial 2026 en el Perú, caracterizado por un alto uso de plataformas digitales para la difusión de contenido político. La creciente digitalización de la comunicación política hace necesario el desarrollo de estudios que analicen estos

nuevos escenarios de interacción; desde esta perspectiva, el trabajo responde a una necesidad contemporánea de comprender fenómenos políticos que se desarrollan en tiempo real y en espacios virtuales, ello permite que la investigación no solo sea pertinente en el momento actual, sino también relevante para futuras investigaciones sobre procesos electorales en contextos digitales.

Finalmente, la investigación presenta una relevancia política y gubernamental, en tanto permite aportar elementos de análisis sobre el comportamiento del discurso político ciudadano en entornos digitales. La identificación de tendencias, temas predominantes y niveles de aceptación o rechazo hacia actores políticos puede ser de utilidad para instituciones públicas, organismos electorales y actores políticos en la toma de decisiones y en la formulación de estrategias de comunicación; asimismo, contribuye al fortalecimiento del análisis político en el ámbito gubernamental al ofrecer evidencia empírica sobre cómo se manifiesta la opinión pública en el entorno digital, lo que resulta clave para poder comprender la dinámica democrática actual.

1.4. Objetivos

1.4.1. *Objetivo General*

Analizar la conversación política digital en el Perú durante el proceso electoral presidencial 2026.

1.4.2. *Objetivos Específicos.*

1. Identificar el volumen de la conversación política digital en el Perú durante el proceso electoral presidencial 2026.
2. Determinar los principales temas y actores presentes en la conversación política digital durante el proceso electoral presidencial 2026.

3. Caracterizar el tipo de sentimiento predominante en la conversación política digital durante el proceso electoral presidencial 2026.

1.5. Variable

Conversación política digital

1.6. Operacionalización de variables

La variable conversación política digital se operacionaliza a partir del análisis de datos secundarios provenientes de interacciones en redes sociales en el contexto del proceso electoral presidencial 2026 en el Perú. Para su estudio, se consideran tres dimensiones principales: volumen de la conversación, contenido de la conversación y sentimiento de la conversación.

La medición se realiza mediante el análisis de indicadores como número de menciones, interacciones, impresiones, temas predominantes, actores políticos con mayor visibilidad y tipo de sentimiento expresado – positivo, negativo o neutral –, a partir de información sistematizada en plataformas digitales.

Tabla 1*Operacionalización de la variable*

Variable	Dimensiones	Indicadores	Técnica	Instrumento
Conversación política digital	Volumen de la conversación	Número de menciones	Análisis de datos	Ficha de registro de datos
		Interacciones		
		Impresiones		
	Contenido de la conversación	Temas predominantes	Análisis de contenido	Ficha de análisis de contenido
		Actores políticos con mayor visibilidad		
	Sentimiento de la conversación	Sentimiento positivo	Análisis de datos y contenido	Ficha de registro de datos
		Sentimiento negativo		
		Sentimiento neutral		

Nota: Elaboración propia

1.7. Hipótesis de investigación

En concordancia con el enfoque mixto, el nivel descriptivo y el diseño no experimental que orientan la presente investigación, se plantea la siguiente hipótesis de investigación la cual se encuentra dirigida a caracterizar la conversación política digital en el contexto del proceso electoral presidencial 2026 en el Perú:

La conversación política digital en el Perú durante el proceso electoral presidencial 2026 se configura a partir de un conjunto de características observables relacionadas con el volumen de interacción, los temas predominantes, la presencia de actores políticos y el tipo de sentimiento expresado en redes sociales.

La formulación de la presente hipótesis permite guiar el análisis de la información sin establecer relaciones de causalidad, manteniéndose dentro del alcance de una investigación descriptiva basada en el análisis de datos secundarios.



CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Estado del arte

2.1.1. Contexto político y digital de las elecciones en Perú

El proceso electoral presidencial peruano de 2026 se desarrolla en un escenario marcado por una persistente crisis de representación, debilitamiento institucional y creciente desconfianza ciudadana hacia los actores políticos. Taxativamente, el proceso quedó delimitado cuando el Poder Ejecutivo dispuso: “*Convocan a Elecciones Generales el 12 de abril de 2026*” (Presidencia del Consejo de Ministros [PCM], 2025); esta delimitación normativa no solo fija el marco temporal del proceso, si no, que sitúa la competencia electoral dentro de un contexto donde la democracia peruana enfrenta el reto de recomponer legitimidad, estabilidad y confianza pública (PCM, 2025).

A ello se suma que el periodo electoral de 2026 no se concibe únicamente como una etapa de competencia entre candidaturas, sino también, como un espacio regulado por normas de propaganda, publicidad estatal y neutralidad; al respecto, el Reglamento aprobado por el Jurado Nacional de Elecciones establece como objeto “*establecer las disposiciones reglamentarias destinadas al control y sanción de las infracciones*” en materia de propaganda electoral, publicidad estatal y neutralidad en periodo electoral (Jurado Nacional de Elecciones [JNE], 2025, art. 1). De la misma manera, el Decreto Supremo N.º 054-2025-PCM aprueba disposiciones específicas para asegurar el cumplimiento del deber de neutralidad durante el proceso electoral 2026, lo que evidencia que el Estado reconoce de manera expresa la especial sensibilidad política e institucional de este periodo (JNE, 2025; PCM, 2025).

Visto desde el plano político y social, el informe Elecciones Presidenciales Perú 2026 describe que, la elección se produce en un clima atravesado por *“una prolongada inestabilidad institucional, altos niveles de desaprobación hacia las autoridades y una creciente fragmentación del sistema de partidos”*, señalando además la existencia de vacancias presidenciales, enfrentamientos entre el Ejecutivo y el Congreso, y una fuerte desconfianza ciudadana en las instituciones (Informe Dinamic, 2026, p. 2). En esa misma línea, el documento sostiene que, el electorado aparece como “polarizado y exigente”, demandando respuestas frente a la inseguridad, la corrupción, la informalidad y las brechas sociales (Informe Dinamic, 2026, p. 2). Estos elementos permiten afirmar que la elección de 2026 no puede entenderse solo como un evento procedimental, si no, como una coyuntura de alta tensión política y simbólica en la que se reabre la disputa por la representación democrática.

En este contexto la dimensión digital adquiere un lugar central: el mismo informe advierte que, las campañas se desarrollan *“en un entorno altamente digitalizado, donde las redes sociales y los medios digitales desempeñan un papel determinante en la formación de opinión pública”* (Informe Dinamic, 2026, p. 2). La evidencia empírica del reporte refuerza esta afirmación: durante el periodo analizado se registraron 83,986 menciones, 2,631,097 interacciones y 63,465,427 impresiones vinculadas al tópico electoral, con una concentración predominante en X (73 %), seguida por Facebook (11 %), YouTube (8 %), TikTok (5 %) e Instagram (3 %) (Informe Dinamic, 2026, p. 3). Estos datos muestran que la conversación electoral no solo existe en el espacio digital, sino que, encuentra allí uno de sus principales escenarios de producción, circulación y confrontación discursiva.

La importancia de esta dimensión digital también se vincula con los desafíos que enfrentan los organismos electorales frente a fenómenos como la desinformación, la amplificación de contenidos engañosos y la necesidad de monitorear el debate público en plataformas. En el documento de trabajo de la ONPE sobre desinformación y organismos electorales se advierte que, respecto de las redes sociales, existe consenso en torno a “*su capacidad para exacerbar, intensificar y ampliar su alcance e impacto*” (Vega Franco, 2022, p. 14). Es por ello que, el estudio de la conversación política digital en el Perú no solo resulta pertinente para comprender preferencias, emociones o narrativas ciudadanas, sino también, para examinar cómo la arena digital incide en la calidad del debate democrático y en la propia integridad del proceso electoral.

Finalmente, el informe técnico utilizado como base empírica de esta investigación aporta también un elemento metodológico importante para contextualizar el fenómeno. En su sección final, precisa que el estudio se desarrolla en el “espectro digital” y que trabaja con un “universo identificado de 83.986 conversaciones en redes sociales utilizado como muestra”, a partir de una técnica de data mining, con registro de usuarios de X, Facebook, YouTube, TikTok e Instagram geolocalizados en el Perú (Informe Dinamic, 2026, p. 33). Ello resulta relevante ya que confirma que el entorno digital no es un espacio marginal dentro de la competencia electoral contemporánea, sino una fuente empírica sustantiva para analizar la conversación política, sus temas predominantes, sus actores visibles y sus orientaciones afectivas.

2.2. Antecedentes

2.2.1. Antecedentes internacionales

El análisis de las dinámicas de la conversación política en el ámbito digital internacional ha adoptado diversas perspectivas analíticas, con un énfasis particular en el rol transformador de las redes sociales en la configuración de la opinión pública, la movilización ciudadana y las complejidades inherentes a los procesos electorales.

Esta evolución ha reconfigurado la esfera pública de manera profunda, un fenómeno que ha sido explorado exhaustivamente desde marcos teóricos consolidados; en esta línea, Peter Dahlgren (2005) argumenta que los espacios digitales han expandido significativamente las oportunidades para la deliberación cívica, no solo facilitando el acceso a contenidos políticos diversos, sino también, empoderando a los individuos como productores y difusores activos de dichos contenidos. De este modo, la conversación política digital emerge como una prolongación natural de la esfera pública habermasiana hacia el ciberespacio, donde los significados políticos se forjan mediante interacciones dinámicas, inclusivas y a menudo efímeras, fomentando un diálogo que trasciende las barreras geográficas y temporales tradicionales.

Por su parte, Castells (2009) profundiza en que, la comunicación en red ha redefinido las relaciones de poder en la sociedad contemporánea al permitir que los ciudadanos se conviertan en emisores activos dentro de procesos de comunicación masiva. Este cambio ha dado lugar a lo que denomina una “*sociedad red*”: en la cual la información circula de manera descentralizada y los actores políticos compiten por visibilidad en el entorno digital (Castells, 2009).

En el ámbito pragmático, diversos estudios han analizado la naturaleza de las interacciones políticas en redes sociales: Los autores Vaccari y Valeriani (2018) introducen el concepto de *political talk*, entendido como el intercambio de opiniones políticas entre ciudadanos en plataformas digitales, destacando que, estas interacciones pueden influir en los niveles de participación política y en la formación de actitudes políticas.

De manera hilatoria, se manifiesta que, los datos provenientes de redes sociales deben ser interpretados con cautela, ya que indicadores como menciones o interacciones reflejan niveles de atención hacia determinados temas o actores, pero no necesariamente implican un apoyo político (Jungheer, Schoen y Jürgens, 2017). Este planteamiento resulta clave para investigaciones que, como la presente, utilizan métricas digitales como base empírica.

En lo que respecta la dinámica del contenido políticos en redes, varios estudios recientes han evidenciado la tendencia hacia la polarización, un concepto definido por Iyengar, Sood y Lelkes (2019), quienes ven *polarización afectiva* como la tendencia de los individuos a desarrollar actitudes negativas hacia grupos políticos opuestos, fenómeno que se intensifica en entornos digitales. De manera no menos importante, Cinelli et al. (2021) explican que las redes sociales favorecen la formación de “cámaras de eco”, en las cuales los usuarios interactúan principalmente con información y opiniones afines, reforzando así sus propias creencias.

En esa misma línea presentada, se ha demostrado en investigaciones como las de Barberá et al. (2012) que, la exposición selectiva a contenidos políticos en redes sociales contribuye a la segmentación ideológica del electorado, mientras que estudios como los

de Boulianne (2015) han evidenciado que el uso de redes sociales está asociado a mayores niveles de participación política, aunque con efectos diferenciados según el contexto.

En el tiempo contemporáneo, se encuentran diversas investigaciones comparadas que han señalado que, la conversación política digital no solo cumple una función informativa, sino también, emocional. En este sentido, Gamboa et al. (2024) identifican que los discursos políticos en entornos digitales tienden a intensificar elementos emocionales y conflictivos, lo que incrementa los niveles de interacción y visibilidad en redes sociales.

En conjunto, estos antecedentes internacionales permiten comprender que la conversación política digital es un fenómeno complejo, el cual se encuentra caracterizado por la interacción entre información, emociones, participación y estructuras tecnológicas. Asimismo, evidencian que el análisis de este tipo de conversación requiere considerar tanto sus dimensiones cuantitativas (volumen de interacciones) como cualitativas (contenido y sentimiento), aspectos que resultan relevantes para la presente investigación.

2.2.2. Antecedentes nacionales

En el contexto peruano, el estudio de la conversación política digital ha ido adquiriendo relevancia a partir del análisis de los procesos electorales recientes, de manera particular en las elecciones generales del 2021, las cuales constituyeron un antecedente directo para comprender la dinámica del proceso electoral presidencial del 2026.

Uno de los principales aportes en este ámbito es el estudio de Ponte Torrel (2022), quien analiza la polarización afectiva en Twitter durante la segunda vuelta electoral.

Torrel concluye que *“los resultados indican que la polarización afectiva se presenta en los sentimientos extremos de los usuarios hacia las candidaturas”* (Ponte Torrel, 2022, p. 138); ello evidencia que, la conversación política digital en el Perú no solo se estructura en torno a preferencias políticas, sino también, a partir de dinámicas emocionales intensas que refuerzan la confrontación entre grupos.

De la misma manera, Montúfar-Calle, Atarama-Rojas y Saavedra-Chau (2022) analizan la actividad política en redes sociales durante la primera vuelta electoral del 2021, identificando así patrones de interacción digital que muestran la creciente centralidad de estas plataformas en la comunicación política, siento de utilidad al ayudar a la comprensión sobre cómo se configuran los temas predominantes y la visibilidad de los actores políticos en el entorno digital.

En el ámbito metodológico, resulta pertinente invocar a Jungherr et al. (2017), quienes advierten que los datos derivados de la actividad digital no equivalen necesariamente a indicadores de apoyo político, sino que más bien registran grados de atención o visibilidad hacia determinados actores o temas. Las métricas de interacción deben ser entendidas como indicadores de visibilidad o interés, más no como equivalentes directos de respaldo electoral (Jungherr et al., 2017); con lo cual se esclarece que se deben evitar interpretaciones simplistas del volumen de conversación política en redes sociales, realizándolas con la cautela debida.

Por otro lado, el estudio de la comunicación política digital en el contexto peruano ha sido explorado a través de diversas investigaciones académicas y tesis universitarias; un ejemplo lo constituye el trabajo de Anastacio Coello (2022), quien analiza el empleo de plataformas como Twitter y TikTok por parte de candidatos presidenciales, revelando

que las estrategias digitales se centran tanto en la promoción de propuestas programáticas como en la forja de una imagen política atractiva. De modo similar, Carrera Príncipe (2021) examina las tácticas de comunicación en la segunda vuelta electoral, enfatizando el rol crucial de la personalización de mensajes y el posicionamiento discursivo en las redes sociales para captar audiencias y moldear percepciones electorales.

En lo que respecta al contexto institucional, Vega Franco (2022), en un documento de la ONPE, señala que las redes sociales tienen la capacidad de “*exacerbar, intensificar y ampliar su alcance e impacto*” (Vega Franco, 2022, p. 14), lo que evidencia su potencial para influir en la percepción ciudadana y en la calidad del debate público, advirtiendo sobre los riesgos asociados a la desinformación en procesos electorales.

Finalmente, el informe técnico sobre elecciones presidenciales 2026 proporciona evidencia empírica reciente sobre la conversación política digital en el país, señalando así que, esta se desarrolla en un entorno caracterizado por altos niveles de interacción, concentración de plataformas y fuerte presencia de determinados temas políticos. De esa forma, se indica que el análisis se basa en un “universo identificado de 83.986 conversaciones en redes sociales utilizado como muestra” (Informe Dinamic, 2026, p. 33), lo que confirma la magnitud y relevancia del fenómeno en el contexto electoral actual.

Es así que, los antecedentes del ámbito nacional permiten identificar que, la conversación política digital en el Perú se caracteriza por la presencia de altos niveles de polarización, una fuerte carga emocional en los discursos, una creciente centralidad de las redes sociales en la comunicación política y lo más importante, la necesidad de interpretar críticamente los datos digitales utilizados para su análisis.

2.2.3. Antecedentes locales

En el ámbito de la región, si bien la producción académica sobre conversación política digital aún es limitada, existen investigaciones relevantes desarrolladas en universidades de Arequipa que permiten aproximarse al fenómeno desde el análisis de la comunicación política en redes sociales durante procesos electorales recientes.

Entre los aportes más significativos figura la tesis “El análisis de las redes sociales como comunicación política de los partidos políticos en las elecciones generales del Perú 2021”, defendida por Tejada Rivera (2025) en la Universidad Católica de Santa María. En este estudio, el autor examina el despliegue de plataformas digitales por parte de las organizaciones políticas en el proceso electoral, concluyendo que, las redes sociales trascienden su rol meramente informativo para asumir una dimensión estratégica clave en la edificación de imagen partidaria, el posicionamiento ideológico y la fomentación de interacciones directas con el electorado (Tejada, 2025).

A partir de este estudio, se pone de manifiesto que, la comunicación política en redes sociales se organiza en función de indicadores clave como el grado de interacción, la frecuencia de las publicaciones y la naturaleza del contenido compartido, lo que facilita la cuantificación del alcance y la visibilidad de los actores políticos en el ámbito digital; asimismo, se aprecia que los partidos políticos aprovechan estos entornos para consolidar su presencia mediática y forjar conexiones más inmediatas y personalizadas con la ciudadanía.

Bajo esa misma premisa, diversas investigaciones en universidades de la región como la Universidad Nacional de San Agustín, la Universidad Católica San Pablo y la Universidad Continental han abordado aspectos relacionados con el comportamiento

electoral, la comunicación digital y el uso de redes sociales en contextos políticos. Pese a que estos estudios no siempre se centran exclusivamente en la conversación política digital, sí aportan elementos importantes para comprender cómo se configura la interacción política en los entornos digitales a nivel local.

Desde ese punto de vista, estos trabajos coinciden en el uso de métricas digitales como son el número de interacciones, comentarios, reacciones y alcance de publicaciones, lo que permite analizar la dinámica de la comunicación política en redes sociales de manera empírica; empero, también presentan limitaciones vinculadas al acceso a datos, la delimitación temporal y el alcance de las muestras, lo que restringe la generalización de sus resultados.

En contraste con ello, el análisis de la conversación política digital durante el proceso electoral presidencial 2026 permite ampliar el estudio del fenómeno en el contexto local al incorporar una base de datos más amplia y sistematizada. De acuerdo con el informe utilizado en la presente investigación, el análisis se sustenta en un conjunto significativo de interacciones digitales, lo que posibilita una aproximación más integral a la dinámica de la conversación política en el Perú contemporáneo (Informe Dinamic, 2026).

2.3. Bases conceptuales

2.3.1. *La esfera pública y la deliberación en los entornos digitales*

Hacer mención del análisis de la conversación política digital va de la mano con el concepto de esfera pública, pues se encuentra entendido como el espacio en el que se forma la opinión pública a través del intercambio de ideas entre los ciudadanos. Desde

una perspectiva clásica, Habermas sostiene que la esfera pública constituye un ámbito de deliberación donde los individuos participan en la discusión de asuntos de interés común, lo que resulta fundamental para el funcionamiento de la democracia (Habermas, 1989/1962).

Pese a ello, este concepto ha sido objeto de reformulación en el contexto contemporáneo debido al desarrollo de las tecnologías digitales, por lo que, de manera hilatoria, Dahlgren (2005) propone que la esfera pública debe entenderse como un proceso dinámico que incorpora dimensiones estructurales, culturales e interactivas, destacando así el rol activo de los ciudadanos en la construcción del debate público. En palabras del autor: *“la democracia se sostiene en que los ciudadanos conversen entre sí; ser audiencia no equivale a ser ‘público’”* (Dahlgren, 2005, p. 150).

Partiendo de ello, la esfera pública en entornos digitales se caracteriza por una mayor apertura y descentralización de la comunicación. Castells (2009) señala que en la denominada *“sociedad red”* la comunicación deja de estar concentrada en medios tradicionales y pasa a estructurarse en redes donde múltiples actores pueden producir y difundir contenidos, lo que llega a transformar las dinámicas de poder en la comunicación política.

Aun así, esta ampliación de los espacios de participación también introduce nuevas condiciones en la deliberación pública. La comunicación política en entornos digitales se encuentra mediada por la lógica de las plataformas, en la que factores como la visibilidad, la viralidad y los algoritmos influyen en la circulación de la información política; ello implica que la conversación pública no se desarrolla únicamente en función

del debate racional, sino también en relación con dinámicas tecnológicas propias del entorno digital (Klinger y Svensson, 2015).

En torno a ello, la conversación política digital puede ser entendida como una manifestación contemporánea de la esfera pública, en la que, los ciudadanos no solo acceden a información política, sino que participan activamente en su producción, circulación y discusión; pese a ello, estas dinámicas también plantean desafíos, como la fragmentación del debate y la exposición selectiva a contenidos, lo que puede afectar la calidad de la deliberación democrática.

2.3.2. *La comunicación política en la sociedad red*

Los cambios en la comunicación política están estrechamente vinculados con la transformación de la esfera pública en entornos digitales, por lo que, Castells (2009) sostiene que el poder en las sociedades contemporáneas se ejerce, en gran medida, a través del control de los procesos de comunicación, los cuales se han reconfigurado con la expansión de las redes digitales. Bajo esa idea, la política deja de estar mediada exclusivamente por instituciones tradicionales y pasa a desarrollarse en espacios donde la información circula de manera descentralizada (Castells, 2009).

Este cambio ha dado lugar a lo que el autor denomina la “sociedad red”, en la cual, la comunicación se estructura a través de nodos interconectados que permiten la participación de múltiples actores; es por ello que, los ciudadanos no solo consumen información política, sino que también intervienen activamente en su producción y difusión, lo que modifica la relación entre emisores y receptores en la comunicación política (Castells, 2009).

Ahora bien, esta transformación no implica la desaparición de los medios tradicionales, sino, su articulación con los nuevos medios digitales. Chadwick (2013) introduce el concepto de sistema híbrido de medios para explicar cómo es que la comunicación política contemporánea se desarrolla a partir de la interacción entre medios tradicionales y plataformas digitales. Según este enfoque, los actores políticos combinan distintas estrategias comunicativas para influir en la opinión pública, aprovechando tanto la lógica de los medios tradicionales como la de las redes sociales (Chadwick, 2013).

Por ese lado también se encuentran Klinger y Svensson (2015), quienes plantean que la comunicación política en entornos digitales se rige por una lógica de medios en red, en la cual la producción, distribución y consumo de información están condicionados por las características propias de las plataformas. Con ello, se ve que la visibilidad de los contenidos no depende únicamente de su relevancia política, sino que, también influyen factores como la interacción de los usuarios, la viralidad y los algoritmos de recomendación.

Visto desde el lado empírico, la literatura reciente ha mostrado que estas dinámicas influyen directamente en la forma en que se desarrolla la conversación política en redes sociales; de manera particular, se ha observado que determinados actores o contenidos pueden adquirir mayor visibilidad debido a la actividad de usuarios altamente participativos o a la lógica de amplificación de las plataformas. Tal como señalan Papakyriakopoulos et al. (2020), los llamados “usuarios hiperactivos” pueden desempeñar un papel similar al de líderes de opinión, influyendo así en la circulación de contenidos y en la configuración del debate público.

De una misma manera, la comunicación política en la llamada “sociedad red” también se encuentra marcada por la importancia de la interacción, lo cual va alineado con lo que comentan Vaccari y Valeriani (2018): el intercambio de opiniones políticas en plataformas digitales – lo que denominan *digital political talk* – constituye una forma de participación política que puede llegar a influir en la formación de actitudes y en la implicación de los ciudadanos en los procesos democráticos.

En esa circunstancia, la conversación política digital no puede llegar a ser entendida únicamente como un flujo de información, sino, como un proceso complejo en el que intervienen actores diversos, dinámicas tecnológicas y prácticas comunicativas que configuran el debate público en los entornos digitales; por ello, es menester mencionar la relevancia de la visibilidad, la interacción y la circulación de contenidos, los cuales adquieren un papel central en la competencia política en el marco de los procesos electorales.

2.3.3. Conceptualización de la conversación política digital

La conversación política digital puede conceptualizarse como el entramado de interacciones discursivas que emergen en espacios virtuales alrededor de temas, actores y dinámicas políticas; a diferencia de las modalidades tradicionales de comunicación política, se distingue por su naturaleza interactiva, descentralizada y regulada por el funcionamiento de plataformas digitales.

Desde un enfoque teórico, Vaccari y Valeriani (2018) introducen el concepto de *digital political talk* para describir el intercambio de opiniones políticas entre ciudadanos mediado por canales digitales, lo que permite concebir la conversación política no meramente como un mero flujo informativo, sino como un proceso interactivo con

potencial para moldear la participación cívica. Los autores sostienen firmemente que éstas interacciones constituyen una forma de involucramiento ciudadano en la vida democrática (Vaccari & Valeriani, 2018).

Dahlgren (2005) enfatiza que la conversación entre ciudadanos es un elemento central de la democracia, en la medida en que permite la construcción de una opinión pública activa. Tal como señala, “*la democracia se sostiene en que los ciudadanos conversen entre sí*” (Dahlgren, 2005, p. 150), lo que refuerza la idea de que la conversación política digital no debe entenderse únicamente como producción de contenido, sino como interacción significativa entre actores.

No obstante, se tiene que, la literatura reciente ha puesto énfasis en la necesidad de delimitar conceptualmente este fenómeno a partir de sus componentes observables, es así que, estudios empíricos han identificado que la conversación política digital puede analizarse a partir de indicadores como volumen de publicaciones, niveles de interacción y características del contenido. Por otro lado, es importante precisar que estas métricas no deben ser interpretadas de manera directa como expresiones de apoyo político; ya que, los datos provenientes de redes sociales pueden reflejar atención hacia determinados temas o actores, pero no necesariamente respaldo político, lo que obliga a realizar una lectura crítica de la información disponible (Jungherr et al., 2017).

De igual manera, la conversación política digital está moldeada por las particularidades inherentes a las plataformas donde se despliega; al respecto, la visibilidad de determinados contenidos no se determina únicamente por su pertinencia política, sino también por elementos como el nivel de interacción del usuario, las dinámicas algorítmicas y la prominencia de perfiles específicos. Tal como señalan

Papakyriakopoulos et al. (2020), los usuarios con alta actividad ejercen una influencia sustancial en la difusión de materiales, moldeando de este modo el debate público en el ecosistema digital.

En este marco conceptual, el debate político en espacios digitales opera como un proceso multifacético en el que confluyen la interacción, la visibilidad y el contenido discursivo; por consiguiente, su análisis no debe restringirse a indicadores numéricos, sino que exige un enfoque equilibrado que integre el escrutinio cuantitativo – centrado en volumen y frecuencia de interacciones – con el cualitativo, orientado a temas dominantes y al tono del discurso.

En el marco de la presente investigación, la conversación política digital se conceptualiza como el conjunto de interacciones registradas en plataformas digitales en torno al proceso electoral presidencial peruano de 2026, incluyendo publicaciones, comentarios y reacciones vinculadas a actores políticos, temas de campaña y eventos relevantes del proceso electoral. Esta definición permite delimitar el objeto de estudio y establecer una base teórica coherente con la operacionalización de la variable.

Para fines de esta investigación, se entenderá a la conversación política digital como el rastro de interacciones – desde publicaciones hasta simples reacciones – generadas en redes sociales sobre las elecciones presidenciales de Perú en el 2026; por lo que, al centrarnos en los candidatos, los temas de agenda y los hitos de la campaña, se logrará aterrizar al objeto de estudio y darle coherencia al análisis de la variable.

2.3.4. *Engagement e interacción en redes sociales*

Hablar de *engagement* en política digital va más allá de contar cuántas veces se compartió una publicación o cuántos comentarios recibió; aunque estas métricas son la base para entender la participación del usuario, el concepto no debe simplificarse hasta convertirlo en una fórmula matemática, ya que ello implicaría perder de vista la complejidad del fenómeno; comprendiendo que, analizarlo requiere ver la interacción no como un dato aislado, sino como parte de un proceso social más profundo.

Desde una perspectiva conceptual, Trunfio y Rossi (2021) sostienen que el *engagement* debe entenderse como un constructo multidimensional que integra distintos niveles de involucramiento por parte de los usuarios, por lo que, no todas las interacciones tienen el mismo peso ni significado, ya que cada una expresa formas distintas de relación con el contenido. Así, mientras algunas acciones pueden reflejar una reacción superficial, otras implican una mayor exposición o posicionamiento público frente a un tema político.

Esta distinción es fundamental, ya que las métricas de interacción no son un espejo directo de la intención de voto. La literatura reciente, con autores como Tenenboim (2022), subraya que las interacciones en redes sociales constituyen formas diversas de participación, las cuales pueden responder a motivaciones informativas, expresivas o incluso críticas; por lo tanto, reducir estas formas de participación a un simple "aprobación política" ignora la naturaleza compleja y muchas veces contradictoria del comportamiento en plataformas digitales.

De manera hilatoria, Jungherr et al. (2017) advierten que los datos provenientes de redes sociales deben ser analizados con cautela, ya que estos reflejan principalmente niveles de atención hacia determinados contenidos o actores, lo que implica que un alto

volumen de interacciones no necesariamente indica aprobación, si no, una visibilidad dentro del debate público.

. Los autores Klinger y Svensson (2015) explican que la lógica de los medios en red condiciona la circulación de la información, priorizando aquellos contenidos que generan mayor interacción; de esta manera, los algoritmos tienden a amplificar publicaciones con altos niveles de participación, lo que contribuye a incrementar su alcance y visibilidad (Klinger y Svensson, 2015), resaltando que, el *engagement* no puede ser comprendido al margen de las dinámicas propias de las plataformas digitales.

Siguiendo esa lógica, entra Chadwick (2013) articulando ello, y denominando el sistema híbrido de medios, en el cual los actores políticos combinan estrategias comunicativas tradicionales y digitales para posicionarse en la esfera pública. En este contexto, generar *engagement* no es únicamente un resultado de la interacción ciudadana, sino que también es un objetivo estratégico dentro de la competencia política.

En contraposición, la conexión entre interacción digital y participación política ha sido examinada desde un ángulo empírico por Boulianne (2015), quien, mediante un metaanálisis exhaustivo, detecta una compensación positiva entre el empleo de redes sociales y el compromiso cívico. No obstante, la investigadora matiza que esta asociación no resulta uniforme, ya que está mediada por factores como la naturaleza de la plataforma, el entorno político específico y los atributos demográficos o sociológicos de los usuarios (Boulianne, 2015).

Estudios recientes han destacado el papel de los usuarios altamente activos en la configuración del debate digital, tal como señalan Papakyriakopoulos et al. (2020) estos perfiles pueden influir significativamente en la circulación de contenidos, actuando como

amplificadores dentro de la red, lo que implica que la visibilidad de ciertos temas o actores no siempre responde a un interés generalizado, si no, a dinámicas específicas de interacción.

En el contexto de esta investigación, el *engagement* se define como el espectro de capturas en redes sociales vinculadas al proceso electoral presidencial del 2026, a reacciones, comentarios, comparticiones y menciones. Estas métricas facilitan el examen de la visibilidad y la difusión de contenidos políticos, al tiempo que permiten detectar los temas y actores que captan mayor atención en el ecosistema digital.

En este sentido, el análisis del *engagement* no pretende solo cuantificar el apoyo político *per se*, sino desentrañar las dinámicas de la conversación digital, revelando patrones de interacción que arrojan luz sobre la configuración del debate público en plataformas sociales.

2.3.5. Polarización, sentimiento y dinámicas del discurso digital

El análisis de la conversación política digital trasciende el mero escrutinio del volumen de interacciones o los contenidos circulantes, exigiendo la integración de una dimensión esencial: el tono emocional incorporado al discurso político en espacios virtuales; En efecto, la literatura reciente ha destacado el papel de la polarización y del sentimiento como elementos centrales en la configuración del debate político en redes sociales.

Entre los deportes más destacados en este ámbito sobresale el concepto de polarización afectiva, que Iyengar, Sood y Lelkes (2019) definen como la propensión de los individuos a valorar favorablemente a los grupos políticos afines y de manera desfavorable a los opositores, más allá de divergencias ideológicas concretas. Esta forma

de polarización se manifiesta no solo en adhesiones partidarias, sino también en emociones intensas como el rechazo, la desconfianza o la animosidad hacia el rival político (Iyengar et al., 2019).

Por el lado de las redes sociales, esta dinámica tiende a intensificarse, ya que, como bien señalan los autores, los entornos digitales facilitan la formación de comunidades ideológicamente homogéneas, lo que refuerza las identidades políticas y amplifica las emociones asociadas al conflicto político (Iyengar et al., 2019). En este sentido, la polarización afectiva no solo influye en las actitudes políticas, sino también, en la forma en que se desarrolla la conversación en línea.

De manera complementaria, Cinelli et al. (2021) en sus estudios han demostrado que las redes sociales favorecen la formación de las denominadas “cámaras de eco”, en las cuales los usuarios interactúan principalmente con contenidos que refuerzan sus propias creencias. Estos autores explican que este fenómeno se sustenta en la homofilia de las redes – es decir, la tendencia de los individuos a relacionarse con otros que comparten sus ideas – y en los mecanismos algorítmicos de las plataformas, que priorizan contenidos afines a las preferencias del usuario (Cinelli et al., 2021).

Partiendo de ello, el discurso político digital tiende a estructurarse en torno a narrativas polarizadas, en donde el conflicto y la oposición se convierten en elementos centrales del debate. En consonancia con ello, Gamboa et al. (2024) identifican que los discursos políticos en entornos digitales incorporan con frecuencia elementos emocionales y antagonistas, lo cual hace que incremente los niveles de interacción y visibilidad de los contenidos.

Este enfoque en la dimensión emocional reviste una importancia capital, ya que, según Marcus, Neuman y MacKuen (2000), las emociones desempeñan un papel decisivo en la toma de decisiones políticas al condicionar la manera en que los individuos procesan información y valoran a los actores políticos. Tales emociones ganan aún mayor peso en la formación de juicios políticos, particularmente en el contexto digital, donde la información se propaga con rapidez y en fragmentos dispersos (Marcus et al., 2000).

En este ámbito, se ha observado que la emocionalidad impregna no solo el contenido político propiamente dicho, sino también, su dinámica de difusión. Gamboa et al. (2024) argumentan que los mensajes cargados de emoción suscitan niveles superiores de interacción, favoreciendo así su amplificación en el seno de las plataformas digitales.

En cambio, el análisis del sentimiento en la conversación política digital plantea desafíos metodológicos importantes: en particular, como señalan Liu (2012) y Taboada et al. (2011), el análisis de sentimiento requiere considerar el contexto en el que se produce el discurso, ya que las expresiones emocionales pueden variar según el uso del lenguaje, la ironía o la intención comunicativa. En palabras de estos autores, la interpretación del sentimiento no puede reducirse a una clasificación mecánica de los textos, sino que debe considerar su dimensión contextual (Taboada et al., 2011).

También esto se ve en el ámbito de la comunicación política digital, ya que resulta necesario tener en cuenta que las métricas asociadas al sentimiento no reflejan necesariamente apoyo político; por lo que, Jungherr et al. (2017) revelan que los datos digitales deben interpretarse como indicadores de atención o visibilidad, más no como equivalentes directos de respaldo electoral.

El sentimiento se entiende como la orientación emocional de las interacciones digitales – positiva, negativa o neutral – en relación con actores, temas y eventos del proceso electoral presidencial 2026; esta definición se alinea con enfoques de análisis de contenido y minería de datos aplicados al estudio de la opinión pública digital (Jungherr et al., 2017).

En concordancia con ello, la incorporación del análisis del sentimiento permite complementar el estudio del volumen y del contenido de la conversación política digital, ofreciendo una aproximación más integral a la dinámica del debate público en entornos digitales, donde no solo importa qué se dice, sino también cómo es que se expresa.

2.4. Enfoque desde la Ciencia Política

2.4.1. *La opinión pública y la democracia en entornos contemporáneos*

Desde la Ciencia Política, el análisis de la comunicación y la conversación política se entrelazan inextricablemente con la génesis de la opinión pública, concebida como pilar fundamental del engranaje democrático; en términos clásicos, Habermas (1989/1962) postula que esta opinión pública surge del diálogo argumentativo entre ciudadanos en la esfera pública, actuando como contrapeso al ejercicio del poder político.

Empero, en escenarios contemporáneos, este mecanismo ha sufrido profundas mutaciones; como observa Sartori (2005), la intersección entre información y democracia se ha tornado progresivamente intrincada, dado que los ciudadanos no se limitan a consumir datos, sino que los interpretan y generan en múltiples foros, transformando la opinión pública de un derivado exclusivo de los medios convencionales en un proceso inherentemente dinámico y descentralizado.

Visto desde el entorno digital, esta transformación se profundiza; Dahlgren (2005) argumenta que la implicación en la esfera pública trasciende el mero consumo de información, a incluir la facultad de incidir activamente en el debate colectivo; en sus propias palabras: “la democracia se sostiene en que los ciudadanos conversan entre sí” (Dahlgren, 2005, p. 150), idea que corrobora la noción de que la conversación política digital integra el entramado de formación de la opinión pública.

2.4.2. Participación política y ciudadanía digital

La expansión de plataformas digitales ha transformado las modalidades de participación política, ya que, de manera tradicional, esta se concebía en clave institucionalizada – como el ejercicio del voto o la militancia partidaria –, pero en el panorama digital han surgido novedosas vías de compromiso ciudadano ancladas en las dinámicas interactivas de las redes sociales.

Al respecto, Boulianne (2015) destaca el carácter catalizador de las redes sociales para la participación política, aunque matiza la complejidad de esta vinculación; lejos de suponer un sustituto de las formas tradicionales, el ecosistema digital amplía el repertorio participativo, abriendo oportunidades inéditas de agencia cívica.

Desde una visión más amplia, Norris (2001) concibe la participación política como un espectro plural de prácticas que engloban tanto expresiones convencionales como no convencionales; así, en el contexto digital, estas prácticas mutan adoptando rasgos distintivos, permitiendo a los ciudadanos articular opiniones, viralizar información y tomar postura ante cuestiones políticas de forma instantánea (Norris, 2001).

En esa línea, la conversación política digital puede ser entendida como una forma de participación política de baja intensidad, pero de alta visibilidad, en la que los ciudadanos intervienen en el debate público sin necesidad de mediaciones institucionales. Esto no llega a implicar necesariamente un mayor compromiso político, pero sí una mayor presencia en la discusión pública.

2.4.3. *Procesos electorales y comunicación política*

Los procesos electorales representan un escenario idóneo para escrutar la intersección entre comunicación política y conducta ciudadana, dado que en ellos la difusión informativa, la elaboración de narrativas y la proyección de los actores políticos revisten una relevancia fundamental.

En el caso peruano, como señala Tanaka (2020), la debilidad de los partidos políticos ha generado un escenario en el cual la comunicación política juega un rol aún más relevante en la formación de preferencias electorales, esto debido a que, en ausencia de estructuras partidarias sólidas, los medios – y más recientemente las redes sociales – se convierten en espacios clave para la competencia política.

En torno a ello, la digitalización de las campañas ha modificado las estrategias de los actores políticos. Tuesta Soldevilla (2021) manifiesta que las campañas contemporáneas incorporan de manera creciente el uso de plataformas digitales para posicionar candidatos, difundir mensajes y responder a las demandas ciudadanas. Ello implica que la comunicación política ya no se desarrolla únicamente en espacios institucionales, sino también en entornos digitales donde la interacción es constante (Tuesta Soldevilla, 2021).

En paralelo, el análisis del proceso electoral de 2026 evidencia que la conversación política digital se ha consolidado como un espacio central de disputa simbólica, en el cual se construyen narrativas, se posicionan temas y se visibilizan actores políticos (Informe Dinamic, 2026).

2.4.4. Relevancia de la conversación política digital para el análisis político

A partir de lo precisado anteriormente, la conversación política digital adquiere relevancia no solo como fenómeno comunicativo, si no, como objeto de estudio dentro de la Ciencia Política. En estos espacios se expresan opiniones, emociones y posicionamientos, su análisis permite aproximarse a la dinámica del debate público en contextos electorales.

Empero, es menester precisar que la conversación política digital no debe ser interpretada como un reflejo directo de la opinión pública en su totalidad, ya que como manifiestan Jungherr et al. (2017), los datos provenientes de redes sociales representan formas de atención y visibilidad, mas no necesariamente la totalidad de las preferencias ciudadanas.

El análisis de la conversación política digital permite identificar patrones de interacción, temas predominantes y orientaciones discursivas, lo que resulta útil para poder comprender cómo se estructura el debate político en entornos digitales, especialmente en contextos de alta intensidad como los procesos electorales.

En este marco, desde la Ciencia Política, la conversación política digital emerge como un ámbito de confluencia entre comunicación, participación y pugna simbólica,

erigiéndose en un componente esencial para el análisis de la democracia en la era contemporánea.

2.5. Fundamentación teórica de la variable

2.5.1. Definición de la variable: conversación política digital

La conversación política digital puede conceptualizarse como el entramado de interacciones discursivas que emergen en espacios virtuales alrededor de temas, actores y dinámicas políticas, con especial énfasis en contextos de alta tensión como los procesos electorales (Viñas et al., 2023). Esta noción parte del reconocimiento de que, la comunicación política actual ha trascendido el modelo unidireccional para convertirse en un proceso interactivo donde los ciudadanos asumen un rol protagónico (Mendé et al., 1999).

En esta línea, Vaccari y Valeriani (2018) definen el discurso político digital como el intercambio de opiniones políticas entre individuos mediante plataformas digitales, subrayando su carácter como modalidad de participación cívica. Así mismo, Dahlgren (2005) sostiene que la democracia exige arenas de diálogo ciudadano, afirmando que *“la democracia se sostiene en que los ciudadanos conversan entre sí”* (pág. 150), lo que permite comprender la conversación política digital como una extensión contemporánea de la esfera pública.

De igual modo, desde la óptica de la sociedad roja, Castells (2009) describe la comunicación como un fenómeno descentralizado que habilita la intervención plural en la generación y difusión de contenidos. Así, la conversación política digital se configura

como un ámbito vibrante de interacción, en el que se libran batallas por el significado, se tejen narrativas y se posicionan actores políticos (Castells, 2009).

En el marco de la presente tesis, la variable se define como el conjunto de interacciones registradas en redes sociales en torno al proceso electoral presidencial peruano del 2026, incluyendo así lo que son publicaciones, comentarios, reacciones y menciones asociadas a actores políticos, temas y eventos clave de dicha contienda.

2.5.2. Dimensiones de la variable

Las dimensiones de la variable refieren a:

a) Volumen de la conversación:

Esta dimensión refiere a la magnitud de interacciones generadas alrededor de un tema político en entornos digitales, a compartir menciones, publicaciones, reacciones e impresiones.

Desde la perspectiva del análisis de datos digitales, estas métricas permiten detectar el grado de visibilidad de temas o actores en el debate público; no obstante, como advierten Jungherr et al. (2017), estos indicadores deben leerse primordialmente como reflejos de atención, en lugar de apoyo político, ya que la actividad en redes sociales no equivale de forma directa a preferencias electorales.

Por su parte, Jungherr (2016) destaca que los datos de plataformas digitales están tratados de sesgos derivados de la participación asimétrica de los usuarios, por lo que conviene interpretarlos como barómetros de dinámicas comunicativas, más que como representaciones completas de la opinión pública.

b) Contenido de la conversación:

Esta dimensión enmarca los temas tratados y los actores políticos que emergen en el discurso digital.

Desde la teoría del *agenda-setting*, McCombs (2004) argumenta que la visibilidad de ciertos temas moldea la percepción de su relevancia, lo que habilita el estudio de la conversación digital como una proyección ampliada de la agenda pública; paralelamente, el escrutinio del contenido revela qué cuestiones hegemónicas en el debate político y cómo se reparte la atención en torno a ellas.

Asimismo, Entman (1993) sostiene que los procesos comunicativos involucran la elaboración de marcos interpretativos (*framing*), mediante los cuales actores políticos y usuarios reconfiguran los eventos, un enfoque de particular pertinencia en espacios digitales caracterizados por una producción de contenido descentralizada.

Además, en el modelo de sistema híbrido de medios propuesto por Chadwick (2013), la visibilidad de los actores políticos depende de su habilidad para insertarse en diversos canales comunicativos, incluidas las redes sociales. De este modo, la presencia de actores en la conversación digital se convierte en un indicador relevante de su posicionamiento en el debate público (Chadwick, 2013).

c) Sentimiento de la conversación:

Esta dimensión abarca la orientación emocional de las interacciones digitales, la cual puede clasificarse como positiva, negativa o neutral.

Desde la politología, Marcus, Neuman y MacKuen (2000) sostienen que las emociones desempeñan un papel fundamental en la toma de decisiones políticas, al condicionar el procesamiento informativo por parte de los ciudadanos. A tal efecto, Iyengar et al. (2019) elaboran el concepto de polarización afectiva, enfatizando que las respuestas emocionales hacia actores políticos suelen primar sobre discrepancias ideológicas.

En términos metodológicos, Liu (2012) conceptualiza el análisis de sentimiento como la detección de la polaridad emocional en textos, tanto como Taboada et al. (2011) insisten en que tal análisis ha de incorporar el contexto lingüístico para eludir lecturas reduccionistas.

Además, estudios recientes han señalado que los discursos políticos en redes sociales tienden a incorporar elementos emocionales que incrementan la interacción; por lo que, Gamboa et al. (2024) identifican que la emocionalidad constituye un factor clave en la visibilidad de los contenidos políticos.

2.5.3. *Justificación de los indicadores*

Los indicadores seleccionados en el presente estudio ayudan a responder la necesidad de traducir la variable en elementos que sean observables y medibles, ello en coherencia con su carácter multidimensional.

Primeramente, en su dimensión de volumen, los indicadores como número de menciones, interacciones e impresiones permiten medir la intensidad de la conversación digital. Estos indicadores son ampliamente utilizados en estudios sobre comunicación política digital; no obstante, han de interpretarse como reflejos de visibilidad o atención, en lugar de apoderados directos de apoyo político (Jungherr et al., 2017).

De manera seguida, se ve la dimensión de contenido, donde los indicadores se orientan a identificar los temas predominantes y los actores políticos con mayor presencia en la conversación digital; este planteamiento se sustenta en la teoría del *agenda-setting* (McCombs, 2004), que ilumina la percepción de relevancia temática, así como en el *framing* (Entman, 1993), que explica la confección de significados en la relación política.

Por lo demás, el análisis de contenido en entornos digitales se apoya en técnicas de codificación y categorización que permiten identificar patrones discursivos en grandes volúmenes de datos (Krippendorff, 2018), por lo que este enfoque resulta particularmente útil en investigaciones que combinan análisis cuantitativo y cualitativo.

No menos relevante, la dimensión de sentimiento emplea indicadores para clasificar las interacciones conforme a su polaridad emocional, arrojando luz sobre el tono prevalente en el debate político en redes sociales. Este análisis se fundamenta en técnicas de minería de texto y análisis de sentimiento (Liu, 2012; Taboada et al., 2011), que habilitan la detección de patrones emocionales en grandes conjuntos de datos.

Es menester considerar que las interacciones en redes sociales no son homogéneas. Como señalan Trunfio y Rossi (2021), las distintas formas de *engagement* reflejan niveles diferenciados de involucramiento, lo que implica que los indicadores deben interpretarse de manera contextual.

De forma conjunta, los indicadores seleccionados permiten una aproximación integral a la conversación política digital, esto al combinar métricas de visibilidad, análisis de contenido y evaluación del sentimiento. Esta integración resulta coherente con el enfoque mixto de la investigación, permitiendo captar tanto la dimensión cuantitativa como cualitativa del fenómeno.

2.6. Síntesis teórica de la investigación

Habiendo tenido el desarrollo en lo que respecta el estado del arte, las bases conceptuales y el enfoque desde la Ciencia Política, es posible establecer una comprensión integral de la conversación política digital como objeto de estudio, así como su relevancia en el análisis de los procesos electorales contemporáneos.

En una primera línea, la revisión de la literatura permite identificar que la comunicación política ha experimentado una transformación significativa con la expansión de las tecnologías digitales. Es así que, como señalan Castells (2009) y Chadwick (2013), la política contemporánea se desarrolla en un entorno mediático híbrido y en red, donde la producción y circulación de información ya no está centralizada, sino que se encuentra distribuida entre múltiples actores; en torno a ello, los ciudadanos adquieren un rol activo en la generación de contenidos, lo que redefine las dinámicas tradicionales de la comunicación política.

Siguiendo esta línea, podemos ver la conversación política en redes como una extensión natural del debate democrático. Autores como Dahlgren (2005) ya señalaban que no hay democracia sin participación ciudadana en el debate público; por su parte, la idea de Habermas (1989) sobre la opinión pública basada en el intercambio de argumentos encaja perfectamente aquí: hoy, esa interacción ocurre en el mundo digital, convirtiendo a las redes en la nueva cara de los procesos deliberativos tradicionales.

Esta transformación también reconfigura las normas del debate público. Según la literatura, la conversación política en redes no depende solo de la racionalidad de los argumentos, sino que, está moldeada por la propia naturaleza de las plataformas: su lógica algorítmica, sus niveles de visibilidad y sus dinámicas de interacción (Klinger &

Svensson, 2015). En definitiva, el discurso digital está condicionado tanto por la infraestructura tecnológica como por las prácticas de sus usuarios.

Desde la ciencia política, este análisis revela que la conversación política digital se entrelaza con procesos clave como la conformación de la opinión pública, la movilización participativa y la pugna electoral. En el caso peruano, marcado por la fragilidad partidaria (Tanaka, 2020), las plataformas digitales emergen con mayor peso como arenas de contienda simbólica y posicionamiento estratégico.

A partir de estos elementos, la conversación política digital se presenta como un fenómeno multidimensional que no admite un escrutinio meramente cuantitativo o cualitativo en solitario; por el contrario, su estudio requiere integrar distintas dimensiones que permitan capturar la complejidad del fenómeno.

En este sentido, la variable se organiza en tres dimensiones primordiales: 1) el volumen de la conversación, que mide la intensidad y proyección de temas y actores políticos, interpretando estas métricas como índices de atención más que de adhesión partidaria (Jungherr et al., 2017); 2) el contenido de la conversación, que examina la agenda temática y la prominencia de los actores, alineándose con las teorías del agenda-setting (McCombs, 2004) y el framing (Entman, 1993); y 3) el sentimiento de la conversación, que integra la carga emocional del discurso, reconociendo el influjo de las emociones en la configuración de actitudes políticas (Marcus et al., 2000; Iyengar et al., 2019).

De modo que, la articulación de estas dimensiones permite una aproximación integral a la conversación política digital, combinando elementos como la visibilidad, el contenido y la emocionalidad. Esta perspectiva resulta coherente con el enfoque mixto

adoptado en la investigación, permitiendo analizar tanto la magnitud del fenómeno como sus características discursivas.

Por lo expuesto, el marco teórico desarrollado no solo proporciona los fundamentos conceptuales de la investigación, sino que orienta su operacionalización, permitiendo así poder establecer una relación clara entre la teoría y los elementos empíricos que serán analizados.

La conversación política digital se configura como un objeto de estudio relevante para la Ciencia Política, en tanto permite aproximarse a la dinámica del debate público en contextos electorales contemporáneos.



CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. Metodología de la investigación

La presente investigación se estructura a partir de la naturaleza del objeto de estudio y de las características de la información analizada; en ese sentido, el estudio de la conversación política digital durante el proceso electoral presidencial peruano de 2026 exige un abordaje que permita examinar interacciones registradas en entornos digitales, las cuales constituyen manifestaciones empíricas del debate público contemporáneo.

A diferencia de investigaciones basadas en la recolección directa de datos mediante encuestas o entrevistas, la presente investigación se sustenta en el análisis de información secundaria previamente sistematizada, lo cual implica un enfoque orientado al tratamiento y reinterpretación de datos digitales. Este tipo de investigaciones se caracteriza por el uso de datos existentes para generar nuevo conocimiento a partir de su análisis e interpretación (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018).

Ello condiciona la elección de las decisiones metodológicas adoptadas, en tanto el análisis se centra en identificar patrones de interacción, visibilidad y discurso a partir de registros existentes. Tal cuál señalan Bernal (2016), el diseño metodológico debe responder de manera coherente al problema de investigación y a los objetivos planteados, garantizando la consistencia interna del estudio.

Es así que, en este contexto, el diseño metodológico se construye en función de los objetivos de la investigación, los cuales se orientan a describir la configuración de la conversación política digital a partir de sus principales dimensiones: volumen, contenido y sentimiento: teniendo así a una metodología adoptada en busca de asegurar la

correspondencia entre el planteamiento del problema, la variable de estudio y las técnicas de análisis empleadas.

3.1.1. Tipo de investigación

La presente investigación es de tipo descriptiva, en la medida en que se orienta a caracterizar la conversación política digital en el Perú durante el proceso electoral presidencial de 2026, a partir del análisis de sus principales dimensiones: volumen, contenido y sentimiento.

De acuerdo con Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), los estudios descriptivos tienen como finalidad especificar las características de un fenómeno tal como se presenta, sin establecer relaciones de causalidad, como se observa en la presente tesis.

3.1.2. Enfoque de investigación

La investigación adopta un enfoque mixto, con predominio cuantitativo, en la medida en que combina el análisis de datos numéricos provenientes de interacciones digitales con la interpretación del contenido y del sentimiento de la conversación política.

Según los autores Hernández et al. (2014), el enfoque mixto implica la integración de métodos cuantitativos y cualitativos dentro de un mismo estudio, con el fin de obtener una comprensión más completa del fenómeno analizado. Por ese mismo lado, Mario Tamayo y Tamayo (2004) señala que la combinación de enfoques permite abordar fenómenos complejos desde distintas perspectivas, superando así las limitaciones de un solo método.

Siguiendo esta línea, el componente cuantitativo se refleja en el análisis de métricas como volumen de interacciones, menciones e impresiones, mientras que el componente cualitativo se orienta más al análisis del contenido temático y la orientación del sentimiento en la conversación política digital.

3.1.3. *Diseño metodológico*

El presente estudio se desarrolla bajo un diseño no experimental, de corte transversal, en la medida en que se analizan datos sin manipular las variables y en un periodo específico correspondiente al proceso electoral presidencial peruano de 2026.

Según Hernández Sampieri et al. (2014), el diseño no experimental se caracteriza por la observación de los fenómenos tal como ocurren en su contexto natural, sin intervención del investigador, por lo que, la investigación se limita a analizar la conversación política digital a partir de datos ya existentes en plataformas digitales.

Análogamente, el estudio es de tipo transversal, ya que los datos se recogen y analizan en un momento determinado del tiempo, sin realizar seguimiento longitudinal. Así como señalan Hernández Sampieri et al. (2014), los diseños transversales permiten describir variables y analizar su comportamiento en un periodo específico.

En el presente caso, el diseño adoptado resulta coherente con la naturaleza de la investigación, dado que se trabaja con información digital previamente registrada durante el proceso electoral, sin llegar a intervenir en su generación.

3.1.4. Delimitación de la investigación

La presente investigación se delimita en función de criterios temporal, espacial y temático, con el propósito de precisar el alcance del estudio.

En lo que respecta a la delimitación temporal, el estudio se circunscribe al periodo que corresponde al proceso electoral presidencial peruano del 2026, considerando así el intervalo en el que se han registrado las interacciones digitales analizadas.

Por otro lado, en la delimitación espacial el estudio se ha centrado en el Perú; empero, al tratarse de información que proviene de diferentes plataformas digitales, el análisis no se restringe a una ubicación geográfica específica, sino, al conjunto de interacciones vinculadas al contexto político peruano.

Por lo que se refiere a la delimitación temática, la investigación va más enfocada en la conversación digital generada en torno al proceso electoral, considerando en ese caso solamente aquellas interacciones que guarden relación con actores políticos, temas de campaña y eventos relevantes del contexto electoral peruano.

Teniendo así delimitaciones establecidas que permiten acotar el objeto de estudio y garantizar coherencia entre los objetivos de la investigación y el análisis desarrollado.

3.2. Población y muestra

3.2.1. Población

La población de estudio está constituida por el conjunto de interacciones digitales generadas en torno al proceso electoral presidencial peruano de 2026 en plataformas

digitales, tales como lo son las publicaciones, comentarios, menciones y demás formas de participación registradas en redes sociales.

Si bien, debido a la naturaleza del estudio y a la disponibilidad de la información, la investigación se centra en aquellas interacciones digitales que han sido previamente recopiladas y sistematizadas en informes de análisis de conversación digital, los cuales constituyen el universo accesible para el análisis.

En términos metodológicos, la población no se define en función de individuos, si no, de unidades de análisis correspondientes a contenidos digitales, los cuales representan manifestaciones del debate político en entornos virtuales. Según Mario Tamayo y Tamayo (2004), la población está conformada por la totalidad de elementos que comparten características comunes y que son objeto de estudio.

Por lo que, la población considerada en la investigación corresponde al conjunto de interacciones digitales vinculadas al proceso electoral peruano de 2026, dentro del marco de la información disponible para su análisis.

3.2.2. Muestra

La muestra del presente está constituida por el conjunto de interacciones digitales contenidas en el informe de análisis de conversación digital sobre el proceso electoral presidencial peruano de 2026, elaborado por la plataforma Dinamic, el cual recoge y sistematiza información proveniente de distintas redes sociales.

En esa línea, la investigación no realiza un proceso de muestreo directo, sino que, trabaja con una base de datos previamente construida, por lo que se emplea un muestreo no probabilístico por disponibilidad; esto según Tamayo y Tamayo (2004), se caracteriza

por seleccionar los elementos accesibles para el investigador en función de la disponibilidad de la información.

De la misma manera, Roberto Hernández Sampieri et al. (2014) señalan que, en estudios basados en datos secundarios, la muestra puede estar conformada por registros previamente sistematizados, siempre que estos resulten pertinentes para los objetivos de la investigación.

Por lo expuesto, el informe utilizado constituye una fuente válida de información en la medida en que organiza y presenta datos digitales a partir de criterios de análisis de conversación en entornos digitales, permitiendo así acceder a un conjunto estructurado de interacciones vinculadas al proceso electoral. Al respecto, la muestra corresponde a la totalidad de registros incluidos en dicho informe, los cuales han sido seleccionados bajo criterios de relevancia temática y vinculación con el contexto político analizado.

Por lo tanto, la muestra permite analizar la conversación política digital a partir de un conjunto de datos organizado y accesible, garantizando coherencia con el diseño metodológico y los objetivos de la investigación.

3.3. Fuentes, técnicas e instrumentos

3.3.1. Fuentes de información

En la presente tesis, se hace uso de fuentes de información de tipo secundario, en la medida en que se basa en datos previamente recopilados y sistematizados en el informe de análisis de conversación digital sobre el proceso electoral presidencial peruano de 2026, elaborado por la plataforma Dinamic.

Según los autores Hernández Sampieri et al. (2014), las fuentes secundarias corresponden a información que ha sido recolectada con anterioridad por otros investigadores o instituciones, la cual es utilizada posteriormente para fines de análisis. Por consiguiente, este tipo de fuentes resulta pertinente en estudios que emplean bases de datos existentes, como es el caso de investigaciones basadas en información digital.

Al respecto, el uso de fuentes secundarias permite acceder a un conjunto amplio de interacciones digitales ya organizadas, lo que facilita el análisis de la conversación política en entornos digitales sin necesidad de realizar recolección directa de datos.

Por lo que, la fuente que ha sido empleada constituye en si misma un insumo fundamental para el desarrollo del estudio, pues proporciona la base empírica sobre la cual se realiza el análisis de la conversación política digital durante el proceso electoral.

3.2.2. Técnica de recolección de datos

La técnica de recolección de datos empleada en la presente investigación es el análisis de contenido, el cuál fue aplicado a información digital previamente sistematizada en el informe de conversación política.

Según lo expuesto por Klaus Krippendorff (2018): el análisis de contenido es una técnica que permite examinar de manera sistemática y objetiva los mensajes, identificando así los patrones, categorías y significados en los datos analizados. Ello resulta pertinente para el estudio de la conversación política digital, debido a que permite poder clasificar y analizar las interacciones en función de sus características (Krippendorff, 2018).

El análisis de datos digitales se complementa con el análisis de contenido, puesto que, con ambos se puede examinar métricas tales como: volumen de interacciones,

menciones e impresiones, facilitando así la identificación de patrones de visibilidad y comportamiento en los entornos digitales.

Así mismo, Hernández et al. (2014) señala que, la elección de las técnicas de recolección debe responder a la naturaleza del objeto de estudio y a los objetivos de la investigación, lo cual se cumple en el presente caso al trabajar con datos digitales previamente estructurados.

3.2.3. Instrumento

El instrumento de recolección de datos utilizado en la presente investigación es una matriz de análisis, la cual fue elaborada en función de las dimensiones e indicadores de la variable “conversación política digital”.

Dicha matriz permite organizar y sistematizar la información contenida en el informe de análisis de conversación digital, facilitando así la clasificación de los datos según las dimensiones establecidas: volumen, contenido y sentimiento. En este sentido, el instrumento recoge información relacionada con el número de interacciones, temas predominantes, actores políticos y orientación del discurso.

Según señalan Hernández Sampieri et al. (2014), los instrumentos de recolección de datos deben estar alineados con las variables y objetivos de la investigación, permitiendo registrar la información de manera ordenada y pertinente; por lo que, en este caso, la matriz de análisis responde directamente a la operacionalización de la variable, garantizando coherencia metodológica.

Por añadidura, el uso de una matriz permite estructurar el análisis de contenido de forma sistemática, lo que facilita la interpretación de los datos y la identificación de patrones en la conversación política digital, de modo que, el instrumento empleado

constituye una herramienta adecuada para el análisis de datos digitales, permitiendo organizar la información de manera clara y consistente con el diseño de la investigación.

La matriz de análisis se encuentra adjunta en el Anexo 2.

3.4. Medida, Validez y Confiabilidad

3.4.1. Medición de la variable

La medición de la variable “conversación política digital” se realiza a partir de las dimensiones e indicadores establecidos en la matriz de análisis, los cuales permiten registrar y organizar la información contenida en el informe de análisis de conversación digital sobre el proceso electoral presidencial peruano de 2026.

A tal efecto, la variable se analiza a través de tres dimensiones: 1) volumen, 2) contenido y 3) sentimiento. La dimensión de volumen se mide mediante indicadores como número de menciones, interacciones e impresiones; la dimensión de contenido se evalúa a partir de la identificación de temas predominantes y actores políticos; mientras que la dimensión de sentimiento se clasifica en categorías como positivo, negativo y neutral.

Como señala Hernández et al. (2014), la medición de variables implica la asignación de valores o categorías a los datos, en función de los indicadores previamente definidos, lo cual permite su análisis sistemático; por lo que, en la presente tesis, la medición se realiza mediante el registro y clasificación de datos digitales previamente sistematizados en el informe de la plataforma Dinamic (2026), lo que permite analizar la conversación política digital de manera estructurada y coherente con los objetivos de la investigación.

3.4.2. Validez del instrumento

La validez del instrumento se sustenta en una revisión conceptual, en la medida en que la matriz de análisis ha sido elaborada a partir de la operacionalización teórica de la variable “conversación política digital”.

En esa línea, las dimensiones e indicadores incluidos en el instrumento – volumen, contenido y sentimiento – derivan directamente del marco teórico desarrollado, el cual se fundamenta en enfoques como lo es la comunicación política digital, análisis de contenido y análisis de datos digitales; ello garantiza que los datos registrados respondan efectivamente al fenómeno de estudio.

De acuerdo con Hernández et al. (2014), la validez de un instrumento se asegura cuando existe coherencia entre la definición conceptual de la variable y los elementos utilizados para su medición, por ello, en este caso, dicha coherencia se evidencia en la relación directa entre la variable, sus dimensiones y los indicadores establecidos en la matriz de análisis.

Paralelamente, al tratarse de una investigación basada en datos secundarios, la validez se refuerza mediante el uso de información previamente sistematizada en el informe de la plataforma Dinamic (2026), el cual organiza las interacciones digitales bajo criterios de análisis de conversación política, permitiendo así trabajar con datos pertinentes y alineados con los objetivos del estudio.

3.4.3. Confiabilidad del instrumento

La confiabilidad del instrumento refiere a la consistencia en la aplicación de la matriz de análisis para el registro y clasificación de los datos.

Según indica Hernández et al. (2014), la confiabilidad implica que un instrumento produzca resultados estables cuando se aplica bajo condiciones similares, por lo que, en este caso, la confiabilidad se sustenta en el uso de categorías previamente definidas – volumen, contenido y sentimiento –, lo que permite mantener criterios uniformes en el análisis de las interacciones digitales.

Asimismo, el empleo de datos previamente registrados en el informe de la plataforma Dinamic (2026) contribuye a la estabilidad del análisis, ello en la medida en que reduce la variabilidad asociada a la recolección directa de información y permite trabajar con una base de datos consistente; permitiendo así que la confiabilidad del instrumento se garantiza mediante la aplicación sistemática de criterios de clasificación y la utilización de información previamente estructurada, lo que favorece la consistencia de los resultados obtenidos.

3.5. Procedimiento y análisis de datos

3.5.1. Procedimiento de recolección de datos

El procedimiento de recolección de datos se desarrolló a partir del uso de información secundaria contenida en el informe de análisis de conversación digital sobre el proceso electoral presidencial peruano de 2026, elaborado por la plataforma Dinamic.

En una primera etapa, se identificó y seleccionó el informe como fuente principal de información, considerando su pertinencia con los objetivos de la investigación y su contenido relacionado con interacciones digitales en el contexto electoral peruano.

De forma consiguiente, se procedió a la revisión y organización de la información contenida en el informe, identificando así los datos relevantes en función de las dimensiones de la variable: 1) volumen, 2) contenido y 3) sentimiento.

Y, por último, en una tercera etapa, los datos fueron sistematizados mediante la matriz de análisis, lo cual permitió registrar y clasificar la información de manera ordenada, facilitando su posterior análisis.

3.5.2. Técnica de análisis de datos

En lo que refiere al análisis de datos, se emplearon las técnicas de análisis descriptivo y análisis de contenido, ello de forma concordante con el enfoque mixto de la presente investigación.

Se hizo uso del análisis descriptivo para poder examinar las métricas digitales, como lo son: número de interacciones, menciones e impresiones, lo que permitió identificar patrones de comportamiento y niveles de visibilidad en la conversación política digital.

Por su lado, el análisis de contenido permitió clasificar la información en función de las categorías temáticas, los actores políticos y la orientación del sentimiento, lo que facilitó la interpretación del discurso político en entornos digitales.

Tal como señalan Hernández Sampieri et al. (2014), el análisis de datos implica la organización, clasificación e interpretación de la información, ello en función de los objetivos de la investigación. En la presente investigación las técnicas empleadas permiten abordar la conversación política digital desde una perspectiva integral, combinando el análisis cuantitativo de métricas con la interpretación cualitativa del contenido.



RESULTADOS

4.1. Caracterización general de la conversación política digital

La conversación política digital en el marco del proceso electoral presidencial peruano del 2026 se desarrolla en un entorno altamente dinámico y con una notable intensidad de interacción en plataformas digitales. De acuerdo con el informe analizado de Dinamic, se registra un volumen significativo de actividad, con un total de 83,986 menciones, más de 2.6 millones de interacciones y un alcance que supera los 63 millones de impresiones, lo que evidencia una alta participación de los usuarios en torno al proceso electoral.

En lo que respecta la distribución por plataformas, la red social “X” concentra la proporción mayor en lo referido a la conversación digital, alcanzando aproximadamente el 73% de participación, seguida por Facebook, YouTube, TikTok e Instagram en menor medida. Ese predominio señala que la discusión política se articula de manera primaria en espacios de interacción inmediata y de debate político abierto, en donde los usuarios no solo consumen información, sino que también opinan, cuestionan y amplifican contenidos.

De la misma forma, la conversación digital se caracteriza por un alto grado de polarización, esto debido a que, por un lado, se identifican discursos de apoyo hacia determinados liderazgos políticos, especialmente aquellos asociados con propuestas de orden, seguridad y cambio; y, por el otro, se observa una fuerte presencia de críticas hacia candidatos y hacia la clase política en general, reflejando un contexto de desconfianza institucional y cuestionamiento ciudadano. Demostrando que esta dualidad no es homogénea, si no que, por el contrario, se estructura a partir de posiciones confrontadas.

Respecto a los contenidos predominantes, destacan los temas vinculados a la inseguridad ciudadana, la corrupción, la crisis política y la demanda de renovación del sistema político; donde estos elementos reflejan preocupaciones estructurales de la ciudadanía, las cuales se trasladan al entorno digital y orientan la discusión pública durante el proceso electoral.

Finalmente, la conversación política digital presenta una clara concentración en torno a determinados actores políticos, quienes logran mayor visibilidad y protagonismo en las interacciones digitales; empero, dicha visibilidad no necesariamente se traduce en una valoración positiva, ya que en muchos casos está acompañada de críticas, cuestionamientos o percepciones negativas, lo que refuerza la idea de una conversación marcada por la tensión y el conflicto.

4.2. Volumen de la conversación política digital

En la presente, el volumen de la conversación política digital en el contexto del proceso electoral presidencial peruano de 2026 evidencia una alta actividad e interacción por parte de los usuarios en plataformas digitales. De acuerdo con el informe analizado, correspondiente al periodo comprendido entre el 17 de febrero y el 4 de marzo del 2026, se registran un total de 83,986 menciones, 2,631,097 interacciones y 63,465,427 impresiones, lo que refleja un amplio alcance y participación en torno al proceso electoral.

Estos indicadores permiten no solo observar la magnitud de la conversación, si no que, de manera adicional, su capacidad de difusión e impacto en el entorno digital; por lo que, el número de interacciones evidencia un alto nivel de involucramiento de los usuarios, mientras que las impresiones muestran el alcance potencial del contenido político en redes sociales.

Tabla 2

Volumen de la conversación política digital

Indicador	Valor
Menciones	83,986
Interacciones	2,631,097
Impresiones	63,465,427

Fuente: Dinamic (2026)

Interpretación:

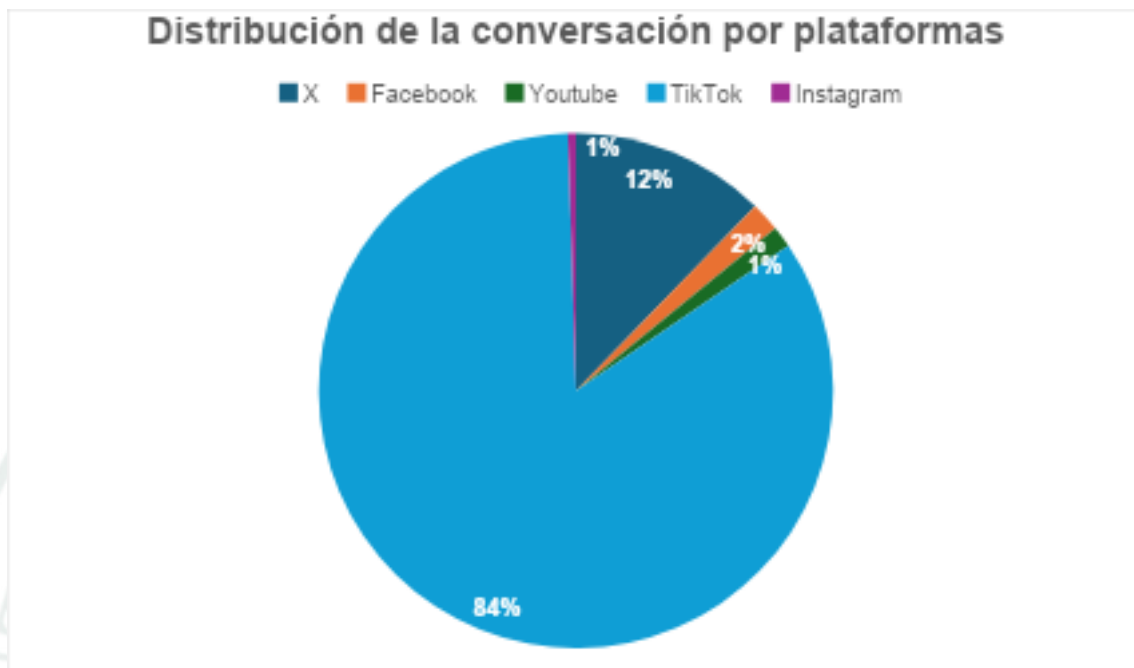
A partir de los datos presentados, se observa que la conversación política digital no solo presenta una elevada cantidad de menciones, si no también, un nivel significativamente alto de interacción, lo que indica que los usuarios no se limitan a consumir información, sino que, participan activamente mediante reacciones, comentarios y difusión de contenido.

De la misma manera, el elevado número de impresiones evidencia que la conversación trasciende a los usuarios directamente involucrados, alcanzando a una audiencia mucho más amplia. Ello sugiere que las plataformas digitales cumplen un rol central en la amplificación del debate político, convirtiéndose así en un espacio clave para la formación de opinión pública durante el proceso electoral.

En esta línea, el volumen de la conversación digital refleja un escenario de alta exposición mediática de la política, donde los contenidos circulan de manera masiva y generan dinámicas de interacción constantes entre los usuarios.

Figura 1

Distribución de la conversación por plataformas



Fuente: Elaboración propia en base a los datos de Dinamic (2026)

Interpretación:

En relación con los canales donde se desarrolla la conversación política digital, se observa una clara concentración en la red social X, la cual agrupa el 73% de la actividad total, seguida a gran distancia por Facebook (11%) y otras plataformas como YouTube, TikTok e Instagram.

4.3. Contenido en la conversación política digital

El contenido de la conversación política digital en el marco del proceso electoral presidencial peruano de 2026 se caracteriza por la presencia de temas recurrentes que reflejan tanto el apoyo a determinados liderazgos como el descontento hacia la clase política. A partir del análisis del informe mencionado, se identifican patrones temáticos claramente definidos que estructuran la discusión pública en entornos digitales.

De forma general, la conversación se organiza en torno a dos grandes ejes: por un lado, narrativas de respaldo a ciertos candidatos y propuestas políticas; y por otro, discursos críticos vinculados a la desconfianza institucional, la corrupción y la insatisfacción con el sistema político.

4.3.1. Temas predominantes en la conversación digital

El análisis del contenido permite identificar una serie de temas que concentran la mayor parte de la conversación política digital, los cuales reflejan preocupaciones ciudadanas y posicionamientos frente al contexto electoral.

Tabla 3

Sistematización de los temas predominantes en la conversación política digital

Categoría	Tema identificado	Descripción
Apoyo político	Apoyo a liderazgos de orden	Respaldo a candidatos asociados con seguridad, autoridad y control del orden
	Promoción de candidaturas	Difusión activa de candidatos y sus propuestas en redes
	Figuras emergentes	Apoyo a nuevos actores políticos como alternativa
	Políticos con trayectoria	Valoración de experiencia política previa
Crítica política	Ataques a candidatos	Cuestionamientos a capacidades, ética o gestión

	Rechazo a la clase política	Descontento generalizado con partidos tradicionales
	Crisis institucional	Desconfianza en instituciones políticas
Seguridad	Mano dura contra la inseguridad	Demandas de medidas más estrictas del Estado
Evaluación	Crítica al debate electoral	Cuestionamientos al nivel del debate político
Medios	Desconfianza en encuestas	Cuestionamientos a medios y encuestadoras

Fuente: Elaboración propia en base a los datos de Dinamic (2026).

Interpretación:

El análisis de los temas predominantes evidencia que la conversación política digital se configura principalmente en torno a una tensión entre apoyo y rechazo. Si bien existen discursos de respaldo hacia determinados liderazgos políticos, estos coexisten con una fuerte presencia de críticas hacia candidatos y hacia la clase política en general.

Destaca particularmente el peso de las narrativas críticas, las cuales reflejan un contexto de desconfianza institucional y malestar ciudadano; estas se manifiestan en cuestionamientos a la clase política tradicional, denuncias de corrupción y percepciones de crisis de representación.

Del mismo modo, la presencia de temas vinculados a la inseguridad muestra que esta problemática ocupa un lugar central en la agenda pública, influyendo en las preferencias y demandas ciudadanas. Por otro lado, los cuestionamientos a encuestas y

medios evidencian una creciente desconfianza en las fuentes de información, lo que impacta en la construcción de la opinión pública.

Los presentes resultados permiten afirmar que la conversación política digital no es homogénea, sino que, se estructura a partir de discursos contrapuestos, configurando un escenario altamente polarizado.

4.4. Actores políticos predominantes en la conversación política digital

El análisis de la conversación política digital permite identificar a los principales actores políticos que concentran la mayor visibilidad en el entorno digital durante el proceso electoral presidencial peruano de 2026. Esta visibilidad se expresa en términos de menciones, interacciones y presencia en la discusión pública, lo que permite determinar qué candidaturas dominan el debate en redes sociales.

Tabla 4

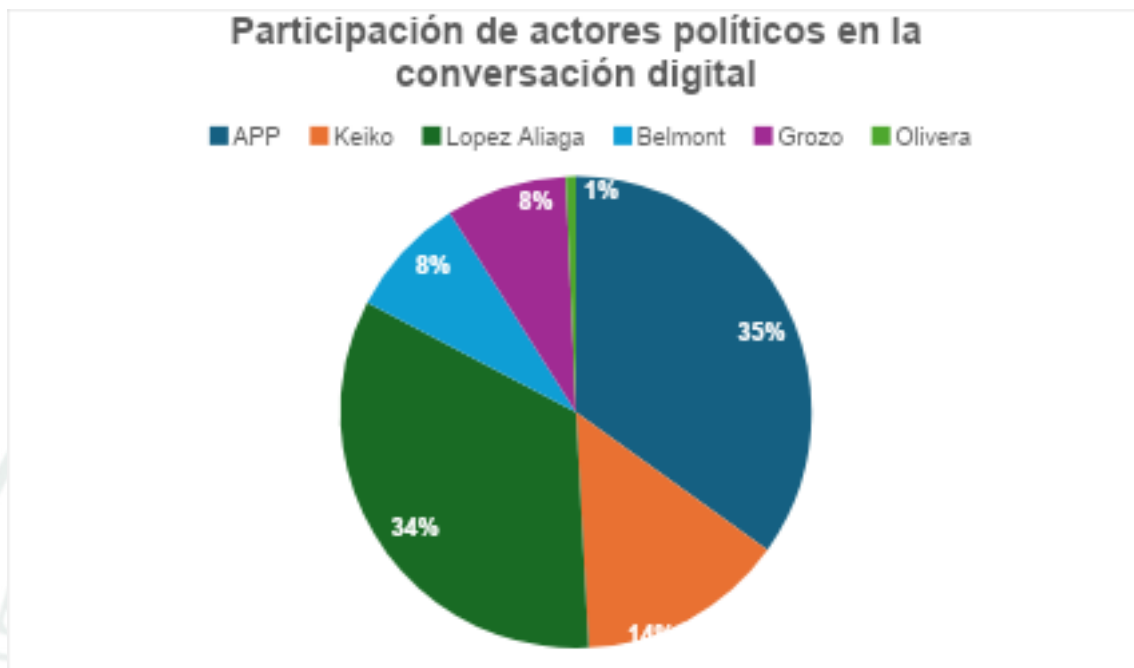
Actores políticos predominantes en la conversación digital

Actor político	Porcentaje de presencia en la conversación
Alianza para el Progreso (APP)	20.60%
Rafael López Aliaga	19.80%
Keiko Fujimori	8.40%
Ricardo Belmont	4.90%
Wolfgang Grozo	4.90%
Fernando Olivera	0.41%

Fuente: Elaboración propia en base a los datos de Dinamic (2026).

Figura 2

Participación de actores políticos en la conversación digital



Fuente: Elaboración propia en base a los datos de Dinamic (2026).

El Gráfico 3 muestra la distribución de la presencia de los principales actores políticos en la conversación digital, evidenciando cuáles concentran mayor visibilidad en el debate público en redes sociales.

Interpretación:

Los resultados evidencian que la conversación política digital se concentra principalmente en un grupo reducido de actores políticos, destacando el caso de Alianza para el Progreso (20.60%) y Rafael López Aliaga (19.80%), quienes lideran la visibilidad en el entorno digital. Esta concentración sugiere que el debate político en redes no se distribuye de manera equitativa, sino que tiende a focalizarse en determinados candidatos o agrupaciones.

Anudado a ello, se observa que figuras como Keiko Fujimori mantienen una presencia relevante (8.40%), lo que refleja la persistencia de liderazgos tradicionales en

la conversación digital, aunque con menor protagonismo en comparación con los principales actores.

Empero, candidatos como Ricardo Belmont y Wolfgang Grozo presentan niveles intermedios de visibilidad, lo que indica su posicionamiento dentro del debate, aunque sin alcanzar el nivel de centralidad de los actores principales. En contraste, la baja presencia de Fernando Olivera (0.41%) evidencia una menor relevancia en la conversación digital durante el periodo analizado.

Algo importante de destacar es que, la alta visibilidad de los actores políticos no necesariamente implica una valoración positiva. De acuerdo con el informe, la conversación en torno a estos candidatos se caracteriza por una fuerte polarización, en la que coexisten discursos de apoyo y críticas, lo que refuerza la idea de un entorno digital marcado por el conflicto y la confrontación política.

4.5. Sentimiento en la conversación política digital

El análisis del sentimiento de la conversación política digital permite identificar la orientación predominante de las interacciones de los usuarios frente a los actores políticos y el proceso electoral en general. A partir del informe analizado, se observa que la conversación no presenta una tendencia uniforme, sino que se caracteriza por una fuerte polarización entre discursos de apoyo, rechazo e indiferencia.

4.5.1. Sentimiento general de la conversación digital

En forma genérica, la conversación política digital evidencia una coexistencia de valoraciones positivas y negativas; sin embargo, predomina un componente crítico, especialmente en relación con la clase política y determinados candidatos.

El informe identifica dos grandes orientaciones del sentimiento: por un lado, expresiones de apoyo a liderazgos asociados con orden, seguridad y renovación política; y por otro, discursos de rechazo vinculados a la corrupción, la crisis institucional y la desconfianza hacia el sistema político.

Tabla 5

Orientación del sentimiento en la conversación política digital

Tipo de sentimiento	Características
Positivo	Apoyo a candidatos, valoración de propuestas, respaldo a liderazgos
Negativo	Críticas, desconfianza, cuestionamientos a candidatos e instituciones
Neutral	Análisis informativo, comparaciones entre candidatos, debate técnico

Fuente: Elaboración propia en base a los datos de Dinamic (2026).

Interpretación:

Los resultados muestran que el sentimiento negativo ocupa un lugar predominante en la conversación política digital, reflejando un contexto de descontento ciudadano frente a la clase política y las instituciones. Este predominio del rechazo se expresa en críticas constantes hacia candidatos, cuestionamientos a su trayectoria y desconfianza en el sistema político en general.

Empero, también se identifican espacios de apoyo hacia determinados actores políticos, especialmente aquellos que representan alternativas frente a la política tradicional o que promueven discursos asociados con el orden y la seguridad. Por su parte,

el sentimiento neutral se vincula principalmente a análisis comparativos y discusiones informativas sobre propuestas y escenarios electorales.

Estos resultados evidencian que la conversación política digital se configura como un espacio de confrontación de percepciones, en los cuales predominan las emociones negativas, pero a su vez coexisten con expresiones de apoyo y análisis, reflejando la complejidad del comportamiento político en entornos digitales.

4.5.2. *Sentimiento de la conversación digital por actores políticos*

El análisis del sentimiento por actor político permite identificar cómo son percibidos los principales candidatos en la conversación digital, evidenciando diferencias significativas en la valoración que reciben por parte de los usuarios.

Tabla 6

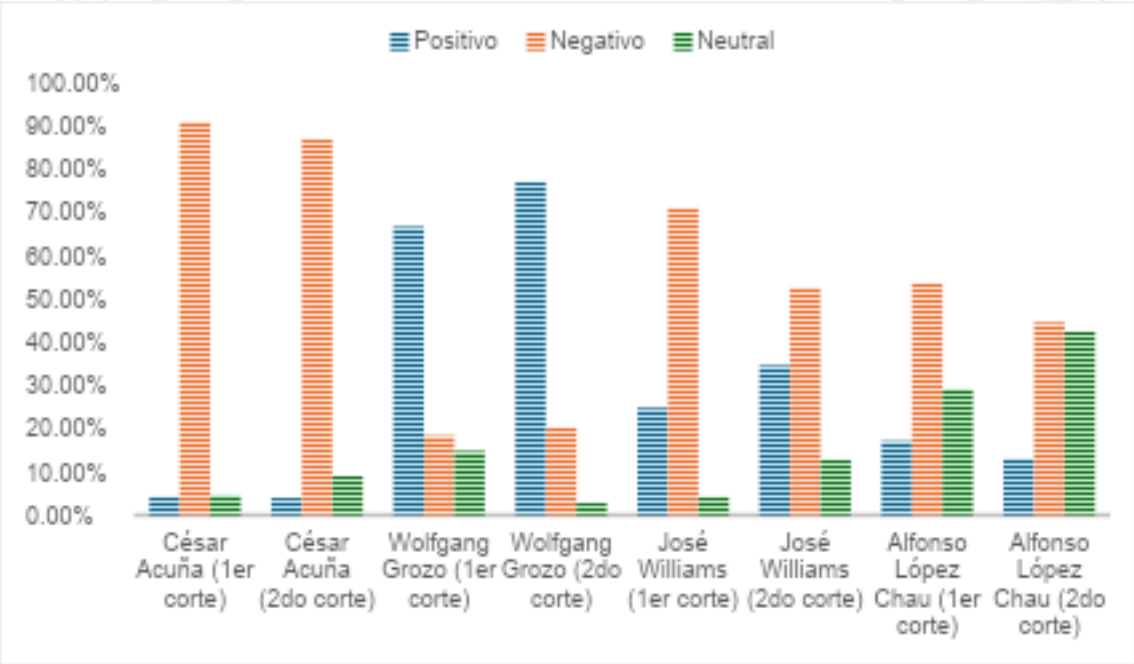
Sentimiento de la conversación por actor político (ejemplos representativos)

Actor político	Positivo	Negativo	Neutral
César Acuña (1er corte)	4.30%	90.99%	4.72%
César Acuña (2do corte)	4.00%	87.00%	9.00%
Wolfgang Grozo (1er corte)	66.70%	18.45%	14.85%
Wolfgang Grozo (2do corte)	77.00%	20.20%	2.80%
José Williams (1er corte)	24.81%	70.92%	4.27%

José Williams (2do corte)	34.59%	52.56%	12.85%
Alfonso López Chau (1er corte)	17.19%	53.56%	29.25%
Alfonso López Chau (2do corte)	13.11%	44.54%	42.36%

Fuente: Elaboración propia en base a los datos de Dinamic (2026).

Figura 3
Sentimiento de la conversación por actor político (ejemplos representativos)



Fuente: Elaboración propia en base a los datos de Dinamic (2026).

Interpretación:

El análisis evidencia que el sentimiento hacia los actores políticos varía significativamente, lo que confirma la heterogeneidad de la conversación digital. En el caso de César Acuña, predomina ampliamente el sentimiento negativo, superando el 87% en ambos periodos, lo que refleja una percepción crítica sostenida hacia su candidatura.

En contraste, Wolfgang Grozo presenta una valoración mayoritariamente positiva, alcanzando hasta un 77% en el segundo periodo, lo que sugiere que es percibido como una alternativa favorable dentro del escenario político.

Por su parte, José Williams muestra un predominio de valoraciones negativas, aunque con una ligera mejora en el segundo periodo, lo que indica una evolución en la percepción de su candidatura. En el caso de Alfonso López Chau, se observa una combinación de rechazo y neutralidad, evidenciando una percepción más ambigua por parte de los usuarios.

Por lo que, estos resultados confirman que la conversación política digital no solo es intensa, sino también altamente polarizada, con diferencias marcadas en la valoración de los actores políticos, lo que refleja un escenario electoral complejo y dinámico.



CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

5.1. Discusión del volumen de la conversación política digital

El análisis evidencia que el sentimiento hacia los actores políticos varía significativamente, lo que confirma la heterogeneidad de la conversación digital. En el caso de César Acuña, predomina ampliamente el sentimiento negativo, superando el 87% en ambos periodos, lo que refleja una percepción crítica sostenida hacia su candidatura.

En contraste, Wolfgang Grozo presenta una valoración mayoritariamente positiva, alcanzando hasta un 77% en el segundo periodo, lo que sugiere que es percibido como una alternativa favorable dentro del escenario político.

Por su parte, José Williams muestra un predominio de valoraciones negativas, aunque con una ligera mejora en el segundo periodo, lo que indica una evolución en la percepción de su candidatura; así mismo, Alfonso López Chau se muestra con una combinación de rechazo y neutralidad, evidenciando así una percepción más ambigua por parte de los usuarios.

Es por ello que con los presentes resultado se confirma que la conversación política digital no solo es intensa, si no también que es altamente polarizada, con diferencias marcadas en la valoración de los actores políticos, lo que refleja un escenario electoral complejo y dinámico.

5.2. Discusión del contenido de la conversación política digital

Los resultados obtenidos reflejan que la conversación política digital en el proceso electoral presidencial peruano del 2026 ha alcanzado niveles altos en lo que respecta interacción, poniendo en manifiesto que, se encuentra en el centro de los entornos

digitales en la configuración del debate político contemporáneo, confirmando la relevancia de las plataformas digitales como espacios de comunicación política, y permitiendo problematizar la forma en que se construye la visibilidad de los actores y temas en dichos entornos.

Visto desde el punto de Manuel Castells (2009), la sociedad red redefine las dinámicas de poder al trasladar los procesos de comunicación al ámbito digital, donde la circulación de información se vuelve más horizontal y descentralizada. Es por ello por lo que, el alto volumen de interacciones identificado en el estudio podría interpretarse como una manifestación de dicha lógica, en la que los ciudadanos participan activamente en la producción y difusión de contenido político.

Pese a ello, los resultados invitan a una lectura más crítica, y no solo a suponer que este incremento implica una mayor calidad del debate democrático. Se observa el predominio de una sola plataforma “X”, lo cual sugiere que la conversación política digital no se distribuye de manera equitativa, sino que se concentra en espacios específicos que favorecen determinadas formas de interacción, caracterizadas por la inmediatez, la confrontación y la simplificación del discurso político.

Se evidencia que la política se encuentra altamente mediatizada, esto debido al elevado número de impresiones, coincidiendo con los planteamientos de Henry Jenkins (2006) sobre la cultura participativa; no obstante, esta participación no necesariamente implica deliberación racional, sino que puede llegar a estar mediada por dinámicas de viralización, emocionalidad y polarización, lo cual redefine el rol del ciudadano en el llamado entorno digital.

Por ello, es menester hacer mención que los resultados no solo confirman la importancia de las redes sociales en la comunicación política, sino que, también evidencian la necesidad de analizar críticamente las condiciones bajo las cuales se produce dicha interacción, así como sus implicancias para la calidad de la democracia.

5.3. Discusión del sentimiento de la conversación política digital

Los resultados obtenidos señalan que el sentimiento que predomina en la conversación política digital durante el proceso electoral presidencial peruano del 2026 se caracteriza principalmente por una fuerte presencia de valorizaciones negativas, reflejando así un descontento ciudadano y desconfianza hacia los actores políticos. Ello no solo confirma la existencia de una conversación polarizada, sino, incita a profundizar en la dimensión emocional del comportamiento político en entornos digitales.

Desde una perspectiva teórica, este fenómeno puede ser comprendido a partir de los diferentes estudios sobre emociones y política, los cuales señalan que las interacciones en redes sociales están fuertemente mediadas por emociones como la indignación, el rechazo o la frustración; es así que en esa línea, los resultados coinciden con lo planteado por Cass Sunstein (2017), quien sostiene que los entornos digitales tienden a amplificar emociones negativas, especialmente en contextos de alta conflictividad política.

De la mano con ello, el predominio existente sobre el rechazo hacia determinados actores políticos puede ser interpretado en el marco de la crisis de legitimidad que atraviesan las diversas instituciones en el país. Se observa una alta proporción de valoraciones negativas hacia figuras como César Acuña o José Williams, lo cuál sugiere que la conversación digital funciona como un espacio de canalización del malestar

ciudadano, donde los usuarios expresan críticas, cuestionamientos y desconfianza frente a las élites políticas.

Empero, los resultados también evidencian que el sentimiento no llega a ser uniforme, y ello se observa en el caso de Wolfgang Grozo, quien presenta una valoración mayoritariamente positiva, lo cual permite observar que la conversación digital también puede favorecer la construcción de narrativas de apoyo hacia candidatos percibidos como alternativas frente al sistema político tradicional. Esto se relaciona con la literatura sobre *outsiders políticos*, que destaca cómo el descontento ciudadano puede traducirse en respaldo a figuras que se presentan como ajenas a la política convencional.

Desde otra vista, la presencia de un componente neutral en la conversación – especialmente en el caso de Alfonso López Chau – sugiere la existencia de espacios de análisis más reflexivo dentro del entorno digital; pese a ello, este tipo de interacciones tiende a ser menos visible frente a la intensidad de los discursos emocionales, argumento con el que se refuerza la idea de que las redes sociales privilegian contenidos que generan mayor impacto emocional.

Todo lo mencionado permite afirmar que la conversación política digital no solo es un espacio de intercambio de información, sino que también es un escenario donde se expresan y amplifican emociones políticas. Esto tiene implicancias relevantes para la democracia, ya que sugiere que la formación de opinión pública en entornos digitales está cada vez más influenciada por dinámicas emocionales, lo que puede llegar a afectar la calidad del debate político y la toma de decisiones ciudadanas.



CONCLUSIONES

Conclusión general:

La conversación política digital en el Perú durante el proceso electoral presidencial del 2026 se configura como un fenómeno definido por un intenso nivel de interacción, una configuración temática marcadamente polarizada y un sesgo hacia valoraciones negativas de los actores políticos. En este escenario, las redes sociales posicionan como espacios centrales del debate político, donde la visibilidad, el contenido y la emocionalidad se convierten en factores influyentes en la construcción de la opinión pública.

Conclusiones específicas:

Primera: Se identificó que en el volumen de la conversación política digital se presentan niveles elevados de actividad, los cuales se encuentran reflejados en la alta cantidad de menciones, interacciones e impresiones, lo que subraya el rol central de las plataformas digitales como foros de participación política donde los usuarios se involucran de manera proactiva alrededor del proceso electoral.

Segunda: Se determinó que el contenido de la conversación política digital se estructura en torno a narrativas de apoyo y de rechazo, destacando temas como la inseguridad, la corrupción y la crisis institucional; paralelamente, se obtendría una distribución desigual de la visibilidad, concentrada en ciertos actores políticos, lo que delata un debate digital selectivo y desequilibrado.

Tercera: Se caracterizó que el sentimiento que predomina en la conversación política digital es en su mayoría negativo, reflejando un contexto con descontento

ciudadano y una difusa desconfianza hacia la élite política, coexistiendo con expresiones de apoyo y posiciones neutrales, lo que evidencia la heterogeneidad del entorno digital.



RECOMENDACIONES

Primera: Se recomienda profundizar en lo respectivo del análisis del volumen de la interacción digital a lo largo de las distintas fases del proceso electoral, con miras a detectar variaciones en la intensidad de la conversación política conforme avanza el tiempo.

Segunda: Se recomienda reflexionar sobre el análisis del volumen de la interacción digital en los hitos clave del proceso electoral, lo que permitiría precisar las variaciones temporales en el vigor del debate político.

Tercera: Se recomienda integrar metodologías complementarias que enriquecen el análisis con un análisis más profundo de la dimensión emocional en la conversación política digital, considerando el contexto y la intencionalidad de los discursos.

Cuarta: Se propone fortalecer el análisis crítico sobre datos digitales, evitando equivalencias directas entre interacción y respaldo político, para fomentar una comprensión más integral del comportamiento político en entornos digitales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Anastacio Coello, L. (2022). *Análisis de la comunicación política en Twitter y TikTok de los candidatos a la presidencia durante la primera vuelta de las elecciones generales de 2021 en Perú*.
- Barberá, P., Jost, J. T., Nagler, J., Tucker, J. A., & Bonneau, R. (2015). *Tweeting from left to right: Is online political communication more than an echo chamber?* *Psychological Science*, 26(10), 1531–1542.
- Bernal, C. A. (2016). *Metodología de la investigación*. Pearson.
- Boulianne, S. (2015). Social media use and participation: A meta-analysis of current research. *Information, Communication & Society*, 18(5), 524–538.
<https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1008542>
- Carrera Príncipe, A. (2021). *Estrategias de comunicación política digitales de los candidatos presidenciales en la segunda vuelta de las elecciones 2021 de Perú*.
- Cass Sunstein, C. R. (2017). *#Republic: Divided democracy in the age of social media*. Princeton University Press.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial.
- Chadwick, A. (2013). *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford University Press.

- Cinelli, M., Morales, G. D. F., Galeazzi, A., Quattrociocchi, W., & Starnini, M. (2021). The echo chamber effect on social media. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(9). <https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118>
- Dahlgren, P. (2005). The Internet, public spheres, and political communication: Dispersion and deliberation. *Political Communication*, 22(2), 147–162. <https://doi.org/10.1080/10584600590933160>
- Dinamic. (2026). *Informe de análisis de la conversación digital en las elecciones presidenciales del Perú 2026*.
- Entman, R. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58.
- Gamboa, R., et al. (2024). Polarización y discurso político en redes sociales en América Latina. *Revista Latinoamericana de Ciencia Política*.
- Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere*. MIT Press. (Original work published 1962).
- Henry Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.
- Iyengar, S., Sood, G., & Lelkes, Y. (2019). Affect, not ideology: A social identity perspective on polarization. *Public Opinion Quarterly*, 76(3), 405–431.

Jungherr, A. (2016). *Analyzing political communication with digital trace data*. Springer.

Jungherr, A., Schoen, H., & Jürgens, P. (2017). The mediation of politics through Twitter: An analysis of messages and their effects. *Journal of Communication*, 67(2), 213–234.

Jungherr, A., Schoen, H., Posegga, O., & Jürgens, P. (2017). Digital trace data in the study of public opinion: An indicator of attention toward politics rather than political support. *Social Science Computer Review*, 35(3), 336–356. <https://doi.org/10.1177/0894439316631043>

Jurado Nacional de Elecciones. (2025, 31 de diciembre). *Resolución N.º 0844-2025-JNE: Reglamento sobre propaganda electoral, publicidad estatal y neutralidad en periodo electoral*.

Klinger, U., & Svensson, J. (2015). The emergence of network media logic in political communication: A theoretical approach. *New Media & Society*, 17, 1241–1257. <https://doi.org/10.1177/1461444814522952>

Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology*. SAGE.

Liu, B. (2012). *Sentiment analysis and opinion mining*. Morgan & Claypool.

Marcus, G. E., Neuman, W. R., & MacKuen, M. (2000). *Affective intelligence and political judgment*. University of Chicago Press.

McCombs, M. (2004). *Setting the agenda*.

Mendé, M. B., & Smith, C. (1999). La comunicación política: un espacio de confrontación. *Comunicar*, (13).

Montúfar-Calle, Á., Atarama-Rojas, T., & Saavedra-Chau, G. (2022). The political activity analysis in social media during the first electoral round of the 2021 general elections in Peru.

Norris, P. (2001). *Digital divide: Civic engagement, information poverty, and the Internet worldwide*. Cambridge University Press.

Papakyriakopoulos, O., Medina Serrano, J. C., & Hegelich, S. (2020). Political communication on social media: A tale of hyperactive users and bias in recommender systems. *Online Social Networks and Media*, 15, 100058. <https://doi.org/10.1016/j.osnem.2019.100058>

Ponte Torrel, J. (2022). La campaña peruana en Twitter: análisis de la polarización afectiva durante la segunda vuelta de las elecciones generales 2021.



ANEXO 1

Matriz de Consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis	Metodología	Variable y dimensiones
La creciente presencia de las plataformas digitales ha transformado la forma en que se desarrolla la comunicación política, especialmente en contextos electorales, donde la interacción entre ciudadanos, actores políticos y contenidos se intensifica significativamente. En el caso del Perú, el proceso electoral presidencial de 2026 se desarrolla en un entorno altamente digitalizado, caracterizado por la circulación masiva de información, opiniones y discursos en redes sociales. Sin embargo,	<u>Objetivo general</u> Analizar la conversación política digital en el Perú durante el proceso electoral presidencial 2026. <u>Objetivos específicos</u> - Identificar el volumen de la conversación política digital en el Perú durante el proceso electoral presidencial 2026. - Determinar los principales temas y actores presentes en la conversación política digital durante el	La conversación política digital en el Perú durante el proceso electoral presidencial 2026 se configura a partir de un conjunto de características observables relacionadas con el volumen de interacción, los temas predominantes, la presencia de actores políticos y el tipo de sentimiento expresado en redes sociales.	<u>Método:</u> Analítico <u>Tipo o nivel:</u> Descriptivo <u>Diseño:</u> No experimental, de corte transversal <u>Técnica:</u> Análisis de contenido y análisis de datos digitales <u>Instrumento:</u> Matriz de análisis <u>Población:</u> Interacciones digitales generadas en torno al proceso electoral presidencial peruano de 2026 en plataformas digitales <u>Muestra:</u> Interacciones digitales contenidas en el informe de análisis de la conversación digital elaborado por	Conversación política digital Dimensiones: ● Volumen ● Contenido ● Sentimiento

pese a esta relevancia, existe una limitada sistematización y análisis académico sobre cómo se configura la conversación política digital en este contexto, particularmente en términos de su volumen, los temas predominantes, los actores con mayor visibilidad y la orientación del sentimiento en las interacciones	proceso electoral presidencial 2026. - Caracterizar el tipo de sentimiento predominante en la conversación política digital durante el proceso electoral presidencial 2026.		Dinamic (2026), bajo muestreo no probabilístico por disponibilidad. <u>Fuente:</u> Informe elaborado por Dinamic sobre el análisis de la conversación digital en las elecciones presidenciales del Perú 2026.	
--	--	--	---	--

Fuente: Elaboración propia

ANEXO 2

Matriz de Análisis

Unidad de análisis	Dimensión	Indicador	Categoría / Variable	Descripción / Registro
Interacción digital (post, comentario, mención)	Volumen	Número de menciones	Frecuencia	Cantidad de veces que aparece el tema o actor
		Interacciones	Frecuencia	Número de reacciones, comentarios o compartidos
	Contenido	Tema	Política, economía, seguridad, etc.	Clasificación temática del contenido
		Actor político	Candidato / partido	Identificación del actor mencionado
	Sentimiento	Tipo de sentimiento	Positivo / Negativo / Neutral	Valoración del contenido
		Intensidad (opcional)	Alta / Media / Baja	Nivel de carga emocional

Fuente: Elaboración propia

ANEXO 3

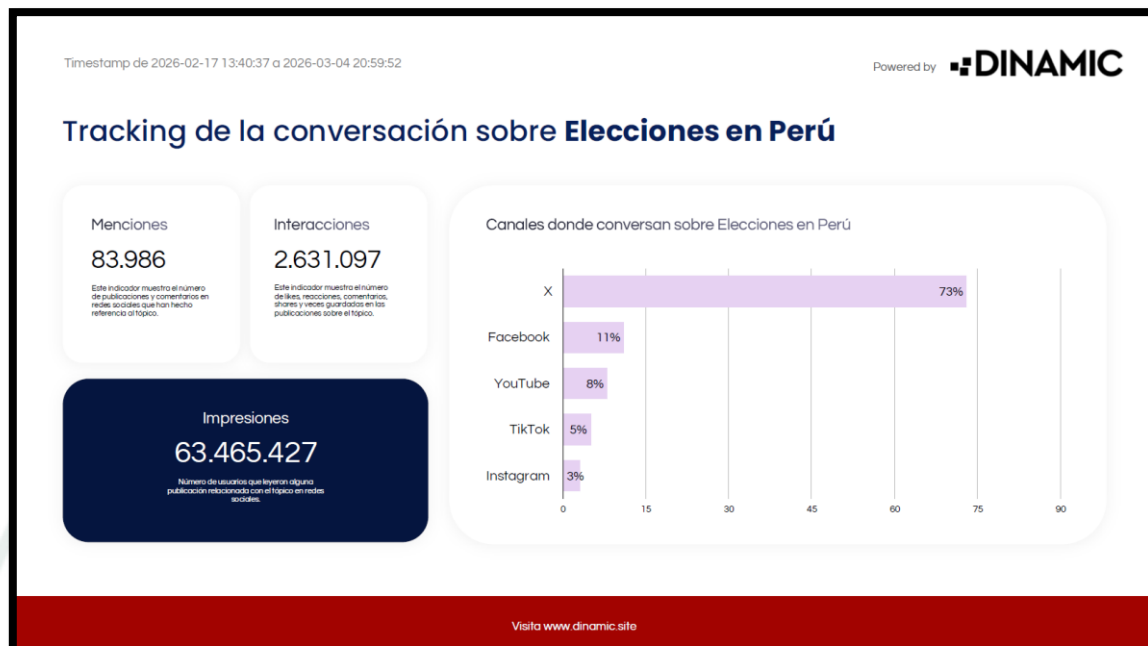
Informe de análisis de la conversación política digital



Fuente: Informe Dinamic 2026



Fuente: Informe Dinamic 2026



Fuente: Informe Dinamic 2026



Fuente: Informe Dinamic 2026