

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD
CATÓLICA DEL PERÚ**

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES



La blanquirroja anaranjada:
La politización de símbolos culturales en la segunda vuelta
de las elecciones del 2021

Trabajo de investigación para obtener el grado académico de
Bachiller en Ciencias Sociales con mención en Sociología que
presenta:

Felipe De las Casas de la Torre Ugarte

Asesora:
Maritza Victoria Paredes Gonzales

Lima, 2021

Resumen

La presente investigación combina las teorías y trabajos respecto a la simbología cultural y su relación con la polarización política. La literatura presenta información respecto a las estrategias políticas utilizadas en el marco de una campaña electoral, el uso que grupos políticos le dan a los símbolos culturales, y la práctica de performance político que acompaña estos procesos. Contribuye al debate de la sociología política mediante un análisis de caso, que viene a ser el uso de la camiseta peruana como estrategia de campaña de Fuerza Popular en la segunda vuelta electoral del 2021. Mediante esto, se busca responder la siguiente pregunta: ¿Qué rol jugó la camiseta peruana como símbolo cultural utilizada por la campaña de Fuerza Popular en el debate político? El objetivo principal es obtener un balance de cómo fue percibida la camiseta peruana en el escenario político, y analizar cómo fue interpretada como símbolo cultural por distintos sectores. En base a la revisión de fuentes secundarias y la metodología de análisis de imágenes, se busca reconstruir la difusión y el uso de la camiseta peruana como símbolo cultural, y rastrear su proceso de reinterpretación y politización. También se realizarán entrevistas semiestructuradas con distintos actores del proceso electoral para comprender los distintos puntos de vista y discursos presentes en el escenario político.

Palabras claves: símbolos, polarización, politización, elecciones, cultura



Índice

1. Introducción	3
2. Problema de investigación.....	5
2.1 Presentación del problema de investigación	5
2.2 Preguntas de investigación	5
2.3 Objetivos	6
3. Estado del arte	8
3.1 Polarización política	8
3.2 Simbología cultural.....	10
3.3 Performance.....	11
4. Marco teórico:.....	13
4.1 Polarización política	13
4.2 Simbología cultural.....	17
4.3 Performance.....	21
5. Conclusiones	23
6. Bibliografía.....	25



1.Introducción

El 11 de abril del 2021 marcó el inicio de la segunda vuelta electoral de las elecciones generales de Perú. Esta contienda política tenía como protagonistas a dos figuras cuyo triunfo en primera vuelta fue, para una gran cantidad de peruanos, inesperado. Por un lado, estaba la candidata Keiko Fujimori, quien postulaba por tercera vez con el partido Fuerza Popular. La hija del exdictador Alberto Fujimori había llegado, por tercera vez, a una segunda vuelta electoral, y rápidamente acumuló una serie de endosos y apoyos de figuras políticas de centro y de derecha. Por otro lado, estaba el candidato Pedro Castillo, un líder sindical quien había protagonizado una huelga magisterial en 2017, y postulaba con Perú Libre, un partido de izquierda liderada por el exgobernador Vladimir Cerrón. Castillo lideró los resultados en primera vuelta, con 18.92% de los votos válidos, apoyado de manera abrumadora por las diversas regiones del país, principalmente zonas rurales y del sur (Santaeulalia y Fowks, 2021).

Tras una campaña agresiva por ambos lados que agudizó la polarización política existente a nivel nacional, ambos candidatos habían alcanzado un antivoto superior al 40%, según la encuestadora IPSOS (Castro, 2021). Los resultados reafirmaron la idea de un país dividido, con una victoria para Pedro Castillo por un margen mínimo de 0.26% contra Fujimori (Jaramillo, 2021). Sin embargo, el ambiente de polarización no terminó el día de la elección, sino que fue prolongado por más de un mes, debido a que Fujimori, junto a otras fuerzas políticas que la habían apoyado en primera vuelta, acusaron un supuesto fraude electoral e iniciaron una campaña para revertir los resultados y anular las elecciones. Entre el 8 de junio hasta el 19 de julio, cuando Castillo fue proclamado presidente electo, hubo movilizaciones, manifestaciones y enfrentamientos ciudadanos en las calles de la capital, incentivados principalmente por aquellas figuras políticas que apoyaban la narrativa del falso fraude. (Collins, 2021).

El periodo de la campaña de segunda vuelta y el periodo de disputa por los resultados electorales estuvo marcado por un clima altamente polarizado, con la presencia de discursos radicales por parte de la campaña de Pedro Castillo, y con una campaña de terror por parte de la campaña de Keiko Fujimori, la cual apelaba a la demonización y terruqueo (acusar a alguien tener cercanías con grupos terroristas) de Castillo y los miembros del partido Perú Libre. Un estudio del Observatorio de

Reformas Políticas en América Latina en conjunto con la Organización de los Estados Americanos concluyó que los medios de comunicación más grandes del país estuvieron principalmente parcializados a favor de Fujimori, ayudando a promover mensajes de anticomunismo y terruqueo (Jaramillo, *ibídem*).

Un aspecto fundamental sobre el cual esta investigación está planteada, fue el uso político que le dieron ambas campañas a diferentes expresiones culturales, como imágenes, expresiones, canciones y objetos. Si bien la división principal entre los dos candidatos era su ideología política, la cultura fue otro gran elemento diferenciador, que era notorio en las diversas manifestaciones que se dieron en apoyo a las candidaturas. Por ejemplo, a lo largo de la campaña, la canción “Flor de retama” fue utilizada en los eventos de campaña de Pedro Castillo, y se estableció una relación entre la canción y el candidato, debido a su valor histórico y cultural, así como en respuesta a los discursos de la campaña opositora (Ñaupas, 2021). Asimismo, la candidatura de Keiko Fujimori adoptó la camiseta de la selección peruana de fútbol como símbolo de campaña, en un intento de apelar a los valores nacionales y a la “defensa del país”, a la vez desmarcándose de la imagen polarizadora de la candidata (Reuters, 2021).

Durante la disputa legal por los resultados electorales, la etapa más polarizada del proceso, las diferencias culturales se evidenciaron aún más. Mientras que, en algunas marchas, simpatizantes de Keiko Fujimori marchaban con símbolos relacionados al virreinato como la Cruz de Borgoña, las manifestaciones pro-Pedro Castillo contaban con la presencia de ronderos y sikuris, algunos de los cuales se habían trasladado a la capital desde sus regiones (Télam, 2021, La República, 2021). Una interrogante que se plantea, es cuántas de estas manifestaciones culturales fueron adoptadas como parte de una estrategia promovida por los partidos políticos, y cuántas se dieron de manera independiente. Asimismo, es importante tomar en cuenta la forma cómo los medios de comunicación reaccionaron ante las manifestaciones de ambos bandos.

2. Problema de investigación

A raíz de este contexto, se plantea la presente investigación, que busca estudiar la redefinición de símbolos culturales en el marco de la polarización política durante la segunda vuelta electoral. Como se ha mencionado, el discurso político que ambas campañas utilizaron guardaba una relación fuerte con factores de culturales e identitarios, en lugar de factores ideológicos y programáticos. En un país de poca politización como es el Perú (Tanaka, 2005), resulta importante investigar respecto a las características de la polarización política que se agudizó en determinado proceso electoral. Por ello es que el tema de la investigación se enmarca en la polarización política como concepto durante la segunda vuelta.

2.1 Presentación del problema de investigación

Esta investigación busca identificar un grupo de símbolos culturales específicos que jugaron un rol durante la campaña de segunda vuelta, reconstruir el proceso de redefinición y apropiación de dichos símbolos, y entender el significado que tuvieron durante el proceso de campaña. Los símbolos y el rol que cumplieron dentro del proceso electoral vendrían a ser el objeto de estudio del presente trabajo. A partir del tema de investigación y el objeto de estudio seleccionados, la pregunta que guiará la investigación será la siguiente: ¿Qué símbolos culturales de polarización política se expresaron en la segunda vuelta, y por qué tuvieron resonancia en el debate político?

La relevancia del caso también cobra mayor importancia al considerar el impacto de las elecciones del 2021 en la sociedad peruana. Con resultados tan estrechos como los obtenidos, y tras una campaña de desprestigio a la legitimidad del candidato ganador, el país ha permanecido dentro de un clima polarizado, incluso tras la toma de mando de Pedro Castillo. Es importante analizar el proceso político que, para varios, fue el punto de quiebre respecto a divisiones históricas dentro de la sociedad peruana. Los intentos por comprender estos procesos tienen que tomar en cuenta la importancia de los factores culturales en la historia y la política peruana, dado que las dicotomías “izquierda-derecha” no han sido útiles en dar explicaciones en el Perú. Por lo tanto, esta investigación busca contribuir a la comprensión del momento político, utilizando herramientas que responden a la realidad nacional.

2.2

Preguntas de investigación

La primera pregunta específica es la siguiente: ¿qué rol tuvieron las élites políticas de cada bando en la redefinición de símbolos culturales? Esta pregunta se

plantea para enfocarse particularmente en las campañas y sus dirigencias, y observar el grado de intervención que tuvieron en los procesos de redefinición y apropiación de símbolos. Resulta un factor especialmente importante tras haber hecho un recuento las investigaciones que centran a los partidos y líderes políticos en el debate en torno a la polarización política.

La siguiente pregunta específica busca orientar parte de la investigación hacia el análisis del rol de los medios de comunicación, los cuales, durante estas elecciones, cumplieron un rol político activo. Para entender el contexto político, es necesario entender cómo los símbolos de los cuales se hablará fueron presentados e interpretados por los medios de comunicación. Es por ello que se pregunta, ¿qué rol tuvieron los medios de comunicación en la propagación de las expresiones de la polarización política?

Como se ha mencionado anteriormente, esta investigación busca entender la polarización política como un fenómeno que se asevera y se agudiza en el marco de las elecciones del 2021, que vendrían a ser un detonante. Eso implica comprender la presencia de separaciones existentes en la sociedad peruana que puedan haber conducido a las condiciones de polarización que se observarán en el trabajo. Por lo tanto, la tercera pregunta específica vendría a ser: ¿qué divisiones políticas e históricas del país pueden haber influido en la redefinición de símbolos culturales?

Por último, se ha dicho que los símbolos pueden ser redefinidos y apropiados, un proceso que será de importancia observar en esta investigación. Sin embargo, no se puede comprender ese proceso sin tomar en cuenta el factor histórico detrás de ciertos símbolos culturales. Asimismo, en el marco de una elección entre dos extremos ideológicos, es importante centrar en el debate respecto a la influencia que tuvo esta división en la simbología cultural presente en el debate público. Por lo tanto, la última pregunta específica viene a ser: ¿qué factores ideológicos están detrás de la propagación de la simbología cultural sobre el debate político?

2.3 Objetivos

La investigación tiene como objetivo general obtener un balance de los símbolos que estuvieron presentes en las campañas de la segunda vuelta, y encontrar el vínculo entre ellas y las actitudes polarizadoras de los distintos bandos en disputa. De forma más específica, se realizará una revisión de fuentes primarias, como reportajes y publicaciones, para reconstruir estos símbolos y ubicar las formas cómo fueron utilizados. Asimismo, se buscará entrevistar a quienes participaron

directamente del uso y propagación de dichos símbolos en distintas actividades partidarias, y se entrevistará a dirigentes de las campañas en disputa para indagar respecto a sus estrategias de posicionamiento político, particularmente en relación al uso de simbología cultural.

El texto se divide en cuatro partes, comenzando por un estado de la cuestión, donde se presenta y se dialoga con la literatura existente respecto al tema a tratar. Asimismo, se detallarán las preguntas que guiarán la investigación. La segunda parte desarrolla un marco teórico, para definir los conceptos que se estarán utilizando, y para explicitar las hipótesis que se manejarán respecto a los hallazgos. En la tercera parte, se describe el diseño metodológico que guiará la recolección de información, y las herramientas que serán utilizadas a base de los conceptos seleccionados. Por último, la cuarta parte presentará las conclusiones sobre aquello que se ha presentado.



3. Estado del arte

La presentación de la literatura respecto a los temas de esta investigación busca observar tres aspectos principales. Primero, se busca comprender con los estudios de polarización política en procesos electorales, y ver cómo se ha abordado el tema en países de Latinoamérica, así como en Perú mismo. De ahí, se obtendrá un balance de la literatura que habla de la simbología cultural y sus vínculos con procesos y movimientos políticos. Por último, se revisarán estudios relacionados al performance en la política.

3.1 Polarización política

Los diversos estudios de polarización política en diferentes partes del mundo contribuyen con aportes respecto a las dinámicas involucradas en dicho fenómeno, por ejemplo, Casal Bértoa (2019) explora el fenómeno de la polarización social en relación a los partidos políticos, explorando sus causas y consecuencias. El autor identifica como factores complementarios que llevan a la polarización a los problemas económicos, de representación, y los conflictos culturales. Asimismo, identifica como expresiones políticas de la polarización discursos populistas generalizados, partidos políticos extremistas y movimientos anti-establishment. El estudio de Casal Bértoa se ubica en el contexto de la situación política de España en el 2019, por lo cual contribuye a la literatura sobre el tema en su respectiva región.

Desde el siglo XXI, los estudios de polarización política empiezan a profundizar en las nuevas tecnologías y nuevas formas de comunicación que se vuelven accesibles a una gran cantidad de la población. El artículo de Schuliaquer y Vommaro (2020) explican el efecto que los medios de comunicación tienen sobre la polarización masiva y de élite, y cómo la parcialización mediática contribuye como polarizador para un electorado. Asimismo, indican cómo la polarización generada por los medios afecta principalmente a los grupos sociales más movilizado, los cuales son reducidos, pero al ser más pasionales, también tienen más influencia en el resto del público. Esto significa una actualización moderna a los estudios de la polarización en la esfera pública.

En Estados Unidos, la polarización política ha sido un tema muy tocado en los últimos años, principalmente debido a la experiencia que atravesó el país durante las dos campañas presidenciales de Donald Trump, así como su periodo presidencial. Entre los estudios que más aportan a las investigaciones respecto al tema está el

artículo de Marey y Coulson (2020), en donde identifican dos causas claves para la radicalización de la sociedad y la victoria de Trump en 2016: las desigualdades y durezas económicas de su electorado, y los discursos polarizadores sobre la identidad. Si bien los autores concluyen que ambos factores son complementarios, también indican que la identidad es el factor decisivo, especialmente en las elecciones del 2020. Los estudios acerca de la polarización trumpista continúan incluso luego de la derrota electoral de Trump en 2020. El estudio de Drutman (2021) examina la argumentación de estadounidenses radicalizados al punto de alegar que la elección presidencial del 2020 fue arrebatada de Trump por un supuesto fraude electoral masivo. Este estudio encuentra una relación fuerte entre la creencia de teorías de fraude electoral con la lealtad y devoción a la figura de Trump, así como el manejo de un discurso cultural polarizador. También existe una coincidencia entre este tipo de radicalización con el anti-socialismo, factor que Trump utilizó como recurso discursivo durante su campaña. Por último, describe cómo políticos como el mismo Trump utilizan la polarización a su favor, para radicalizar un electorado y mantener su capital político, incluso permitiéndoles mantenerse en el poder.

En Latinoamérica, encontramos estudios similares sobre polarización política durante diferentes elecciones del siglo XXI. Por ejemplo, el estudio de Juvinao (2014) explica el peso de las emociones fuertes en la polarización de masas en las elecciones de 2010 de Colombia. En este caso, las campañas políticas apelaron a emociones como el miedo y el entusiasmo para movilizar al electorado, creando así un ambiente polarizado. Mientras tanto, la investigación de Ahuactazín y González (2019) describe el ambiente electoral de México en 2018 como un ambiente marcado por ataques políticos, incidentes de violencia, y confrontación mediática. En este caso, la polarización se concentra en la dimensión comunicacional, expresada en campañas negativas y discursos populistas, así como polarización generada por el contenido de los medios de comunicación. Por último, Sulmont (2017) en su investigación describe un perfil del elector latinoamericano, donde encuentra una mayor explicación del voto ideológico izquierda-derecha en sistemas de alta polarización partidaria, lo cual explica la alta polarización cuando los extremos políticos toman protagonismo.

La polarización política en el Perú está bien documentada en la literatura existente, lo cual permite recrear una tendencia y una historia de dicho fenómeno. Según la investigación de Candela (2010), las elecciones presidenciales de 1936 estuvieron marcadas por polarización política expresada en incidentes de violencia,

principalmente debido a la polarización de élites representadas en los partidos políticos. Asimismo, se puede observar una campaña política marcada por la ideología política expresada con recursos discursivos cuyo efecto era relacionar frases con posturas. El autor indica que algo que destacó de estas elecciones fue la importancia de la distinción izquierda-derecha, y la polarización de masas que esto generó.

A esta literatura se suman dos investigaciones acerca de las elecciones presidenciales del 2011. La investigación de García (2017) explora cómo medios de comunicación utilizaron recursos discursivos para promover mensajes estratégicos a favor y en contra de los candidatos. La investigación encuentra que emociones como el miedo jugaron un rol importante en la aseveración de la polarización política. Por otro lado, la investigación de Christiansen (2015) mide las emociones y preferencias políticas de los electores en relación a las candidaturas de primera vuelta. El autor no sólo encuentra la importancia de las emociones en la decisión del voto, sino que también encuentra una alta presencia de sentimientos fuertes como miedo e ira. Por último, el estudio de Jaramillo (ibídem) citado anteriormente, aborda la segunda vuelta de las elecciones del 2021 de manera breve, con el autor concluyendo que “la polarización, en términos generales, ha aumentado, sobre todo en la élite y la polarización activista”. Asimismo, resalta el rol de los medios de comunicación en la estrategia política de Keiko Fujimori en la polarización social respecto a un supuesto fraude. Como se vio al inicio, la discusión respecto a la polarización política requiere de una actualización que incluya el rol de los medios de comunicación y el discurso público como razones de polarización, particularmente en el caso peruano, donde la literatura es escasa.

3.2

Simbología cultural

La literatura que aborda los temas de simbología cultural y posturas políticas ha enfatizado de manera importante en la temática de banderas nacionales y nacionalismo. Estudios como el de Butz et al. (2007) y Sibley (2008) han investigado cómo la exposición a banderas nacionales (de Estados Unidos y Nueva Zelanda respectivamente) invocan valores de igualdad y cohesión social. Por otro lado, estudios como el de Becker et al. (2012) encuentran una relación entre el uso de símbolos nacionales y posiciones nacionalistas. Los autores encuentran que la exposición a la bandera alemana conduce a que encuestados alemanes respondan de manera más alineada al nacionalismo y prejuiciosa ante grupos externos. Otros

estudios más recientes, como el de Goldman, Chang, Meddaugh y Daddona (2019) observan el efecto que tiene la simbología no nacional y específica a grupos políticos. El estudio encuentra que la presencia de simbología polarizadora, como la bandera confederada, produce reacciones en los individuos de tal manera que pueden adoptar posturas menos empáticas y más radicales. En la misma línea, el estudio de Marinthe et al. (2020) revela que la profanación de símbolos nacionales, como la quema de una bandera, puede fortalecer la cohesión grupal de quienes se identifican con dicho símbolo, o incrementar el antagonismo hacia grupos externos. Estos últimos estudios contribuyen de manera particular a la literatura que vincula los símbolos culturales con la polarización política y los discursos de odio.

Los estudios sobre movimientos sociales y cultura también registran literatura amplia y variada. Por ejemplo, el texto de Johnston y Klandermans (2013) realiza un balance respecto a las perspectivas teóricas alrededor de los movimientos sociales y la cultura. Este balance teórico aborda las distintas conceptualizaciones acerca de la cultura, tanto en su definición como en su construcción. Los autores dialogan con teorías respecto al rol de la cultura en la formación y el desarrollo de movimientos, discutiendo las perspectivas performativas y sistemáticas. Por último, también elaboran respecto a las metodologías de análisis cultural y las problemáticas que este tipo de análisis presenta.

Giugni (1998) realiza un balance respecto al debate existente en las teorías de movimientos sociales, y la determinación cultural o estructural. Realizando una revisión y discusión de cuatro textos, analiza la relación entre estructura (refiriéndose a las condiciones económicas) y cultura en la teoría de movimientos sociales. Ambos conceptos han sido utilizados para explicar el origen de movimientos, pero el autor señala la falta de modelos integradores que den cuenta de las interacciones entre cultura y estructura en el análisis de movimientos, sin anteponer uno por sobre el otro. Estos dos estudios resultan útiles para comenzar a formar un vínculo entre el uso político de símbolos culturales y la activación de movimientos sociales en el marco de la polarización política.

3.3

Performance

Por último, el tema de performance en la política es específico y poco abordado, pero también cuenta con estudios a profundidad respecto. Las autoras elaboran con un estudio (Blee y McDowell, 2013) donde analizan los rituales y performances del Ku

Klux Klan en el Siglo XX, analizando el uso de espacios semi-públicos y públicos en la formación de vínculos internos y como parte de performances externos de reclutamiento y confrontación. Este estudio permite entender la manera cómo una posición racista y extrema se fortalece, crece, y se posiciona en el espacio público frente a otros grupos. Contribuye a entender cómo los movimientos sociales modifican sus performances y su audiencia para lograr diferentes objetivos, lo cual se logra mediante el control del escenario y la diversificación de roles.

Breeze (2018) utiliza el concepto de performance y explora la dimensión emocional, estableciendo un vínculo entre estas dos ideas y su incorporación en estrategias políticas electorales. Su estudio explica cómo los políticos populistas instrumentalizan las emociones de su público, mediante discursos que tienen como objetivo provocar emociones particulares, y presentarse como representante de emociones positivas, mientras que vinculan a sus contrincantes con emociones negativas. La manera más efectiva y común de performance emocional viene mediante la ira y el miedo, dos emociones que el discurso populista o extremista busca instalar en el escenario político. Sin embargo, el manejo de las emociones en el performance político también implica ofrecer un contraste y canalizar emociones de esperanza, seguridad y preocupación. El éxito de los movimientos políticos consiste en ofrecer un balance de emociones positivas y negativas, y realizar una performance que convenza a la audiencia.

A partir del balance literario realizado, es necesario orientar la investigación en torno a ejes específicos que desprendan de los temas vistos anteriormente, y que también complementen la pregunta específica que se hizo en un inicio. Es por ello que, surgen cuatro preguntas específicas que son necesarias para entender el alcance de la investigación, y para poder guiar el trabajo.

4. Marco teórico:

A continuación, es necesario presentar un marco teórico que contenga los conceptos y las teorías que serán utilizadas para responder a las preguntas planteadas. Tal como se dividió el balance de la literatura, existen tres temas principales, cuyos conceptos se tendrán que definir. Primero se procederá a describir los distintos tipos de polarización política y mencionará cómo el concepto es relevante para esta investigación.

4.1 Polarización política

La polarización política suele ser entendido como un ambiente de hostilidad propiciado por la existencia de bandos o facciones políticas. Este concepto ayuda a explicar distintos comportamientos que se dan en un ambiente altamente politizado (no necesariamente a base de factores ideológicos), que afecta a todos los actores, desde aquellos que participan directamente como partidos políticos, hasta el público y la sociedad civil. Asimismo, es un fenómeno que suscita discursos de emoción y de diferenciación, que suelen ser expresados de manera pública, especialmente por parte de las facciones existentes (Yvengar, Sood y Lelkes, 2012). Estas son principalmente negativas, y están dirigidas hacia opositores a uno mismo (Prinz, 2021). La teoría respecto a la polarización política profundiza con respecto a los distintos tipos de polarización existentes, que varían según los actores y el contexto. Dada la importancia del concepto para esta investigación, es importante definir tres tipos de polarización política y realizar un balance para acercarnos al concepto que será utilizado para esta investigación.

El primer tipo de polarización política por describir es la polarización de masas, la cual se enfoca en la población general, y se refiere al conflicto entre personas que pertenecen o se identifican con un bando político o polo ideológico distinto a otro. Está marcado por emociones y actitudes de disgusto, desprecio o animadversión a aquel que no pertenece al bando de uno mismo, y genera un ambiente de conflictividad, que llega a afectar a quienes no pertenecen a ninguno de estos bandos (Yvengar, Sood y Lelkes, ibidem). El proceso mediante el cual aparece la polarización de masas se basa en el movimiento de un número grande de ciudadanos alrededor de polos ideológicos o posturas políticas sobre temas relevantes. Usualmente se da en un periodo largo de tiempo, pero puede verse acelerado por la aparición de momentos detonantes, particularmente durante situaciones altamente politizadas. Según Baldassarri y

Gelman (2008), la polarización de masas se alimenta en la interacción que tiene la población con las élites políticas, figuras reconocidas, y clivajes políticos presentes en un determinado espacio. Druckman, Peterson y Slothuus (2013) indican que la polarización de élites cambia la manera cómo los ciudadanos toman decisiones, especialmente entre simpatizantes de un partido, quienes reafirmarán sus propias creencias, mostrarán poca voluntad para cuestionarlas, y estarán más dispuestos a tomar acción a base de estas. Como complemento, Abramowitz y Saunders (2008) muestran cómo la polarización de masas puede surgir generar un fenómeno de reproducción de la polarización, reaccionando ante la polarización de élites políticas y a la vez contribuyendo a ella. En palabras de Domínguez (2018), la estructuración del electorado en torno a polos diferenciados “constituye una guía clara para candidatos y otros componentes de la clase política, a la vez que estos pueden generar o reforzar esa configuración”.

Comprender la polarización de masas es el primer paso para comprender el fenómeno de polarización política. Implica un cambio acciones, comportamientos, emociones, y respuestas ante las acciones de distintos actores de la sociedad, principalmente ciudadanos alejados de los espacios de las élites políticas. El movimiento de los actores dentro en un contexto de polarización de masas se da en base a la reacción a los bandos existentes, dado que los individuos buscarán alinearse con uno de ellos según los mensajes que emitan. Incluso es común que la mayoría del apoyo hacia un bando se dé como rechazo al otro, lo cual genera condiciones donde las fuerzas políticas están sostenidas en base al rechazo y no el apoyo. Esto a su vez exacerba la situación de polarización, dado que no existe una alternativa que pueda apaciguar a la población.

La relación entre la polarización de masas y las élites o fuerzas políticas es importante para el concepto de polarización política. Por ello, existe otro subtipo de polarización política que explica esto, siendo la polarización de élites. Baldassarri y Gelman (ibídem) describen a la polarización de élites como las crecientes divisiones y antagonismos ideológicos entre partidos políticos y miembros de la élite política. Garand (2010) indica que el surgimiento e intensificación de la polarización de élites suele darse como un proceso político a largo plazo, mediante el cual los partidos o actores políticos radicalizan su discurso para responder a los electores o simpatizantes que quieren captar. Los sistemas bipartidarios, como el estadounidense, son más susceptibles a esto, pues a medida que uno de los dos

bandos principales se radicaliza, el otro hace lo mismo en reacción. Hetherington (2009) indica que la polarización de élites conduce a una alienación de posiciones moderadas, mientras que Levendusky (2009) señala que la polarización de élites puede conducir a que el electorado adopte posiciones más claras y consistentes al poder identificar claramente los polos ideológicos presentes, una teoría respaldada por el estudio de Sulmont (ibídem). Baldassarri y Gelman señalan que esto no es exclusivo a partidos políticos, sino a activistas políticos y actores con una participación alta del proceso político.

Bajo esta definición, podemos afirmar que la polarización de élites se da en respuesta a un electorado o sociedad civil polarizada, y a la vez termina influyendo en esta. La polarización de élites es útil para comprender los mensajes que transmiten los partidos políticos hacia sus simpatizantes y hacia el público en el medio de una elección. En una contienda entre dos principales bandos, ambos van a buscar fortalecerse a sí mismos, y esto se logra sumando adherentes y simpatizantes. Por lo tanto, deben responder a la polarización con mensajes que respondan a las emociones y discursos presentes. Para hacer esto, las élites políticas utilizan recursos discursivos de Framing político, definido por Druckman, Peterson y Slothuus (ibídem) como una práctica que consiste en buscar influir sobre la opinión que se tiene sobre un tema político o evento público, enfatizando sus características positivas y/o negativas según el mensaje que se quiere transmitir.

Los autores profundizan en la discusión acerca del Framing político y la polarización de élites, explicando la importancia del Framing político en el proceso de posicionamiento de partidos y movimientos ante el público. Los bandos políticos utilizan el Framing para posicionarse respecto a diversas problemáticas políticas ante la opinión pública, de manera que se vean beneficiados según el mensaje que transmitan y el receptor a quien dirigen. También intentan ubicar a sus opositores o contrincantes en posiciones desventajadas respecto a los mismos asuntos políticos. Por ejemplo, un partido político puede intentar posicionarse como democrático, y a la vez posicionar a su contrincante como autoritario, presentando un Framing ante el electorado para influir en su opinión. Los autores argumentan que la fortaleza de un Framing es lo que lleva a que sea exitoso, pues cuando los ciudadanos interactúan con diferentes mensajes, el más fuerte y sólido suele tener mayor influencia en su manera de pensar. En épocas donde las élites políticas buscan diferenciarse bastante

del otro, los Framings son más frecuentes y más intensos, incrementando la polarización de élites.

El balance del concepto de la polarización de élites es útil para conocer el comportamiento de figuras políticas y partidos políticos, y comprender las estrategias que se implementan desde estos agentes hacia el público. La polarización de élites aparece como producto de la interacción de las élites políticas con sectores polarizados de la sociedad, dado que las élites buscan posicionarse dentro de este escenario y responder a los electores y simpatizantes. A partir de esto, las mismas élites empiezan a adoptar discursos y expresiones más antagónicas y emocionales. La relación entre masas y élites es importante en el marco de la polarización política, y cuando la discusión se enmarca en una elección presidencial, es importante el rol específico que cumplen los partidos políticos. Por ello es útil utilizar un tercer sub-concepto de la polarización política, que viene ser la polarización afectiva, definida por Druckman (2019) como la identificación de un individuo con un partido político. Según Garrido, Martínez y Mora (2021), este tipo de polarización se determina por una distancia emocional más que ideológica, y responde ante bandos en donde se siente reflejado, tanto en características personales como culturales. Una vez que se establece una conexión con un grupo, incrementa la adhesión hacia el propio grupo, que a la vez genera una animadversión hacia los grupos opuestos. En sistemas multipartidarios, la polarización afectiva puede presentarse con mayor intensidad hacia personalidades o liderazgos provenientes de un partido político por sobre el mismo partido, algo que ocurre particularmente en países con partidos políticos débiles. Este tipo de polarización también resulta efectivo en la politización de asuntos políticos y la creación de bandos alrededor de estos, algo que incluso puede ocurrir alrededor de temas políticamente neutros.

La polarización afectiva es un concepto que, como fue mencionado, está fuertemente vinculado a los partidos políticos, y en particular a los sistemas bipartidarios. Esto no significa que el concepto de polarización afectiva sea inaplicable en el Perú, un sistema multipartidario, sino que requiere que ser adaptado para tomar esto en cuenta. El estudio de Wagner (2021) trata precisamente sobre ello: sugiere en analizar la polarización afectiva en sistemas multipartidarios como la percepción de una división binaria de bandos políticos, los cuales pueden estar conformados por múltiples partidos. Esto permite utilizar la polarización afectiva para observar las

divisiones políticas que se forman más allá de los partidos, pero que aún los incluyen, todo desde la perspectiva de ciudadanos que se sienten identificados con alguno de estos bandos.

Como se ha descrito, la polarización política es un concepto que sirve para entender mejor las acciones que se dan dentro de cierto evento o contexto político. Mediante los tres sub-conceptos específicos, es posible identificar fenómenos de polarización de masas, élites, y aquella relacionada a los bandos políticos. Se puede observar que los escenarios de polarización pueden surgir a base de conflictos ideológicos, pero en varias ocasiones pueden surgir por factores emocionales o culturales. Por ello la importancia de realizar un análisis de las expresiones culturales en el marco de la polarización, y ver cuánta influencia tienen en alimentar un escenario de polarización, mientras que a la vez funcionan como objetos polarizadores.

4.2 Simbología cultural

Para poder llevar a cabo un análisis de las expresiones culturales y la polarización política, se debe tener en claro los conceptos vinculados con la simbología cultural y la dimensión emocional dentro de los procesos políticos. Esto implica comprender el uso de los símbolos en la interacción humana, y también el rol que cumplen para transmitir o potenciar mensajes políticos. Es importante tomar en cuenta la definición de Randall Collins de símbolos, que incluye no sólo objetos, sino ideas, personas y prácticas. La dimensión emocional también tiene un rol importante en la comunicación política y en la movilización política, especialmente en contextos de polarización como se ha visto anteriormente.

Uno de los primeros autores en profundizar en la teoría de los símbolos culturales fue Emile Durkheim (1953), quien indicaba que los seres humanos creaban y mantenían estos símbolos para unificar a la comunidad. Estos símbolos se reproducen, comparten y heredan a lo largo del desarrollo de una comunidad, y durante este proceso, los símbolos adquieren significados y cargas valóricas que solidifican su permanencia. Asimismo, estos símbolos pueden ser unificadores o pueden ser adoptados por distintos grupos dentro de la misma comunidad para diferenciarse del resto. La investigación de Butz, Plant y Doerr (2007) explica la importancia de los símbolos en el proceso de formación de identidades nacionales y la reducción de hostilidades hacia miembros de la propia comunidad, y el aumento de hostilidades hacia grupos externos. Esto, según Marinthe (2020) consiste en una

estrategia para fortalecer la cohesión del grupo social, y diferenciarse de externos. Callahan y Ledgerwood encuentran que los símbolos pueden unificar grupos completamente heterogéneos, e incluso observan que un grupo que quiere aparentar fortaleza ante otros recurrirá a la proyección de símbolos grupales para lograrlo.

Como se puede observar, los símbolos culturales son de gran importancia en la interacción humana, la comunicación política, y la formación de comunidades. La influencia que tienen para poder diferenciar y cohesionar grupos tiene gran implicancia cuando se habla de conflictos entre bandos políticos. Hoy en día, casi la totalidad de movimientos políticos tiene una simbología asociada, que es electa expresamente por ellos, como una bandera, o que se les atribuye desde afuera, y puede ser reapropiada. Esta simbología eventualmente puede adquirir significado fuera de la vinculación explícita con el movimiento al cual representa. Símbolos como la esvástica o la hoz y martillo representan ideologías enteras, sin necesidad de explicaciones. Theiler (2017) describe a los símbolos políticos como “cualquier objeto, persona, palabra, performance o gesto que representa una institución política, una jerarquía, un movimiento, una creencia o una ideología”.

A propósito de esto, el estudio de DellaPosta (2020) permite observar el efecto que tiene un símbolo cultural cuando, en el marco de un ambiente polarizado, se ve vinculado con un bando particular. El efecto polarizador salpica y convierte a objetos y símbolos culturales en símbolos polarizadores, que cambian la manera cómo se percibe y utilizan dichos símbolos, así como la manera de ver a quienes los utilizan. Esto se puede ver de manera profundizada en la investigación de Carlston y Mae (2006) quienes proponen que los símbolos culturales son utilizados por ciudadanos para clasificar a los demás en determinados bandos. Los autores encuentran una correlación en la manera cómo un individuo percibe a otros, si antes existe una vinculación con un símbolo cultural. Este símbolo puede ser expresamente política, o se le puede atribuir un significado según el contexto histórico y político. Habiendo visto el rol que tienen los símbolos culturales en fortalecer identidades y cohesión grupal, y a la vez incrementar el antagonismo hacia grupos externos, tiene sentido que en un ambiente polarizado lo simbólico se vea afectado por lo político.

Si bien los símbolos culturales constituyen una gran parte de los elementos culturales vinculados a la política, también es importante tomar en cuenta a las prácticas, actividades, discursos, y rituales que cumplen con la misma función. Randall

Collins (2004) elabora a detalle una teoría de acción social basada en rituales sociales, los cuales son acciones repetidas que un individuo realiza en determinado espacio social, en las cuales interactúa con las personas y objetos a su alrededor. Collins indica que estos rituales sirven para cargar objetos, ideas o personas con valores que cobran un significado distinto según los rituales y las personas involucradas, y se convierten en símbolos. Por ejemplo, la cruz como símbolo del cristianismo transmite un valor de poder y santidad. Cuando un símbolo adquiere valor a través de un ritual, puede llevar al fortalecimiento de la identidad y los vínculos de los miembros de un grupo, así como brindar motivaciones grupales que giran en torno a los valores que encarna dicho símbolo. El autor añade la importancia de la repetición de rituales para que los símbolos no pierdan valor.

En diálogo con las ideas previas, Marquez (2013) contribuye a la teoría de rituales de Collins vinculándolo con movimientos políticos. En primer lugar, vincula a los rituales de interacción con la formación de cultos de personalidad, dado que un líder político puede convertirse en un símbolo cargado de determinados valores. De ahí, explica cómo los movimientos sociales se sostienen a base de rituales sociales, mediante los cuales el mismo movimiento puede convertirse en un símbolo. Asimismo, Marquez afirma que, desde la teoría de rituales de Collins, la ideología tiene una importancia reducida en la formación de grupos políticos, así como democracia deliberativa. En cambio, los grupos políticos optan por rituales de fidelización a base de valores y emociones, los cuales se fortalecen mediante la confrontación con otros grupos políticos.

La definición de Collins y la contribución de Marquez permiten observar un proceso mediante el cual los objetos, ideas, prácticas y personas se convierten en símbolos. En el marco de un clima politizado y polarizado, este proceso de interacción, repetición y adquisición de valor se vuelve más común, dado que la generación de símbolos no sólo es un proceso natural, sino que es activamente impulsado por bandos políticos. En un contexto electoral, hay dos bandos que disputan un electorado que ya reconoce varios símbolos y los relaciona con ciertos valores. En ese caso, los bandos políticos intentarán definirse en torno a esos símbolos, de manera que pueden verse vinculados con los valores representados, o pueden reapropiarse de dichos símbolos y darles un nuevo significado. Esto puede ser fundamental en el crecimiento de los movimientos en el terreno político, mediante la atracción de adherentes y simpatizantes. En línea con las reflexiones de Marquez, esto resulta más efectivo

cuando la polarización política está basada alrededor de aspectos culturales y no aspectos ideológicos.

Como se ha descrito, la simbología cultural tiene un rol importante en la comunicación política, dado que permite transmitir mensajes sin tener que explicitarlos, permite emitir mensajes accesibles y permite que se vinculen con valores pre-existentes para redefinirse ante el público mediante estrategias de Framing. Theiler (ibídem) indica que los símbolos políticos tienen tres características principales. En primer lugar, sirven para simplificar y resumir prácticas y estructuras políticas. En segundo lugar, pueden vincular instituciones con creencias y emociones. Por último, pueden cohesionar movimientos políticos bajo conceptos ambiguos.

Otro aspecto importante que rodea la relación entre la política y la cultura es la dimensión emocional en el marco de la movilización política. Varios de los autores previamente mencionados han dejado en claro que los símbolos generan emociones en quienes los reconocen, lo cual puede conducir a una mayor aceptación de estos, o por el contrario, a un rechazo. Las emociones en la política son uno de los factores principales en la activación y la movilización social, especialmente en el marco de la polarización política, viendo que es un fenómeno con una base emocional.

Jasper (2008) contribuye a esta discusión mediante una revisión de factores emocionales que conllevan a la activación política y la canalización de emociones en acción colectiva. El autor propone el concepto del “shock moral”, que viene a ser una reacción emocional fuerte que conduce a la acción política de un individuo. El origen de un shock moral suele ser un evento público y repentino, pero también puede ser un incidente personal o un proceso gradual. Un shock moral puede llevar a la resignación del individuo, o a la activación política, de manera que canaliza emociones como ira, miedo e indignación en acción. Jasper indica que tras estos eventos, el individuo politizado puede entrar en un “modo ataque”, o una combinación de emociones positivas y negativas que conducen a la manifestación política. Lo expuesto por Jasper permite analizar cómo un individuo que se ve amenazado por un evento o propuesta decide tomar acción, guiado principalmente por sus emociones. Es importante tomar en cuenta que los actores consideran que sus acciones están guiadas por un sentimiento de moralidad, lo cual, a sus ojos, justifica las acciones que toman y fortalece su inclinación hacia la acción colectiva.

En esta investigación, resulta importante comprender la relación entre la simbología cultural y las emociones que generan, dado que se plantea que la simbología genera sentimientos de cohesión grupal y antagonismo a externos. En el marco de un ambiente político polarizado, es importante observar los factores que conducen a la movilización social, lo cuales, según la teoría, suelen ser emocionales. Por ende, es importante comprender no sólo la relación entre cultura y política, sino también el rol de las emociones como conector que permite que un símbolo genere una reacción en una persona que conduzca a la activación política.

4.3 Performance

En esta investigación, se ha revisado cómo la cultura puede ser un medio por el cual se transmite un mensaje político, y cómo en el marco de la polarización política, los bandos existentes suelen adoptar mensajes polarizadores que buscan resonar con símbolos y emociones. Para entender bien esta acción de posicionamiento por parte de los partidos políticos y sus adherentes ante el resto del electorado, se recurrirá al concepto del performance. Este concepto está relacionado a teorías de interacción social, pero para la presente investigación será entendida de manera política.

Goffman (1956) utiliza el concepto de performance para referirse a la forma cómo un individuo se muestra y comporta ante otros, adoptando un rol de actor ante una audiencia. El acto de performance consiste en una negociación mediante la cual el individuo se presenta de la manera en la que busca ser percibido, e intenta posicionar a los demás según lo que quiere que sean. En este sentido, cada interacción es una performance donde se busca tener control sobre la situación, de manera consciente o inconsciente, para transmitir una imagen determinada. Asimismo, el actor debe reaccionar de manera apropiada ante los mensajes y acciones de otros actores, para poder sostener la imagen que quiere transmitir. La audiencia también forma parte de este juego, viendo que son observadores constantes del individuo, por lo cual el actor está en un constante ejercicio de posicionamiento ante ella.

La interpretación política del concepto de performance de Goffman no requiere de mayores modificaciones para aplicarla a los procesos políticos, como movilizaciones sociales, debates políticos, y en este caso, elecciones. El trabajo de Alexander (2016) elabora sobre esto, utilizando la teoría de performance y la dramatización para analizar una elección presidencial. En esta, los protagonistas buscan posicionarse a sí mismos y a sus contrincantes de cierta manera, entrando en

una negociación con el electorado para que este acepte su posicionamiento en el escenario político. Tal como se ha visto en el presente trabajo, los partidos y candidatos se presentan mediante mensajes y acciones hacia la audiencia. En estas interacciones, pueden adoptar un discurso político emocional y/o cultural como manera de captar a la audiencia. En un contexto de polarización, se espera que las performance de los actores políticos estén marcados por una interacción más frecuente entre sí.

Blee y McDowell (2012) contribuyen al vínculo entre la teoría de dramaturgia y la política desde el punto de vista de los movimientos sociales vistos como performances. Indican que los movimientos sociales tienen que construir sus audiencias mediante procesos de interacción social, adoptando distintos performances de manera estratégica para construir y apelar a distintas audiencias. La relación entre movimientos y sus audiencias va más allá de la interacción, pues los movimientos buscan que la audiencia participe y se incorpore al performance que realizan, incluso que cambien sus propias actitudes. Los diferentes tipos de performance que realizan los movimientos buscan provocar emociones y comportamientos determinados en sus audiencias, dado que su éxito político está vinculado a su éxito performativo. Los movimientos hacen uso de estos recursos dramaturgos para adaptar su audiencia a su mensaje y no al revés. Esta contribución es particularmente útil al analizar una elección presidencial, en el cual las candidaturas intentan sostener un discurso emocional para generar adherencia, y convencer a su audiencia del mensaje político que buscan transmitir.

En resumen, la teoría de dramaturgia política que será utilizada concibe a la performance como práctica mediante el cual los protagonistas políticos en un determinado espacio buscan posicionarse de manera positiva, y a sus oponentes de manera negativa o subordinada. Esto se logra mediante mensajes que resuenen ideológicamente, emocionalmente y culturalmente con su audiencia. En ambientes políticos polarizados, las audiencias pueden responderán de manera polarizada también, presentando reacciones más intensas, que a la vez obligan a los actores a responder con performances más intensos. La performance particular de cada actor está definida por la manera como busca posicionarse a sí mismo y a su contrincante, los mensajes que emplean para lograr esto, y su interacción con la audiencia.

5.Conclusiones

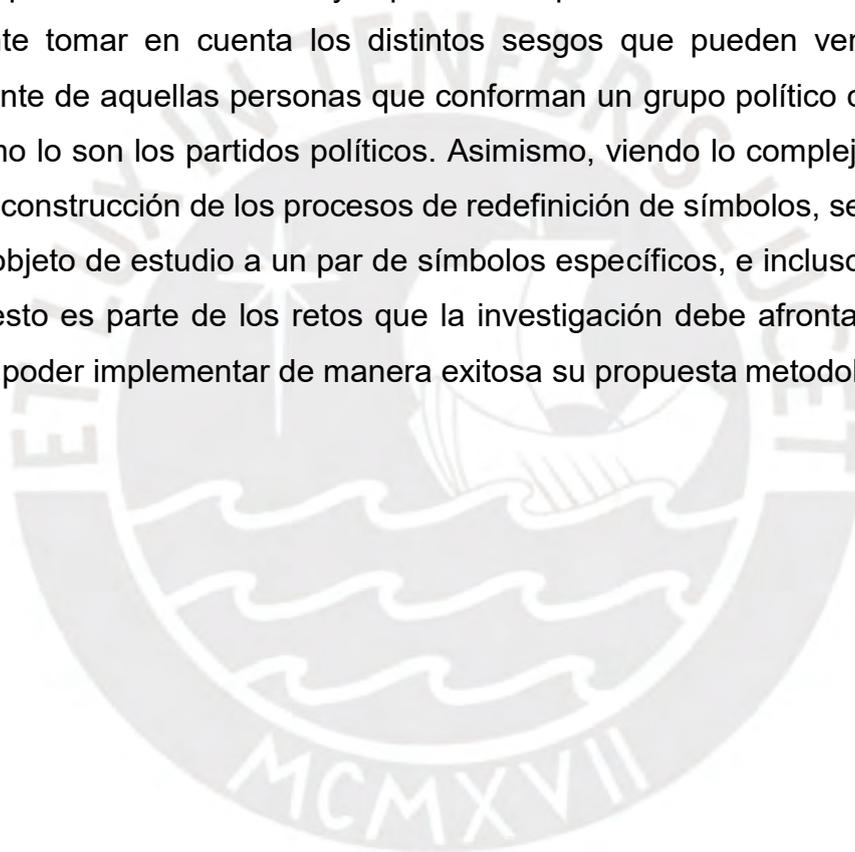
En base a lo que se ha presentado, queda en evidencia la complejidad del tema que se está trabajando, debido al balance que se busca realizar entre elementos propios del análisis político, y el análisis cultural. La literatura consultada revela pocos casos de análisis cultural de procesos políticos, especialmente en un ambiente de antagonismo producto de la polarización política. Esto también revela la importancia del tema mencionado, pues es un aspecto que se debe analizar para tener una buena comprensión del proceso electoral en cuestión, y de la situación política por la cual está atravesando el país. Comprender las divisiones uno de los procesos políticos más polarizados a nivel nacional en los últimos años, resulta imprescindible para investigaciones futuras, especialmente para intentar escapar de la lógica “izquierda-derecha” al hablar de elecciones. Hoy en día, se está viendo que más allá de las ideologías, los votantes se movilizan en base a identidades, simpatías, emociones, y símbolos reconocibles.

El análisis propuesto parte desde la identificación de estos diferentes símbolos presentes en el espacio electoral específico del 2021, y conduce hacia la interpretación de su rol en un espacio público marcado por polarización. Según las herramientas que hemos identificado para el análisis, la presente investigación está guiada por la comprensión de procesos de redefinición y apropiación. Es importante tomar en cuenta a los actores involucrados en esto, así como el contexto que permite llevar a cabo dichas acciones. En este caso, la polarización política es un concepto que busca ser utilizado como un marco, dentro del cual se pueden observar procesos de interacción política más intensos y acelerados. Como se ha mencionado, un reto que afronta esta investigación es descubrir cómo, en un país con poca politización, se reproduce la polarización a partir de la identidad no de la ideología, incluso cuando los bandos en disputa son opuestos ideológicos, y alejados del centro político.

Asimismo, lo presentado respecto a la simbología cultural propone un proceso que se tiene que observar y reconstruir, que viene a ser el proceso de redefinición de símbolos existentes según los intereses estratégicos de los actores políticos. Este proceso puede darse mediante la interacción del público en rituales sociales que le otorgan un nuevo significado a los símbolos, o también puede ser producto de una negociación entre un actor político y su público, de manera que su performance determinará el éxito de la negociación por el significado del símbolo. También se debe

considerar que los símbolos, una vez definidos o redefinidos, no son estáticos, y están en constante reproducción y propagación dentro de grupo que reconoce su significado. Por ello, también se ha planteado, en las preguntas específicas, una observación hacia actores que participan de este proceso de distintas maneras, tal como los medios de comunicación o las élites políticas.

Finalmente, es importante tomar en cuenta los retos que esta investigación puede llegar a afrontar. En principio, si bien la metodología implica en parte un proceso de entrevistas hacia actores que participaron de manifestaciones y eventos políticos, ha pasado casi medio año desde el fin del proceso electoral 2021, por lo cual se estará trabajando a partir de las memorias y experiencias que dichos actores decidan contar. Es importante tomar en cuenta los distintos sesgos que pueden venir con esto, particularmente de aquellas personas que conforman un grupo político con intereses propios, como lo son los partidos políticos. Asimismo, viendo lo complejo que puede resultar la reconstrucción de los procesos de redefinición de símbolos, será necesario delimitar el objeto de estudio a un par de símbolos específicos, e incluso quizá a uno sólo. Todo esto es parte de los retos que la investigación debe afrontar y tomar en cuenta para poder implementar de manera exitosa su propuesta metodológica.



6.

Bibliografía

Abramowitz, A. y Saunders, K. (2008). Is Polarization a Myth? En: *The Journal of Politics*, Vol. 70, N°2, pp. 542-555.

Ahuactzin, C. y González, R. (2019). "Introducción. La contienda electoral, el escenario comunicativo y la polarización política". En: "Elecciones México 2018 entre la comunicación y la polarización". Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. http://biblioteca.clacso.edu.ar/Mexico/icgdebuap/20210219022038/Elecciones_Mexico_2018.pdf

Alexander, J. C. (2011). Performance and Politics: President Obama's Dramatic Reelection in 2012. *The Drama Review*, Vol. 60, N°4, pp. 130-142.

Baldassarri, D. y Gelman, A. (2008). "Partisans without Constraint: Political Polarization and Trends in American Public Opinion". *American Journal of Sociology*, 114, N°2, 408-46. http://www.stat.columbia.edu/~gelman/research/published/B&G_PartisansWithoutConstraint_final.pdf

Becker, J, Enders-Comberg, A., Wagner, U., Christ, O., y Butz, D. (2012). Beware of national symbols: How flags can threaten intergroup relations. En: *Social Psychology*.

Blee, K., & McDowell, A. (2012, March). Social Movement Audiences 1. In *Sociological Forum* (Vol. 27, No. 1, pp. 1-20). Oxford, UK: Blackwell Publishing Ltd.

Blee, K., & McDowell, A. (2013). The duality of spectacle and secrecy: a case study of fraternalism in the 1920s US Ku Klux Klan. *Ethnic and racial studies*, 36(2), 249-265.

Breeze, R. (2018). Emotion in politics: Affective-discursive practices in UKIP and Labour. En: *Discourse and Society*, Vol. 30, N°1, pp. 24-43.

Butz, A., Plant, A. y Doerr, C. (2006). Liberty and Justice for All? Implications of Exposure to the U.S. Flag for Intergroup Relations. Florida State University.

Callahan, P. y Ledgerwood, A. (2016). On the Psychological Function of Flags and Logos: Group Identity Symbols Increase Perceived Entitativity. En: *Journal of Personality and Psychology*, Vol. 110, N°4, pp. 528-550.

Candela, E. (2010). "Polarización e ideologización en un escenario político: etapas y desarrollo de la campaña electoral de 1936". *Histórica*, 34, N°2. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/historica/article/view/1347>

Carlson, D. y Mae, L. (2006). Posing with the flag: Trait-specific effects of symbols on person perception. En: *Journal of Experimental Social Psychology* N°43, pp. 241-248.

Casal Bértoa, F. (2019). *Causas y consecuencias de la polarización: ¿Qué es lo que sabemos?* Fundación para el Análisis y los Estudios Sociales. https://fundacionfaes.org/file_upload/publication/pdf/20200110132929causas-yconsecuencias-de-la-polarizacion-a-que-es-lo-que-sabemos.pdf

Castro, J. (2021). "Encuesta Ipsos: Antivoto de Keiko Fujimori y de Pedro Castillo se mantiene igual". *El Comercio*. <https://elcomercio.pe/elecciones-2021/encuesta-ipsos-antivoto-de-keiko-fujimori-y-de-pedro-castillo-se-mantiene-igual-elecciones-2021-noticia/?ref=ecl>

Christiansen, A. (2015). *Ideología, emociones, y actitudes políticas durante las elecciones generales peruanas de 2011*. PUCP.

Collins, R. (2004) *Interaction Ritual Chains*. Princeton Press.

DellaPosta, D. (2020). Pluralistic Collapse: The “Oil Spill” Model of Mass Opinion Polarization. En: *American Sociological Review*, Vol. 85, N°3, pp. 507-536.

Domínguez, E. (2018). *La polarización política durante la administración Obama*. Centro de Estudios Hemisféricos y Sobre Estados Unidos. La Habana: Universidad de La Habana.

Druckman, J., Klar, S., Krupnikov, Y., Levendusky, M., & Ryan, J. (2021). How Affective Polarization Shapes Americans’ Political Beliefs: A Study of Response to the COVID-19 Pandemic. *Journal of Experimental Political Science*, Vol. 8, N°3, 223-234.

Druckman, J., Peterson, E., y Slothuus, R. (2013). How Elite Polarization Affects Public Opinion Formation. *American Political Science Review*, Vol. 107, N°1, pp. 57-79.

Drutman, L. (2021). “Theft Perception. Examining the View of Americans Who Believe the 2020 Election was Stolen”. Democracy Fund Voter Study Group. https://d1y8sb8igg2f8e.cloudfront.net/documents/Theft-Perception_June2021.pdf

Fowks, J. y Santaaulalia, I. (2021). “El hombre que puso a las élites peruanas a los pies de su caballo. *El País*. <https://elpais.com/internacional/2021-04-12/el-hombre-que-puso-a-las-elites-peruanas-a-los-pies-de-su-caballo.html>

Garand, J. (2010). Income Inequality, Party Polarization, and Roll-Call Voting in the U.S. Senate. En: *The Journal of Politics*, Vol. 92, N°4, pp. 1109-1128.

García, L. M. (2017). *La polarización discursiva en la segunda vuelta de las elecciones presidenciales del 2011 en el Perú: construcción de imágenes de Ollanta Humala y Keiko Fujimori en los diarios “La Primera” y “Correo.”* Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), Lima, Perú. <https://doi.org/10.19083/tesis/625150>

Garrido, A., Antonia, M., y Mora, A. (2021). “Polarización afectiva en España”. En: *Revista Más Poder Local*, N°45, pp. 21-40.

Giugni, M. (1998). Review: Structure and Culture in Social Movement Theory. En: *Sociological Forum*, Vol. 13, N°2, pp. 365-375.

Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Nueva York: Anchor Books.

Goldman, B., Chang, P., Meddaugh, J. y Daddona, M. (2019) "Stimulating a Response: Does Exposure to the Confederate Flag Impact People’s Attitudes Regarding Social Dominance Orientation, Ethnocultural Empathy, and their Political Beliefs?," *The Journal of Public and Professional Sociology*: 11, N°1. <https://digitalcommons.kennesaw.edu/jpps/vol11/iss1/2>

Gómez, R. (2021). “El voto andino y rural que le dio el triunfo a Pedro Castillo”. *Salud con lupa*. Recuperado de: <https://saludconlupa.com/noticias/el-voto-andino-y-rural-que-le-dio-el-triunfo-a-pedro-castillo/>

Hetherington, M. (2009). Putting Polarization in Perspective. En: *British Journal of Political Science*, Vol. 39, N°2, pp. 413-448.

Instituto de Estudios Peruanos (2021). IEP Informe de Opinión – Junio II 2021. [Conjunto de datos]. IEP [Distribuidora]. Recuperado de: <https://iep.org.pe/wp-content/uploads/2021/06/Informe-IEP-OP-junio-II-2021-completo.pdf>

Jaramillo, C. (2021). “Perú Segunda Elección Presidencial (Presidencia y Vicepresidencias). Análisis de Elecciones 2021”. México: Observatorio de Reformas Políticas en América Latina, IJUNAM y Organización de los Estados Americanos (OEA). <https://reformaspoliticas.org/wpcontent/uploads/2021/06/Analisis-de-Elecciones-Peru-Segunda-Vuelta.pdf>

Jasper, J. M. (2008). *The art of moral protest*. University of Chicago Press.

Jensen, J., Naidu, S., Kaplan, E., Wilse-Samson, L., Gergen, D., Zuckerman, M., & Spirling, A. (2012). Political Polarization and the Dynamics of Political Language: Evidence from 130 Years of Partisan Speech. *Brookings Papers on Economic Activity*, pp. 1–81. <http://www.jstor.org/stable/41825364>

Johnston, H. y Klandermans, B. (2013). “The Cultural Analysis of Social Movements”, *Social movements and culture*. Minneapolis: Routledge.

Juvinao, C. (2016). *La Ola Verde: motivaciones emocionales de la polarización política en las elecciones presidenciales de 2010 en Colombia*. Pontificia Universidad Javeriana. <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/20551/JuvinaoClavijoCatherine2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

La República (2021). “Simpatizantes de Perú Libre y Fuerza Popular marcharon este sábado en la capital”. *La República*. <https://larepublica.pe/elecciones/2021/06/19/marcha-en-lima-en-vivo-hoy-19-de-junio-2021-ultimas-noticias-de-las-protestas-de-peru-libre-y-fuerza-popular-keiko-fujimori-pedro-castillo-pltc/>

Levendusky, M. (2010). Clearer Cues, More Consistent Voters: A Benefit of Elite Polarization. En: *Political Behavior*, Vol. 32, N°1, pp. 111-131.

Marey, P. y Coulson, O. (2020). *US elections: Economy or identity?*. Rabobank. <https://economics.rabobank.com/publications/2020/october/us-elections-economy-or-identity/#1b9477f9-6f20-48a3-bbe1-9bf73ab4769d>

Marinthe, G., Falomir-Pichasor, J., Teste, B. y Kamiejski, R. (2020). Flags on fire: Consequences of a national symbol’s desecration for intergroup relations En: *Group Processes and Intergroup Relations*, Vol. 23, N°5, pp. 744-760.

Marquez, X. (2013). Randall Collins, Interaction Ritual Chains – A review with speculative detours into the political theory of ritual. En: *Rhuthmos*. <https://rhuthmos.eu/spip.php?article971>

Mook Lee, J. (2013). Elite Polarization and Mass Political Engagement: Information, Alienation and Mobilization. En: *Journal of International and Area Studies*, Vol. 20, N°1, pp. 89-109.

Nouriani, S. (2011). The Defensive Misappropriation and Corruption of Cultural Symbols. En: *Jung Journal: Culture & Psyche*, Vol. 5, N°1, pp. 19-30.

Ñaupas, A. (2021). “La ‘paradoja’ del voto ayacuchano: la región que votó cantando flor de retama. *Sudaca*. <https://sudaca.pe/noticia/informes/la-paradoja-voto-ayacuchano-la-region-que-voto-cantando-flor-de-retama/>

Prinz J. (2021) Emotion and Political Polarization. In: Falcato A., Graça da Silva S. (eds) *The Politics of Emotional Shockwaves*. Palgrave Macmillan, Cham. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-56021-8>

Reuters (2021). “La camiseta de la selección de fútbol de Perú se mete en la campaña electoral”. *Reuters*. <https://www.reuters.com/article/elecciones-peru-futbol-idESKCN2D00J1>

Schuliaquer, I. y Vommaro, G. (2020). “Introducción: La polarización política, los medios y las redes. Coordenadas de una agenda en construcción”. *Revista SAAP*, 14, N°2, 235-247.

Sibley, G., Hoverd, W. y Duckitt, J. (2011). “What's in a Flag? Subliminal Exposure to New Zealand National Symbols and the Automatic Activation of Egalitarian Versus Dominance Values”. En: *The Journal of Social Psychology*, Vol. 151, N°4, pp. 494-516.

Sulmont, D. (2017). *El elector latinoamericano del Siglo XXI : estudio comparado del comportamiento electoral en Brasil, Chile, México y Perú*. PUCP. <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/9024>

Tanaka, M. (2005). “Los estudios políticos en Perú: ausencias, desconexión de la realidad y la necesidad de la ciencia política como disciplina”. *Revista de Ciencia Política*: Santiaio. Vol. 25, N°1, pp. 222-231. https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-090X2005000100017

Theiler, T. (2017). “Political Symbolism”. En: *The SAGE Encyclopedia of Political Behavior*.

Wagner, M. (2021). Affective polarization in multiparty systems. *Electoral Studies*