

# ACCIÓN CONECTIVA Y MOVILIZACIÓN CONSERVADORA: ANÁLISIS DEL ACTIVISMO DIGITAL CONTRA EL CURRÍCULO ESCOLAR CON ENFOQUE DE GÉNERO EN PERÚ

Connective Action and Conservative Mobilisation:  
An Analysis of Digital Activism Against the School Curriculum  
with Gender Approach in Peru

**Raúl Castro-Pérez**

Universidad Científica del Sur. Perú.

[ccastroperez@cientifica.edu.pe](mailto:ccastroperez@cientifica.edu.pe)



**Santiago Tejedor**

Universidad Autónoma de Barcelona. España.

[santiago.tejedor@uab.cat](mailto:santiago.tejedor@uab.cat)



**Luis M. Romero-Rodríguez**

University of Sharjah. Emiratos Árabes Unidos / ESAI Business School - Universidad Espíritu Santo. Ecuador.

[lromero@sharjah.ac.ae](mailto:lromero@sharjah.ac.ae)



**Diego Páucar Villacorta**

Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Perú.

[diegopaucarv@hotmail.com](mailto:diegopaucarv@hotmail.com)



*Este trabajo ha sido realizado en el marco del programa de doctorado de Comunicación y Periodismo de la Universidad Autónoma de Barcelona. Su realización fue posible gracias al apoyo del Fondo Semilla para Docentes de la Universidad Científica del Sur, Lima, Perú, con N° de subvención 029-2023-PRO99.*

## Cómo citar este artículo / Referencia normalizada:

Castro-Pérez, Raúl, Tejedor, Santiago, Romero-Rodríguez, Luis M. y Páucar Villacorta, D. (2026). Acción conectiva y movilización conservadora: análisis del activismo digital contra el currículo escolar con enfoque de género en Perú [Connective Action and Conservative Mobilization: An Analysis of Digital Activism Against the School Curriculum with Gender Approach in Peru] *Revista Latina de Comunicación Social*, No. 84, 1-33. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2026-2553>

Fecha de Recepción: 29/09/2025

Fecha de Aceptación: 17/10/2025

Fecha de Publicación: 18/12/2025

## RESUMEN

**Introducción:** La presente investigación tiene como objetivo examinar críticamente el periodo formativo de la movilización conservadora gestada en el Perú contra el currículo escolar con enfoque de género, en línea con el resurgimiento de movilizaciones similares en todo el mundo. Desde el concepto aplicado de *acción conectiva* (Bennet y Segerberg, 2012), la investigación evalúa y reflexiona sobre la actividad en la red social Facebook de grupos emergentes de activistas, quienes, por medio de sus publicaciones, estructuran una narrativa conservadora que los posiciona como agentes deliberantes. **Metodología:** Se desarrolló una base de datos compuesta por 6.221 publicaciones en línea, que activaron dos marchas masivas en la ciudad de Lima el año 2017. Dichas publicaciones fueron analizadas de manera sistemática mediante un modelo de *machine learning* implementado en un entorno de Jupyter Lab (Python 3.11). **Resultados:** La investigación muestra que existe una fuerte relación entre la simplificación de los mensajes, el uso intensivo de medios audiovisuales, y la radicalización de los discursos, con un crecimiento significativo de su base de seguidores. **Discusión:** Se discute cómo colectivos conservadores en Perú se articulan digitalmente sin estructuras jerárquicas. Se sostiene que la comunicación no solo refleja la organización, sino que la constituye, mediante formatos, nodos simbólicos y economía afectiva. Contrario a la “inercia colectiva”, se observa que las conexiones episódicas pueden generar comunidades políticamente efectivas. **Conclusiones:** La movilización conservadora en el Perú constituye un movimiento social que utiliza acción conectiva para difundir discursos antigénero simplificados y polarizadores. Esta estrategia digital configura una identidad política excluyente, incide en el debate público e institucional, y plantea desafíos para la cohesión social, la gobernabilidad democrática y las políticas educativas nacionales.

**Palabras clave:** Acción conectiva; Política online; Movilización conservadora; Currículo escolar; Enfoque de género; Ideología de género; Polarización afectiva.

## ABSTRACT

**Introduction:** This research aims to critically examine the formative period of the conservative mobilisation that emerged in Peru against the school curriculum with gender approach, in line with the resurgence of similar movements worldwide. Drawing on the applied concept of *connective action* (Bennett & Segerberg, 2012), the study evaluates and reflects on the Facebook activity of emerging activist groups who, through their posts, construct a conservative narrative that positions them as deliberative agents. **Methodology:** A database was compiled consisting of 6.221 online posts that helped trigger two mass marches in Lima in 2017. These posts were systematically analysed using a machine learning model implemented in a Jupyter Lab environment (Python 3.11). **Results:** The study shows a strong correlation between message simplification, intensive use of audiovisual media, and discourse radicalization, alongside significant growth in follower base. **Discussion:** The findings discuss how conservative groups in Peru articulate digitally without hierarchical structures. The research argues that communication not only reflects organization but actively constitutes it—through formats, symbolic nodes, and affective economies. Contrary to the idea of “collective inertia”, the study finds that episodic connections can foster politically effective communities. **Conclusions:** The conservative mobilisation in Peru constitutes a social movement that employs connective action to disseminate simplified and polarizing anti-gender discourses. This digital strategy shapes an exclusionary political identity, influences both public and institutional debate, and poses significant challenges to social cohesion, democratic governance, and national educational policy.

**Keywords:** Connective action; Online politics; Conservative mobilisation; Gender-based approach; Gender ideology; School curriculum; Affective polarisation.

## 1. INTRODUCCIÓN

En 2017, a raíz de la implementación de un nuevo currículo escolar con enfoque de género promovido por el Estado peruano, diversas agrupaciones conservadoras —incluyendo organizaciones religiosas, colectivos ciudadanos y plataformas autodenominadas como “profamilia”— confluyeron en una protesta que alcanzó rápidamente gran visibilidad pública. Esta articulación dio lugar a un proceso de movilización masiva en defensa de lo que denominan la “familia natural” y el “derecho a la vida”, presentando su oposición a la política educativa como una demanda legítima por el respeto a los “derechos fundamentales” de los padres a decidir sobre la formación moral de sus hijos. Si bien el estudio se basa en datos recogidos durante el momento fundacional de la movilización, los repertorios discursivos, las redes de actores y las estrategias de movilización desarrolladas entonces no solo se han mantenido vigentes, sino que han escalado e instalado en la política gubernamental y parlamentaria. La continuidad de la narrativa conservadora se expresa hoy en una creciente polarización sociopolítica, donde el lenguaje de derechos es instrumentalizado para confrontar políticas de inclusión y diversidad. El fenómeno no es aislado: forma parte de una tendencia transnacional en la que sectores conservadores disputan el sentido común democrático desde plataformas digitales y estrategias de comunicación emocional. Este artículo examina críticamente la génesis del fenómeno, con especial atención al papel de diversos actores sociales radicados en Lima —la capital del país—, quienes articulan nuevas formas de acción colectiva al margen del sistema partidario tradicional. Dada su lógica organizativa descentralizada y su activismo digital altamente personalizado, se analizará este fenómeno a través del marco de la “acción conectiva” (Bennett y Segerberg, 2012), entendida como una forma contemporánea de movilización facilitada por tecnologías digitales y estructuras en red.

El concepto de “acción conectiva” ha reformulado de manera significativa los marcos teóricos tradicionales de los movimientos sociales, al ofrecer una comprensión más adecuada de las formas actuales de su constitución y organización política. Esta noción pone énfasis en la centralidad de la “comunicación personalizada” como mecanismo clave para la movilización de intereses individuales convergentes, en contraposición a las estructuras organizativas anteriores, que implicaba pertenencia a partidos, militancia, y estructuras jerárquicas. En este contexto, las plataformas y entornos digitales emergen como los principales facilitadores de estas dinámicas, al proporcionar los medios tecnológicos necesarios para articular y amplificar dichas expresiones individuales en acciones colectivas ahora de carácter episódico, eventual, y centrado en causas o temas.

El concepto, sin embargo, no ha estado exento de críticas y debates. Shahin y Ng (2022), en tal sentido, a la vez de destacar su pertinencia, señalan también la poca precisión que ofrece para identificar diferencias y peculiaridades entre las amplias posibilidades que tienen hoy los movimientos sociales. Shahin y Ng sostienen que la naturaleza individualizada de las interacciones, la flexibilidad de las redes, y la ausencia de construcciones permanentes identitarias, son impedimentos para construir organizaciones sostenidas en el tiempo, estableciendo más bien que lo que constituyen son “inercias colectivas”. Pond y Lewis (2019), por su parte, señalan que el concepto de acción conectiva no ayuda a ponderar adecuadamente los diferentes impactos que propician las distintas tecnologías interactivas utilizadas, y que no termina por abordar, con atención, las peculiaridades de los distintos impulsores culturales e ideológicos que ocasionan y caracterizan sus acciones.

Siendo así, la utilidad del concepto, como también, sus debilidades, se están aplicando en el análisis de movimientos conservadores o de derecha. Pese a que algunos autores encuentran que los movimientos de este espectro tienen mayor capacidad de uso de medios digitales para su comunicación política, con respecto

a equivalentes de otras orillas ideológicas (Freelon *et al.*, 2020; Yoshida *et al.*, 2021; Schradie, 2019; Barnes, 2022), el uso de plataformas y espacios digitales como agentes habilitadores de movilización política y social conservadora se ha estudiado relativamente poco, más aún desde la mirada de la acción conectiva (Blee, 2017). Un antecedente clave para el propósito de la presente investigación será el trabajo de Kasimov (2023), quien, al analizar una comunidad de derecha conservadora, identifica la utilidad de la acción conectiva por su capacidad para descentralizar las movilizaciones, propiciar acción inmediata sin jerarquías, mantener activamente el anonimato de sus practicantes, y generar un gran espacio para ideas y tácticas experimentales extremas impulsadas por discursos de sentimiento negativo.

El trabajo de Kasimov entronca con una corriente principal de estudios que encuentra en los medios interactivos un espacio formativo para generar e impulsar, precisamente, ideas extremas, como un proceso de validación constante de sus creencias (Marwick *et al.*, 2022). En esa línea, estudios como el de Lerman *et al.* (2024) muestran que las interacciones entre usuarios con ideologías afines tienden a ser positivas, mientras que las interacciones entre usuarios con ideologías opuestas no solo manifiestan desacuerdo, sino que también se enuncian con activa aversión, ira, y odio, al fin, entre contendores. Iyengar *et al.* (2019) categorizan esta brecha emocional como un nuevo estatus quo en la discusión pública, estableciendo el fenómeno de la “polarización afectiva” como una constante: esto es, el proceso autorreferencial de generación de sentido enmarcado ya no solo en discusiones basadas en tópicos o problemas, sino, principalmente, en posturas a priori de desprecio y desconfianza. De este modo, el llamado “sesgo de confirmación”, propio de las redes sociales, refuerza los radicalismos (Ghani y Rahmat, 2023), y lleva al extremo fenómenos de la era de Internet como los “filtros burbujas” y las “cámaras de eco”, que documenta la literatura de comunicación política (Ross-Arguedas *et al.*, 2022; Pariser, 2011; Jamieson y Capella, 2010;). En su implementación se normaliza posturas en las que el “otro” se demoniza, introduciendo adjetivos calificadores y estigmatización del oponente como juegos tácticos en el intercambio discursivo (Romero-Rodríguez *et al.*, 2023).

En años recientes, los movimientos conservadores han venido tomando posturas cada vez más rígidas, y posiciones doctrinarias, con temas centrados principalmente en “política moral” (Castro-Pérez, 2022). Desde esa posición tradicionalista, sus movilizaciones han venido compartiendo luchas contra la educación sexual y el acceso al aborto, entre otros aspectos, que los han colocado en inflexibles actitudes defensivas (McIvor, 2019). Siendo así, compartiendo además un repliegue conceptual irreductible, los movimientos conservadores y facciones de derechas a nivel global se han venido organizando en cumbres mundiales y foros internacionales, compitiendo con políticas globales progresistas (Bob, 2012). En América Latina, principalmente, los movimientos antigénero tienen mayor relevancia pública por sus movilizaciones masivas en alianza con élites políticas y medios de comunicación, con lo cual hacen más visible su movimiento (Bárcenas Barajas, 2022). En este marco, sus movilizaciones han tomado mayor fuerza debido a su capacidad de organizarse y politizar desde los medios digitales. Un caso ejemplificante de ello es Perú, en donde los movimientos conservadores tienen activa presencia en los debates y fuerte actividad en plataformas sociales, y aun la política de facto, contando con representantes en el parlamento nacional o en distintas instancias de gobierno (Castro-Pérez, 2024; Duárez Mendoza, 2024). La presente investigación se concentra en los primeros pasos de la movilización.

## 2. OBJETIVOS

Esta investigación tiene como objetivo analizar cómo, y con qué acciones y discursos matrices, diversos grupos políticos emergentes en Lima, capital del Perú, articulan formas de movilización política de carácter conservador a partir de su oposición en común al currículo escolar con enfoque de género. En particular, se examina cómo estos actores configuran una narrativa que les permite no solo cohesionarse como red de grupos y consolidar una base de seguidores, sino también posicionarse como agentes deliberantes en el espacio público, incidiendo en debates clave sobre políticas educativas, identidad de género y derechos sexuales y reproductivos.

De forma complementaria, la investigación busca comprender cómo los discursos extremistas y la creciente polarización, como efectos asociados a estas formas de movilización, impactan en la configuración del escenario sociopolítico contemporáneo. Se analizan sus implicancias en términos de fragmentación del debate público y el reforzamiento de clivajes ideológicos en torno a temas como el género, la educación y los derechos ciudadanos.

Con esos fines, se presenta como antecedentes una serie de estudios en torno a la movilización política conservadora, los discursos antigénero y la polarización en entornos digitales, con casos recogidos en todo el mundo y plataformas distintas. Esta revisión de literatura será útil en tanto pone en consideración conceptos y temas clave que la literatura académica actual discute sobre el fenómeno conservador. Desde ahí, más adelante, en la sección de resultados, se ofrecerá una selección de datos y análisis del comportamiento digital de actores relevantes en estos grupos, en la red social Facebook, mediante la aplicación de un modelo analítico computacional capaz de procesar grandes volúmenes de información generada por sus publicaciones. El objetivo es identificar patrones discursivos, niveles de interacción y estrategias de posicionamiento político en el entorno digital.

La revisión crítica de la literatura revela dos limitaciones por considerar: (1): Gran parte de los estudios en América Latina adoptan un enfoque exploratorio, sin avanzar hacia marcos teóricos comparativos o generalizables que trasciendan los casos particulares. Y (2): Aunque existen antecedentes en el uso de herramientas como el análisis de redes sociales y técnicas de big data aplicadas al estudio de movimientos sociales y polarización política (Acosta, 2019), estas metodologías digitales aún son escasamente incorporadas de manera sistemática en la región.

Considerando estas brechas, el presente estudio se orienta a responder las siguientes preguntas de investigación (Research Questions, RQ):

- RQ1: ¿Qué papel desempeñan las acciones conectivas —como la participación en actos públicos o eslóganes compartidos en línea— en la habilitación y activación de la movilización social y política del conservadurismo contemporáneo en el Perú?
- RQ2: ¿De qué manera los discursos extremos y la polarización, consecuentes con dicha movilización, afectan al escenario sociopolítico contemporáneo y se relacionan con las tendencias de crecimiento de la movilización política conservadora existente en el país?

A continuación, se desarrolla una revisión sintética del estado del arte, orientada a establecer el marco teórico y conceptual de la investigación propuesta.

## 2.1. Movilización online y acciones conectivas

El estado del arte sobre movimientos conservadores en línea que se ofrece a continuación contempla un balance de lo escrito en revistas académicas desde la primera toma del poder en Estados Unidos por parte de Donald Trump, en el 2016 (Rohlinger y Bunnage, 2017) al presente. Estas estrategias se centran en propiciar polarización afectiva, conflicto y movilización social, aprovechando la descentralización, la viralización y el uso de recursos algorítmicos (Ross-Arguedas *et al.*, 2022). En clave comparada, diversos estudios muestran que la “arquitectura” de cada plataforma condiciona los repertorios comunicativos de la extrema derecha (Kakavand, 2023). En entornos como Facebook, Twitter/X o YouTube, la replicabilidad, la conectividad y la escalabilidad facilitan la difusión masiva de contenidos, reforzada por la amplificación algorítmica de los mensajes más polémicos (Freelon *et al.*, 2020; Žuk y Žuk, 2020). En contraste, en plataformas alternativas y cifradas como Telegram y 4chan, la resiliencia se sostiene en la recreación constante de canales tras bloqueos o controles, y en el anonimato de administradores, lo que asegura la continuidad de la red aun frente a intentos de regulación (Koltai, 2020; Kasimov, 2023; Cuevas-Calderón *et al.*, 2022).

En sus estrategias de mensaje destaca la reapropiación de temas y hashtags para deslegitimar a contrapúblicos progresistas, práctica conocida como *frame hijacking*. Ejemplos de ello son la campaña #120db, que reencuadró el sentido de #MeToo hacia demandas xenófobas (Knüpfer *et al.*, 2022), o el uso de #AllLivesMatter, que desvió la atención de #BlackLivesMatter (Gallagher *et al.*, 2018; Xu, 2020; Knüpfer *et al.*, 2022). También se recurre a narrativas polarizadas y desinformación (McNerney *et al.*, 2022; Fejós *et al.*, 2021; Benkler *et al.*, 2018; Recuero *et al.*, 2022). En los debates relacionados con la salud, algunos influenciadores antivacunas establecen interacciones estratégicas con cuentas provacunas con el fin de desacreditarlas y, simultáneamente, proyectar una imagen de legitimidad. Esta dinámica se ve reforzada por el uso de bots altamente activos, que amplifican artificialmente su visibilidad y alcance en redes sociales. (Featherstone *et al.*, 2020; Yuan *et al.*, 2019).

La cohesión de estas comunidades no se sostiene solo en el odio, sino en mecanismos denominados “meso” (Collins, 2024). Estos mecanismos se activan en espacios donde los usuarios construyen una identidad colectiva intermedia entre lo individual (micro) y lo global (macro): meso, a través de narrativas de pertenencia, comparaciones in-group/out-group y símbolos compartidos, que transforman el “yo” en un “nosotros” cohesionado y superior. En la red social Gab, conspiraciones y símbolos refuerzan esa pertenencia y legitiman a los grupos como “buscadores de la verdad”, con riesgos de violencia asociados (Collins, 2024). La movilización emocional se articula a través de mensajes sensorialmente provocadores que intensifican reacciones viscerales y refuerzan la identidad grupal (Bakardjieva, 2023; Featherstone *et al.*, 2020; Cuesta-Cambra *et al.*, 2019). En el foro de extrema derecha Stormfront, los “shocks” políticos —como la elección de Obama en 2008— activaron rituales de interacción que transformaron miedo y vergüenza en indignación movilizadora y en un sentido reforzado de “we-ness” (Törnberg y Törnberg, 2023). Todo ello es coherente con hallazgos que destacan la centralidad del enojo y la negatividad como motores de la acción colectiva conservadora en línea (Grover y Mark, 2019; Ferré Pavia y Sambucetti, 2022).

A nivel de élites y ecosistemas político-mediáticos, estas dinámicas se articulan mediante “organizaciones subrogadas digitales”, que conectan públicos distribuidos con partidos conservadores (Bennett y Livingston, 2025). QAnon, por ejemplo, pasó de conspiración marginal a subrogado digital del GOP mediante fases de crecimiento, simbiosis con MAGA y adopción de la narrativa del fraude electoral, lo que le otorgó legitimidad de élites republicanas (Lukito *et al.*, 2025). Asimismo, significantes flotantes como la “Critical Race Theory” actúan como *pings* semánticos que sincronizan medios hiperpartidistas con legisladores, amplifican interacciones y dan visibilidad a facciones más extremas ligadas a plataformas *alt-tech* (Knüpfer *et al.*, 2025).



En cuanto a las tácticas en plataformas, estas organizaciones aprovechan espacios alternativos menos regulados para difundir contenidos radicales que podrían ser prohibidos en redes sociales abiertas y de acceso público (Koltai, 2020; Kasimov, 2023; Cuevas-Calderón *et al.*, 2022). Mantienen además una relación hostil con medios tradicionales y con las plataformas más populares de acceso público, lo que les permite hacer circular mensajes evadiendo o evitando ser cuestionados frontalmente (Freelon *et al.*, 2020; Žuk y Žuk, 2020). Los estudios muestran que emplean tácticas de amplificación y movilización combinadas: desde técnicas de *growth hacking* y estrategias *grassroots* para ampliar su base de seguidores (Davidson, 2021; Vico y Rey, 2020) hasta el uso de bots que inflan la visibilidad (Yuan *et al.*, 2019). Por otro lado, aprovechan las características específicas de cada plataforma: en Facebook, recurren a la replicación de contenidos mediante enlaces a medios alternativos y al uso de grupos o páginas como núcleos o nodos de coordinación; en Twitter/X, destacan los hashtags combinados y la polémica estratégica; en Instagram, la estética personalizada y los memes; en YouTube, los *react videos* y las recomendaciones automatizadas basadas en tiempo de visualización (*watch-time*); y en Telegram, la replicación descentralizada de contenidos junto con el anonimato de administradores (Kakavand, 2023).

## 2.2. Discursos y prácticas de polarización

Las investigaciones sobre grupos conservadores en medios digitales en Latinoamérica se han centrado en analizar sus discursos, seguido de sus estrategias de comunicación mediante análisis de contenido y etnografías digitales. Los hallazgos señalan estrategias como la tergiversación de conceptos (López, 2020; Páez González y Peña García, 2018), la construcción de enemigos comunes (Carrera Walling, 2021; Brito, 2020; Muro Ampuero, 2022) mediante retóricas burlescas (Cuevas-Calderón *et al.*, 2022), la difusión de desinformación para promover agendas (Barnes, 2022) y un lenguaje pastoril en comunicaciones base (Meneses, 2019). Hallazgos en los que coinciden autores de la literatura global. Estos movimientos a menudo enfatizan discursos como los de la libertad individual y la desconfianza en instituciones científicas y gubernamentales (Peredo Rodríguez, 2022; Legua Aranibar, 2021), así como la narrativa antigénero: defensa irreductible de la familia tradicional, la distinción binaria de sexo y género, y el modelo de padre “estricto”, como bandera principal (Reguer-Petit y Morabito, 2017; Castro-Pérez, 2024). Con un emergente protagonismo de influencers (Kessler *et al.*, 2021), y la construcción de un circuito transnacional de activismos conservadores (Sgró-Ruata, 2021), en un clima de polarización en torno a asuntos de políticas de salud, justicia, derechos humanos y género.

El marco de acción conectiva permite comprender que las redes digitales de los movimientos conservadores habilitan la gestación de estructuras capaces de institucionalizarse como activas organizadoras de agenda política y social. La comunicación constituye organización en sí misma, generando identidades colectivas y una economía afectiva de indignación y pertenencia que presiona tanto a partidos como a comunidades y colectivos hacia posiciones más rígidas (Bennett y Livingston, 2025; Knüpfer y Klinger, 2025). Casos como QAnon (Lukito *et al.*, 2025) o el uso de significantes flotantes como la “Critical Race Theory”, que sincronizan con partidos políticos conservadores (Knüpfer *et al.*, 2025), son casos estudiados recientemente que muestran un funcionamiento eficaz para los movimientos conservadores que se mueven entre bases digitales y estructuras institucionales. Sin embargo, estas lógicas también se replican más allá de los partidos: en redes como Gab o Stormfront, en comunidades antigénero latinoamericanas o en foros conspirativos transnacionales, la cohesión surge de símbolos, narrativas compartidas y prácticas emocionales que sostienen pertenencias y agendas comunes (Collins, 2024; Törnberg y Törnberg, 2023).

### 2.3. Acciones coordinadas para compartir enlaces

El espacio digital se ha consolidado como el ámbito central del debate político (Giglietto *et al.*, 2020a). No obstante, pasó de ser un escenario de promesas de participación ciudadana a convertirse en un espacio con prácticas sistemáticas de desinformación, impulsadas por actores políticos y movimientos ideológicos extremos. En este marco, se introduce el concepto de *astroturfing* político, entendido como la simulación de movilización orgánica cuando en realidad existe una coordinación centralizada (Chagas, 2022). A su vez, el *Coordinated Link Sharing Behavior* (CLSB), consistente en compartir los mismos enlaces con segundos de diferencia, se ha convertido en un indicador clave para detectar estas prácticas (Giglietto *et al.*, 2020b). Diversos estudios han demostrado que el CLSB se vincula estrechamente con grupos conservadores y extremistas en contextos de polarización (Graham *et al.*, 2020; Ayers *et al.*, 2021), los cuales actúan coordinadamente en apoyo a figuras de derecha o en oposición a políticas de izquierda (Gruzd *et al.*, 2022; Chomel *et al.*, 2023; Yu, 2022; Keller *et al.*, 2020). Además, tienden a operar en comunidades cerradas (Kim y Kim, 2023; Figeac *et al.*, 2020), combinando fuentes legítimas con narrativas falsas (Ayers *et al.*, 2021; Kim y Kim, 2023), y articulando redes comunicativas nacionales e internacionales de forma consciente y estructurada (Gruzd *et al.*, 2022; Rim *et al.*, 2020).

La existencia de acciones coordinadas para compartir enlaces demanda el uso de metodologías de investigación que puedan registrarlas en toda su complejidad. Así, las investigaciones revisadas muestran el uso de herramientas como CrowdTangle (hasta su cierre en 2024 por Meta) o NodeXL, integradas con análisis computacionales para identificar patrones de CLSB en redes sociales. El proceso suele iniciar con la recopilación de publicaciones a partir de palabras clave, para luego aplicar algoritmos de detección de comunidades y coordinación temporal que permiten rastrear en tiempo real la dinámica de grupos que comparten enlaces en intervalos muy cortos. Esta estrategia genera trazabilidad sobre las movilizaciones digitales y se ha aplicado, por ejemplo, en el análisis de elecciones recientes en Italia (Giglietto *et al.*, 2023) y Estados Unidos (Minici *et al.*, 2024).

Por otra parte, la literatura especializada ha documentado cómo los usuarios interactúan con contenidos de carácter político en redes sociales. En general, se observa una mayor propensión a responder a estímulos visuales, participar en discusiones polémicas o argumentativas mediante comentarios, y compartir publicaciones o enlaces cuando desean manifestar apoyo o integrarse activamente a una conversación pública (Kim y Yang, 2017; Ham *et al.*, 2019; Tenenboim, 2022). En este sentido, se ha señalado que compartir no equivale a simplemente reaccionar o comentar. Mientras que las reacciones y los comentarios suelen estar motivados por intereses inmediatos y de corta duración, el acto de compartir se interpreta como un indicador más sólido de respaldo a la publicación (Gerbaudo *et al.*, 2023; Doroshenko y Tu, 2023). De hecho, quienes comparten contenidos —incluso sin haberlos leído en profundidad— tienden a ser los usuarios más comprometidos y con una orientación militante más clara (Sundar *et al.*, 2024; Kim, 2018). Por ello, los administradores de páginas políticas realizan una cuidadosa curaduría de los contenidos que difunden, con el objetivo de alinear los mensajes con su visión ideológica y fortalecer la confianza de sus seguidores, quienes representan el principal capital simbólico y organizativo de estos movimientos (Thompson *et al.*, 2020).

## 3. METODOLOGÍA

La presente investigación desarrollará un análisis de la movilización política y social temprana de colectivos conservadores en Perú, y sus acciones conectivas, en contra del nuevo currículo escolar con enfoque de género, cuyo origen se da en 2017. Pone particular atención a lo realizado en Lima, la ciudad de capital del país, que fue, prácticamente, casi todo el centro de operaciones del movimiento. Aunque este tuvo irradiación en todo el país, e incluso, en países vecinos como Colombia. El estudio se centrará en el análisis de más de 6 mil publicaciones realizadas en la red social Facebook, con énfasis en comprender el grado de compromiso y



radicalización de sus posiciones a partir de un intenso proceso de creación y compartición de contenidos. Las acciones comprendieron actividad digital, como también movilización presencial en la ciudad, mediante toma de espacios públicos y marchas de carácter masivo en calles, puentes y plazas. El periodo de estudio comprendido va de noviembre del 2016, mes en que se empieza a preparar las acciones, hasta mayo 2017, tomando en cuenta dos momentos de alta actividad y prácticas online y offline por parte de los colectivos. Los dos momentos son:

- Movilización y toma de espacios públicos, del 9-11 de enero del 2017, cuando la acción conectiva de los grupos se expresa concordando la concentraciones y exhibición de carteles y pancartas en puntos neurálgicos de la ciudad, por un lado.
- Movilización del 4 de marzo del 2017, en la cual se manifestaron cerca de un millón de personas que marcharon por las principales vías de la ciudad.

En esa línea, el presente artículo recurre a dos fuentes de datos: i. Publicaciones en páginas de libre acceso de Facebook relacionadas con la movilización política y social conservadora en oposición al currículo escolar con enfoque de género peruano (recopiladas a través de *Apify*), y ii. Una base de datos de *links* compartidos en el Perú, sobre este tema, gracias al permiso concedido por la plataforma *Social Science One*, de Facebook, en el periodo bajo escrutinio. Con ellos, se utilizará una técnica de procesamiento de *machine learning*, dentro de un entorno Jupyter Lab, de Python, para determinar sus eficiencias en la viralización de contenido, y evaluar en qué medida estas eficiencias propician expresiones de comportamientos coordinados en línea, que marcarán la radicalización de sus posiciones y el crecimiento del número de sus seguidores.

### 3.1. Población y muestra

Los movimientos conservadores tienden a concentrar su actividad en una única red social, siendo Facebook una de las principales plataformas de referencia. En este contexto, resulta fundamental para dichos actores articular una conexión efectiva entre sus redes online y sus estructuras offline, a fin de maximizar su capacidad de movilización (Theocharis *et al.*, 2023). Con el objetivo de evaluar esa articulación, en este estudio analizamos el rol de las páginas conservadoras de Facebook a partir de un indicador clave: la compartición de URLs externas dentro de la plataforma. Esta métrica permite aproximarse al alcance y al impacto comunicativo de dichas páginas más allá del entorno digital inmediato. La técnica ha sido aplicada en investigaciones recientes, como en Fraxanet *et al.* (2025), y constituye una herramienta útil para rastrear dinámicas de circulación de contenidos y su potencial de conexión con audiencias *offline*.

Para asegurar la relevancia temática de las URLs seleccionadas, se aplicó un filtro basado en la presencia de términos clave en el texto de acompañamiento de la primera compartición pública del enlace. Estas palabras clave —“género”, “educación”, “familia”, “homosex”, “gay”, “LGTB”, “currículo” e “ideología”— fueron definidas a partir de una revisión preliminar del discurso público y del marco semántico utilizado por actores conservadores en el periodo estudiado. Solo se incluyeron aquellas URLs cuya primera aparición pública contenía al menos uno de estos términos. Asimismo, se excluyeron enlaces sin contexto textual, publicaciones duplicadas y URLs inactivas o no accesibles al momento del análisis. Este procedimiento permitió construir una muestra robusta y contextualizada, compuesta por 1,038 URLs, que sirvió como base para el análisis temático posterior.

Por otro lado, el acceso y la descarga de los datos se realizaron a través de un notebook proporcionado por Meta, especialmente configurado con consultas SQL. Se utilizaron como consultas (“queries”) las palabras clave “género”, “educación”, “familia”, “homosex”, “gay”, “LGTB”, “currículo” e “ideología” para identificar las URLs relevantes dentro del periodo de análisis (n=1038). Los textos asociados fueron clasificados automáticamente mediante el modelo BERTopic, mientras que las páginas web externas fueron categorizadas manualmente.

Dado que Facebook constituyó el espacio central de la movilización analizada, se utilizó la herramienta *facebook-posts-scraper* de la plataforma Apify para recolectar un total de 6,221 publicaciones difundidas en diez páginas clave, seleccionadas de forma intencional (ver Tabla 1). Apify es una herramienta ampliamente empleada en estudios recientes sobre redes sociales (Abas *et al.*, 2025; Luriaga *et al.*, 2025). La selección de estas diez páginas se basó en dos criterios principales: (1) su alto volumen de compartición de URLs durante el periodo de análisis y (2) sus métricas de visibilidad, tales como número de seguidores, frecuencia de publicación e interacciones generadas. Asimismo, se consideró su rol discursivo en la difusión sistemática de contenidos alineados con posturas conservadoras propias del contexto peruano (Barajas Bárcenas, 2022; Tello, 2019). La base de datos se encuentra disponible en línea para su consulta y verificación (Páucar Villacorta, 2025).

Las páginas seleccionadas fueron consideradas protagónicas en función de su centralidad discursiva y capacidad de amplificación durante el periodo de mayor intensidad del conflicto (2016-2017). Esta caracterización se fundamentó en un análisis preliminar de la base de datos de URLs compartidas en Facebook, que permitió identificar aquellas cuentas con mayor número de enlaces difundidos relacionados al currículo escolar y temas afines. Además del volumen de publicaciones, se evaluaron métricas de visibilidad e influencia, como la cantidad de seguidores, el promedio de interacciones por publicación (reacciones, comentarios, comparticiones), y la frecuencia de aparición de marcos narrativos conservadores en sus contenidos. La reiterada presencia de estas páginas en momentos clave del ciclo de movilización —como marchas, campañas de boicot o disputas mediáticas— confirmó su rol como nodos relevantes en la estructura del discurso digital conservador en Perú.

**Tabla 1. Características de la Muestra**

Nombre	Tipo	Seguidores (2024) <sup>1</sup>	ID	Publicaciones recientes	Originales
Bethel Radio Lima	Religioso	167465	bethelradio	1841	0.74
Coordinadora Nacional Pro Familia	Conservador	24914	CONAPFAM	1085	0.03
Únete a la fuerza	Político	178234	unetealafuerza2021	8720	0.59
Con Mis Hijos No Te Metas	Conservador	245245	ConMisHijosNoTeMetasOficial	7190	0.84
Impacto Evangelístico Lima	Religioso	810456	impactoevangelistico	577	0.3
Marcha Por La Familia - Perú	Conservador	68000	marchaporfamilia Peru	402	0.44
Mami FL	Conservador	47700	@salvemosalafamilia	299	0.51
No permitamos la Ideología de Género en el PERÚ	Conservador	2171	nopermitamoslaideologia	208	0.64
Padres en Acción Perú	Conservador	5470	Padresenaccionp	129	0.23
FEC	Religioso	13398	somosfcpe	109	0.82

**Fuente:** Elaboración propia.

<sup>1</sup> Los datos disponibles corresponden a métricas acumuladas hasta el año 2024. Debido a las restricciones de acceso impuestas por Meta, no es posible obtener información desagregada por año, lo que limita el análisis longitudinal detallado del comportamiento histórico de las páginas.

## 4. RESULTADOS

### 4.1. Descriptivos: el proceso de radicalización y sentimiento negativo

Las dos marchas estudiadas tomaron lugar durante el 9 de enero y el 4 de marzo de 2017. Por lo tanto, se dividió la muestra en cinco períodos: antes, durante las dos marchas, entre ellas y después de ellas. Mientras los períodos intermedios tuvieron una duración de entre uno a tres meses, los períodos que indicaron las dos marchas sucedieron en una ventana de una semana antes y una semana después de los mismos. Siendo así, el periodo en el que se tuvo la mayor cantidad de publicaciones, y se alcanzó un pico pronunciado, fue en el de la primera marcha, aunque, el momento en el que se compartió más contenidos fue después de la segunda marcha (ver Tabla 2). Lo que se puede apreciar, a partir del análisis de los tópicos, es que es en el momento de inicio de la primera marcha –que en realidad es una actividad continua de varios días de toma de calles, puentes, plazas, embanderándolos con letreros y pancartas– cuando los mensajes se ideologizan con consignas, se estandarizan y simplifican, y se comparten de modo generalizado en todo el país (Figura 1). Anuncios y carteles con mensajes como “Dios instituyó la familia, no la cambies”, “Yo defiendo a mis hijos y su educación”, y en particular la frase “Ideología de género” tachada con un círculo con raya al medio, evidencian la radicalización de una postura, que se expresa con consignas que transmiten posiciones intransigentes. Es de hacer notar que la mayor cantidad de publicaciones se concentró, largamente, en la cuenta de Facebook de Bethel TV –señal de cable peruano de propiedad del Movimiento Misionero Mundial–, y la cuenta *ConMisHijosNoTeMetas*, con el matiz de que en ellos los contenidos mayoritarios invitaban a concentraciones y activación de eventos proselitistas. Asimismo, que fue en el momento entre eventos en donde se vio la mayor cantidad de publicaciones e interacciones al día, aunque cada página demostró una dinámica propia: por ejemplo, *ConMisHijosNoTeMetas* fue muy relevante durante las marchas porque empezó a sobresalir como una consigna en sí misma (Figura 1).

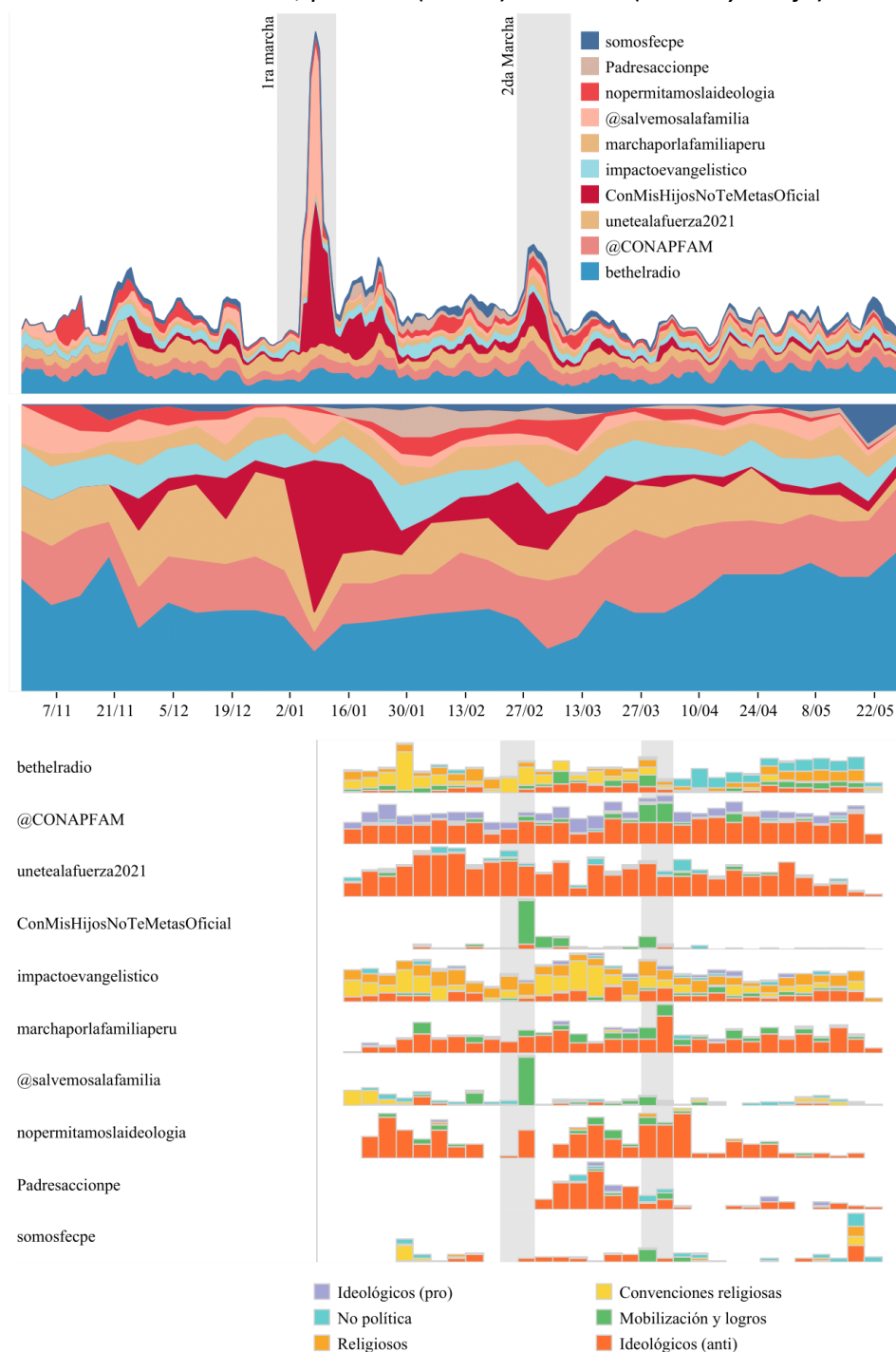
**Tabla 2.** Descriptivos generales por período (porcentajes del período, cuando no se indica lo contrario).

	Antes de las marchas	1ra Marcha	Entre marchas	2da Marcha	Después de las marchas
<i>Tiempo (días aprox.)</i>	60	15	40	15	90
<i>Publicaciones (total)</i>	1697	687	1354	489	1994
<i>Páginas de Facebook</i>					
@CONAPFAM	.17	.09	.16	.19	.20
@salvemosalafamilia	.07	.10	.03	.04	.03
Bethelradio	.32	.17	.26	.20	.36
ConMisHijosNoTeMetasOficial	.04	.41	.15	.19	.04
impactoevangelistico	.10	.05	.10	.08	.10
marchaporlafamiliaperu	.05	.03	.07	.09	.08
nopermitamoslaideologia	.04	.02	.04	.06	.03
Padresaccionpe			.06	.03	.01
Somosfecpe	.02	.00	.01	.02	.03
unetealafuerza2021	.19	.12	.12	.10	.13
<i>Métricas de interacción (promedios)</i>					
Reacciones	564.6	429.7	604.6	1055.3	450.9
Comentarios	38.0	33.5	42.2	96.1	38.0
Compartidos	251.4	248.2	348.6	607.3	277.0
Caracteres (texto)	127.4	113.9	132.1	109.9	124.9
Visualizaciones (videos)	1,833.7	1,363.6	2,558.7	8,819.5	2,038.8
<i>Contenido compartido</i>					
Enlaces externos (presencia)	.49	.40	.53	.46	.50
<i>Sentimientos</i>					
Negativo	.31	.26	.35	.36	.29
Neutral	.40	.64	.46	.51	.51

Positivo	.29	.10	.19	.13	.20
<b>Contenidos</b>					
Enlaces	.47	.39	.48	.42	.47
Imágenes	.36	.54	.32	.39	.31
Solo texto	.03	.01	.01	.01	.00
Video	.14	.07	.19	.18	.22
Texto y enlaces	.47	.39	.48	.42	.47

Fuente: Elaboración propia.

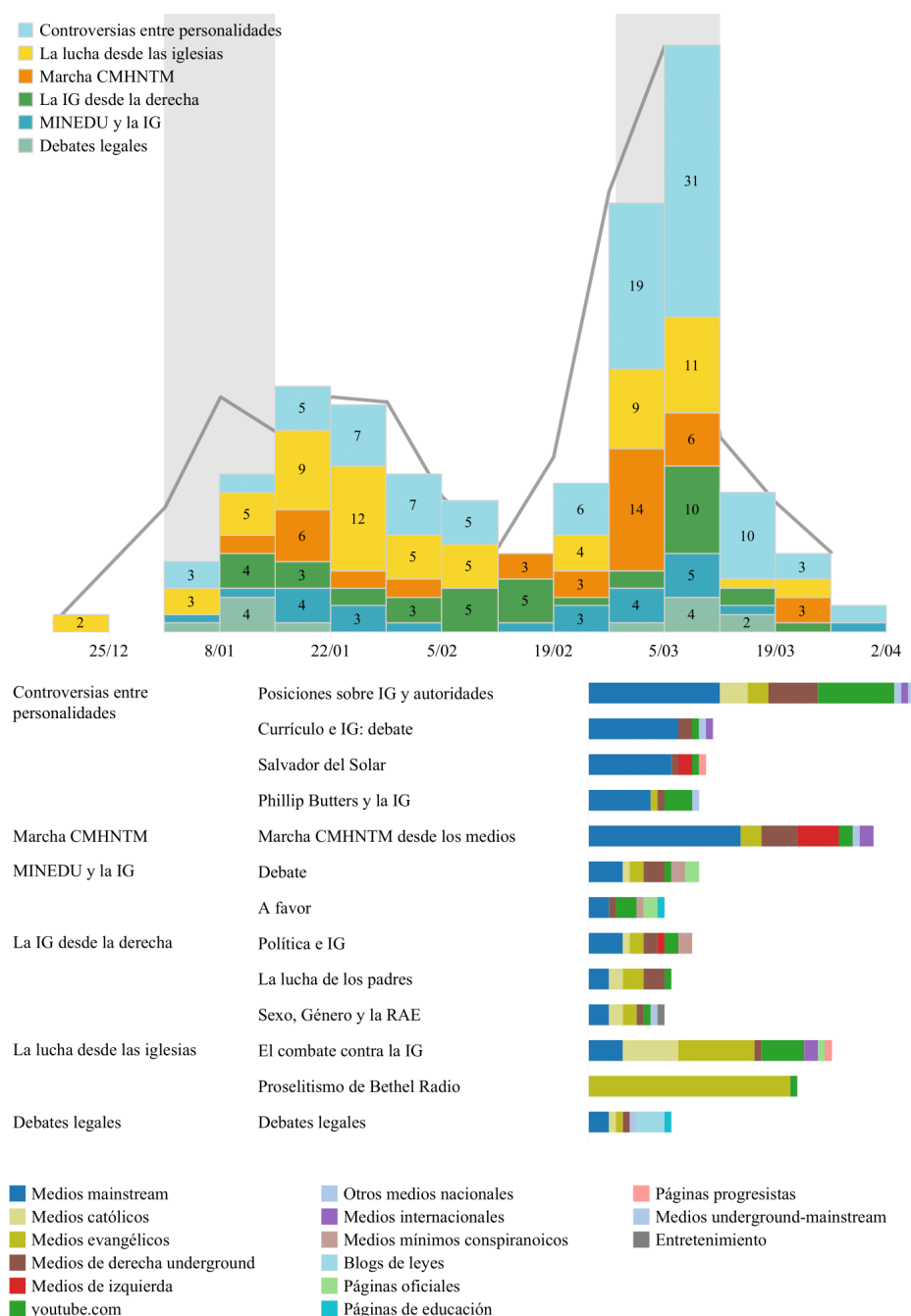
**Figura 1.** Distribución absoluta y relativa de publicaciones de páginas elegidas y tópicos en las publicaciones durante el evento, por días (arriba) semanas (centro y abajo).



Fuente: Elaboración propia.

Los tópicos y tipos de páginas más compartidas en el periodo estudiado revelan que es la contienda discursiva la que propicia el mayor impulso para compartir un contenido (Figura 2). En ese sentido, las publicaciones más ampliamente compartidas son contiendas como: i. Un altercado verbal y físico entre el presentador de televisión Phillip Butters –referente de la movilización conservadora– y un periodista del programa informativo más sintonizado del país, en vivo, durante una las marchas conservadoras; ii. Una campaña de cancelación contra una empresa de telecomunicaciones, por emitir publicidad inclusiva; y iii. Celebrar que esta misma empresa de telecomunicaciones retiró su pauta publicitaria del programa del mismo presentador de TV que protagonizó la mencionada pelea en vivo. Se puede visualizar el pico de esa tendencia en el siguiente gráfico.

**Figura 2.** Tópicos y tipos de páginas compartidas en la base de datos de URLs de Facebook (n=1038).



Fuente: Elaboración propia.

En términos generales, casi toda publicación incluida en este estudio tuvo más de una reacción, comentario o compartición. Se tiene que, por cada diez reacciones, las páginas generaron un estimado de cinco comparticiones y un comentario (Tabla 3). Al estimar las correlaciones bivariadas entre numéricas normalizadas (comparticiones y reacciones/comentarios, así como solo entre reacciones y comentarios), encontramos valores de  $\rho$  de entre .6 y .75 ( $p \leq 0.01$ ). No obstante, los valores descienden entre .34 y .41 ( $p \leq 0.01$ ) al tratarse de los comentarios hechos post evento versus los realizados durante el mismo. En adición, las páginas Impactoevangélico, ConMisHijosNoTeMetasOficial, unetealafuerza2021 y marchaporlafamiliaperu generaron de cuatro a diez veces más interacciones que las demás.

**Tabla 3.** Presencia y promedios de interacción por página de Facebook.

	Reacciones	Comentarios	Compartidos
Presencia	1.0	.8	.92
Promedio general	560.51	42.98	308.37
@CONAPFAM	105.38	5.22	57.09
@salvemosalafamilia	124.90	3.35	52.23
Bethelradio	255.44	7.88	95.25
ConMisHijosNoTeMetasOficial	1,024.47	120.36	516.19
Impactoevangélico	2,428.71	69.62	664.24
Marchaporlafamiliaperu	684.74	109.54	638.48
Nopermitamoslaideologia	4.12	1.49	1.81
Padresaccionpe	26.65	3.35	10.79
Somosfecpe	45.94	6.80	44.14
unetealafuerza2021	509.81	84.96	744.24

**Fuente:** Elaboración propia.

Las publicaciones fueron principalmente de texto acompañado de links, generalmente con imágenes (45%), imágenes subidas por los usuarios (38%) o videos (16%). El primer formato tuvo una extensión promedio de entre 74 caracteres (*nopermitamoslaideologia*) a 177 caracteres (*impactoevangélico*). Tras analizar los textos, las categorías más importantes fueron: contenidos que celebraron logros colectivos (16%), invitaciones a convenciones o congresos (11.4%), publicaciones de crítica a la ideología de género (13.6%), y crítica antigénero ayudadas con noticias de otras partes del mundo (10.56%). Siendo así, los compartidos que marcan récords son un informe periodístico sobre corrupción del accionista principal de un medio de comunicación líder en el Perú, identificado como progresista, así como un reporte que asegura que hubo más de un millón de personas que salieron a manifestarse en la marcha del 4 de marzo. Junto a estos contenidos, destacan entre las publicaciones más compartidas los videos de entrevistas realizadas al líder y fundador de *ConMisHijosNoTeMetas*, Christian Rosas, en el programa estelar del canal de noticias con mayor influencia política en el país. Asimismo, figura una entrevista similar a un ex primer ministro con una marcada filiación conservadora. En el recuento, se aprecia que las páginas de Facebook dedicadas al proselitismo conservador o político presentaron un contenido textual negativo más abundante que el positivo (36%-66%) y lo contrario pasó con las páginas de contenidos religiosos (23%-42%).

#### 4.2. Polarización y fijación del posicionamiento profamilia y provida

Los resultados del análisis de las interacciones muestran que la fijación en posiciones irreductibles con respecto a educación con enfoque de género, diversidad en la identidad de género, o políticas reproductivas, se hicieron enfáticas en este periodo. Los enlaces compartidos principalmente dirigían a contenidos de páginas de proselitismo profamilia o provida (17.14%), medios de comunicación evangélicos o católicos (13.05%), y medios de comunicación tradicionales (5.14%) y alternativos (4.15%) (Tabla 4). La base de datos de URLs de Facebook



(n=1038) validó estos hallazgos, puesto que 33% de los enlaces compartidos por los usuarios de la plataforma, en el mismo período, dirigían a páginas de proselitismo conservador (parejasreales.net, conapfam.net), religioso evangélico (impactoevangelistico.net, bethelradio.fm) y católico (aciprensa.com), además de medios de derecha (actuall.com, tiempo26.com, elciudadanodeapie.blog). En adición, otro 25.4% fueron enlaces a medios tradicionales (rpp.pe, peru21.pe, larepublica.pe, diariocorreo.pe) y un 24% fueron enlaces de los usuarios a youtube.com.

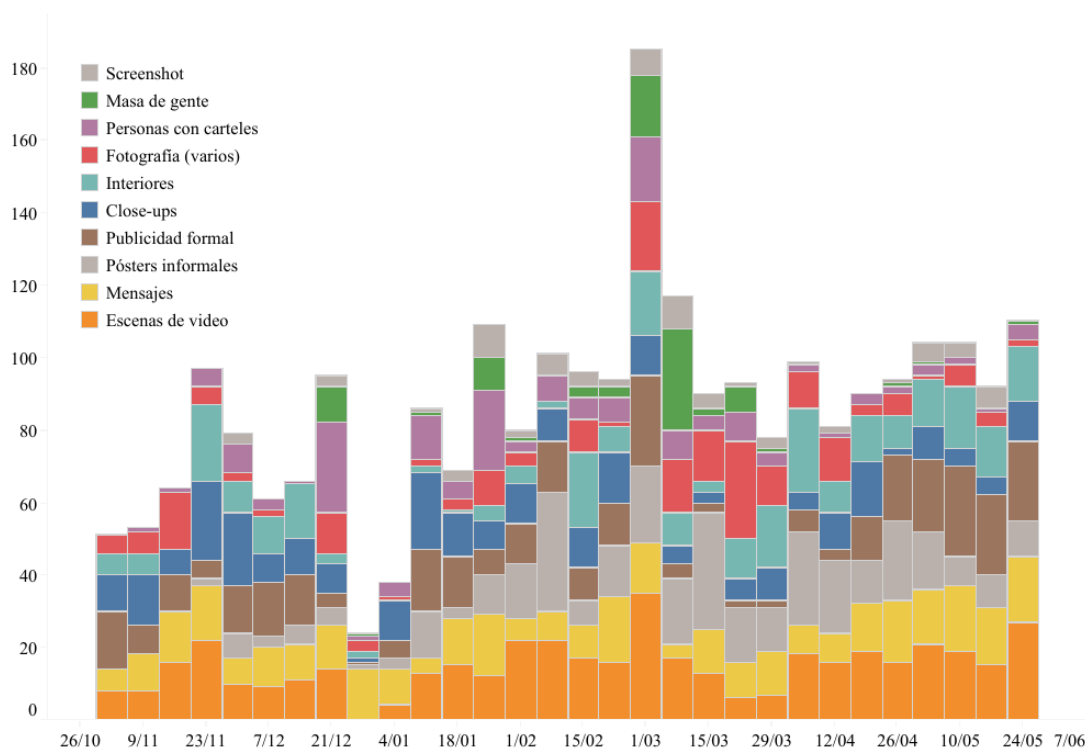
**Tabla 4.** Porcentajes de publicaciones según los tipos de destinos de enlaces compartidos en las publicaciones de las páginas conservadoras.

	Medios alternativ.	Blogs / Opinión	Medios cristianos	Pro- familia/ Pro-vida	Otros	Medios tradición.	Gobierno	Redes sociales
@CONAPFAM	.02	.01	.01	.84	.01	.03	.01	.01
@salvemosalafamilia	.01		.03	.33		.03	.02	.03
bethelradio			.18		.05			.03
ConMisHijosNoTeMetasOficial	.02	.01	.01	.02		.06	.01	.02
impactoevangelistico			.69			.01		
marchaporlafamiliaperu	.16	.01	.01	.04		.24	.04	.02
nopermitamoslaideologia	.06	.02	.04	.08	.01	.04	.02	.07
Padresaccionpe	.15	.02	.18	.14		.14	.05	.07
somosfecpe			.12	.01				.05
unetealafuerza2021	.14	.01	.01			.12	.03	.07

**Fuente:** Elaboración propia.

Cerca de la mitad de las publicaciones con algún tipo de imagen mostraba textos (42.29%) o personas (50.47%) como parte de las imágenes. La mitad (49.97%) de estas imágenes fueron fotografías, seguidas de *collages* o publicaciones con varias imágenes (18.62%), pósteres (9.64%), diseños elaborados (6.47%), memes (5.9%) y capturas de pantalla (5.85%) (Figura 3; y Tabla 5). Las diferentes páginas usaron diferentes tipos de imágenes; por ejemplo, página *bethelradio* mostró una mayor cantidad de imágenes con diagramas o ilustraciones y retratos, un conjunto principalmente conformado por la publicidad de la iglesia. Finalmente, aunque la clasificación de imágenes por similitud arrojó categorías con una distribución balanceada, algunas páginas tenían un mayor porcentaje de publicidad informal con mensajes antiideología de género que el resto (marchaporlafamiliaperu, nopermitamoslaideologia, unetealafuerza2021), otras publicaban imágenes con mensajes religiosos (bethelradio, @salvemosalafamilia) y aún otras publicaron más capturas de video (somosfecpe, bethelradio).

**Figura 3.** Recuento de publicaciones con imágenes según tópico principal de las imágenes a través del tiempo (semanas).



Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 5.** Porcentajes de publicaciones según la presencia de texto y personas y tipos de imágenes principales mostradas en las publicaciones de las páginas conservadoras.

	Personas	Texto	Collage	Diseño	Meme	Fotografía	Retrato	Póster	Screen-shot	Escena de video
@CONAPFAM	.60	.71	.08	.03	.16	.43		.08	.02	.20
@salvemosalafamilia	.74	.95	.10		.01	.56	.02	.09	.01	.19
Bethelradio	.70	.84	.14	.08	.01	.30	.03	.07	.01	.36
ConMisHijosNoTeMetasOficial	.75	.80	.13	.03	.04	.58	.01	.06	.02	.10
Impactoevangelistico	.36	.90	.05	.02	.03	.45	.02	.06	.01	.37
Marchaporlafamiliaperu	.60	.90	.06	.01	.08	.35	.03	.04	.09	.32
Nopermitamoslaideologia	.77	.84	.36	.05	.09	.18	.01	.06	.08	.15
Padresaccionpe	.33	.67		.13		.25				.63
Somosfecpe	.73	.85	.12		.04	.20		.20	.01	.43
unetealafuerza2021	.61	.96	.15		.13	.14	.02	.02	.30	.25

Fuente: Elaboración propia.

Por su parte, la mayoría (63.4%) de los contenidos de video fueron publicados por páginas religiosas, pero estas no tuvieron el mayor número promedio de visualizaciones por video (Tabla 6). Quién sí las tuvo son dos páginas directamente ligadas a la movilización, como son *marchaporlafamiliaperu* con 107695 y *ConMisHijosNoTeMetasOficial* con 94564. Además de la única página de proselitismo político estudiada (*unetealafuerza2021*, 87284). El resto de las páginas tuvo menos de 17000 (*impactoevangelistico*) y 3000 visualizaciones (el resto).

Fue más probable que las páginas compartiesen publicaciones cuando estas mostraban una imagen en la que había personas o texto ( $v = .42, p \leq 0.01$ ), o una escena de video ( $v = .24, p \leq 0.01$ ), un *collage* de imágenes ( $v = .2, p \leq 0.01$ ) o fotografías ( $v = .17, p \leq 0.01$ ); y también cuando contenían mensajes dirigidos al lector ( $v = .22, p \leq 0.01$ ) o era publicidad “formal” ( $v = .19, p \leq 0.01$ ). Al mismo tiempo, era más probable que las páginas las compartiesen cuando mostraban un título que apoyaba una posición provida ( $v = .22, p \leq 0.01$ ), especialmente si el enlace contenía información sobre otros países ( $v = .29, p \leq 0.01$ ), o si, en general, el texto expresaba un sentimiento negativo ( $v = .20, p \leq 0.01$ ).

Por otro lado, las métricas de interacción (incluidas las comparticiones) se relacionaron significativamente con las publicaciones de crítica antigénero que contuvieron imágenes con afiches “informales” ( $\eta^2 = [.01, .03], p \leq 0.01$ ), y con las publicaciones de las páginas *marchaporlafamiliaperu* ( $\eta^2 = [.03, .08], p \leq 0.01$ ) y *bethelradio* ( $\eta^2 = [.01, .03], p \leq 0.01$ ).

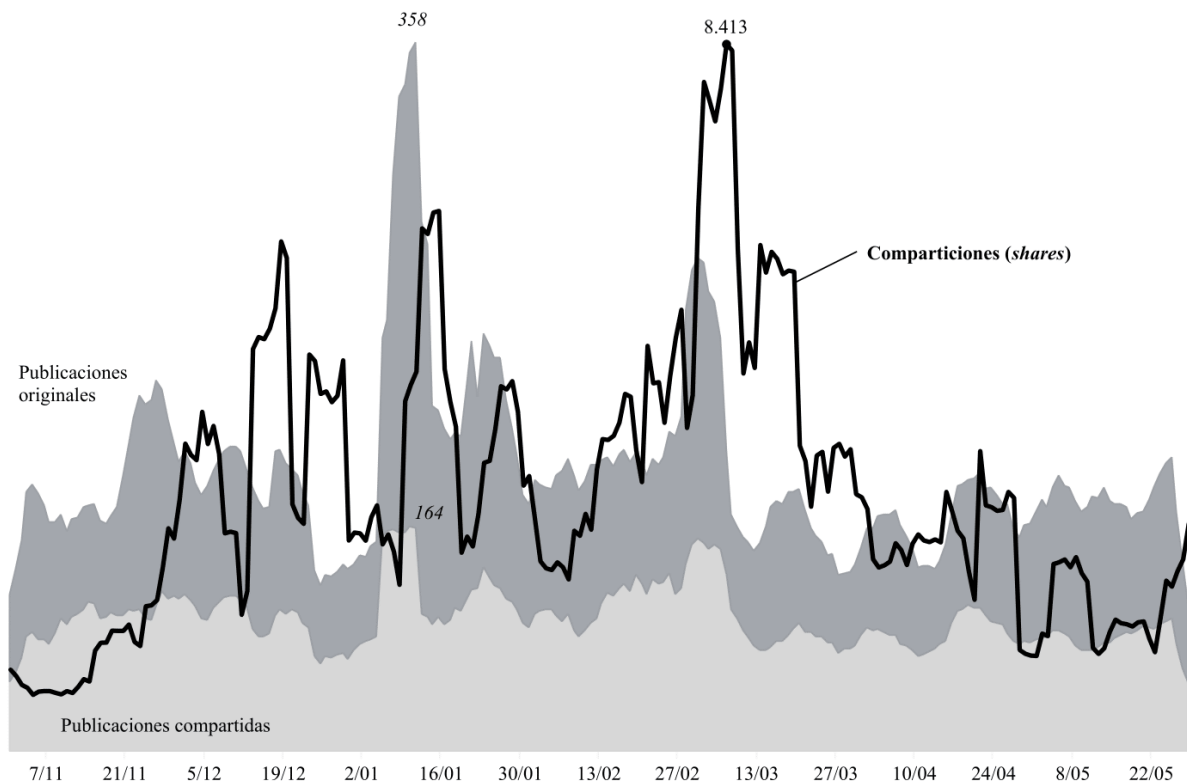
**Tabla 6.** Porcentajes de publicaciones según los tópicos de las imágenes utilizadas en las páginas conservadoras.

	Mensajes	Fotografía (varios)	Personas con carteles	Masa de gente	Interiores	Close-ups	Publicidad formal	Pósters informales	Screen-shot	Captura de video
@CONAPFAM		.21	.12	.19			.21	.07	.07	.14
@salvemosalafamilia	.35	.09	.06	.07	.03	.11	.13	.02	.01	.13
Bethelradio	.2	.05	.04	.01	.18	.13	.19	.01	.01	.17
ConMisHijosNoTeMetasOficial	.06	.12	.23	.12	.04	.09	.09	.07	.08	.1
Impactoevangélico	.02	.27	.08	.01	.01	.19	.07	.04		.32
Marchaporlafamiliaperu	.01	.06	.03	.03	.08	.15	.04	.32	.09	.2
Nopermitamoslaideologia	.02	.07	.09	.02	.01	.02	.03	.57	.06	.11
Padresaccionpe		.57	.14							.29
Somosfecpe	.07	.11	.05	.03	.05	.2	.05	.08		.36
unetealafuerza2021		.04	.03	.01	.03	.05	.01	.63	.05	.16

**Fuente:** Elaboración propia.

Los temas más importantes compartidos por la movilización fueron historias protagonizadas por personalidades públicas acerca del Currículo Escolar (16.8%), con especial importancia durante la segunda marcha, así como propia cobertura de ambas marchas (15%). Estos temas fueron destacados con enlaces a medios tradicionales y a cuentas de usuarios activistas en YouTube. Sin embargo, los otros dos temas más importantes, esto es, el combate contra la ideología de género desde las iglesias (12.5%), así como el proselitismo religioso (10.1%) solo se presentaron en enlaces dirigidos a páginas religiosas.

**Figura 4.** Recuento móvil de publicaciones originales y compartidas y promedio móvil de comparticiones (línea negra) en las páginas de Facebook.



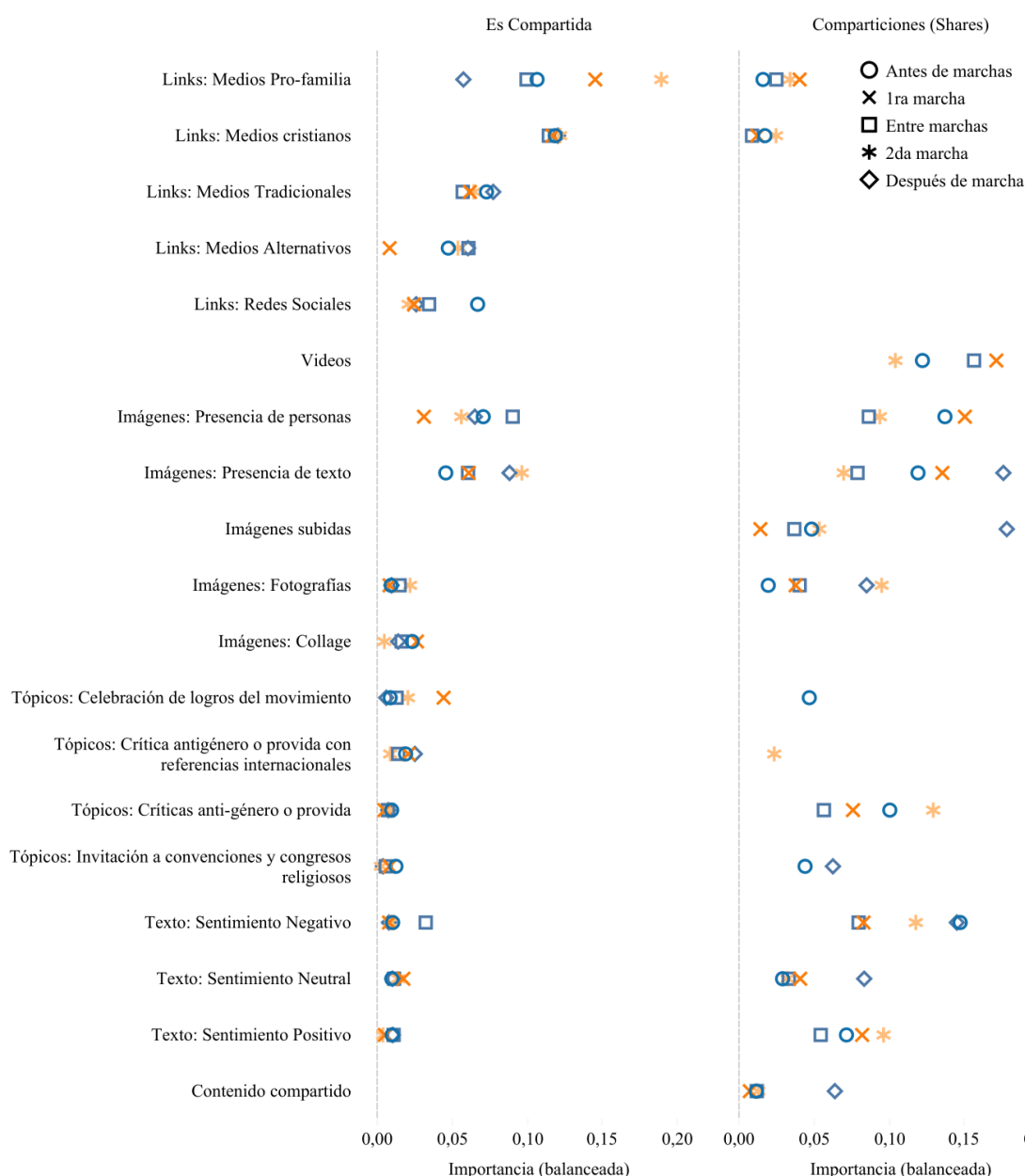
Fuente: Elaboración propia.

### 4.3. Énfasis antigénero y acciones coordinadas para compartir enlaces

En el análisis correlacional, se muestra cómo las variables analizadas se relacionan con el influjo de las marchas y en torno a consignas antigénero. La figura 5 muestra que la cantidad de comparticiones de las publicaciones de las páginas estudiadas aumentó durante la segunda marcha. Lo cual señala capacidad de convocatoria en crecimiento. Asimismo, la cantidad de contenidos originales, esto es, producidos por las propias páginas, fue aumentando igualmente aunque con un claro pico durante la primera marcha.

La Figura 5 muestra los resultados de los modelos de clasificación y regresión. Por un lado, las páginas sufrieron cambios heterogéneos durante el período analizado; por ejemplo, la página de *bethelradio*, la más activa de la muestra, fue inundada de publicaciones desligadas de lo político después de las marchas. Pero el presente análisis demuestra que, independientemente del tamaño e influencia de las páginas, los cambios principales mostrados en la compartición de contenido a lo largo del período analizado se expresaron en los tipos de enlaces compartidos. Antes de las marchas, la compartición tenía más relación con el uso de enlaces a medios de comunicación cristianos ( $G_0 = .118$ ), medios pro-familia ( $G_0 = .106$ ), medios tradicionales ( $G_0 = .0723$ ), redes sociales ( $G_0 = .067$ ) y medios alternativos ( $G_0 = .047$ ), además del uso de imágenes con presencia de textos ( $G_0 = .045$ ) y personas ( $G_0 = .047$ ). A partir de las marchas, en adelante, hubo coincidencia en acentuar la polarización y afirmar el posicionamiento provida y antigénero.

**Figura 5.** Importancias balanceadas de las variables por período según modelo de machine learning utilizado.



**Fuente:** Elaboración propia.

Estas métricas demuestran que las acciones conectivas estudiadas no solo incrementaron su volumen de creación de contenidos, enfocados en la fijación de su posición radicalizada, sino que también ajustaron sus estrategias de comunicación al aumentar enlaces a medios profamilia y el uso de imágenes alineados con la narrativa preponderante. Es claro el efecto de corto plazo de las marchas en los contenidos de las páginas analizadas: proselitismo y fijación de posiciones. Es claro también que después de las marchas las páginas volvieron a sus patrones de compartición usuales. Se muestra entonces su intención coordinada.

#### 4.4. Tácticas de movilización y recursos conectivos

Los seguidores de las páginas estudiadas también cambiaron mucho su conducta en el período estudiado. Durante la primera marcha, los usuarios compartieron masivamente videos ( $G_1 = .171$ ) y publicaciones con imágenes de personas ( $G_1 = .150$ ) o con textos en ellas ( $G_1 = .135$ ). Si bien en todo el proceso estudiado prevaleció la compartición de mensajes con sentimientos negativos o de crítica, solo en este breve lapso, se registra mayor número de publicaciones con sentimientos positivos, incluso como predictores de comparticiones ( $G_0 = .075$ ,  $G_1 = .812$ ).

En el período entre marchas, las publicaciones más compartidas contuvieron, sobre todo, críticas a la ideología de género y referencias a noticias sobre movilización antigénero en otras partes del mundo ( $G_2 = .21$ ). Esta misma variable experimentó un cambio brusco durante la segunda marcha ( $G_3 = .023$ ). (Tabla 7)

Las publicaciones más compartidas en la segunda marcha, y después de ella, fueron las más numerosas. El que contuvieran videos fue una de las características determinantes ( $G_3 = .103$ ,  $G_4 = .176$ ). Igualmente lo fue el uso de fotografías ( $G_3 = .095$ ,  $G_4 = .084$ ) e imágenes originales ( $G_3 = .053$ ,  $G_4 = .178$ ) con presencia de personas ( $G_3 = .093$ ,  $G_4 = .204$ ) o texto ( $G_3 = .069$ ,  $G_4 = .176$ ). Fue entonces que las publicaciones más compartidas durante la segunda marcha se caracterizaron por descripciones negativas ( $G_3 = .117$ ) y críticas dirigidas a la ideología de género ( $G_3 = .129$ ). Finalmente, tanto al inicio ( $G_0 = .043$ ) como al final ( $G_4 = .062$ ), los usuarios volvieron a compartir en la misma medida invitaciones a congresos y convenciones religiosas, lo que afirma el hecho de que observamos la misma base de usuarios.

Lo común a todo el periodo estudiado fue que los seguidores prefirieron compartir publicaciones con formatos llamativos, como videos e imágenes con personas. Asimismo, se registra que antes de las marchas predominaron las descripciones negativas y críticas a la ideología de género, mientras que durante la primera marcha aumentó la importancia de mensajes positivos. Posteriormente, entre marchas y durante la segunda marcha, se retomaron las críticas y negatividad, y hacia el final del período y después de él el contenido dio a características únicamente gráficas.

**Tabla 7.** Porcentajes de publicaciones según los tópicos hallados en los textos de las publicaciones, en grupos, según página.

	@CONAPFAM	@salvemosalafamilia	bethelradio	ConMisHijosNoTeMetasOficial	impactoevangélico	marchaporlafamiliaperu	nopermitamoslaideologia	Padresaccionpe	somosfecpe	unetealafuerza2021
<i>Acción colectiva conservadora</i>	.09	.37	.14	.73	.05	.21	.10	.07	.11	.03
Invitaciones a marchas		.02	.07	.02		.02	.03		.02	
Celebración de logros del movimiento	.08	.35	.07	.72	.05	.19	.07	.07	.09	.03
<i>Acción colectiva religiosa</i>	.01	.25	.36	.03	.32	.03		.03	.34	.01
Invitación a convenciones y congresos familiares		.24								
Invitación a convenciones y congresos religiosos	.01	.01	.27		.31	.01			.15	.01
Otros eventos religiosos o relacionados a las iglesias			.05					.03	.13	
Reportar desastres naturales y ayuda			.04	.02	.01	.01			.06	
<i>Proselitismo ideológico</i>	.48	.13	.17	.21	.20	.51	.67	.67	.38	.82



Crítica antigénero o provida con referencias internacionales	.38	.03	.01	.02	.07	.24	.16	.14	.02	.02
Críticas antigénero	.24	.10	.13	.16	.13	.29	.53	.50	.30	.12
Críticas contra medios tradicionales	.01	.01	.03	.01	.01	.07	.07	.02	.06	.15
Críticas políticas antiizquierda o proderecha	.01	.01	.01	.03	.01	.12	.07	.08		.55
Críticas pro-vida	.22			.01	.05	.03		.08	.01	
<i>Proselitismo religioso</i>	.01		.25		.32		.02	.02	.11	.01
Comunicar mensajes religiosos			.12		.02		.01	.01	.06	
Comunicar mensajes religiosos a través de medios cristianos			.12		.06			.01	.06	.01
<i>Información no proselitista</i>	.02	.21	.06	.01	.03	.01		.04	.04	.07
Información de salud	.02	.21	.01	.01	.02			.01	.02	
Información psicológica-familiar			.04		.01			.03	.02	.07

Fuente: Elaboración propia.

## 5. DISCUSIÓN E IMPLICANCIAS DE LOS RESULTADOS

A partir de los resultados encontrados en la investigación, se constata que la movilización de grupos conservadores en el Perú contra el currículo escolar con enfoque de género fue producto de un proceso sostenido de articulación, radicalización ideológica y viralización digital, impulsado por colectivos con amplia actividad en plataformas online. Este fenómeno se explica a través del marco de la acción conectiva, propuesto por Bennett y Segerberg (2012), que describe nuevas formas de acción colectiva posibilitadas por las tecnologías digitales, donde la movilización se organiza mediante el intercambio personalizado de contenidos con discursos de índole político, legal, moral y emocional.

El análisis cualitativo de más de seis mil publicaciones en Facebook mostró que las movilizaciones fueron concertadas de forma descentralizada y sin liderazgos marcados. Los grupos opositores al enfoque de género no dependen de estructuras organizativas tradicionales: se cohesionan mediante publicaciones que generan tendencias y cadenas de sentido. Los mensajes se personalizan y resignifican con comentarios, memes, imágenes y videos que refuerzan una narrativa común centrada en la defensa de la “familia natural” y el rechazo a la “ideología de género”. Esta personalización permite que individuos con distintos niveles de compromiso encuentren sentido en la acción colectiva sin necesidad de una ideología estructurada. A diferencia de lo que Shahin y Ng denominan “inercia colectiva”, la experiencia peruana de 2016 y 2017 evidencia que la conexión en línea, aunque episódica y personal, fomenta comunidades politizadas con incidencia práctica. Estas dinámicas comunicativas tienden a simplificar la diversidad discursiva y derivan en una radicalización que niega la legitimidad de posturas distintas.

Los resultados permiten identificar patrones empíricos claros. La movilización alcanzó su mayor intensidad en los picos de las marchas, cuando los mensajes se redujeron a consignas breves y radicales. Entre las páginas con mayor capacidad de arrastre destacaron Bethel TV y ConMisHijosNoTeMetas, que actuaron como nodos de redistribución. Lo más compartido no fueron mensajes devocionales, sino episodios de confrontación pública o campañas de boicot, lo que evidencia que la contienda discursiva moviliza más que la propaganda convencional. También se constató que el formato gobierna la viralización: videos e imágenes con texto o personas fueron los predictores más sólidos de compartición, con una proporción estable de cinco comparticiones por cada diez reacciones. Esto demuestra que la economía de la viralización depende más de la forma que de su densidad argumentativa. Los eventos mediáticos, como las marchas de 2017, incrementaron la acción conectiva durante y después de su realización. Entre las cuentas con mayor arraigo estuvieron ConMisHijosNoTeMetas, MarchaPorLaFamiliaPerú y Bethel TV. Las publicaciones con personas fueron las más compartidas (42%), seguidas de videos, collages, textos y mensajes provida con carga negativa (30-20%).

La Figura 2 evidencia que la difusión de “éxitos compartidos” —denuncias contra empresas con publicidad progresista o apariciones de líderes conservadores como Christian Rosas, fundador de ConMisHijosNoTeMetas, en medios masivos— funcionó como elemento clave de esta acción conectiva. Estos hitos operaron como nodos de significación que reforzaron el sentimiento de eficacia política colectiva incluso en ausencia de un liderazgo formalizado. Personajes como Rosas o el presentador de TV Phillip Butters emergieron como referentes simbólicos que sostuvieron el conjunto de actividades comunicativas. El análisis de sentimiento aplicado a los contenidos más compartidos reveló un fuerte patrón de polarización afectiva, coherente con los hallazgos de Bennett respecto al rol central de la emocionalidad en las nuevas formas de movilización digital (Tabla 2). Los contenidos que despertaron indignación, miedo o entusiasmo —particularmente los que apelaban a la figura del “enemigo ideológico”— tuvieron más probabilidades de ser compartidos, alimentando un circuito cerrado de retroalimentación ideológica.

En el plano teórico, los resultados aportan a la comprensión de la acción conectiva en tres aspectos: primero, la comunicación constituye organización, ya que los patrones de formato, enlaces y nodos de referencia producen alineamiento temático y disciplina interna; segundo, la economía afectiva —alternando negatividad, celebraciones y contiendas— explica los ciclos de cohesión más que las estructuras formales; y tercero, la acción conectiva en este caso se institucionaliza, pues las consignas y marcas simbólicas (como *ConMisHijosNoTeMetas*) trascienden lo episódico y permanecen como repertorios reutilizables. La combinación de afecto, formato y símbolos asegura que la red no solo se movilice, también aprenda y reproduzca sus rutinas de viralización.

En términos teóricos y metodológicos, es relevante señalar que lo que autores como Giglietto (2020a, 2020b) y Keller *et al.* (2020) describen en la literatura como “astroturfing” y “acciones coordinadas para compartir enlaces”, en el caso peruano se cumple plenamente, alcanzando un estadio híbrido con acciones presenciales en plazas, calles y puentes. El uso de inteligencia artificial fue clave para procesar y analizar grandes volúmenes de datos de Facebook. La implementación de scripts en Python y el empleo de plataformas como Apify permitieron recolectar información pública y establecer patrones de viralización, redes semánticas e interacción, además de aplicar modelos de sentimiento que revelan direccionalidades ya no sujetas a deliberación. Limitaciones como la selección de la muestra o la repetición de datos quedan compensadas por la versatilidad y valor estratégico de las bases obtenidas.

En diálogo con la literatura internacional, nuestros hallazgos confirman el papel de las estrategias de *frame hijacking* y disputa de hashtags descritas por Knüpfer *et al.* (2022). En el caso peruano, sin embargo, este mecanismo se manifiesta en Facebook mediante rutinas de curaduría de enlaces y formatos visuales personalizados, reforzando la circulación de marcos antigénero a través de videos y retratos sobreimpresos. La oposición a los medios de comunicación tradicionales, común en otros movimientos conservadores (Freelon *et al.*, 2020), también estuvo presente, aunque en Perú se combinó con la legitimación de medios políticos y religiosos locales como nodos de referencia que colindan con la desinformación.

Los patrones de amplificación y sostenibilidad emocional observados guardan similitudes con lo documentado por Törnberg y Törnberg (2023) en Stormfront, donde los “shocks” políticos activan rituales de interacción que transforman emociones negativas en energía colectiva. En nuestro estudio, la primera marcha de 2017 funcionó como un shock equivalente: produjo un pico de mensajes con tono positivo y celebratorio que luego retornó a la crítica, revelando secuencias emocionales más complejas que la negatividad monolítica señalada por Grover y Mark (2019). Aunque Facebook presenta una arquitectura más centralizada, los colectivos desplegaron estrategias de latencia corta y reactivación rápida que replican la lógica de porteo entre plataformas. En línea con Collins (2024), la cohesión no se explica únicamente por el odio, sino también por mecanismos meso de familiaridad, uso de símbolos y narrativas conspirativas que consolidan un sentimiento de “familia digital”.

Con todo lo dicho, los resultados del estudio confirman, asimismo, que la efectividad comunicativa del movimiento conservador no se limitó a la producción de contenidos visuales o a la viralización de consignas breves, sino que operó sobre una lógica más profunda: la simplificación identitaria. Esta dinámica ya ha sido documentada en movilizaciones antigénero a nivel global, como *La Manif Pour Tous* en Francia, donde el objetivo no es entrar en debate deliberativo, sino construir un antagonista claro y ofrecer un símbolo de pertenencia que reduce la complejidad del conflicto social y facilita la adhesión de públicos amplios (Reguer-Petit & Morabito, 2017). En este sentido, la página *ConMisHijosNoTeMetas* no solo funcionó como un canal de coordinación o difusión de contenidos, sino que terminó por convertirse en una consigna identitaria e irreductible en sí misma. Desde el enfoque de la acción conectiva (Bennett & Segerberg, 2012), esta evolución ilustra cómo los movimientos pueden institucionalizar repertorios simbólicos reutilizables —en este caso, un nombre, un eslogan y una narrativa moral— que permiten su sostenibilidad y expansión discursiva más allá del evento inicial que los originó.

### 5.1. Limitaciones del estudio

Este estudio se basa en datos de comportamiento digital de grupos conservadores movilizados contra el currículo escolar con enfoque de género, recopilados entre 2016 y 2024. No obstante, el análisis se enfoca específicamente en el periodo comprendido entre noviembre de 2016 y mayo de 2017, correspondiente a la etapa fundacional del movimiento. Siendo así, la principal limitación metodológica del estudio está en la imposibilidad de acceder a métricas desagregadas por año a través de Meta (empresa matriz de Facebook), lo cual dificulta una interpretación temporal acotada del fenómeno. Al no contar con estadísticas específicas del periodo 2016–2017, se ve comprometida la precisión del análisis contextual y de la relación entre los eventos online y offline dados durante el periodo en estudio. En consecuencia, las correlaciones identificadas podrían variar si existiera la posibilidad de delimitar con mayor exactitud los datos exclusivamente al periodo analizado.

Otra limitación que afronta el estudio es la pérdida parcial del material visual bajo análisis al momento del *scraping* o descarga de datos de la red social. El 41% de las imágenes al momento de la descarga se inhabilitó por bloqueos de IPs o CAPTCHAs, o plantillas desactualizadas, entre otros. Si bien esto no afecta la interpretación general del discurso digital, reduce la posibilidad de examinar patrones sistemáticos en memes, íconos o fotografías, que pueden ofrecer detalles relevantes en cuanto emocionalidad o retórica.

Por otro lado, es relevante señalar que el estudio se enfocó en las acciones y grupos de práctica localizados en Lima Metropolitana, dado que el fenómeno se desplegó, en su mayor parte, en la capital del país. Esta focalización geográfica representa una limitación en términos de generalización de los hallazgos al ámbito nacional, ya que no puede asumirse que las dinámicas observadas en Lima reflejen de manera integral la realidad del resto del territorio. En ese sentido, las movilizaciones conservadoras en otras regiones podrían adoptar matices distintos, según las particularidades culturales, socioeconómicas y políticas de cada contexto local, así como en función de las formas específicas en que se articulan con el proceso central ocurrido en la capital.

Finalmente, resulta pertinente destacar la validez de la base de datos empleada, pese a contar con ocho años de antigüedad al momento de realizar el estudio. Si bien este desfase temporal puede generar ciertas limitaciones para un análisis longitudinal más detallado, la riqueza y relevancia del material digital recopilado siguen siendo significativas. Estos datos permiten comprender en profundidad los orígenes, dinámicas y formas de articulación de una movilización conservadora que hoy posee un impacto notable en el escenario político peruano y, más ampliamente, en el contexto latinoamericano.

## 6. CONCLUSIONES

La emergencia de la movilización conservadora en el Perú —particularmente en su fase de masificación contra el currículo escolar con enfoque de género— puede entenderse como la configuración de un movimiento social que surge en respuesta al avance de políticas orientadas a la ampliación de derechos ciudadanos. Este movimiento no solo despliega formas de acción conectiva, sino que evoluciona progresivamente hacia la constitución de un actor político con capacidad de incidencia en el debate público y en las instituciones del Estado. Al mismo tiempo, representa un fenómeno sociocultural marcado por una narrativa moral conservadora, que reacciona ante transformaciones estructurales que se están dando en el ámbito de la familia, las políticas de identidad y los marcos normativos de ciudadanía en el Perú contemporáneo.

Como movimiento articulado a través de formas de acción conectiva, la movilización conservadora se manifiesta mediante discursos ideológicos simplificados y emocionalmente cargados, centrados en una visión normativa de la familia “natural” —heterosexual, nuclear y patriarcal— como pilar fundamental de la sociedad. A partir de esta premisa, se expresa un rechazo explícito a la ampliación de derechos ciudadanos individuales en materia de género, sexualidad y diversidad. La retórica simplificada y los discursos polarizadores permiten una alta eficacia comunicativa, facilitando su difusión entre sectores sociales diversos, tanto en espacios online como offline, a través de una narrativa homogénea, ideológicamente posicionada y excluyente. La radicalización de los mensajes, la personalización de las publicaciones, así como el uso estratégico de símbolos identitarios y figuras mediáticas, han contribuido a consolidar una comunidad digital cohesionada, aunque a la vez profundamente polarizada y polarizadora. Esta radicalización no solo expresa una reacción cultural o moral frente a políticas educativas percibidas como amenazantes, sino que evidencia, sobre todo, transformaciones ideológicas más amplias en sectores significativos de la población, donde el conservadurismo moral comienza a reconfigurarse como una identidad política activa.

Como modalidad de acción política digital, la acción conectiva permite que discursos ideológicos simplificados y emocionalmente cargados, propios de la narrativa antigénero explicada, se propaguen eficazmente entre individuos que pueden no estar formalmente organizados, pero que se articulan a través del intercambio de contenido simbólicamente resonante. Frases y eslóganes, videos de confrontación, y la exaltación del reconocimiento mediático como una conquista, constituyen la nueva identidad colectiva de grupos sociales que coinciden en la negación de la diversidad y en una polarización afectiva sostenida.

A partir de estos hallazgos, se abren varias líneas de investigación relevantes. En primer lugar, lo evidente es establecer nuevos análisis comparativos que ponderen cómo entre esta y otras movilizaciones híbridas actuales —sean conservadoras o progresistas— moldean el debate público y propician incidencia política utilizando plataformas digitales y acciones conectivas. Asimismo, futuras investigaciones podrían explorar con mayor profundidad el rol de los algoritmos en la amplificación de contenidos polarizadores, así como las consecuencias mismas, a largo plazo, de esta polarización afectiva, en la cohesión social nacional y la gobernabilidad democrática. Finalmente, resulta crucial también poner a debate qué tipo de respuestas puede dar el Estado, y la sociedad civil organizada, frente a estas formas concertadas de acción conectiva, que están poniendo en jaque la aplicación de leyes y políticas sociales. Al respecto, la instalación de componentes de alfabetización digital crítica, de modo masivo, en programas educativos formales, sería el mejor primer paso para inmunizar a la ciudadanía de los cotos a la pluralidad y el debate informado que movilizaciones como la estudiada quisieran imponer.

## 7. REFERENCIAS.

- Abas, J. M., Bauí, L. Z. y Bondoc, A. (2025, May 22). Analyzing social media sentiments and progression of emotions over time on strategic gaps in video-on-demand digital streaming platforms. *SSRN*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.5277948>
- Acosta, M. (2019). Campañas electorales y plataformas digitales. La precandidatura de Alberto Fernández en Facebook. *Question/Cuestión*, 1(64). <https://doi.org/10.24215/16696581e208>
- Ayers, J. W., Chu, B., Zhu, Z., Leas, E. C., Smith, D. M., Dredze, M. y Broniatowski, D. A. (2021). Spread of Misinformation About Face Masks and COVID-19 by Automated Software on Facebook. *JAMA Internal Medicine*, 181(9), 1251-1253. <https://doi.org/10.1001/jamainternmed.2021.2498>
- Bakardjieva, M. (2023). The other civil society: Digital media and grassroots illiberalism in Bulgaria. *European Societies*, 25(2), 304-325. <https://doi.org/10.1080/14616696.2021.1966072>
- Bárceñas Barajas, K. (2022). *Movimientos antigénero en América Latina: Cartografías del neoconservadurismo*. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Barnes, N. (2022). LGBTQ Human Rights and Conservative Backlash: A Case Study of Digital Activism in Mexico. *International Journal of Arts, Humanities and Social Sciences*, 3 (2), 1-11. <https://ijahss.net/assets/files/1644688503.pdf>
- Benkler, Y., Farris, R. y Roberts, H. (2018). *Network Propaganda: Manipulation, Disinformation, and Radicalization in American Politics*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780190923624.001.0001>
- Bennett, W. L. y Livingston, S. (2025). Platforms, politics, and the crisis of democracy: Connective action and the rise of illiberalism. *Perspectives on Politics*, 1-20. <https://doi.org/10.1017/S1537592724002123>
- Bennett, W. L. y Segerberg, A. (2012). The Logic of Connective Action. *Information, Communication & Society*, 15(5), 739-768. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.670661>
- Blee, K. M. (2017). How the study of white supremacism is helped and hindered by social movement research. *Mobilization: An International Quarterly*, 22(1), 1-15. <https://doi.org/10.17813/1086-671X-22-1-1>
- Bob, C. (2012). *The Global Right Wing and the Clash of World Politics*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139031042>
- Brito, A. S. (2020). Disputando la opinión pública digital: #ConMisHijosNoTeMetas y los colectivos LGBTI en Ecuador. *GIGAPP Estudios Working Papers*, 7(166-182), Article 166-182. <https://www.gigapp.org/ewp/index.php/GIGAPP-EWP/article/view/209>
- Carrera Walling, S. K. (2021). *¿Persuasión o manipulación? Con mis hijos no te metas: análisis crítico de su discurso en Facebook* [Tesis]. UNMSM. <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/17300>
- Castro-Pérez, R. (2022). Performing Conservatism. A Study of Emerging Political Mobilisations in Latin America using “Social Media Drama” Analysis. En E. Costa, P. G. Lange, N. Haynes y J. Sinanan (Eds.), *The Routledge Companion to Media Anthropology* (1.ª ed., pp. 465-478). Routledge.



<https://doi.org/10.4324/9781003175605-45>

- Castro-Pérez, R. (2024). La “batalla mediática” de Padres En Acción y el discurso conservador en la escena política peruana. *Letras (Lima)*, 95(141), 227-244. <https://doi.org/10.30920/letras.95.141.14>
- Chagas, V. (2022). WhatsApp and Digital Astroturfing: A Social Network Analysis of Brazilian Political Discussion Groups of Bolsonaro’s Supporters. *International Journal of Communication*, 16, 2431-2455. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/17296>
- Chomel, V., Panahi, M. y Chavalarias, D. (2023). Manipulation During the French Presidential Campaign: Coordinated Inauthentic Behaviors and Astroturfing Analysis on Text and Images. En H. Cherifi, R. N. Mantegna, L. M. Rocha, C. Cherifi, y S. Micciché (Eds.), *Complex Networks and Their Applications XI* (pp. 121-134). Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-031-21127-0\\_11](https://doi.org/10.1007/978-3-031-21127-0_11)
- Collins, J. (2024). The gift of Gab: A netnographic examination of the community building mechanisms in far-right online space. *Terrorism and Political Violence*, 37(3), 349-368. <https://doi.org/10.1080/09546553.2023.2296514>
- Cuesta-Cambra, U., Martínez-Martínez, L. y Niño-González, J.-I. (2019). An analysis of pro-vaccine and anti-vaccine information on social networks and the internet: Visual and emotional patterns. *Profesional de La Información*, 28(2). <https://doi.org/10.3145/epi.2019.mar.17>
- Cuevas-Calderón, E., Dongo, E. Y. y Kanashiro, L. (2022). Conservadores en TikTok: Polarización social en el Perú. *Revista Prisma Social*, 39. <https://revistaprismasocial.es/ps/article/view/4865>
- Davidson, T. (2021). Audience Engagement and the Dynamics of Online Activism: Far-Right Mobilization on Facebook [Preprint]. *SocArXiv*. <https://doi.org/10.31235/osf.io/rwfcj>
- Doroshenko, L. y Tu, F. (2023). Like, Share, Comment, and Repeat: Far-right Messages, Emotions, and Amplification in Social Media. *Journal of Information Technology & Politics*, 20(3), 286-302. <https://doi.org/10.1080/19331681.2022.2097358>
- Duárez Mendoza, J. L. (2024). El conservadurismo radical en Perú. El Caso de Renovación Popular (2020-2024). *Letras (Lima)*, 95(141), 73-92. <https://doi.org/10.30920/letras.95.141.5>
- Featherstone, J. D., Barnett, G. A., Ruiz, J. B., Zhuang, Y. y Millam, B. J. (2020). Exploring childhood anti-vaccine and pro-vaccine communities on twitter – a perspective from influential users. *Online Social Networks and Media*, 20, 100105. <https://doi.org/10.1016/j.osnem.2020.100105>
- Fejós, A., Zentai, V., Bladini, M., Igareda, N., Helmstad, A., Pascale, A. A., Schulz, A., Sette, R., Sicurella, S., Svensson, E.-M. y Wilhelm, C. (2021). *Anti-Gender Hate Speech in Populist Right-Wing Social Media Communication*. <https://ddd.uab.cat/record/250923>
- Ferré Pavia, C. y Sambucetti, M. F. (2022). El neoconservadurismo religioso en Twitter: La campaña #ConMisHijosNoTeMetas y el discurso contra la igualdad de género. *Teknokultura: Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales*, 19(1), 55-66. <https://doi.org/10.5209/tekn.75368>
- Figeac, J., Smyrnaio, N., Salord, T., Cabanac, G., Fraissier, O., Ratinaud, P. y Seffusatti, F. (2020). Information-sharing practices on Facebook during the 2017 French presidential campaign: An “unreliable



- information bubble” within the extreme right. *Communications*, 45(s1), 648-670. <https://doi.org/10.1515/commun-2019-0193>
- Fraxanet, E., Kaltenbrunner, A., Germano, F. y Gómez, V. (2025). *Analyzing news engagement on Facebook: Tracking ideological segregation and news quality in the Facebook URL dataset* [Preprint]. arXiv. <https://arxiv.org/abs/2409.13461>
- Freelon, D., Marwick, A. y Kreiss, D. (2020). False equivalencies: Online activism from left to right. *Science*, 369(6508), 1197-1201. <https://doi.org/10.1126/science.abb2428>
- Gallagher, R. J., Reagan, A. J., Danforth, C. M. y Dodds, P. S. (2018). Divergent discourse between protests and counter-protests: #BlackLivesMatter and #AllLivesMatter. *PLOS ONE*, 13(4), e0195644. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0195644>
- Gerbaudo, P., De Falco, C. C., Giorgi, G., Keeling, S., Murolo, A. y Nunziata, F. (2023). Angry Posts Mobilize: Emotional Communication and Online Mobilization in the Facebook Pages of Western European Right-Wing Populist Leaders. *Social Media + Society*, 9(1), 205630512311633. <https://doi.org/10.1177/20563051231163327>
- Ghani, A. y Rahmat, H. (2023). Confirmation Bias in Our Opinions on Social Media: A Qualitative Approach. *Journal of Communication, Language and Culture*, 3(1), 47-53. <https://doi.org/10.33093/jclc.2023.3.1.4>
- Giglietto, F., Marino, G., Mincigrucci, R. y Stanziano, A. (2023). A Workflow to Detect, Monitor, and Update Lists of Coordinated Social Media Accounts Across Time: The Case of the 2022 Italian Election. *Social Media + Society*, 9(3). <https://doi.org/10.1177/20563051231196866>
- Giglietto, F., Righetti, N., Rossi, L. y Marino, G. (2020a). Coordinated Link Sharing Behavior as a Signal to Surface Sources of Problematic Information on Facebook. *International Conference on Social Media and Society*, 85-91. <https://doi.org/10.1145/3400806.3400817>
- Giglietto, F., Righetti, N., Rossi, L. y Marino, G. (2020b). It takes a village to manipulate the media: Coordinated link sharing behavior during 2018 and 2019 Italian elections. *Information, Communication & Society*, 23(6), 867-891. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1739732>
- Graham, T., Bruns, A., Zhu, G. y Campbell, R. (2020). *Like a virus: The coordinated spread of coronavirus disinformation* [Report]. Centre for Responsible Technology. <https://apo.org.au/node/305864>
- Grover, T. y Mark, G. (2019). Detecting Potential Warning Behaviors of Ideological Radicalization in an Alt-Right Subreddit. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 13, 193-204. <https://doi.org/10.1609/icwsm.v13i01.3221>
- Gruzd, A., Mai, P. y Soares, F. B. (2022). How coordinated link sharing behavior and partisans' narrative framing fan the spread of COVID-19 misinformation and conspiracy theories. *Social Network Analysis and Mining*, 12(1), 118. <https://doi.org/10.1007/s13278-022-00948-y>
- Ham, C.-D., Lee, J., Hayes, J. L. y Bae, Y. H. (2019). Exploring sharing behaviors across social media platforms. *International Journal of Market Research*, 61(2), 157-177. <https://doi.org/10.1177/1470785318782790>
- Iyengar, S., Lelkes, Y., Levendusky, M., Malhotra, N. y Westwood, S. (2019). The Origins and Consequences of

- Affective Polarization in the United States. *Annual Review of Political Science*, 22, 129-146. <https://doi.org/10.1146/annurev-polisci-051117-073034>
- Jamieson, K. y Capella, J. (2010). *Echo Chamber. Rush Limbaugh and the Conservative Media Establishment*. Oxford University Press.
- Kakavand, A. E. (2023). Far-right social media communication in the light of technology affordances: A systematic literature review. *Annals of the International Communication Association*, 48(1), 37-56. <https://doi.org/10.1080/23808985.2023.2280824>
- Kasimov, A. (2023). Decentralized hate: Sustained connective action in online far-right community. *Social Movement Studies*, 0(0), 1-19. <https://doi.org/10.1080/14742837.2023.2204427>
- Keller, F. B., Schoch, D., Stier, S. y Yang, J. (2020). Political Astroturfing on Twitter: How to Coordinate a Disinformation Campaign. *Political Communication*, 37(2), 256-280. <https://doi.org/10.1080/10584609.2019.1661888>
- Kessler, G., Vommaro, G. y Paladino, M. (2021). Antipopulistas reaccionarios en el espacio público digital. *Estudios Sociológicos de El Colegio de México*, 40(120). <https://doi.org/10.24201/es.2022v40n120.2213>
- Kim, C. y Yang, S.-U. (2017). Like, comment, and share on Facebook: How each behavior differs from the other. *Public Relations Review*, 43(2), 441-449. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2017.02.006>
- Kim, J. W. (2018). They liked and shared: Effects of social media virality metrics on perceptions of message influence and behavioral intentions. *Computers in Human Behavior*, 84, 153-161. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.01.030>
- Kim, S. y Kim, J. (2023). The Information Ecosystem of Conspiracy Theory: Examining the QAnon Narrative on Facebook. *Actas de la ACM sobre interacción persona-computadora*, 7(CSCW1). <https://doi.org/10.1145/3579626>
- Knüpfer, C. B., Yang, Y. y Cowburn, M. (2025, Septiembre 24). The logic of connective faction: How digitally-networked elites and hyper-partisan media radicalize politics. *OSF Preprints*. [https://doi.org/10.31219/osf.io/2exfz\\_v3](https://doi.org/10.31219/osf.io/2exfz_v3)
- Knüpfer, C. y Klinger, U. (2025). In-groups and outrage: How narratives and affect shape digital surrogate networks and radicalize right-wing parties. En S. Livingston, y M. Miller (Eds.), *Connective action and the rise of the far-right: Platforms, politics, and the crisis of democracy* (Cap. 5). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780197794937.003.0005>
- Knüpfer, C., Hoffmann, M. y Voskresenskii, V. (2022). Hijacking MeToo: Transnational dynamics and networked frame contestation on the far right in the case of the '120 decibels' campaign. *Information, Communication & Society*, 25(7), 1010-1028. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1822904>
- Koltai, K. S. (2020). *Human values and scientific controversies: Studying vaccine information behavior on social networking sites* [Tesis]. The University of Texas at Austin. <https://doi.org/10.26153/tsw/12582>
- Legua Aranibar, Y. E. (2021). *Ministerio de Educación y con mis hijos no te metas: Disputa comunicativa y opinión pública sobre el currículo escolar 2017*. USIL Repositorio Institucional.

<https://hdl.handle.net/20.500.14005/11620>

- Lerman, K., Feldman, D., He, Z. y Rao, A. (2024). Affective polarization and dynamics of information spread in online networks. *npj Complexity* 1, 8. <https://doi.org/10.1038/s44260-024-00008-w>
- López, J. A. (2020). Aborto, contramovilización y estrategias de comunicación contra la expansión de derechos en México. *Revista interdisciplinaria de estudios de género de El Colegio de México*, 6. <https://doi.org/10.24201/reg.v6i0.621>
- Lukito, J., Yang, Y. y Kim, S. J. (2025). How QAnon developed from a fringe group to a digital surrogate for the GOP. En S. Livingston, y M. Miller (Eds.), *Connective action and the rise of the far-right: Platforms, politics, and the crisis of democracy* (Cap. 3). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780197794937.003.0003>
- Luriaga, R. L., Samson, B. D., Mama, B. R. Z. I., Ebarido, R. A. (2025). LDA-Based Topic Modelling on COVID-19 FLiRT Variant in Social Media. En H. A. Le Thi, H. M. Le, y Q.T. Nguyen (Eds.), *Advances in Data Science and Optimization of Complex Systems*. ICAMCS 2024. Lecture Notes in Networks and Systems (1569). Springer, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-032-00267-9\\_11](https://doi.org/10.1007/978-3-032-00267-9_11)
- Marwick, A., Clancy, B. y Furl, K. (2022). Far-Right Online Radicalization: A Review of the Literature. *The Bulletin of Technology & Public Life*. <https://doi.org/10.21428/bfcb0bff.e9492a11>
- McIvor, M. (2019). Human Rights and Broken Cisterns: Counterpublic Christianity and Rights-based Discourse in Contemporary England. *Ethnos*, 84(2), 323-343. <https://doi.org/10.1080/00141844.2017.1420671>
- McNerney, H. W., Spann, B., Mead, E. L., Kready, J., Marcoux, T. y Agarwal, N. (2022). Assessing the influence and reach of digital activity amongst far-right actors: A comparative evaluation of mainstream and 'free speech' social media platforms. *For(e)Dialogue*, 4(1). <https://doi.org/10.21428/e3990ae6.60c47409>
- Meneses, D. (2019). Con Mis Hijos No Te Metas: Un estudio de discurso y poder en un grupo de Facebook peruano opuesto a la «ideología de género». *Anthropologica*, 37(42), 129-154. <https://doi.org/10.18800/anthropologica.201901.006>
- Minici, M., Luceri, L., Cinus, F. y Ferrara, E. (2024). Uncovering Coordinated Cross-Platform Information Operations Threatening the Integrity of the 2024 U.S. Presidential Election Online Discussion. *SSRN* <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4965049>
- Muro Ampuero, E. (2022). Neo-Pentecostalism and religious conservatism on Facebook: A digital ethnography in Peruvian Pro-Family and Pro-Life groups. *Desde El Sur*, 14(2). <https://doi.org/10.21142/DES-1401-2022-0017>
- Páez González, C. L. y Peña García, A. de la. (2018). El discurso sobre género en la página de Facebook del Movimiento Pro Vida y Pro Familia en Paraguay. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, 139, 229-243. <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/3728>
- Pariser, E. (2017). *El Filtro burbuja: cómo la red decide lo que leemos y lo que pensamos*. Taurus.
- Páucar Villacorta, D. (2025). *Data\_Accion\_Conectiva* [Data Set]. Zenodo. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15368544>

- Peredo Rodríguez, V. (2022). Organización, discurso y actividad digital. Una aproximación al movimiento antivacunas en grupos de Whatsapp. *Punto Cero*, 27(44), 71-88. <https://doi.org/10.35319/puntocero.202244192>
- Pérez-Vela, R. (2022). Activismos religiosos neo-progresistas: La narrativa contestataria evangélica en el espacio público peruano. *Iztapalapa. Revista de ciencias sociales y humanidades*, 43(92), 73-110. <https://doi.org/10.28928/ri/922022/atc3/perezvelar>
- Pond, P. y Lewis, J. (2019). Riots and Twitter: Connective politics, social media and framing discourses in the digital public sphere. *Information, Communication & Society*, 22(2), 213-231. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1366539>
- Recuero, R., Soares, F. B., Vinhas, O., Volcan, T., Hüttner, L. R. G. y Silva, V. (2022). Bolsonaro and the Far Right: How Disinformation About COVID-19 Circulates on Facebook in Brazil. *International Journal of Communication*, 16, 148-171. <https://ualresearchonline.arts.ac.uk/id/eprint/19805/1/17724-61165-2-PB.pdf>
- Reguer-Petit, M. y Morabito, L. (2017). Les traces de La Manif pour tous. En F. Gougou, y V. Tiberj(Dir.). *La déconnexion électorale. Un état des lieux de la démocratie française*. Fondation Jean-Jaurès.
- Rim, H., Lee, Y. y Yoo, S. (2020). Polarized public opinion responding to corporate social advocacy: Social network analysis of boycotters and advocates. *Public Relations Review*, 46(2), 101869. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2019.101869>
- Rohlinger, D. A. y Bunnage, L. (2017). Did the Tea Party Movement Fuel the Trump-Train? The Role of Social Media in Activist Persistence and Political Change in the 21st Century. *Social Media + Society*, 3(2), 2056305117706786. <https://doi.org/10.1177/2056305117706786>
- Romero-Rodríguez, L., Castillo-Abdul, B. y Cuesta-Valiño, P. (2023). The Process of the Transfer of Hate Speech to Demonization and Social Polarization. *Politics and Governance*, 11(2). <https://doi.org/10.17645/pag.i349>
- Ross-Arguedas, A., Robertson, C., Fletcher, R. y Nielsen, R. (2022). Echo chambers, filter bubbles, and polarisation: a literature review. *Reuters Institute*. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/echo-chambers-filter-bubbles-and-polarisation-literature-reviewZ>
- Schradie, J. (2019). *The Revolution That Wasn't: How Digital Activism Favors Conservatives*. Harvard University Press. <https://doi.org/10.4159/9780674240438>
- Sgró-Ruata, C. (2021). Política sexual, activismo conservador y redes sociodigitales. *Virtualis*, 12(23), 67-94. <https://doi.org/10.46530/virtualis.v12i23.384>
- Shahin, S. y Ng, Y. M. M. (2022). Connective action or collective inertia? Emotion, cognition, and the limits of digitally networked resistance. *Social Movement Studies*, 21(4), 530-548. <https://doi.org/10.1080/14742837.2021.1928485>
- Sundar, S. S., Snyder, E. C., Liao, M., Yin, J., Wang, J. y Chi, G. (2024). Sharing without clicking on news in social media. *Nature Human Behaviour*. <https://doi.org/10.1038/s41562-024-02067-4>
- Tello, K. (2019). Causas de la politización reactiva del conservadurismo evangélico en el Perú contemporáneo.

*Politai: Revista de Ciencia Política*, 19, 13-33. <https://doi.org/10.18800/politai.201902.001>

- Tenenboim, O. (2022). Comments, Shares, or Likes: What Makes News Posts Engaging in Different Ways. *Social Media + Society*, 8(4). <https://doi.org/10.1177/20563051221130282>
- Theocharis, Y., Boulianne, S., Koc-Michalska, K. y Bimber, B. (2023). Platform affordances and political participation: How social media reshape political engagement. *West European Politics*, 46(4), 788-811. <https://doi.org/10.1080/01402382.2022.2087410>
- Thompson, N., Wang, X. y Daya, P. (2020). Determinants of News Sharing Behavior on Social Media. *Journal of Computer Information Systems*, 60(6), 593-601. <https://doi.org/10.1080/08874417.2019.1566803>
- Törnberg, A. y Törnberg, P. (2023). White supremacists anonymous: How digital media emotionally energize far-right movements. *Journal of Information Technology & Politics*, 22(1), 131-148. <https://doi.org/10.1080/19331681.2023.2262459>
- Vico, E. A. y Rey, P. R. (2020). Discurso, estrategias e interacciones de Vox en su cuenta oficial de Instagram en las elecciones del 28-A. Derecha radical y redes sociales. *Revista Latina de Comunicación Social*, 77. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1455>
- Xu, W. W. (2020). Mapping Connective Actions in the Global Alt-Right and Antifa Counterpublics. *International Journal of Communication*, 14(0). <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/11978>
- Yoshida, M., Sakaki, T., Kobayashi, T. y Toriumi, F. (2021). Japanese conservative messages propagate to moderate users better than their liberal counterparts on Twitter. *Scientific Reports*, 11(1). <https://doi.org/10.1038/s41598-021-98349-2>
- Yu, W. E. S. (2022). A Framework for Studying Coordinated Behaviour Applied to the 2019 Philippine Midterm Elections. En X.-S. Yang, S. Sherratt, N. Dey, y A. Joshi (Eds.), *Proceedings of Sixth International Congress on Information and Communication Technology* (pp. 721-731). Springer. [https://doi.org/10.1007/978-981-16-2380-6\\_63](https://doi.org/10.1007/978-981-16-2380-6_63)
- Yuan, X., Schuchard, R. J. y Crooks, A. T. (2019). Examining Emergent Communities and Social Bots Within the Polarized Online Vaccination Debate in Twitter. *Social Media + Society*, 5(3), 2056305119865465. <https://doi.org/10.1177/2056305119865465>
- Žuk, P. y Žuk, P. (2020). Right-wing populism in Poland and anti-vaccine myths on YouTube: Political and cultural threats to public health. *Global Public Health*, 15(6), 790-804. <https://doi.org/10.1080/17441692.2020.1718733>

## CONTRIBUCIONES DE AUTORES/AS, FINANCIACIÓN Y AGRADECIMIENTOS

### Contribuciones de los autores:

**Conceptualización:** Castro-Pérez, Raúl. **Software:** Páucar Villacorta, Diego. **Validación:** Tejedor, Santiago, y Romero-Rodríguez, Luis. **Análisis formal:** Castro-Pérez, Raúl y Páucar Villacorta, Diego. **Curación de datos:** Castro-Pérez, Raúl y Páucar Villacorta, Diego. **Redacción-Preparación del borrador original:** Castro-Pérez, Raúl. **Redacción, Revisión y Edición:** Castro-Pérez, Raúl. **Visualización:** Páucar Villacorta, Diego. **Supervisión:**



Tejedor, Santiago y Romero-Rodríguez, Luis. **Administración de proyectos:** Castro-Pérez, Raúl. **Todos los autores han leído y aceptado la versión publicada del manuscrito:** Castro-Pérez, Raúl; Tejedor, Santiago; Romero-Rodríguez, Luis y Páucar Villacorta, Diego.

**Financiación:** Esta investigación recibió financiamiento del Fondo Semilla para Docentes de la Universidad Científica del Sur, con N° de subvención 029-2023-PRO99.

**Conflicto de intereses:** Los autores de este artículo declaran que no existen conflicto de intereses.

## AUTORES:

### Raúl Castro-Pérez

Universidad Científica del Sur.

Decano de la Facultad de Comunicación en la Universidad Científica del Sur. Director de la Revista Desde El Sur (Scopus Q2), y Coordinador del Grupo de Investigación MediaLab. Iniciativa de Alfabetización Transmedia. Doctorando en Comunicación y Periodismo por la Universidad Autónoma de Barcelona, y Máster en Comunicación y Sociedad por Goldsmiths, University of London. Ganó la beca del Programa Alban de la Unión Europea para Estudios de Alto Nivel y de la Konrad Adenauer Stiftung. Sus estudios se han publicado en Costa, E., Lange, P., et. al (2022) *The Routledge Companion of Media Anthropology* y en Cánepa, G., Borea, G., et. al. (2024) *Antropologías Visuales Latinoamericanas*.

[ccastroperez@cientifica.edu.pe](mailto:ccastroperez@cientifica.edu.pe)

Índice H: 5

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-8986-0888>

Scopus ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=58009243900>

### Santiago Tejedor

Universidad Autónoma de Barcelona.

Catedrático de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB), y Coordinador del Programa de Doctorado de Comunicación y Periodismo. Es también director del Gabinete de Comunicación y Educación, del Master en Comunicación y Educación, y de la revista Análisi (Scopus Q1). Doctor en Periodismo y Ciencias de la Comunicación por la UAB, y Doctor en Ingeniería de Proyectos por la Universidad Politécnica de Catalunya. Investiga en temas de inteligencia artificial, política online, periodismo digital, viajes, medio ambiente y educación de la comunicación. Entre sus libros más recientes están *La inteligencia artificial en el periodismo* (2024) y *Viajar: una curiosa vuelta al mundo del viaje* (2023).

[santiago.tejedor@uab.cat](mailto:santiago.tejedor@uab.cat)

Índice H: 36

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-5539-9800>

Scopus ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=26433952000>

### Luis M. Romero-Rodríguez

University of Sharjah.

ESAI Business School - Universidad Espíritu Santo.

Profesor Titular en el College of Communication de la University of Sharjah (EAU), y *visiting fellow* en el ESAI Business School, de la Universidad Espíritu Santo (Ecuador). *Postdoctoral fellowship* en el Instituto Tecnológico de Monterrey (México, 2018-2019). Doctor en Comunicación por las universidades de Huelva, Sevilla, Málaga y Cádiz (2014), premio extraordinario de Doctorado por la Universidad de Huelva (2015) y Máster en Comunicación Social por la Universidad de Almería (España, 2010-2011). Ganador del *Napolitan*



Victory Awards 2021 (The Washington Academy) y del Roblón al Investigador Emergente de la Comunicación 2020. Entre sus libros recientes están *Manual de gestión de la comunicación corporativa* e *Introducción a las relaciones públicas*.

[lromero@sharjah.ac.ae](mailto:lromero@sharjah.ac.ae)

Índice H: 39

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0003-3924-1517>

Scopus ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57079106700>

### **Diego Páucar Villacorta**

Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Perú

Egresado de Sociología en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Consultor corporativo en sociología computacional, data science e inteligencia artificial. CEO de la empresa Escape.

Índice H: 1

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0003-0176-6406>

Scopus ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57201365315>

## Anexo 1.

### *Gestión de Datos y Modelo computacional de análisis de datos*

#### 1. Recolección y procesamiento de datos

Una vez descargada la muestra inicial, se realizó un proceso de verificación y depuración de la base de datos. Se eliminaron 600 publicaciones duplicadas, resultado de la integración de fuentes múltiples, quedando un total de 6,021 publicaciones válidas. Posteriormente, estas fueron clasificadas temporalmente en cinco períodos clave: (1) antes de las marchas, (2) alrededor de la primera marcha, (3) entre marchas, (4) alrededor de la segunda marcha y (5) después de las marchas.

Se procedió también a la descarga de las imágenes principales asociadas a cada publicación. En los casos en que no fue posible obtenerlas directamente, se realizaron capturas de pantalla manuales. Aproximadamente el 41% de las publicaciones presentaron errores de visualización o descarga, lo que redujo significativamente el total de imágenes procesables. Las imágenes válidas fueron organizadas temáticamente utilizando el modelo BERTopic multimodal. Posteriormente, se realizó una reclasificación manual que permitió establecer 16 categorías finales de contenido visual. Con el apoyo del modelo Gemini 1.5-pro, se analizó además la presencia de personas y de texto embebido en las imágenes, lo que permitió identificar elementos como símbolos identitarios, liderazgos visibles o mensajes explícitos incorporados en los elementos gráficos.

##### 1.1. Análisis de ‘variables resultado’

El estudio se centra en el comportamiento de los usuarios frente a las publicaciones de las páginas seleccionadas, en particular en relación con su nivel de interacción, medido a través de comentarios, comparticiones y participación general. Se analizó la evolución de los mensajes principales, observando cómo su radicalización se relaciona con el aumento en el volumen de interacciones. Para ello, se utilizaron dos variables resultado:

- Tipo de contenido compartido: se distinguieron publicaciones que contenían URLs externas (indicador de conexión con redes fuera de Facebook) de aquellas compuestas exclusivamente por texto, imágenes o videos subidos directamente por los usuarios.
- Número de comparticiones: se utilizó la variable Shares, que indica el número bruto de veces que un contenido fue compartido. Para moderar el efecto del tamaño desigual entre páginas, se aplicó una normalización logarítmica con base en el número de seguidores de cada página en 2024, según la fórmula:

$$Shares_{norm} = \log \left( \frac{Shares}{Followers (2024)} \right)$$

No se consideró la compartición cruzada entre páginas de Facebook, debido a que menos del 5% de las publicaciones fueron republicadas por otras páginas dentro de la misma plataforma, lo que impidió establecer patrones significativos de colaboración directa.

## 1.2. Análisis de variables independientes

Siguiendo la literatura especializada, se identificaron dos grupos de variables independientes: (1) el tipo de contenido compartido, entendido como un reflejo de la estrategia de la página hacia su audiencia, y (2) el número y tipo de fuentes externas enlazadas, como un indicador del nivel de radicalización y alineamiento ideológico.

Para analizar estos factores, se clasificaron textos e imágenes de forma separada utilizando un modelo de aprendizaje automático implementado en un entorno Jupyter Lab (Python 3.11). El notebook utilizado está disponible públicamente en el siguiente enlace: <https://gist.github.com/diegopaucarv/701f3a8b8f91d6a094633c81b99a55a4>

Los textos analizados incluyeron tanto los redactados por las páginas como aquellos extraídos de las URLs compartidas, cuando estaban disponibles. Se aplicó un análisis no supervisado de tópicos con BERTopic, generando embeddings mediante el modelo preentrenado ntfloat/multilingual-e5-base. Este proceso dio como resultado 18 categorías temáticas. Paralelamente, se realizó un análisis de sentimiento usando un modelo preentrenado de la librería pysentimiento.

Adicionalmente, se extrajeron sustantivos y frases sustantivas de los textos, que fueron agrupados y utilizados para estimar coocurrencias y distancias coseno entre entidades clave. Estas relaciones semánticas se visualizaron mediante nubes de embeddings, permitiendo detectar agrupamientos discursivos relevantes. En cada iteración, BERTopic aplicó primero una topicalización no supervisada con parámetros restrictivos para asegurar la coherencia interna de los clústeres, seguida de una reclasificación semisupervisada en los casos donde los datos no presentaban diferenciación clara.

## 2. Modelo de análisis de datos

El modelo se centra en explorar patrones de difusión de contenidos digitales a través de un enfoque combinado de estadística descriptiva y técnicas de *machine learning*. Inicialmente, se examinaron las asociaciones entre variables mediante coeficientes de correlación de Spearman ( $\rho$ ) para variables continuas y de Cramér ( $v$ ) para variables categóricas. Posteriormente, el estudio se estructuró en dos componentes principales: un modelo de clasificación binaria para estimar la probabilidad de que un contenido haya sido compartido (*isShared*), y un modelo de regresión para predecir la magnitud del apoyo recibido por los contenidos difundidos.

Ambos modelos se implementaron usando el modelo de clasificación de *Random Forest*, el cual fue optimizado mediante una validación cruzada con búsqueda aleatoria (*RandomizedSearchCV*) y con divisiones temporales (*GroupKFold*), considerando los periodos analizados como unidades de agrupación. Las variables categóricas fueron convertidas en indicadores binarios, con un tratamiento especial para categorías poco frecuentes, mientras que las continuas fueron escaladas usando un algoritmo estadístico (*RobustScaler*) que permite reducir la influencia de valores atípicos usando los rangos intercuartílicos de las variables. Finalmente, la relevancia de las variables en los modelos se evaluó mediante las variaciones en los índices de importancia de Gini, los cuales se basan en la reducción de impurezas y reflejan los cambios en la entropía del modelo (metodología propia de los árboles de decisión).

Los resultados indican que el desempeño de ambos modelos fue bueno. El modelo de *Random Forest* o Árboles de Decisión cuenta con métricas de precisión, recall y f1-score consistentemente altas en todos los periodos estudiados. Mientras, el modelo de regresión mostró valores adecuados de error cuadrático medio (MSE), raíz del error cuadrático medio (RMSE) y error absoluto medio (MAE), aunque con un ajuste más débil en términos de  $R^2$ , particularmente durante los periodos de movilización social. La Tabla 1 de este anexo presenta los

principales indicadores de ajuste de ambos modelos.

**Tabla 1.** Métricas de evaluación de los modelos *RandomForest*.

Modelo	Antes de las marchas	1ra Marcha	Entre Marchas	2da Marcha	Después de las marchas
Clasificador					
Precisión	0.93	0.94	0.97	0.92	0.97
Recall	0.93	0.94	0.97	0.91	0.96
f1-score	0.93	0.94	0.97	0.91	0.96
Support	336.3	123.001	273.486	97.945	397.078
Regresor					
Mse	0.000154	0.000128	0.000108	0.000113	0.000156
Rmse	0.012412	0.011319	0.010396	0.010644	0.0125
Mae	0.003748	0.004206	0.004275	0.003326	0.004179
r2	-0.009236	-0.476918	-0.09642	-0.024101	-0.041537

**Fuente:** Elaboración propia.

## 2.1. Validación externa

Para la validación externa, se utilizó la base de datos oficial de URLs de Facebook proporcionada por Meta y Social Science One. A partir de 1038 registros extraídos para Perú, dentro de las fechas límite del presente análisis que contuviesen las palabras “género”, “familia”, “gay”, “lgbt”, “currículo” e “ideología”. Los textos y webs fueron agrupados usando el aplicativo BERTOPIC (herramienta de modelado de temas) y de forma manual, respectivamente. Estos resultados confirmaron la consistencia de los hallazgos principales y fortalecieron la robustez de los resultados presentados en el presente estudio.

## 2.2. Detalles del modelo de Machine Learning

Para el modelo de Árboles de Decisión, se utilizó un *Random Forest Classifier* de sklearn para la tarea de clasificación binaria. El segundo proceso utilizó el regresor de la misma familia de modelos. La importancia de las variables que contribuyeron a ambos modelos se estimó a través de las diferencias entre los estadísticos de importancias de Gini (descenso de las impurezas), que mide las diferencias en entropía en el modelo. Para cada variable, el algoritmo de ensamblaje divide la muestra y estima un número aleatorio de características para hallar la mejor división de la muestra por medio de reglas de decisión (técnica de *bagging*). El resultado final es una lista de variables con diferentes “importancias”. Específicamente, el clasificador estima las importancias  $i$  mediante:

$$i = 1 - \sum_{k=1}^K p_k^2$$

Y el regresor mediante:

$$i = \frac{1}{N} \sum_{j=1}^N (y_j - \bar{y})^2$$

En la primera ecuación,  $k$  representa una categoría de las categorías  $K$  en una variable categórica, y  $p$  es la proporción de la muestra que pertenece a esta categoría. En la segunda,  $N$  es el tamaño total de la muestra,  $y$  es el valor de una variable numérica para el dato  $j$ , e  $\bar{y}$  es la cantidad predicha para esa misma variable

(generalmente, un promedio). En ambos casos, el descenso de la impureza es calculado de la siguiente manera:

$$\Delta i(t) = i(t) - \left( \frac{N_{t_L}}{N_t} \cdot i(t_L) + \frac{N_{t_R}}{N_t} \cdot i(t_R) \right)$$

Aquí,  $i$  es una medida de “impureza” (entropía o impureza de Gini),  $t_L$  e  $t_R$  son nodos izquierda y derecha, y  $N_{t_L}$  y  $N_{t_R}$  es el tamaño muestral correspondiente a ambos nodos. Finalmente, las importancias de cada variable son sumadas de esta manera:

$$G_x = \sum_{t \in T(x)} \frac{N_t}{N} \cdot \Delta i(t)$$

Donde  $T(v)$  el total de nodos creados por el clasificador o regresor en base a la variable  $x$ ,  $\frac{N_t}{N}$  representa la división entre el recuento (con pesos) de los datos que llegan al nodo  $t$  entre la muestra total, y  $\Delta i(t)$  es el descenso de las impurezas.

Los parámetros de los modelos RandomForest (tanto clasificador como regresor) fueron optimizados mediante RandomizedSearchCV y emplearon pesos para evitar el sesgo creado por el tamaño de cada página. Además, el entrenamiento y la predicción de ambos modelos se hizo en cinco folds o divisiones temporales según los periodos estudiados.

### Artículos relacionados:

- Alonso-Ruido, P., Rodríguez-Gil, A. M., Estévez, I. y Regueiro, B. (2025). Igualdad de género y sexismo: una mirada desde la perspectiva del estudiantado de Ciencias de la Educación. *Educación*, 61(1), 53-68. <https://doi.org/10.5565/rev/educar.2241>
- Arias Hancoco, J. F. y Espinoza Villalobos, L. E. (2024). Empoderamiento Femenino: Una mirada desde la igualdad de género y la empleabilidad en universidades peruanas. *European Public & Social Innovation Review*, 10, 1-18. <https://doi.org/10.31637/epsir-2025-619>
- Casanoves-Boix, J., García-Lafuente, S. y Pérez-Sánchez, M. (2025). Why is brand equity so important for public healthcare managers? A case study of citizens' perceptions in Ireland. *Vivat Academia*, 158, 1-27. <https://doi.org/10.15178/va.2025.158.e1639>
- González Osuna, Y. y Barrera Martínez, E. (2025). Igualdad de género en las ayudas a los proyectos cinematográficos. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 58, 1-24. <https://doi.org/10.15198/seeci.2025.58.e925>
- Solís-Salazar, R. M., Hernández-Contreras, R. G. y Báez-Martínez, M. E. (2024). Incorporación de la igualdad de género en un programa de estudios universitarios en México. *Revista Científica Retos de la Ciencia*, 8(17), 29-44. <https://doi.org/10.53877/rc.8.17.20240101.3>