

Redes sociales en el debate público. Perfiles, liderazgos y narrativas

María Mendoza Michilot*

Resumen

Esta investigación aporta al estudio de las redes sociales en el proceso de formación de la opinión pública peruana respecto a asuntos de relevancia social, controversiales y de amplia discusión en la esfera digital, donde detonan por primera vez o se amplifican para convertirse en los temas del momento. El trabajo presenta, a partir de una metodología mixta, los resultados del análisis de uno de esos casos. Toma como referencia el enfoque del análisis del discurso mediado por computadora y determinan los tópicos más frecuentes en el debate virtual, mientras que, desde el análisis de roles y discursos, se reconocen los perfiles y narrativas de los públicos. Se encontró que son capaces de coordinar acciones, consolidar liderazgos y negociar intereses al amparo de sus capitales sociales y culturales. La cristalización de acuerdos y consensos mínimos se ve frenada por una excesiva emotividad que impide posiciones razonadas; y el anonimato tampoco favorece una opinión más transparente.

Palabras clave:

Redes sociales, opinión pública, capital social, capital cultural.

Social networks in public debate. Profiles, leadership and narratives

Abstract

This research aims to contribute to the study of social networks in the formation of Peruvian public opinion on issues of social relevance, controversial and widely discussed in the digital sphere, where for the first time detonates or amplifies to become *trending topic*. In observance to public agenda, it found that the majority of events that conformed these characteristics are linked to people daily life. In this essay are presented, from a mixed methodology, the results of the analysis of one of these cases. The computer-mediated discourse approach is taken as a reference and the most frequent topics were determined in the virtual debate, while the profiles and narratives of the public are recognized from the analysis of roles and discourses. It was also found that they are able to coordinate actions, consolidate leadership and negotiate interests under their social and cultural capitals. The crystallization of agreements and minimum consensus is slowed by excessive emotionality that prevents reasoned positions; and anonymity in interaction does not favor a more transparent opinion.

Keywords:

Social networks, public opinion, social capital, cultural capital.

Introducción

El avance de la sociedad civil organizada ha sido un enorme apoyo para la difusión de pers-

pectivas más solventadas y más reflexivas en la discusión pública, sobre todo en países como el Perú donde su aparición se documenta hace

apenas sesenta años (López, 1997). Contar con grupos sólidos de ciudadanos puede garantizar una mayor institucionalización en la resolución de los problemas sociales más acuciantes, siendo necesario reconocer quién es quién en las asociaciones, organizaciones y movimientos surgidos principalmente de manera espontánea, pero con capacidad para condensar, cristalizar y representar las voces de muchos en el espacio de la opinión pública (Habermas, 1998).

Esta investigación forma parte de un estudio cualitativo más amplio de las narrativas de las redes sociales, cuyo objetivo principal es analizar la participación de personas y grupos en las redes sociales (Facebook y Twitter, principalmente) en la formación de la opinión pública en el Perú, sobre todo en coyunturas de crisis.

En la primera parte del estudio se analizaron doce casos ventilados en el debate público, producidos entre los años 2016 y 2017, tras la asunción a la Presidencia de la República del expresidente Pedro Pablo Kuczynski, que se seleccionaron bajo los siguientes criterios: a. destacaron como tendencia en el espacio virtual (*trending topic*), b. abordaron principalmente temas sociales de interés ciudadano (aunque la muestra incluyó cuatro hechos de naturaleza política), c. se originaron en las redes sociales y luego se amplificaron en el mundo offline.

En este artículo se presentan los resultados del primer caso analizado: el debate que originó, en marzo del 2017, la puesta en marcha del Currículo Nacional de la Educación Básica (CEB), que por primera vez incluyó una perspectiva de género en los programas de la educación básica regular, pero que generó amplia polémica sobre todo en sectores conservadores, religiosos y políticos. Además, contribuyó a la censura congresal del entonces ministro de Educación, Jaime Saavedra; a los sucesivos pedidos de censura de su reemplazo, Marilú Martens; y fue la base para una sentencia judicial que inicialmente ordenó se anule toda referencia a la igualdad de género en los contenidos del currículo.

A través del análisis de las cuentas de Facebook y Twitter de las partes en conflicto, y de los comentarios más populares derivados de los posts, se identifica quiénes son los principales públicos, cómo valoran el problema y sus alcances, y qué capitales sociales y culturales reconocen a los actores involucrados en el debate virtual.

Se partió del supuesto de que, como sucede en el mundo offline, la calidad de la discusión pública en el mundo online puede ser también limitada, aunque por factores diferentes que se buscan verificar. Por ejemplo, el proceso de formación de las opiniones y su fragmentación (producto de la lectura segmentada de los fenómenos por parte de los públicos), la naturaleza de la interacción e interconexión (signadas por factores más afectivos que racionales), los tipos de comunidades virtuales (sus relaciones hacia los otros y con el poder) y la falta de profundización en la argumentación.

Esfera pública digital

La esfera pública se ha definido como el espacio entre el Estado y la sociedad civil, en el cual los ciudadanos se manifiestan sobre temas de su interés (Maradei & Dos Santos, 2017). Es una esfera cultural y no estatal, con capacidad para influir en el poder político por su vocería, y un sustrato que pudiera no gozar de reconocimiento (Habermas, 1998), aunque sí permitir la irrupción de nuevos actores.

Los actores extra institucionales –como los movimientos sociales o los luchadores democráticos–, que han hecho de la desobediencia civil una forma de participar en los asuntos públicos, que hacen oír su voz y ejercen influencia, sobre todo política (Cohen & Arato, 2000), suelen ser protagonistas frecuentes en esta esfera. Un elemento que tal vez los diferencie de otros individuos o grupos institucionales, con presencia en el debate público, es que buscan rebelarse contra cualquier forma de dominación social (Castells, 2015).

No obstante, los públicos que concurren a este espacio son diversos. En el caso que se analiza, la participación de grupos cristianos, en particular evangélicos y protestantes, aparecen como voceros institucionales y reclaman un mayor protagonismo en la esfera pública, donde pueden asumir posturas políticas de tipo progresista, moderada o conservadora en el escenario político y social (Fonseca, 2018).

Para Zygmunt Bauman, la digitalización ha propiciado el “activismo de sofá”, es decir, la participación de más personas que ven la realidad desde su zona de confort, no buscan dialogar ni confrontar (Bauman, 2016), solo estar. En el Perú, cabe preguntarse si este fenómeno tecnológico –que tuvo su despegue hacia 1994– ha sumado al esfuerzo de consolidar la participación efectiva de públicos críticos, activos y espectadores (Price, 1994; Monzón, 1987; Dader, 1992).

Desde la irrupción de la web 2.0., la red de redes (Negroponte, 1995) se ha vislumbrado como una esfera pública digital paralela, propicia para la comunicación de posturas y contenidos filtrados, sintetizados y condensados en torno a temas específicos (Dader, 1992). Una definición operacional de la opinión pública la identifica como la discusión y expresión –a través de los medios de comunicación– de los puntos de vista del público o públicos involucrados –es decir, personas con sus actitudes y juicios de valor definidos– sobre los asuntos de interés general o temas de relevancia social difundidos por los medios en general, dirigidos al resto de la sociedad y, sobre todo, al poder establecido (Monzón, 1987). Si se incluye en este proceso a las redes sociales, resulta evidente la transformación que ha sufrido el concepto de opinión pública, principalmente por los cambios impuestos por la inmediatez y la interactividad en el debate a través de diferentes esferas (Caldevilla, 2010; Fuchs, 2015; García-Galera, Del Hoyo-Hurtado & Fernández-Muñoz, 2014; Rafaeli, 1988).

La expansión de las redes digitales, como estructuras abiertas a integrarse a nuevos nodos, ha sido interpretada como una ventana hacia

una mejor comunicación e interacción por lo menos entre quienes comparten los mismos códigos (Lion, 2006). Sirven para medir qué piensan las personas y sus sentimientos respecto a una marca o la actuación del gobierno, algo que antes solo hacían los sondeos de opinión (Nascimento, 2012; Pang & Lee, 2008; Silva & De Souza, 2017). La acción conectiva de las redes facilita que las personas aborden problemas comunes, bajo una política personalizada (Bennet & Segerberg, 2012), y hagan ejercicio ciudadano en un tono conversacional y afectivo, para pasar de lo emotivo a la acción (Cringely, 1995; Hansen, Arvidsson, Nielsen, Colleoni, & Etter, 2011; Maldonado, 2016).

Desde las críticas, la investigación enfatiza en sus usos y efectos en la publicidad, la sociabilidad y la privacidad-vigilancia (Quinn & Pappacharissi, 2014). Los académicos que sostienen que todos los medios son sociales afirman que Facebook y Twitter solo tienen por finalidad generar polémica y reacción (Mattelard y Vitalis, 2015).

En el Perú hay 13,2 millones de usuarios de redes sociales, de los cuales 94% pertenecen a Facebook y 29% a Twitter, volumen de internautas que se ha mantenido con algunas ligeras variantes en esos rangos en los últimos cinco años (Ipsos, 2016; 2020). Estudios previos los han definido como activos, interactuantes con los estamentos de poder de manera sostenida, aunque ello no implica necesariamente una mejor comunicación (Mendoza & Valenzuela, Las redes sociales en el Perú y la comunicación, 2020).

Cosa pública y públicos digitales

El rol de los públicos en la sociedad red son contrapuestos (Dahlgren, 2011). Se documenta comunidades críticas, autoexpresivas, anti-jerárquicas y supervisoras de la vida de los otros, así como de la representación política, a su propio ritmo y tiempo (Deuze, 2008; Brandtzaeg, Haugstveit, Lüders, & Folstad, 2016). Son autónomas informativamente hablando y están unidas por una ‘moral’ basada en intereses –in-

cluyendo los mercantiles– y negociaciones que no siempre tienen buenas intenciones (Deuze, 2008; Levy, 2007; Islas & Ricaurte, 2013), y les permite ganar una reputación (Rheingold, 2004). Son redes de colaboración y competición suscritas con otros individuos con motivaciones y liderazgo evidente.

Los académicos coinciden en que las redes sociales están redefiniendo el concepto de ciudadanía. Como eventuales espacios virtuales para la deliberación y coordinación libre de acciones, algunas se desarrollan en el mundo real para moverse en la vida social y crear lazos de compañerismo (Castells, 2015). En esta otra forma de entender el ‘ser ciudadano’, el usuario exhibe y reconoce capitales sociales y culturales (Bourdieu, 2012; Castells, 2015; Lin, 2012; Quinn & Papacharissi, 2014), interpreta el entorno offline y las relaciones de poder que allí se producen (Aguirre, 2016; Castells, 2015; Clemente, 2003; Domínguez, López, & Ortega, 2016; Pinzón, 2014).

El proceso de formación de las opiniones en el mundo digital se parece más al modelo *bubbling-up* de Karl Deutsch, es decir, nace de abajo hacia arriba. Según la teoría del contrapoder, de allí vienen los desbordes de los que no ostentan el poder, así como sus soluciones, radicales o no radicales; ideologizadas y no ideologizadas. En ocasiones se busca construir, de acuerdo con o más allá de activismos políticos (Morozov, 2009; Dahlgren, 2011; Villasanté, 2015; Boczkowski, Mitchelstein, & Matassi, 2017). En otra, se recurre al rumor que sube el curso de las aguas (Sartori, 1999).

Religión y política

En el caso de los usuarios religiosos, en particular de creencias evangélicas y protestantes, su presencia en el debate público peruano ha ido en aumento en los últimos años. Factores importantes a considerar es su crecimiento demográfico, así como el convencimiento de que componen una dinámica comunidad religiosa y que tienen un lugar en la sociedad, no suficientemente reconocido (Fonseca, 2018).

El Perú no ha sido indiferente al paulatino proceso de engrosamiento de estas iglesias en Latinoamérica (Pew Research Center, 2014) ni tampoco al aprovechamiento que han sufrido en las últimas dos décadas por parte de actores evangélicos que asumen su representatividad ante el Estado, la prensa y la sociedad civil (Fonseca, 2018). Es más, se han convertido en ofertantes –ante partidos y agrupaciones– de una masa enfervorizada y apasionada, dispuesta a movilizarse para ejercer presión política sobre la opinión pública (Pérez, 2017).

Durante el gobierno de Pedro Pablo Kuczynski, grupos de evangélicos, con representación en el Congreso de la República, impulsaron una agenda de rechazo a varias políticas del Estado. Incluso en una alianza no habitual con sectores católicos, protagonizaron marchas y manifestaciones de protesta en las calles de manera sostenida en contra del enfoque de igualdad de género en la educación (Castro, 2018; Meneses, 2019).

Esa campaña se inició en el 2016 y se prolongó hasta el 2017 e incluyó un grupo en Facebook “Con Mis Hijos No Te Metas Perú–Oficial” (CMHNTM), alcanzando popularidad entre sus seguidores. La plataforma denunciaba que el nuevo Currículo Nacional de Educación Básica (CEB) trataba de imponer una “ideología de género” que afectaría a la familia como institución tutelar (Miranda–Novoa, 2012).

La plataforma se utilizó para coordinar actividades y defender propuestas neoconservadoras o conservadoras. El sitio no solo sirvió para rechazar el Currículo Nacional de la Educación Básica (CEB) y su enfoque de género, sino para conducir pastoralmente a la ‘grey’ en un proceso de adoctrinamiento contra el debate del género y las personas no heterosexuales (Meneses, 2019). Como anota Pérez (2017), más que “políticos evangélicos” interesados en llevar a la práctica política los principios cristianos que enarbolan, actuaron como “evangélicos políticos” que aprovechan su posicionamiento religioso para incursionar en un partido.

Materiales y métodos

Esta investigación tiene un diseño mixto, predominantemente cualitativo. Hace una medición nominal de las estadísticas de las redes analizadas para identificar los niveles de interacción que alcanzaron, identifica los perfiles, liderazgos y narrativas de los usuarios a partir de los comentarios más populares, según el análisis del discurso mediado por computador (Herring, 2001). La investigación propone como modelo un modelo de análisis basado en la identificación de los capitales social y cultural de los actores (Bourdieu, 2012), a partir de su representación en el texto, así como los deméritos que se les atribuyó directa o indirectamente (Mendoza, La comunidad política en el siglo XX y el rol del periodismo escrito en la producción de significados (Tesis de maestría), 2013).

El análisis de los posts sobre el CEB se ha realizado en varios niveles. En primer lugar, se hizo observación secuencial del fenómeno para descubrir los detonantes del conflicto en el debate público y las consecuencias o cristalización de los hechos. En segundo lugar, se categorizaron los posts con base en conceptos clave que fueran medibles y vinculados con los contenidos del nuevo CEB:

a. Categorías vinculadas al nuevo currículo: referencias vinculadas con el género, referencias vinculadas con la igualdad de género.

b. Categorías no vinculadas directamente con el contenido del nuevo currículo, pero atribuidas al documento: referencias a la ideología de género, referencias a la homosexualidad, referencias a feministas, referencias a la defensa de la familia, referencias religiosas, referencias a que Hombre-mujer iguales pero diferentes a la vez.

c. Categorías vinculadas al papel de los medios de comunicación como difusores del nuevo currículo: libertad de opinión, medios auspiciadores de la norma, medios comprados por el gobierno, periodistas a favor, periodistas en contra.

d. Categorías vinculadas a la política: censurar a la ministra de Educación, periodistas como candidatos políticos.

En tercer lugar, el análisis de los contenidos se enfocó en la identificación de los temas más comentados y de los atributos de los actores involucrados.

En cuarto lugar, se construyó el perfil de los internautas partícipes en el debate, a partir de un análisis sociodemográfico (sexo, edad, ocu-

Gráfico 1

Escalamiento de la protesta CMHNTM y *trending topic*.



Fuente: Google trends

pación, lugar de origen, lugar de residencia), y sus actitudes a favor o en contra de los temas.

Este artículo hace referencia a una muestra de posts difundidos entre el 7 y 10 de marzo del 2017 en Facebook y en Twitter. En el mes de inicio de las clases escolares en el Perú, diversos colectivos religiosos intensificaron su presencia en las calles y en la web bajo el hashtag #ConMisHijosNoTeMetas.

El domingo 5 de marzo se realizó una de las marchas más concurridas convocadas por dichos grupos. Luego, en la semana siguiente, la discusión afrontó su punto más crítico y fue *trending topic* en Twitter (Gráfico 1). Los acontecimientos comprometieron no solo a actores involucrados en el debate, sino también a varios medios de comunicación, así como políticos de la oposición y líderes de opinión (*influencers*) conservadores que participaron activamente en la marcha y en las redes.

Los posts analizados corresponden a la cuenta de Facebook del movimiento CMHNTM, así como de las cuentas de dos medios de comunicación (Radio Capital y Exitosa Noticias) que se convirtieron en protagonistas del problema.

Resultados

Actores, actantes y agenda del debate

En la coyuntura de marzo del 2017 hubo actores y actantes principales y secundarios.

El nombre de Jaime Saavedra se repitió frecuentemente, aunque en realidad el exministro estuvo en el ‘ojo de la tormenta’ mucho antes, desde el inicio del gobierno de Kuczynski en julio del 2016. A pesar de que es un profe-

sional destacado, con prestigio nacional e internacional, popularidad y logros en la calidad de la enseñanza-aprendizaje, fue censurado en diciembre del 2016 por el Parlamento opositor. Tras ser separado, se convirtió en Senior Director and Head of the Global Practice of Education del Banco Mundial.

Un actante (Latour, 2008) presente a lo largo de la coyuntura fue el CEB, normativa que se había aprobado en junio del 2016, luego de una consulta con “la comunidad educativa, las organizaciones sociales y comunales, otros agentes del Estado y la sociedad civil” (Ministerio de Educación, 2016); entró en vigencia el 1 de enero del 2017.

Un actor principal fue el movimiento Con Mis Hijos No Te Metas, sin embargo, su popularidad en el ámbito digital podría calificarse de mediana si se le compara con otros personajes secundarios que actuaron como ‘influenciadores’ en la discusión y que resultaron involucrados en los hechos (Tabla 1).

Uno de ellos fue el abogado y locutor, Phillip Butter, quien se expresó a favor de la desarticulación del CEB y arremetió contra el Gobierno, el presidente de la República, varios de sus ministros, periodistas y directores de otros medios de comunicación, responsabilizándolos por la dación de esta norma. Participó en la marcha del 5 de marzo y luego tuvo un acre intercambio verbal con un periodista, cuyo canal difundió la discusión. Tras estos hechos, Butter fue separado de Radio Capital (C) donde trabajaba. La radio fundamentó la medida reiterando su compromiso con la tolerancia, mientras varios de sus anunciantes informaban sobre el retiro de sus espacios publicitarios contratados (uno de los anunciantes más poderosos -E- tenía más seguidores en el Facebook que el resto de actores).

Tabla 1. Número de seguidores de actores involucrados

	Locutor	Radio C	Radio E	ConMisHijos NoTeMetas	Anunciante E
Facebook	284.659	313.664	975,063	158.249	1'335,761
Twitter	362,000	1'935,923	133,000	5383	93,200

Elaboración propia

Otros medios también se convirtieron en protagonistas, como Exitosa Noticias (E) y Willax, no solo porque contrataron al locutor despedido, sino porque este los utilizó como tribuna de su disconformidad. Además, algunos periodistas de esos medios renunciaron en rechazo a la nueva contratación.

La codificación de los mensajes de las cuentas de Facebook y Twitter analizadas arroja que, pese a la naturaleza de la protesta, los asuntos relacionados con los contenidos del CEB pasaron a un segundo plano en la agenda digital. No hay una preocupación por incentivar el conocimiento sobre el tema a través de Facebook.

En su lugar, los comentarios de los seguidores hicieron referencias principalmente estereotipadas y discriminadoras. El usuario asume un papel, no hace público su identidad necesariamente y en un juego de “máscaras, de filtros o de selección de facetas” (Fuchs, 2015; Mattelard y Vitalis, 2015, p. 174) y lanza las siguientes narrativas:

- Temas como el “género” o “la igualdad de géneros” fueron tocados tangencialmente por los seguidores, sobre todo para aducir que su incorporación en el currículo escolar constituía una puerta de ingreso hacia prácticas socialmente “reprobables”. Del otro lado de la discusión, opiniones divergentes avalaban la perspectiva de género y

reclamaban más tolerancia a los sectores conservadores.

- Las referencias al CEB fueron indirectas y vinculadas a temas que no aparecen en el currículo, como “ideología de género”, “homosexualidad”, “feminismo” y “amenaza a la religión” (“Dios no quiere esto”). Se sostuvo que el currículo alentaría todas estas prácticas en los niños, afectaría un “orden establecido”, denigraría a la mujer y contravendría los dogmas de Dios, por lo que debería “defenderse a la familia” y denunciarse la “intolerancia de la comunidad gay”.
- Otros asuntos tampoco vinculados con el currículo estuvieron relacionados con la política, como la propuesta de censurar a la nueva ministra de Educación por las innovaciones introducidas en el CEB y las acusaciones contra el Gobierno por imponer una medida no consensuada, lo cual era falso.
- Lo que generó mayor discusión pública fueron los temas relacionados con los medios de comunicación. La separación del locutor fue vinculada con la “ausencia de una libertad de opinión” y “la no independencia de los medios” (“medios comprados”, “auspiciadores culpables”). Las opiniones mayoritarias condenaron a los medios por despedir a su vocero. Desde la otra orilla, otros

Gráfico 2.
Referencia al CEB en los mensajes



Elaboración propia

Tabla 2. Métricas de los posts de CNHNTM y de medios de comunicación protagonistas en la movilización de marzo del 2017

Fecha de publicación	Facebook cuentas	Reacciones	Comentarios	Compartidos Amplificación	Reproducción videos
7.3.17	ConMisHijosNotemetas	8592	800	5764	
9.3.17	ConMisHijosNotemetas	8489	682	2015	
10.3.17	Radio Capital	1871	1561	68	22752
10.3.17	ConMisHijosNotemetas	2012	585	706	
10.3.17	ConMisHijosNotemetas	1623	120	6422	290090
10.3.17	ConMisHijosNotemetas	6503	539	8158	
10.3.17	Exitosa Noticias	18501	14074	6409	
	Twitter	Me gusta	Comentarios	Retweets	
7.3.17	Radio Capital	552	100	48	

Elaboración propia

usuarios interpretaron el caso como una “guerra” de radios (Gráfico 2). El análisis de las métricas revela que el mayor tráfico se dio cuando los usuarios tocaron esos temas (Tabla 2).

En materia de métricas, los posts con mayores reacciones, comentarios y compartidos en esta coyuntura no fueron los de CMHNTM, sino las de los medios que difundieron las noticias sobre los eventos que se reseñan. El movimiento religioso vio incrementada sus métricas –incluyendo el volumen de reproducciones en YouTube– cuando utilizó sus redes para defender a sus voceros mediáticos y criticar a los medios de comunicación por lo que consideró un trato injusto con su causa (Tabla 2)

Capitales sociales y culturales

El debate permitió poner en evidencia los atributos que los cibernautas reconocieron en los actores involucrados, sea respecto al mundo de sus relaciones y lazos sociales, como en el campo de sus capacidades profesionales, educativas, culturales (Bourdieu, 2012).

El vocero mediático del CMHNTM es probablemente el personaje más “calificado” desde la perspectiva de ese movimiento y sus seguidos-

res, y también el más “repugnante” vocero de la oposición desde la perspectiva de sus críticos. Sus deméritos, reconocidos incluso por sus seguidores, son minimizados a la hora de respaldar el papel de vocería que cumplió en la protesta. De un lado, es líder de opinión, *influencer* y la voz de su radio; “un gran periodista”, “con agallas”, “defensor de las cosas de Dios” e “independiente”. Del otro lado, es una persona “intolerante”.

Los empresarios de los medios de comunicación también aparecen retratados en las redes sociales, pero sin capitales. Prevalecen sus deméritos: “solo piensan en sus intereses” y dirigen corporaciones con “personal censurado, sin libertad para opinar y corruptos”.

Otro grupo está compuesto por los miembros de la comunidad LGTB, que aparecen como carentes de capitales. En su lugar, se destacan sus presuntos deméritos: “feministas discriminadoras, politizan el debate, homosexuales y *gays* intolerables”. Los que defienden sus derechos son calificados como “ignorantes”, “no saben lo que dicen”, “mejor deben callarse”. Finalmente, los políticos del Gobierno Central avalan la reforma del currículo y deben irse porque “son corruptos”, “no defienden a la población” o “avalan” a la comunidad LGTB.

Perfil del usuario

El análisis de las redes evaluadas señala que hubo más hombres (58%) que mujeres (32%) en este debate. La mitad no declara su lugar de residencia, pero los que sí lo hicieron señalaron vivir en Lima (71%). Alrededor de 80% no precisa lugar de nacimiento y 71% no señala su profesión ni ocupación actual. Se halló que 40% son jóvenes y un volumen similar de adultos; asimismo, 20% guardó el anonimato y no revelaron sus identidades. Como seguidores del movimiento, 72% que participaron en la discusión estuvo a favor de la protesta convocada por ConMisHijosNoTeMetas.

Discusión y conclusiones

Lo heterogéneo del mundo actual, con intereses particulares tan potenciados, señalan que la opinión pública aún no es el lugar del consenso aceptado por todos. Lo que prima en las actuales poliarquías (democracias pluralistas) es la búsqueda de acuerdos mínimos frente a enfrentamientos explosivos y un estado de incomunicación (Aguilar, 2017), incomprensible en la era de la hiperconectabilidad. Tras la acumulación de opiniones subsiste todavía un espacio de intereses particulares, con problemas de control, poder y centralización de la información (Lion, 2006).

Cambiaron con Internet la forma de difundir y acceder a la información política, aunque ello no ha garantizado transformaciones de fondo en el debate ni en la manera en que se construyen las opiniones público-políticas. Mucho menos la reformulación de las prácticas de la participación política (Bescansa & Jérez, 2012), como demuestra el caso del movimiento Con Mis Hijos No Te Metas.

La digitalización ha conseguido un avance: ha contribuido a que las personas, más allá de la coherencia de sus propuestas, tengan la oportunidad de expresar sus puntos de vista sobre la realidad que las rodea. Las redes pueden contribuir a la creación de comunidades que han aprendido a vincular lo online con lo

offline, formar opinión de abajo hacia arriba, pero todavía no son los espacios maduros que se necesita para consolidar propuestas, resultados, acciones (Castells, 2015).

Así como la opinión pública fue interpretada por Habermas como una red para la comunicación y la toma de posición, podría decirse que la esfera digital o las esferas digitales han abierto un espacio para que ciertos flujos de consensos y disensos circulen libremente incluso en campos de difícil coincidencia, como el de las iglesias.

En el terreno de la religión, y como sucede en el espacio offline, la opinión pública digital puede seguir caminos tan o más sinuosos, desviarse y perder de vista el bosque. Se verifica que el debate sobre estos asuntos puede verse limitado cuando las comunidades religiosas involucradas desconocen los atributos de los otros, los estigmatizan o no los reconocen; o cuando asumen posturas conservadoras, que no solo sesgan la discusión, sino que se ponen al servicio de la politización de las realidades virtuales construidas.

Llama la atención cómo el tono conversacional, emotivo y afectivo que caracteriza a las redes sociales, puede adquirir en el discurso de los seguidores de estas iglesias tonalidades violentas e insultantes. Lejos del lenguaje cálido que podría esperarse de lo religioso, o de una preocupación por la revalorización de lo relacional, el respeto a las minorías, a derechos y libertades fundamentales, y prácticas inclusivas, prevalece la estereotipación de los atributos de los 'otros' y la supervaloración de quienes consideran se merecen un lugar destacado en la sociedad y al lado del poder (Fonseca, 2018, Pérez, 2017).

Estos públicos -como otros- actúan como agentes y actores, acorde su posición y dinámica de poder, reproducen valores, normas y relaciones de dominación. Sin embargo, el análisis revela que sus redes procesan y traducen prácticas no tolerantes, poco ciudadanas; en definitiva, muchas contradicciones hacia minorías LGTB (Maradei & Dos Santos, 2017).

Las marchas del movimiento evangélico Con Mis Hijos No Te Metas despiertan otras lecturas. Aparecen como procesiones sacras de la máxima importancia, pero en las redes sociales pueden ser minimizadas, supeditándolas a asuntos mediáticos o de propaganda más espectaculares, en desmedro de una argumentación sólida que explique su motivación cristiana.

La única argumentación que prevalece se basa en la deslegitimación del Currículo Nacional de Educación porque contraviene 'el orden establecido' [por nosotros]. Esta lectura despierta el temor al castigo que ronda en ciertos grupos religiosos y la discriminación contra sectores no heterosexuales, a quienes no les reconoce capitales sociales ni culturales.

Algunos autores consideran que las acciones colectivas y las pequeñas batallas emprendidas por las personas pueden ser relevantes, por su difusión, alcance y la importancia que se le concede en la opinión pública (Tascón y Quintana, 2012; Ruelas, 2016; Neto, 2016; Camusso & Rovetto, 2016). No obstante, la calidad de la interacción con los otros y el papel que cumplen en el debate público virtual puede en ocasiones ser el principal obstáculo para la consolidación de una mejor convivencia en sociedad.

Referencias

- Aguilar, L. (2017). Una reconstrucción del concepto de opinión pública. *Revista Mexicana de Opinión Pública* (23) 125-148.
- Bauman, Z. (9 de enero de 2016). "Las redes sociales son una trampa". Obtenido de El País: http://cultura.elpais.com/cultura/2015/12/30/babelia/1451504427_675885.html
- Bennet, L., & Segerberg, A. (2012). The logic of connective action. *Information, Communication & Society*, 739-768. doi:10.1017/CBO9781139198752
- Bourdieu, P. (2012). *La distinción: criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: Santillana.
- Brandtzaeg, P., Haugstveit, I., Lüdgers, M., & Folstad, A. (2016). How should organizations adapt to youth civic engagement in social media? A lead user approach. *Interacting with Computers*, 28 (5), 664-679. doi:10.1093/iwc/iwv041
- Caldevilla, D. (2010). Las redes sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 33, 45-68.
- Castañeda, L., & Gutiérrez, I. (2010). El mundo enredado. Evolución e historia de las redes sociales. En L. Castañeda (Ed.), *Aprendizaje con redes sociales* (págs. 41-62). Sevilla: MAD.
- Castells, M. (2015). *Redes de indignación y esperanza: los movimientos sociales en la era de internet*. Madrid: Alianza Editorial.
- Castro, J. (7 de junio de 2018). *Religión o Estado: los congresistas del evangelio y su alianza católica en el Perú*. Obtenido de Ojo_público.com: <https://ojo-publico.com/730/religion-o-estado-los-congresistas-del-evangelio-en-el-peru>
- Cohen, J., & Arato, A. (2000). *Sociedad civil y teoría política*. México DF: FCE.
- Cringley, R. (1995). *Entrevista inédita a Steve Jobs*. Obtenido de YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=5GAlxfY_YLo
- Dader, J. L. (1992). *El periodista en el espacio público*. Barcelona: Bosch.
- Dahlgren, P. (2011). Los medios en la red y la cultura cívica. *Telos Cuadernos de comunicación e innovación*, 3-11.
- Deuze, M. (2008). The Changing Context of News Work: Liquid Journalism and Monitorial Citizenship. *Liquid Journalism and Monitorial Citizenship*, 2, 848-865. Obtenido de <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view-File/290/197>
- Fonseca, J. (2018). Conceptos básicos para comprender el mundo evangélico en el Perú. *Argumentos*(1), 34-41.
- Fuchs, C. (Diciembre/Marzo de 2015). Mídias sociais e a esfera pública. *Contracampo*, 34(3), 5-80. doi:<http://dx.doi.org/10.20505/contracampo.v34i3.912>
- Goffman, E. (2001). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Talleres Gráficos Color Efe.
- Gutiérrez, A. (Julio-Diciembre de 2016). Etnografía móvil: una posibilidad metodológica para el análisis de las identidades de género en Facebook. *Revista Interdisciplinaria de Estudios de Género*(4), 26-45. Obtenido de <http://estudiosdegenero.colmex.mx/index.php/eg/article/view/50/43>
- Habermas, J. (1998). *Facticidad y validez*. Valladolid: Editorial Trotta.
- Hansen, L., Arvidsson, A., Nielsen, F., Colleoni, E., & Etter, M. (2011). Good Friends, Bad News - Afect an Virality in Twitter. En J. Park, & L. Yang, *Future Information Technology. Communications in Computer and Information Science*. Berlin: Springer. doi: https://doi.org/10.1007/978-3-642-22309-9_5
- Herring, S. (2001). Computer Mediated Discourse. (D. Schiffrin, D. Tannen, & H. Hamilton, Edits.) *Handbook of Discourse Analysis*, 612-634.
- Ipsos. (6 de agosto de 2020). *Usos de redes sociales entre peruanos conectados al 2020*. Obtenido de Ipsos.com: <https://>

- www.ipsos.com/es-pe/uso-de-redes-sociales-entre-peruanos-conectados-2020
- Ipsos Perú. (2016). *IGM Hábitos de los consumidores hacia Internet*. Lima: Ipsos Perú.
- Latour, B. (2008). *Reensamblar lo social. Una introducción a la teoría del actor-red*. Buenos Aires: Manantial.
- Lin, N. (2002). *Social Capital*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lion, C. (2006). *Imaginar con tecnologías. Relaciones entre tecnología y conocimiento*. Buenos Aires: La Crujía.
- López, S. (1997). *Ciudadanos reales e imaginarios: concepciones, desarrollo y mapas de la ciudadanía en el Perú*. Lima: Instituto de Diálogo y Propuestas.
- Maldonado, M. (2016). La digitalización de la conversación pública: redes sociales, afectividad política y democracia. *Revista de Estudios Políticos*(173), 27-54. doi:http://dx.doi.org/10.18042/cepc/rep.173.01
- Maradei, A., & Dos Santos, M. (Mayo/Agosto de 2017). Violencia contra las mujeres: el caso de la violación en grupo en la esfera pública digital. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 40(2), 143-168. doi:10.1590/1809-5844201729
- Mendoza, M. (2013). *La comunidad política en siglo XX y el rol del periodismo escrito en la producción de significados (Tesis de maestría)*. Lima: PUCP.
- Mendoza, M., & Valenzuela, A. (2020). Las redes sociales en el Perú y la comunicación. En Y. Théorêt, & P. Viallon (Edits.), *La libertad de expresión en la era digital. Del "Fake News" a la inteligencia artificial* (págs. 448-472). Estrasburgo: Unesco.
- 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. doi:https://doi.org/10.18800/anthropologica.201901.006
- Ministerio de Educación. (2 de junio de 2016). Resolución Ministerial N° 281-2016-MINEDU. *El Peruano*, págs. 588615-588616.
- Miranda-Novoa, M. (Diciembre de 2012). Diferencia entre la perspectiva de género y la ideología de género. *Dikaion*, 21(2), 337-352.
- Monzón, C. (1987). *La Opinión Pública. Teoría, concepto y métodos*. Madrid: Editorial Tecnos.
- Negroponte, N. (1995). *Ser digital*. Buenos Aires: Atlántida.
- Pérez, J. (2017). *Entre Dios y el César*. Lima: Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.
- Pew Research Center. (2014 de noviembre de 2014). *Religión en América Latina: Cambio generalizado en una región*. Obtenido de Pew Research Center: www.pewresearch.org
- Price, V. (1994). *La opinión pública: esfera pública y comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Quinn, K., & Papacharissi, Z. (2014). el lugar donde nuestras redes sociales residen: Social medios y sociAlidad. En MEGABYTE Oliver y AA Raney, Medios de comunicación y vida social (págs. 159-207). Nueva York: Routledge. En M. Oliver, & A. Raney, *el lugar dondee nuestras redes sociales residen: Social medios y sociAlidad. EnMEGABYTE Oliver y AA Raney, Medios de comunicación y vida social* (págs. 159-207). Nueva York: Routledge (págs. 159-207). New York: Routledge.

*María Mendoza Michilot

Periodista y doctoranda en Sociología. Investigadora y catedrática de la Universidad de Lima y la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Autora de 100 años de periodismo en el Perú y otras publicaciones. Correo electrónico: TMendoza@ulima.edu.pe