

Universidad de Lima  
Facultad de Comunicación  
Carrera de Comunicación



# **CIBERACTIVISMO: PRÁCTICAS DE PROTESTA SOCIAL EN REDES SOCIALES ENTRE JÓVENES UNIVERSITARIOS DE LIMA METROPOLITANA, CASO MERINO**

Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Comunicación

**Aleksandra Valeria Pacheco Conca**

**Código 20163398**

**Anahi Valeria Zamora Cayturo**

**Código 20163747**

**Asesor**

**Manuel Ángel Santillán Vásquez**

Lima – Perú

2022





**CIBERACTIVISMO: PRÁCTICAS DE  
PROTESTA SOCIAL EN REDES SOCIALES  
ENTRE JÓVENES UNIVERSITARIOS DE  
LIMA METROPOLITANA, CASO MERINO**



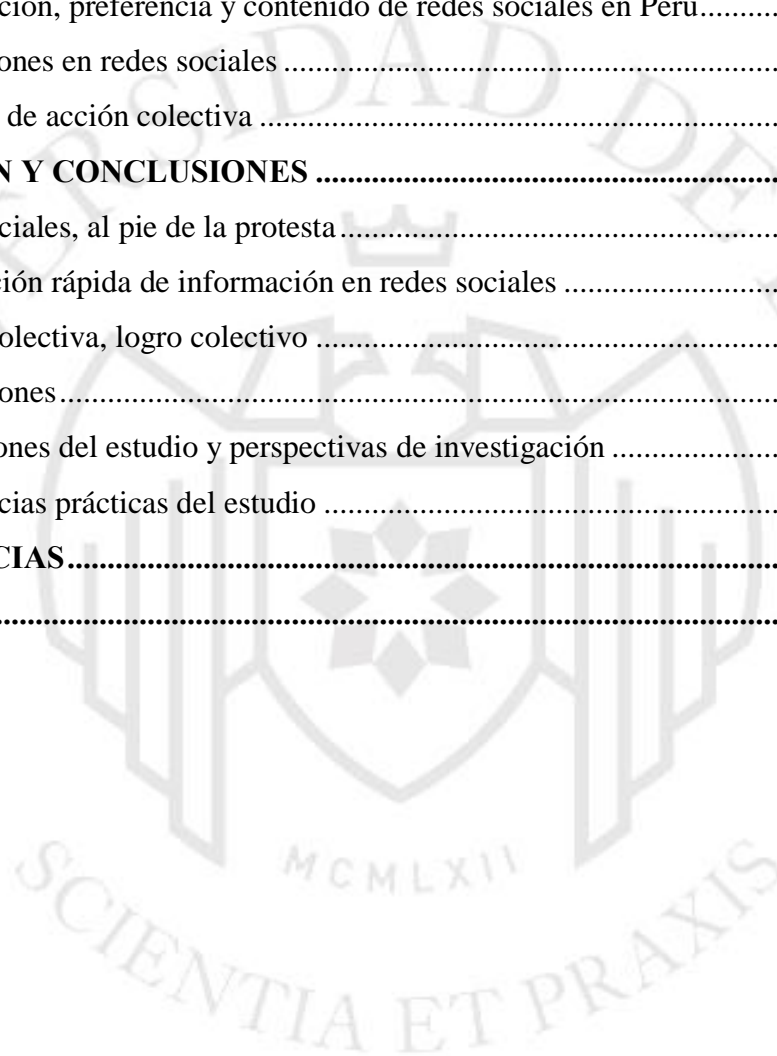
“El internet es libertad de comunicación y puede ser usado para la revolución”

(Castells, 2015)

# TABLA DE CONTENIDOS

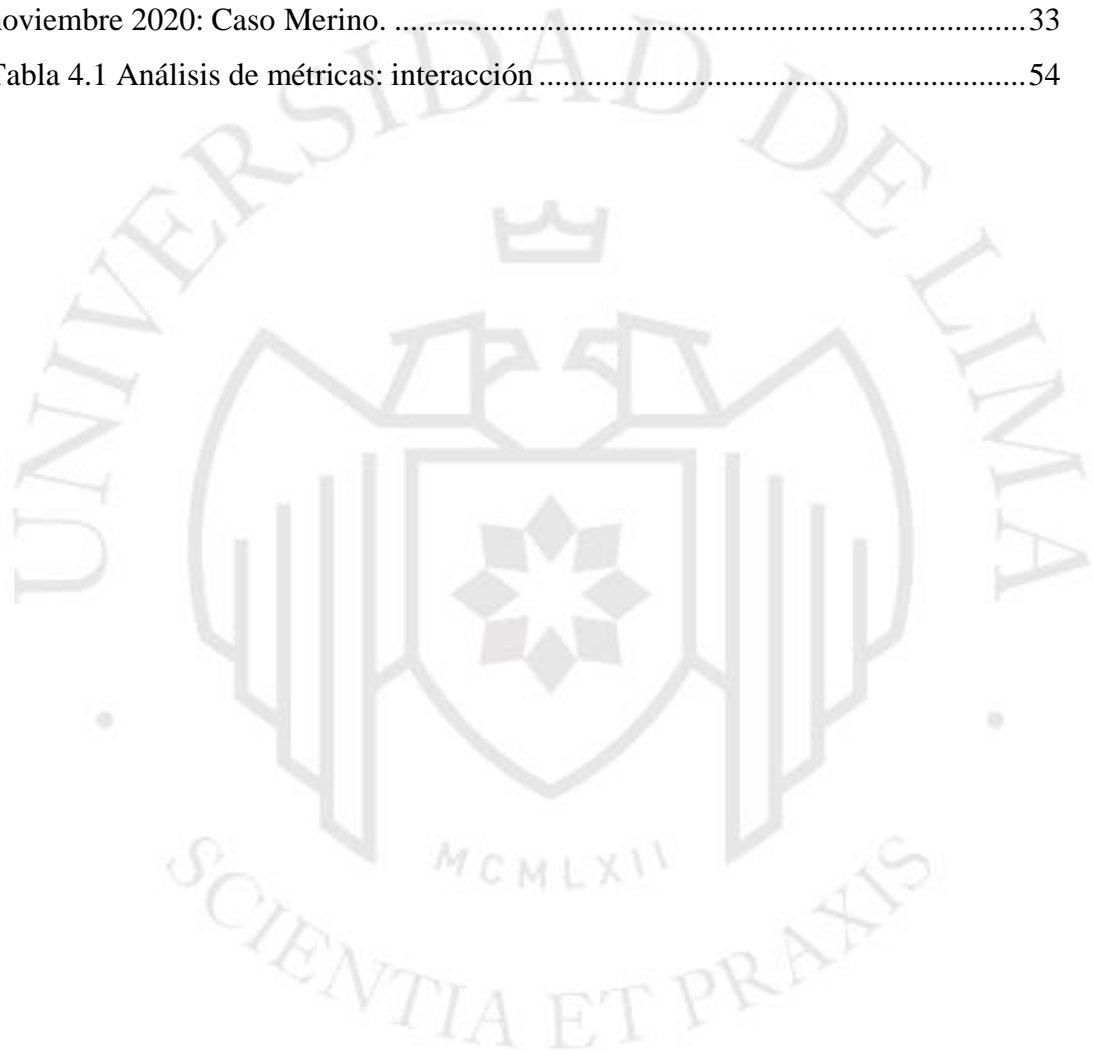
<b>RESUMEN .....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xi</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y ESTADO DEL ARTE .....</b>	<b>3</b>
1.1 Planteamiento del problema.....	3
1.2 Objetivos.....	6
1.2.1 Objetivo general.....	6
1.2.2 Objetivos específicos .....	6
1.3 Justificación .....	6
1.4 Estado del arte.....	7
<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO Y CONTEXTUAL .....</b>	<b>13</b>
2.1 Hipermediaciones: producir y consumir en la nueva era digital.....	13
2.2 La Autonomía de las Redes de Indignación y Esperanza .....	14
2.3 Clasificación, preferencia y contenido de redes sociales en Perú.....	16
2.3.1 Redes sociales: arma clave .....	16
2.3.2 Tipos de redes sociales .....	16
2.3.3 Redes sociales preferidas por los peruanos.....	17
2.3.4 Redes sociales digitales: equipamiento para protestar.....	19
2.4 Acción colectiva online y offline: lograr un objetivo común .....	21
2.4.1 Usos de redes sociales más empleadas por los jóvenes .....	21
2.4.2 Tipos de interacción en redes digitales .....	21
2.4.3 Tipos de uso <i>online</i> .....	22
2.4.4 Tipos de usos <i>offline</i> .....	24
2.4.5 Contenido motivacional .....	25
2.5 El poder de la acción colectiva .....	26
2.5.1 Teoría de la acción colectiva .....	26
2.5.2 Teoría del Capital Social.....	27
2.5.3 Rol de actores sociales cibernéticos en protestas sociales .....	28
2.6 Marco contextual .....	30

<b>CAPÍTULO III: METODOLOGÍA</b> .....	<b>34</b>
3.1 Herramientas e instrumentos .....	35
3.2 Encuestas .....	36
3.3 Entrevista .....	38
3.4 Etnografía digital y análisis métricas.....	40
<b>CAPÍTULO IV: RESULTADOS</b> .....	<b>44</b>
4.1 Clasificación, preferencia y contenido de redes sociales en Perú.....	44
4.2 Interacciones en redes sociales .....	53
4.3 Prácticas de acción colectiva .....	57
<b>DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES</b> .....	<b>63</b>
5.1 Redes sociales, al pie de la protesta.....	63
5.2 Propagación rápida de información en redes sociales .....	65
5.3 Acción colectiva, logro colectivo .....	67
5.4 Conclusiones.....	70
5.5 Limitaciones del estudio y perspectivas de investigación .....	72
5.6 Implicancias prácticas del estudio .....	73
<b>REFERENCIAS</b> .....	<b>75</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>86</b>



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2.1 Redes sociales más utilizadas .....	19
Tabla 2.2 Formatos audiovisuales de las redes sociales .....	20
Tabla 2.3 Tipos de interacción en redes digitales.....	21
Tabla 2.4 Línea de tiempo de los hechos ocurridos durante la movilización social en noviembre 2020: Caso Merino. ....	33
Tabla 4.1 Análisis de métricas: interacción.....	54



## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 3.1 Fórmula .....	37
Figura 4.1 Tipo de activismo realizado durante la protesta contra Manuel Merino .....	45
Figura 4.2 Capacidad de tomar acción.....	46
Figura 4.3 Evaluación de participación de círculos en protesta del caso Merino.....	47
Figura 4.4 Redes sociales más empleadas .....	48
Figura 4.5 Fuentes de información y publicación de contenido en redes sociales .....	49
Figura 4.6 Imagen 1 de cartel de un protestante en la marcha caso Merino.....	51
Figura 4.7 Imagen 2 de cartel de un protestante en la marcha caso Merino.....	51
Figura 4.8 Imagen de protestantes alzando banderas del Perú en la marcha caso Merino .....	52
Figura 4.9 Interacción realizada en redes sociales.....	55
Figura 4.10 Consumo y producción de contenido en redes sociales .....	56
Figura 4.11 Estudiantes de Universidad de Lima presentes en la marcha caso Merino.	58
Figura 4.12 Imagen textual respecto a los jóvenes universitarios y su participación en la protesta del caso Merino .....	59
Figura 4.13 Rol en la organización de la protesta.....	60



## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Modelo de consentimiento informado (encuesta).....	87
Anexo 2: Modelo de consentimiento informado (entrevista).....	88
Anexo 3: Guía de preguntas para encuesta.....	89
Anexo 4: Entrevista a actores sociales de protesta.....	94
Anexo 5: Ficha de codificación - Análisis de métricas y etnografía digital.....	96
Anexo 6: Matriz de variables.....	100



## RESUMEN

Después de una crisis política e institucional en el Perú, donde en un periodo corto de tiempo la presidencia de la República atravesó diversos cambios, se presenta una enorme situación de descontento, incertidumbre e indignación generalizada por la población peruana, que ya venía cargada ante el Congreso, cuyos integrantes presentaban diversas investigaciones por corrupción. La población peruana se manifestó en movilizaciones multitudinarias que quedaron grabadas y fueron organizadas gracias al soporte de las redes sociales, a través de las cuales exigían, en una misma voz, destituir a un presidente ilegítimo, según los protestantes y múltiples observadores políticos. Es así que, en noviembre de 2020, se llevó a cabo una de las manifestaciones más grandes que haya ocurrido en el país y dentro de un contexto completamente inusual, como lo fue el surgimiento de la pandemia del COVID-19. El presente trabajo busca investigar acerca del rol de las redes sociales en la protesta del caso Merino, lo cual no ha sido investigado con anterioridad. En ese sentido, se implementó un análisis de diversas teorías relacionadas al ciberactivismo y de las prácticas de organización que surgieron dentro de las redes sociales por manifestantes universitarios en Lima. Del mismo modo, identifiqué las redes sociales más usadas y los contenidos compartidos por parte de los estudiantes de una universidad en Lima. A través de la implementación de una metodología tanto cualitativa como cuantitativa, se observó que las personas participaron a través de las redes sociales, siendo Instagram la favorita. Es ahí donde se puede observar lo que significa el esfuerzo colectivo para la consecución de los objetivos de los manifestantes. Finalmente, el estudio analiza los usos dados a las redes sociales por parte de los estudiantes y sus acciones *off line* durante las protestas de noviembre de 2020.

**Palabras clave:** Ciberactivismo, redes sociales, movilización, organización, acción colectiva, debate virtual, universitarios.

## ABSTRACT

After a political and institutional crisis in Peru, where in a short time there were quite a few changes in the presidency of the Republic, an enormous situation of discontent, uncertainty and generalized indignation by the Peruvian population arises, which was already charged before a Congress whose members presented several investigations for corruption. The Peruvian population demonstrated and organized in massive mobilizations, thanks to the support of social networks, that they demanded, in the same voice, to remove an illegitimate president, according to protesters and multiple political observers. Thus, in November 2020, one of the largest demonstrations that has occurred in the country took place and within a completely unusual context, such as the COVID-19 pandemic. The present work seeks to investigate more about the role of the networks in the protest of the Merino case, which has not been investigated previously. Thus, it implemented an analysis of various theories related to cyberactivism and organizational practices that emerged within social networks by university protesters in Lima. In the same way, it identified the most used social networks and the content shared by the students of a university in Lima. Through the implementation of both a qualitative and quantitative methodology, it was observed that people participated through social networks, with Instagram being their favorite. This is where you can observe what collective effort means for the goals of the protesters. Finally, the study analyzes the uses given to social networks by students and their offline actions during the November 2020 protests.

**Keywords:** Cyberactivism, social media, mobilization, organization, collective action, virtual debate, university students.

# INTRODUCCIÓN

Hoy en día, las redes sociales han obtenido un gran protagonismo y se han convertido en una de las formas de comunicación más utilizadas. Ya sea de manera positiva o negativa, las redes han impactado en la sociedad, pues han permitido que las personas se expresen libremente sobre diversos temas. Es así estas se convierten en un fenómeno que brinda constantes oportunidades para las relaciones con otras personas, debido a que dentro de ellas se pueden encontrar con quienes compartir intereses, preocupaciones y necesidades (Hernández et al, 2017). Según Hernández et al. (2017), las redes otorgan a las personas la oportunidad de que se sientan integrados en un grupo y a acceder a información de la más diversa naturaleza.

Así, en los últimos años se ha señalado que las redes sociales son mayormente usadas por la población juvenil, quienes fueron además los primeros usuarios de esta herramienta. Los jóvenes representan, además, el primer grupo poblacional que se encuentra construyendo sus relaciones, o conjunto de relaciones, dentro de una convivencia con ellas (Monge y Olabbari, 2011). Ello está produciendo una gran conectividad y también, cambios en ámbitos o procesos de socialización tradicionales, abriendo paso a nuevos espacios de socialización virtual que no pueden obviar las relaciones que las constituyen, los contextos en los que se desarrollan y los motivos que inciden en la participación, proporcionándoles las oportunidades a los jóvenes para discutir temas sociales o políticos y facilitar su participación cívica fuera de las redes.

Debido a ello, y a las posibilidades que las redes sociales han abierto en la actualidad, un aspecto que se ha visto beneficiado por el uso de las redes sociales son las movilizaciones sociales y protestas. A pesar de que este tipo de eventos han venido surgiendo en Latinoamérica desde de los últimos decenios del siglo XX y comienzos del siglo XXI, estas formas de activismo han evolucionado con la llegada de las redes sociales, las cuales han pasado a ser parte de un complemento que favorece a la organización de los manifestantes (Revilla, 2010).

A través de repositorios de textos académicos es posible encontrar una variedad de investigaciones enfocadas en el uso de redes sociales para la organización de movilizaciones sociales realizadas en múltiples países, tales como la movilización

#YoSoyMédico en México, donde el surgimiento de la protesta nació en un debate virtual originado en redes sociales, que se acrecentó junto al desasosiego de los ciudadanos. (Ramírez-Barba, 2014).

Sin embargo, en Perú se encuentran pocas investigaciones académicas acerca del uso de redes sociales para la organización del movimiento, teniendo en consideración la investigación más reciente *El colectivo No a Keiko: alcances y límites de las nuevas formas de protestas gestadas en las redes sociales* (Vignolo, 2018). Asimismo, dentro del caso específico de la protesta de noviembre de 2020: Caso Merino, no se han realizado investigaciones académicas previas. Es por ello que, la presente investigación se enfocó en abordar el tema de la protesta de noviembre 2020, mediante el uso que se le otorgó a las redes sociales para la organización.

En el primer capítulo, se abordará el planteamiento del problema y estado del arte para obtener una visión general sobre los estudios previos que se han realizado y que se relacionan con el tema de investigación. En el segundo capítulo, se presentarán una serie de teorías que se encuentran relacionadas al estudio y que ayudarán a dirigir su desarrollo, entre ellas se encuentra la Teoría de las Hipermediaciones (Scolari, 2008), Teoría de los efectos, Teoría de acción colectiva, Teoría del capital social y Modelo de multi-pasos de comunicación (Hilbert et al, 2016); además de diversos conceptos que aportarán en gran medida para la completa comprensión de la presente tesis. En el tercer capítulo, se presentará la metodología llevada a cabo para la recolección de información necesaria, incluyendo las herramientas y/o procedimientos, así como el universo y muestra definida. Finalmente, en el cuarto capítulo se profundizará en los hallazgos obtenidos por cada herramienta, los cuales responden a los objetivos previamente planteados.

# **CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y ESTADO DEL ARTE**

Las redes sociales poseen gran importancia en el desarrollo de las relaciones de las personas, pues crean oportunidades para relacionarse en línea y establecer un intercambio dinámico y comunicativo basado en intereses o actividades en común (Hernandez, et al, 2021). En el presente capítulo se brinda una aproximación a lo que se conoce como el ciberactivismo y, su ya instaurada, puesta en práctica que viene incitando a las nuevas generaciones a tomar parte de eventos importantes, una práctica que ya se iba realizando a nivel internacional y que pudo evidenciar su llegada al Perú con los acontecimientos ocurridos el pasado noviembre de 2020.

## **1.1 Planteamiento del problema**

El tema de investigación de este trabajo comprende los diferentes usos que se le otorgó a las redes sociales en la organización de una serie de movilizaciones que se dieron desde el 10 hasta el 15 de noviembre, teniendo su mayor participación en el 14 de noviembre (Wiener, 2020). Esto debido a la crisis política que se vivía en nuestro país por la vacancia del entonces presidente del Perú, Martín Vizcarra y el consecuente nombramiento del entonces presidente del congreso, Manuel Merino, como nuevo presidente del Perú.

Así, se analizó la participación que tuvieron los jóvenes, su aporte a las movilizaciones de manera virtual a través del uso que le dieron a las diferentes redes sociales. Esto debido a que tanto el Perú como todo el mundo se encontraba atravesando una crisis sanitaria desde marzo de 2020 debido al brote del virus COVID-19 (OMS, 2020). Por ello, toda comunicación y/o interacción se ha desplazado al mundo virtual, lo que hizo que las redes adquieran un rol protagónico en distintas causas sociales, resaltando y comprobando su importancia para generar grandes cambios en el mundo actual. A través de dicha situación, los activistas tomaron como principal fuente de batalla el uso de las redes sociales para producir diversos tipos de formatos audiovisuales en los que comunican su descontento con la situación política actual del país. Dicho tipo de activismo fue denominado como ciberactivismo (Castells, 2009).

Existen estudios que señalan que las movilizaciones sociales de carácter virtual, también llamadas “ciberactivismo” son, de hecho, efectivas y generan un gran impacto en el interés de los jóvenes por participar o contribuir en diferentes temas de índole político. Así como aumenta el interés de los jóvenes, también sucede con las maneras de estar presente, pues se realiza mediante la publicación de posts, “re-posteos”, difusión en grupos privados, entre otros, naciendo de esta manera diversos actores dentro de los mismos grupos, los cuales se clasifican en: Actores de primera línea, fuentes de información, portal de denuncias, etc.

Por lo tanto, la gran importancia que está tomando el ciberactivismo en el contexto actual, no solo internacionalmente sino también en el Perú, ha obtenido un rol esencial dentro de la crisis política vivida en noviembre de 2020, luego de la vacancia del ex presidente Martín Vizcarra (Wiener, 2020). En base a ello, la investigación ha propuesto responder las siguientes preguntas: ¿Qué uso les dieron los estudiantes universitarios a las redes sociales durante la protesta de noviembre del 2020? ¿Qué acciones online y offline desarrollaron los estudiantes universitarios a partir del debate virtual? ¿Cuáles fueron las dinámicas de la acción colectiva y los debates virtuales que se generaron durante las protestas de noviembre del 2020? ¿Cuáles fueron las redes sociales a través de las cuales los estudiantes universitarios participaron en la protesta social?

El tema de la investigación propuesta nace dentro del contexto de la crisis política ocurrida en Perú a finales del año 2020, específicamente desde el 9 de noviembre. Esto luego de que, en el Congreso, se recaudara la cantidad requerida de votos para destituir al entonces presidente, Martín Vizcarra, por motivos de incapacidad moral, debido a acusaciones de corrupción, tras supuestamente haber recibido sobornos en obras ejecutadas para la realización del Hospital de Moquegua durante su función de gobernador de Moquegua, la cual duró un año entre 2013 y 2014 (Castedo, 2020). Luego del voto unánime de todos los partidos políticos del congreso, a excepción del Partido Morado, se procedió a la destitución de Vizcarra para otorgarle el mando a Manuel Merino, presidente del Congreso de la República del Perú (Ortiz, 2020). Todo ello fue motivo para generar incertidumbre en la población. El país se veía, entonces, en medio de una crisis política y económica aunado con la crisis sanitaria producida por la pandemia. Lo último mencionado, fue detonante clave para desencadenar una ola de protestas, inicialmente virtuales, enmarcadas bajo las limitaciones que ocasionaba la pandemia en la cual se encontraba el país y el mundo.



Luego de una organización a través de plataformas virtuales, las protestas tomaron rumbo a las calles durante una semana, en búsqueda de una estabilidad y representación política presidencial libre de corrupción (Fowks, 2020). Los grupos sociales que conformaron parte de las protestas, fueron, en su mayoría, jóvenes estudiantes, quienes vieron en las redes sociales un espacio ideal para expresar su descontento respecto a lo que acontecía en las movilizaciones y, posteriormente, una herramienta para abrirse camino a la planificación de una protesta liderada por “La Generación Bicentenario” (Agurto, 2020).

Dentro del estudio, el trabajo se enfocó tanto en los jóvenes que realizaron y/o publicaron contenido relacionado a las movilizaciones, como los que recibieron dicha información, pues de esa manera se visualiza la influencia y el alcance que se logró obtener. De esta manera, según las líneas y áreas de investigación de la Universidad de Lima, este trabajo aborda las comunicaciones interpersonales de los usuarios de estas redes, además de la comunicación y cultura (Universidad de Lima, 2021), pues cada usuario comunica o comparte sus ideas a través de sus plataformas según sean sus propios ideales.

La presente investigación parte del supuesto de que las redes sociales son, actualmente, herramientas esenciales para lograr y generar grandes cambios sociales, dándole de esta manera poder a los ciudadanos y/o usuarios de intervenir en temas tanto políticos, sociales, culturales, etc., como sucedió con las protestas del mes de noviembre por la destitución de Martín Vizcarra como resultado de la corrupción latente dentro del congreso (Ortiz, 2020). Al analizar los hechos desde una fuente directa o primaria y contrastándola con los estudios que ya existían relacionados a estas protestas cibernéticas, se busca identificar las diferentes formas en las que las redes contribuyeron a la realización de tales protestas por parte de los jóvenes de las generaciones actuales, específicamente estudiantes universitarios. Además, se investiga el surgimiento de diversos roles de los actores virtuales que se originaron en la organización y desarrollo de la protesta de noviembre de 2020.

En ese sentido, la complejidad del mundo cibernético requiere de una indagación crítica que describa, estudie e interprete, desde un punto de vista relacional, los debates en medios digitales y las formas de acción colectiva en un contexto contemporáneo e inusual, debido al desarrollo de una pandemia mundial que aisló a todas las personas llevándolas a buscar otras medidas para alzar su voz. El presente trabajo brinda una



propuesta que busca brindar conocimiento sobre la protesta del caso Merino, el cual no ha sido investigado con anterioridad, implementando un análisis de diversas teorías relacionadas al ciberactivismo

## **1.2 Objetivos**

### **1.2.1 Objetivo general**

Analizar el rol de las redes sociales en la organización de la protesta social derivada de la crisis política de noviembre de 2020 en los estudiantes universitarios.

### **1.2.2 Objetivos específicos**

- Identificar las redes sociales más usadas y los contenidos compartidos por parte de jóvenes estudiantes de Lima durante su participación en las protestas de noviembre de 2020.
- Analizar los usos dados a las redes sociales por parte de los estudiantes y sus acciones *off line* durante las protestas de noviembre de 2020
- Identificar las prácticas de la acción colectiva generadas durante la protesta social “Caso Merino” 2020.

## **1.3 Justificación**

Recientemente, alrededor de diversos países de Latinoamérica, han ocurrido una serie de situaciones políticas que han desencadenado a protestas sociales, donde las redes sociales han sido grandes mediadores para su organización y comunicación. Se toma como referencia el caso ocurrido en Argentina, donde la opinión pública en redes sociales repercutió hasta llegar a una movilización social que defendía la postura a favor del aborto en 2018. A través de *hashtags* y contenido digital, se buscaba movilizar masas para que la voz de los activistas se hiciera escuchar durante la toma de decisiones del congreso respecto a la situación (Acosta, 2018). Del mismo modo ocurrió en México en 2014, con el movimiento social: #YoSoyMédico17, caso en el cual las redes sociales también fueron gran complemento del activismo que se realizaría *off line*, con el objetivo de rechazar el título de criminal a 16 médicos de Jalisco (Ramírez-Barba, 2014).

A pesar de que hay diversas investigaciones que desarrollan el tema de las protestas sociales originadas dentro del espacio virtual, en múltiples países, surgen muy pocas investigaciones del presente tema en Perú.

La realización del presente proyecto de investigación surge de la relevancia que poseen las redes sociales para los jóvenes hoy en día. En el año 2020, las interacciones de los peruanos crecieron en relación a años pasados, especialmente en cuanto a la publicación de contenido en redes sociales: Hace 4 años, se realizaban 11.3 publicaciones por persona anualmente, actualmente, se realizan 36.7 (Comscore, 2021). Es así que, la importancia de esta investigación apunta a dejar conocimiento sobre la organización de jóvenes en redes, quienes encontraron la manera de desarrollar protestas sociales en ámbitos completamente inusuales, como lo fue el contexto de la pandemia por COVID-19, que surgió 8 meses antes de la movilización. Así, el presente trabajo se desarrolla desde las perspectivas de los protagonistas de estas movilizaciones, identificando las prácticas sociales del contexto actual y lo que se puede lograr a través de la acción colectiva.

A través de la recopilación de información y análisis de datos, la investigación ofrece a las futuras generaciones una fuente de memoria colectiva en la que puedan observar los impactos que pueden surgir de las redes sociales y su uso para generar un beneficio mutuo dentro del contexto de compromiso cívico.

#### **1.4 Estado del arte**

El presente trabajo de investigación incluye búsquedas de literatura científica para una mayor comprensión y profundidad sobre el tema principal: Ciberactivismo. Asimismo, se ha estructurado en seis líneas temáticas, las cuales abarcan los siguientes temas: Redes sociales y comunidades virtuales, ciberactivismo y ciberactivistas y acción política. Dichas líneas temáticas serán de gran utilidad para explicar de manera detallada los ejes en los que gira la presente investigación.

De acuerdo a Martín (2013), el uso de la tecnología en la difusión y organización de diversas protestas sociales no es un tema repentino, sino que ha ido evolucionando y a la misma vez adquiriendo mayor protagonismo e importancia conforme han pasado los años. En esta línea, las redes sociales son espacios dentro de Internet, donde las personas tienen la posibilidad de generar contenido abocado al tema de su preferencia y en tiempo

real. La naturaleza de esta herramienta es, a su vez, generar interacciones con círculos sociales tan cercanos como lejanos, con quienes tienen la posibilidad de realizar un intercambio de información (Celaya, 2008).

Es así que, tras la aparición de la Web 2.0 en el año 2009, se empezó a ver una gran afición por parte de la población hacia la tecnología, considerándola así, como un elemento por el cual las protestas son capaces de generar sus propios contenidos, organizar sus comunicaciones con la utilización de las redes sociales y sus herramientas de difusión (Subirats, 2015). Con ello, se ha ido generando un gran incremento de 2 ámbitos específicamente: el primero, el de la participación política tradicional de los ciudadanos, y segundo, el de la aparición de nuevas formas de acción política diferentes de la militancia tradicional. Esto, con el fin de influir en el sistema, mas no derrocarlo o convertirlo en violencia política, donde los movimientos horizontales y los jóvenes suelen ser los ejes de tal activismo nuevo (Martín, 2013). Por lo tanto, se han convertido no solo en una plataforma donde los usuarios navegan de manera casual, sino que esta nueva web 2.0 fomenta la acción, otorgando posibilidades que antes no tenía, convirtiéndolos así en web actores (López, 2015).

El rol que se le ha otorgado a las redes sociales y nuevas tecnologías implica mucho más que las convocatorias a movilizaciones. Las redes forman parte del conjunto comunicativo en el que se desarrolla no solo una crisis política, sino también económica y cultural; y nos permite descubrir más allá de un único flujo de comunicación escalonado (Candón y Redondo, 2013). Es así que Castells (2011), señala que las redes son parte de una importante evolución tecnológica que da paso a la transformación de la organización y el entorno comunicativo, el cual pasa de medios de comunicación masivos verticales con poca interactividad, a horizontales con gran interactividad. La comunicación vertical es entendida como comunicación masiva, y la segunda, como auto comunicación de masas, debido a que es posible alcanzar a un gran colectivo de personas a nivel mundial. Además, es considerada de masas ya que es posible tener la libertad de enviar y determinar la información que uno desea obtener. Es esta horizontalidad la que otorga la posibilidad de estructurar redes de información y comunicación.

Recientemente, parece que se ha propuesto un regreso al flujo de comunicación de un solo paso, aunque los mensajes que se difunden actualmente, en la era digital, resaltan debido a que brindan la posibilidad de realizar una mayor fragmentación, diferenciación y orientación, lo que permite emitir mensajes más efectivos dirigidos a

audiencia más específicas (Hilbert et al, 2016). Ello sugiere una mezcla de ideas y/o teorías antiguas dando como resultado un modelo mixto de varios pasos entre comunicación directa con el público y con otros intermediarios. Es así que, las plataformas digitales ya no son importantes únicamente para propósitos de marketing, sino también para movilizaciones políticas y participación, las cuales dependen de estos flujos de comunicación significativos, pero no necesariamente manifestados (Hilbert et al. 2016).

Es aquí donde las redes tienen su rol más importante, pues al difundir la información se van generando debates, confrontaciones de ideas y opiniones, donde poco a poco, una indignación individual se va compartiendo hasta generar un clima favorable para la movilización (Candón y Redondo, 2013). Ello, sumado a las interacciones y/o comunicaciones informales entre amigos, familiares, etc. contribuyen a la formación de un consenso previo necesario para darle “vida” a las movilizaciones. Por ello, se considera que las redes sociales tienen un gran poder para difundir diferentes sentimientos de ira, indignación o esperanza por todo el mundo como si fuera una especie de contagio (Castells, 2013). Asimismo, las redes sociales podrían inducir a un dualismo digital, es decir, el performance de las personas varía tanto en el espacio online como en el offline. Ello debido a que las redes sociales ofrecen a los usuarios una especie de anonimidad, en la que estos no emiten sus opiniones dando la cara necesariamente. El espacio online les ofrece una libertad social a su conducta, lo que favorece a que se muestren más desinhibidos respecto a las opiniones que expresan en línea y por ende encuentren una mayor comodidad a manifestar un activismo digital (Greijdanus et al., 2020).

La influencia de las redes es algo evidente y puede conllevar al surgimiento de una nueva población digital que es capaz de provocar cambios profundos en la forma en que los ciudadanos participan o se informan, pues muy aparte de esas funciones que posee el espacio virtual, sirve de herramienta organizativa (Candón y Redondo, 2013). Son esas herramientas las que forman parte del logro o alcance de éxitos de las movilizaciones, cumpliendo los usuarios un rol muy importante en el desarrollo de las mismas, pues difunden la información de manera masiva y ayudan a crear o clasificar las diferentes posiciones que se van formando.

A su vez, con el auge de las redes sociales, los medios de comunicación tradicionales han perdido el monopolio de la información y la comunicación, ya que

ahora esta comunicación se suele producir de persona a persona, lo que les otorga una mayor credibilidad que la que poseen los medios tradicionales (Muñoz, 2017). Así, las redes sociales se mantienen en su función de comunicar, ubicándose así por encima de los medios tradicionales, haciéndose cada vez más presente y volviéndose el personaje principal del activismo político (Sádaba, 2012).

Se puede ver cómo se va desarrollando el término del ciberactivismo, definiéndolo como el activismo a través del ciberespacio y el uso de las herramientas que ofrece Internet que permiten la interactividad y la interconectividad (Muñoz, 2017). Más que una forma de participación que se ha visto en constante auge, se trata de una estrategia que busca difundir e influir en los usuarios de las redes sociales, buscando así lograr un cambio en la sociedad.

El ciberactivismo ha ido creciendo de manera importante a nivel global. Así se han visto en diversos casos famosos tales como el de Anonymous, un grupo de activistas cibernéticos surgido en el año 2004 que trabaja erradicando situaciones injustas presentes en diversos países. De igual manera, el ciberactivismo ha tenido un rol importante en revoluciones tales como las de 2011 en Egipto, Libia o Túnez, donde la movilización digital de nativos fue muy importante, a tal magnitud que los medios tradicionales recurrieron a los ciberactivistas para mantenerse informados (Martín, 2013). Es así que Castells (2020), señala que se está originando un estallido social a nivel mundial en países donde las protestas sociales son habituales desde hace varios años, pero también en países donde están surgiendo recientemente, pues agregan a su malestar político, las actualizaciones del mundo moderno. Dicha situación se lleva a cabo debido a un quebrantamiento en la relación entre la población y el dirigente del país.

Ello lleva a realizar acciones que se conocen con el término de *ciberturba*, el cual está relacionado a las nuevas prácticas, donde a través de la difusión virtual de información se busca la movilización física con fines políticos o sociales. Este concepto está dividido en dos acciones específicas: la deliberativa y la movilización en la calle. La primera mencionada consiste en generar debate en las redes sociales a raíz de ideas u opiniones difundidas. Por otro lado, mediante las movilizaciones en la calle se invita a protestar y hacer presión sobre distintos temas (Muñoz, 2017).

Caballero (2020) por su lado, cuestiona el ciberactivismo como tal, debido a su origen tan activo como pasivo, puesto que, dentro de las subjetividades con las que se



puede observar, las actividades que involucra el ciberactivismo deberían medirse hasta qué punto dichas acciones, (como re-publicar posts o el simple hecho de cambiar una imagen de perfil a uno relacionado a una protesta social) pueden llegar a colaborar o favorecer la lucha dentro del objetivo de una protesta social. En torno a ello, Morozov (2016) asegura que durante los últimos años las personas han podido encontrar en los medios digitales un convencimiento de *solucionismo* frente a una gama de problemas que acontecen diariamente en el mundo, entre ellos, acontecimientos de corte político como lo son las protestas. En tal sentido, Morozov señala que dichas medidas de solución digital en ciertas ocasiones pueden resultar poco efectivas o innecesarias.

De acuerdo a Bajo Erro (2014), la expresión ciberactivista se ha convertido en una nueva forma de identificación, con el potente uso de las diferentes redes sociales que ofrecen una plataforma de exposición de la opinión pública. Si bien es cierto, el término ciberactivistas implica su relación directa con el ciberespacio, no se limitan a ello, sino que mezclan este espacio virtual con el espacio físico en las calles. Este último comprende una confluencia mayormente para afinar temas de planificación. Siguiendo esta línea, Sánchez (2014), coincide con Bajo Erro, indicando que efectivamente, su participación no se rige únicamente del ciberespacio, sino que, mayormente forman sindicatos y marchas en las calles. Debido a ello, como el autor menciona, los ciberactivistas pertenecen al tipo de movimiento Contracultural, donde se busca una lucha por sus derechos como ciudadanos, lo cual, para ser oídos por una entidad superior como el gobierno, requiere de su presencia en las calles.

Asimismo, Yanez et al. (2014) indican que los ciberactivistas como organización virtual no se guían por jerarquías, es decir, no se encuentran líderes, sino una organización de tipo lineal, donde todos pertenecen al mismo nivel jerárquico. Además, se señala que las causas de origen de los ciberactivistas son principalmente de procedencia natural, expresando descontento que haya desencadenado una decisión política o algún cambio que busquen inducir en la sociedad.

Con el objetivo de poder identificar a un ciberactivista, Yanez et al (2016) y Erro (2014) han empleado una metodología eficaz utilizando la herramienta de entrevistas a profundidad. Mientras que Erro (2014) realizó entrevistas a los internautas activistas más activos durante la protesta social en Senegal, complementándolo con la metodología de observación de las dinámicas llevadas a cabo en la red social que más destacó durante tal periodo de tiempo: Twitter.

## CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

A lo largo del presente capítulo se ahondará en los conceptos conectados directamente con los objetivos específicos. La investigación se basará en la teoría de las Hipermediaciones y los conceptos de Redes de Indignación y Esperanza.

En esta investigación, se tomará la siguiente teoría como base para evaluar las diferentes formas en que la población recibe y produce información para difundirla. Tales acciones hacen referencia a las movilizaciones virtuales a través de redes activistas, las cuales, según la definición planteada por Rovira (2012), se definen como espacios comunicativos y de acción donde se comparten mensajes, experiencias u organización y se construye un sentido compartido de protesta. Así, con movilizaciones virtuales se hace referencia a la interacción aplicada a las crisis políticas y/o sociales que provocan el descontento y sentido de participación de la población.

### 2.1 Hipermediaciones: producir y consumir en la nueva era digital

Antes de dar paso al término de Hipermediación, se requiere conocer el concepto de Hipertextualidad. George Landow (1992) en su libro *Hipertexto: La teoría de la crítica contemporánea y la tecnología*, señala que Theodor H. Nelson introdujo el término Hipertexto como una redacción realizada sin una prosecución, es decir, palabras o conjuntos de palabras que no llevan a una lectura tradicional, sino más bien aislada. A ello, Roland Barthes (2014) sumó al concepto la Hipertextualidad electrónica, describiéndolo como un escrito formado por palabras (o imágenes) aisladas en el medio digital, las cuales, al ser seleccionadas, conllevan virtualmente a más palabras, imágenes o incluso audios, las cuales amplifican la acepción de la primera palabra. Esto se explica claramente en las búsquedas a través de Google, las cuales introduciendo la palabra “mesa” en el buscador, nos direccionan a una serie de explicaciones, y archivos multimedia que nos refieren a la primera palabra buscada.

De esta manera, Carlos Scolari (2008) desarrolla el término Hipermediaciones, a través de su libro *Hipermediaciones: Elementos para una teoría de la comunicación*. Mediante el libro se menciona que las hipermediaciones son una combinación de hipertextualidad y multimedia. Por lo tanto, la hipermediación, se presenta como un

proceso de intercambio, donde los sujetos asumen el rol de producir y consumir a través de lo que son los nuevos medios digitales, plataformas compuestas por grandes y distintas comunidades virtuales interconectadas unas con otras. Precisamente, donde esta producción y consumo de contenidos ocurre, al igual que el hipertexto, sucede de manera aislada entre un contenido con otro, es decir sin una relación de contigüidad entre contenidos. Ello, llevado al plano de la investigación, describe esencialmente la autocomunicación de masas dentro de las redes, y cómo estos generan una interacción desarrollando contenidos producidos y destinados por y para muchas personas. Así, el surgimiento de las actuales formas de comunicación produce cambios paulatinos en la sociedad, los cuales son examinados por las hipermediaciones (Scolari, 2008).

Esta teoría de hipermediación, desarrollada ampliamente por Scolari, entra como un punto de vista diferente a la teoría planteada por Martín- Barbero en su libro *“De los medios a las mediaciones”*, donde se explica a las mediaciones como un producto, derivado esencialmente de los medios de difusión, conocido entonces como los medios tradicionales (Martín Barbera, 1987). Dando un giro a la última teoría mencionada, Scolari presenta las hipermediaciones como algo más que un producto, si no como un proceso interactivo que es favorecido por los nuevos medios que han surgido hasta la actualidad, como las redes sociales digitales, blogs y otras plataformas (Scolari, 2008).

## **2.2 La Autonomía de las Redes de Indignación y Esperanza**

A mediados del 2012, Manuel Castells publica su libro *Redes de Indignación y Esperanza*, a través del cual, desarrolla ampliamente las prácticas llevadas a cabo en movilizaciones sociales históricas a nivel mundial. Asimismo, describe el rol del internet y las nuevas formas de comunicación digitales, dentro del contexto de las movilizaciones.

De acuerdo a Castells (2012), las movilizaciones sociales tuvieron su origen dentro de los países Túnez e Islandia, donde estas movilizaciones fueron impulsadas por el mundo globalizado en el que vivimos hoy, un mundo interconectado a través de redes masivas, donde con mayor facilidad las imágenes son difundidas masivamente, llegando a rincones donde las injusticias resuenan exclamando ayuda. Los movimientos sociales en Túnez e Islandia se dieron debido a que la población llegó al límite de su paciencia, más allá de necesidades vitales que el gobierno no cumplía. Este sobrepasaba



agresivamente su poder, provocando en su población una indignación que rebasaba las fronteras de su inacción.

La organización de los movimientos árabes se originó inicialmente dentro del espacio on-line, donde las personas comenzaron una conversación donde expresaban su indignación, y posteriormente, procedían a la coordinación de encuentros físicos, mediante convocatorias virtuales a las protestas que planeaban llevar a cabo exteriormente, es decir, en la calle. Asimismo, dentro de este mismo espacio, los usuarios lo emplean como medio para tomar decisiones conjuntas. Es precisamente, el mundo digital on-line, el cual es considerado como un espacio de autonomía política (Castells, 2012). En contraste con ello, Morozov (2012) señala que agrupar en redes sociales un conjunto de personas con intereses y aspiraciones similares, en un sentido políticamente representativo, es en realidad una propensión a malinterpretar coincidencias insignificantes en un nivel tanto del mundo virtual como fuera de él. Mientras más diversos sean los intereses de los participantes del conjunto, existen menos probabilidades de sentirse impulsados a actuar como una masa activa y hacer esfuerzos a favor del equipo. Sin embargo, Castells (2012) reafirma que el Internet y el activismo producido dentro del espacio on-line gozan, ambos, de una autonomía. Esto debido a que los activistas toman las riendas del cambio que desean tener como sociedad y hacen que tal autonomía sea beneficiada por Internet, ya que basan su libertad en la posibilidad de encontrar otros individuos con pensamientos compatibles en las redes sociales.

Es, precisamente, a través de las redes, que surgieron las movilizaciones árabes de manera orgánica, las cuales, permitieron una sencillez, tanto para reunir a los usuarios bajo un debate en relación con un mismo descontento, como para tomar acciones para que su voz llegue a los antagonistas sociales contra los que se encontraban disconformes. La justificación por la cual los jóvenes activistas preferían utilizar las redes sociales como fuente de información, es que estas no se encontraban mediatizadas, es decir, las esferas políticas no tenían un control ni influencia sobre las redes sociales para modificar la información que llegaba a los usuarios. Por lo tanto, los jóvenes estaban más predispuestos a depositar su confianza y credibilidad en las redes sociales como medio de información que no estaban manchados por una influencia política (Castells, 2012).

Más allá de la razón del surgimiento de determinada movilización social, lo que conmueve a los usuarios es el uso de imágenes, frases de motivación cívica, documentales, lo que conecta emocionalmente con los activistas, alimentando su

indignación y lo que los motiva a tomar acción en aras de un cambio social y de solucionar las injusticias que atañen a la población (Castells, 2012).

## **2.3 Clasificación, preferencia y contenido de redes sociales en Perú**

### **2.3.1 Redes sociales: arma clave**

El término “redes sociales” es clave en la investigación. Esto debido a que es el lugar donde, actualmente, se llevan a cabo las movilizaciones sociales. De acuerdo a Islas (2013), este se define como plataformas compuestas por, como su nombre lo indica, una red o conglomerado de personas interconectadas por distintas variantes de vínculos o intereses comunes, los cuales pueden favorecer objetivos colectivos políticos, sociales y/o culturales.

Las redes sociales no se evocan únicamente en el plano digital. En la historia de la comunicación, las personas han trasladado su intercomunicación por medio de formas tradicionales (Islas, 2013). Sin embargo, a través de los últimos años, con el crecimiento del uso del internet, estas redes sociales se desplazaron al ámbito digital, produciendo así un auge de plataformas virtuales que permiten la conexión e interacción de grupos sociales masivos dentro de espacios digitales con un mayor alcance y facilidad.

### **2.3.2 Tipos de redes sociales**

Una movilización social virtual puede realizarse en distintas plataformas, según el objetivo colectivo que se busque lograr o el nivel de alcance que se requiera. Las redes sociales, además, son edificadas considerando un público objetivo de destino, para que de esta manera pueda reunir a los usuarios bajo intereses y características similares. Por ello, de acuerdo a Celaya (2008) las redes sociales se encuentran divididas en tres categorías diferenciadas:

#### **a. Redes generalistas**

Estas plataformas poseen una cantidad ingente de usuarios, cuya demografía es variada. Sin embargo, a todos los reúne un mismo interés, el de la interacción social con amigos, familiares y compañeros. A través de ella

tienen la posibilidad de comunicarse a través de mensajes multimedia. Este tipo de red considera a plataformas como Facebook, Instagram, Twitter, entre otros.

#### **b. Redes especializadas**

Este tipo de red, como su nombre lo indica, son plataformas dirigidas a actividades, temas o comunidades virtuales específicas, reuniéndolos así, en un tipo de interés. Bajo este tipo de red podemos encontrar como ejemplo, blogs de cocina como *Sazón Boricua*, o blogs dedicados a ávidos viajeros como *Pasaporte de un Turista*, donde reúnen a viajeros dentro de una conversación.

#### **c. Redes profesionales**

Las redes profesionales favorecen al ámbito empresarial y permiten a los usuarios generar una red de contactos con colegas, tanto conocidos como desconocidos, logrando interactuar a través de sus perfiles profesionales que otorgan a los usuarios la ventaja de incluir su currículum vitae y referencia de colegas cercanos. A su vez, las redes profesionales consideran como ventaja las oportunidades laborales que las empresas ofrecen y los usuarios pueden tomar. Aquí encontramos casos como LinkedIn, Bumeran, Computrabajo, aunque son utilizadas para aspectos específicos, existen otras redes que son frecuentadas en mayor cantidad.

### **2.3.3 Redes sociales preferidas por los peruanos**

Según Castells, la efectividad en el uso de las redes sociales se debe a que las personas se muestran libres de crear y expresar sus propios valores, “sus trincheras de resistencia y de alternativa en sociedades locales”. Gracias a la conexión local – global de internet, hacen uso de su realidad para participar, “la nueva forma de control y de movilización social en nuestra sociedad” (Castells, 2000, s/p).

El más reciente análisis realizado por IPSOS (2021) en torno a las redes sociales con mayor asiduidad entre los peruanos, obtuvo como resultado que la plataforma social

con mayor participación en Perú es Facebook. Asimismo, WhatsApp comparte uno de los mayores porcentajes de participación, donde los peruanos interactúan. Por su lado, YouTube e Instagram alcanzaron el tercer y cuarto puesto, respectivamente. En esta línea, cabe destacar que un estudio adicional presentado por IPSOS (2021) señala que el 90% de internautas peruanos comenzó a aprovechar los beneficios del internet desde la pandemia. Entre dichos beneficios se encuentra el uso de redes sociales, como utilidad mayor

A continuación, detallamos las características más resaltantes de cada una de ellas:



Tabla 2.1

Redes sociales más utilizadas

	<b>Definición</b>	<b>Público</b>
<b>Facebook</b>	Lista de contactos digitales para interactuar con otras personas a través de publicaciones creando redes de conexión cada vez más grandes (Kirkpatrick, 2011).	En un inicio, sólo para estudiantes de Harvard u otras universidades. Por su gran popularidad, incrementaron los usuarios (Kirkpatrick, 2011).
<b>Whatsapp</b>	Envío de mensajes de manera gratuita, diferente a los mensajes de texto. Innova con la gratuidad de sus servicios y nuevos tipos de mensajería instantánea, incluyendo elementos multimedia (Quispe, 2020).	Puede ser utilizada por cualquier usuario con internet y un número de teléfono activo (Quispe, 2020).
<b>Youtube</b>	Nace en 2005 con el objetivo de representar un escaparate para la presentación de material audiovisual que comunique mensajes a audiencias determinadas (Pérez, 2012).	Productores y consumidores de videos como producto principal de la plataforma (Pérez, 2012).
<b>Instagram</b>	Esta red social se origina como una aplicación móvil que emplea como producto principal de la plataforma, las fotografías (Morocho, 2019).	En el año 2012 amplía su alcance a todos los dispositivos móviles (Morocho, 2019).
<b>Twitter</b>	Medio de información virtual, donde se permite visualizar noticias resaltantes (trend topics) surgidos gracias a la conversación masiva en la red. Constituye una amplia variedad de tópicos de conversación, en su mayoría, la política (González-Bustamante, 2013).	Se genera una fuerte opinión pública de parte de los diferentes usuarios con una cuenta, quienes expresan su parecer a través del límite de los 140 caracteres permitidos por Twitter (González-Bustamante, 2013).
<b>TikTok</b>	Una de las redes sociales más recientes con una popularidad que ha ascendido rápidamente, debido a los algoritmos de la red que permiten que los usuarios encuentren contenidos relacionados directamente con sus intereses (García, 2020).	El contenido principal es de tipo: entretenimiento e informativo, combinando ambas temáticas a favor de ofrecer un contenido lúdico a los usuarios (García, 2020).

Nota: En esta tabla se define a las redes sociales con mayor preferencia en el Perú.  
Elaboración propia.

### 2.3.4 Redes sociales digitales: equipamiento para protestar

Las redes sociales digitales, en su conjunto, apuntan a un mismo objetivo: interconectar diferentes grupos de personas dentro de una misma plataforma, donde los usuarios tienen la posibilidad de producir y consumir los diversos tipos de contenido. Para ello, dentro

de su valor diferencial, cada red social existente, ofrece diversos tipos de formatos audiovisuales, así como también varía el lenguaje usado dependiendo de la plataforma y el grupo de usuarios que mayormente la emplea.

**a. Formatos audiovisuales:**

Tabla 2.2

Formatos audiovisuales de las redes sociales

Facebook	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Creación de páginas para reunir usuarios con mismos intereses.</li> <li>- Creación de grupos privados compuestos por determinadas comunidades virtuales.</li> <li>- Messenger para la comunicación bidireccional con otras personas en condición de “amigos de Facebook”.</li> <li>- Publicaciones de fotos, textos, videos asincrónicos en el timeline</li> <li>- “Compartir” para difundir las publicaciones dentro de la propia red de amistades.</li> <li>- <i>Stories</i> y transmisiones en vivo, a través de las cuales se permite hacer publicaciones en tiempo real (Facebook, s.f).</li> </ul>
Twitter	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Publicaciones de fotos, textos, videos asincrónicos en el timeline de 140 caracteres máx.</li> <li>- <i>Retweet</i> y Citar, donde los usuarios pueden interactuar con otros compartiendo sus publicaciones.</li> <li>- <i>Fleets</i>, la cual cumple la misma función de las historias, al permitir a los usuarios compartir vídeos e imágenes en tiempo real (Twitter, s.f).</li> </ul>
Instagram	<p><b>Asincrónicas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Publicaciones de fotos, textos, videos asincrónicos en el timeline</li> <li>- <i>Stories</i>, se permite realizar: encuestas, preguntas, cuenta regresiva, cuestionarios.</li> <li>- <i>Reels</i>, publicación de videos de máximo 30 segundos, junto a pistas de audio (Facebook, s.f).</li> </ul> <p><b>Sincrónicas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Transmisiones en vivo o tiempo real</li> <li>- <i>Stories</i>, se permite realizar: encuestas, preguntas, cuenta regresiva, cuestionarios.</li> </ul>
WhatsApp	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mensajería instantánea para una conversación bidireccional y conversaciones grupales de hasta 256 usuarios.</li> <li>- Lista de Difusión, permite difundir masivamente un mensaje entre un grupo de usuarios.</li> <li>- Videollamada y audios.</li> <li>- <i>Stories</i>, publicaciones en tiempo real (WhatsApp, s.f).</li> </ul>
YouTube y TikTok	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Publicación de videos y transmisión en vivo</li> <li>- TikTok permite en su publicación de videos, una duración de hasta 10 minutos con la edición audiovisual de estos (Filtros, <i>shortcuts</i> y pistas de audio).</li> <li>- YouTube, por su lado, permite videos superiores de quince minutos en su versión YouTube Studio (YouTube, s.f).</li> </ul>

Nota: Se describen los distintos formatos audiovisuales que se pueden emplear en las redes sociales.  
Elaboración propia.



## 2.4 Acción colectiva online y offline: lograr un objetivo común

### 2.4.1 Usos de redes sociales más empleadas por los jóvenes

En el contexto de las protestas sociales, las redes sociales son empleadas como cimientos para una acción colectiva, es decir, para que la población ordinaria, sin autoridad en la política del país, junte energía entre todos para hacerse pie frente a las injusticias de aquellos poderosos funcionarios de la política. A través de sus interacciones y la confianza que motivan los integrantes de redes sociales (al ser familiares, amigos y conocidos), estas son utilizadas para dar inicio a una organización que favorezca a la puesta en marcha de las movilizaciones sociales, aunque, con la llegada del espacio virtual, el uso de las redes sociales sumó usos diferentes, aún con la posibilidad de ser empleada (Tarrow, 1997).

### 2.4.2 Tipos de interacción en redes digitales

Entre las redes sociales digitales más usadas por los jóvenes encontramos Facebook, Twitter, Instagram y YouTube, todas estas apuntan a un mismo objetivo: la interacción de comunidades virtuales, dentro de diferentes esferas temáticas (Guillén, 2019). Esta interacción se origina en diversos tipos.

Tabla 2.3

Tipos de interacción en redes sociales

Likes	Compartidos	Comentarios
En español “me gusta”. A través del like, como su expresión literal lo indica, los usuarios expresan su aprobación y respecto al contenido de determinada publicación (Elizondo, 2018)	A través del botón “compartir”, en las diversas plataformas, los usuarios manifiestan su interés en determinados contenidos que desean compartir a sus amigos o seguidores. Permitiendo a los usuarios enseñar o informar acerca de algún tema de interés particular (Gómez, 2010).	Los usuarios encuentran una forma directa a responder sobre publicaciones y, de esta manera, generar una opinión pública (positiva o negativa) que pueda conllevar a una conversación o debate con otros usuarios que estén dispuestos a responder sobre estos comentarios.

Nota: Se define los tipos de interacción que se pueden dar con el contenido encontrado en las redes sociales. Elaboración propia.

### 2.4.3 Tipos de uso *online*

Dentro del contexto de movilizaciones sociales, las redes digitales poseen distintos tipos de uso para favorecer y mantener a estas.

#### a. **Conversación/Organización**

Como se mencionó anteriormente, las redes sociales otorgan la posibilidad de dar inicio o plantar la base para reunir a masas de personas en torno a una misma preocupación pública. Ello comienza inicialmente con una conversación, a través de la cual los usuarios producen y consumen información que no se encuentra disponible en medios tradicionales (televisión, radio o periódico). De esta forma, se genera conversación entre las personas a través de su opinión pública mediante los comentarios y publicaciones de posts. Una vez que las protestas virtuales y la indignación ha llegado a su límite y el problema social persiste, se procede a una organización dentro de los lineamientos del espacio virtual. Para ello, las redes sociales permiten la organización, a través de convocatorias virtuales, para participar de marchas en la calle. Estas son viralizadas por diversos usuarios de amplio alcance, a través de páginas, grupos y comunidades virtuales, facilitando su difusión y llegando a grandes masas. A través de estas convocatorias, se permite difundir lugar y horario en la que los activistas deben asistir. (Falla, 2014).

#### b. **Transmisiones en vivo**

Actualmente, la web ha acelerado la circulación de la información y contenidos, pues hoy en día todo fluye mucho más rápido debido a que los usuarios conversan en tiempo real (Rost, 2011). Así, con el propósito de difundir la información exactamente en el momento que está ocurriendo, las transmisiones en vivo dan una perspectiva mucho más cercana y transparente del desarrollo de las movilizaciones. Este tipo de transmisión de información se vuelve esencial debido a que se da más prioridad a la información brindada en tiempo real cuando se trata de encontrar resultados a búsquedas de diferentes temas o situaciones.



Además, según Echeverría (2019), las transmisiones en vivo, ponen en evidencia una gran posibilidad interactiva inigualable, pues permiten la realización de comentarios en tiempo real, lo que incentiva a que los demás usuarios que se encuentran sintonizando la transmisión lo vean y/o respondan. A esto se le puede añadir que, en ocasiones y si es que el usuario lo desea, la transmisión puede convertirse en un video convencional que luego se puede guardar y/o compartir. Así no solo se estaría transmitiendo, sino que se graba un video que quedará en la red.

### c. Actualización de status

Los usuarios de las redes sociales realizan publicaciones en sus plataformas de manera que actualizan su presentación y miden el capital social (Linne, 2014). Aunque muchas veces estas acciones pueden ser realizadas para obtener popularidad, en el marco de las movilizaciones virtuales el objetivo de informar y difundir información valiosa obtiene un peso mayor. Para esto, utilizan las herramientas de las redes sociales como la publicación de historias por 24 horas, contenido en el *feed*, *tweets*, etc.

Los contenidos que utilizan los usuarios pueden ser las imágenes con frases alentadoras, mapas de ubicación de puntos específicos de ayuda para los participantes, *flyers* con las últimas noticias resumidas, todo con la finalidad de mantener informados a los usuarios y que tal contenido pueda ser difundido. Además, con las actualizaciones se logra una interacción dentro de las redes sociales, pues los usuarios pueden comentar sus opiniones o ideas con respecto a lo publicado y así generar un debate. Añadiendo a ello que, los usuarios emplean el uso del ‘tag’ o etiqueta, donde no solo es posible mencionar a otros usuarios, sino que pueden etiquetarse a entidades públicas, privadas, personas influyentes en los medios, organizaciones, etc. Esto favorece no solo la difusión de la información, sino su notoriedad, pues con ello se realizan las ‘menciones en cadena’, las cuales tienen como objetivo lograr llamar la atención de un usuario con gran influencia que difunda la información que se necesita.

#### 2.4.4 Tipos de usos *offline*

##### a. Puentes

Así como dentro de las redes sociales nacen grupos sociales que se dedican a la difusión de información y contenido, constituidos por similitudes culturales o pensamientos, también surgen los “agujeros estructurales”. Para ello, precisamente, se integran a los puentes, los cuales son nodos (personas) que conectan a individuos que se encuentran enlazados unos con otros. Sin embargo, en ausencia de este nodo, el enlace no existiría (Caballero, 2019).

Esto, debido a que los usuarios de las redes están constantemente sometidos a los diversos contenidos que otros usuarios difunden, lo cual trasladan a su vida cotidiana, según sean sus ideales o pensamientos, y deciden incluir a personas de su entorno en tal discusión de un tema en específico, como una especie de difusión de “boca a boca”.

Así, los círculos sociales de los usuarios que difunden contenido en las redes pueden no conocerse o estar muy poco conectados; sin embargo, basta que tengan algún contacto en común con otro usuario que decide interactuar en sus publicaciones para que ambos círculos sociales se unan y compartan entre sí, pues son esos contactos los que funcionan como “puentes” y unen ambas redes, lo cual resulta en la ampliación del círculo social y se traduce en una mayor difusión de contenido virtual.

##### b. Participación activa

Así como los usuarios interactúan en redes sociales con el contenido que se difunde y logran compartirlo para generar un mayor conocimiento de los mismos, muchos deciden sobrepasar las pantallas y, motivados por lo que ven en las redes, deciden intervenir en las movilizaciones como actores físicos. A través de la organización y coordinación, los usuarios deciden pasar al plano físico complementándolo con el virtual (Caballero, 2019).

Así, al mismo tiempo que se intenta hacer bulla en las diferentes redes sociales, las movilizaciones en el plano físico, es decir, en las calles, suceden a la par como un complemento y viceversa. Las acciones de los usuarios hacen cada vez más visible estas formas de protesta y está cobrando mayor

relevancia, pues Internet se considera una herramienta de lucha y un escenario permanente para realizarla. Es así como muchos usuarios deciden combinar sus acciones virtuales con intervenciones, llevándolas a la “calle” (Granada, s,f).

Así, los escenarios de lucha se encuentran en constante cambio por parte de los actores, pues son cada vez más movilizaciones virtuales en contra de una situación específica, donde además se ve la necesidad de alternar tal activismo virtual con el tradicional.

#### **2.4.5 Contenido motivacional**

Las protestas y movilizaciones se originan y acrecientan en torno a una amplia gama de motivaciones, que estimulan a un grupo de personas a tomar acción frente a una problemática o causa social. Es por ello que dichas motivaciones son diversas en cada individuo, esto debido a que podría implicar los factores de entorno, político, social, o geográfico (Gomez, 2017). Por lo tanto, Van Stekelenburg, Klandermans, y Van Dijk (2009) señalan que cada persona internaliza toda la comunicación recibida para determinar su decisión para ser partícipe en una movilización.

En tal sentido, Gurr (1970) establece que cuando la población siente una brecha que divide lo que poseen con lo que creen que deben poseer, por lo general, tienden a sentir una desilusión que desencadene un actuar que permita concentrar su disconformidad, al ser parte de una protesta. Añadido a ello, Gomez (2017) indica que la acción colectiva podría surgir si una agrupación de sujetos percibe una “privación fraternal”, es decir un desacuerdo con su situación actual.

Por otro lado, sosteniendo el sentido de la acción colectiva, parte de la motivación que impulsa a una persona a tomar la decisión de protestar es la eficacia colectiva, la cual sustenta que mientras más cantidad de personas unan sus fuerzas y recursos para alcanzar un objetivo, existen mayores probabilidades que puedan solucionar una problemática en base a un trabajo compartido (Hornsey et al., 2006).

Asimismo, Co-rrigall-Brown y Wilkes (2012) señalan que la empleabilidad de contenido multimedia, los cuales se encuentran en redes sociales, genera un impacto emocional superior. En tanto, las imágenes de las protestas son utilizadas como instrumento motivador y además que permitan documentar hechos ocurridos durante una

protesta. Por ello, el contenido audiovisual que es obtenido de dichas movilizaciones permite un mejor entendimiento de conceptos y de información importante que concierne el contexto de las protestas, posibilitando una recordación perdurable que, a la vez, genere una respuesta emocional que motive a llevar a cabo una acción.

## **2.5 El poder de la acción colectiva**

Si bien las movilizaciones virtuales se realizan con la difusión y producción de contenido en las diferentes plataformas, los ciberactivistas también toman un rol importante como individuos que se organizan y comunican para lograr un objetivo colectivo que responda a intereses comunes.

### **2.5.1 Teoría de la acción colectiva**

La teoría de la acción colectiva implica que la configuración de una sociedad está favorecida por un capital social, donde ocurre un intercambio de colaboraciones, confianza y acuerdos. Y, por tanto, la formación de las recientes protestas sociales demuestra que las personas, comunidades y organizaciones incluyen vínculos de jerarquía de poder en la cual se conectan a través de diferentes grupos heterogéneos para ser parte de una asociación o colectivo (Guadalupe, 2003). En contraste con ello, Bennet y Segerberg (2012) se refieren a la acción colectiva con el nombre de acción conectiva, donde se emplean las redes sociales como fuente para generar una organización autónoma donde no resaltan personajes principales ni mucho menos jerarquías que involucren a cabezas de un grupo. Se ve al conjunto de personas como un todo horizontal y homogéneo en cuestión de poderes o decisiones.

Asimismo, a través de las nuevas formas de comunicación, las protestas sociales son beneficiadas en su formación y planificación, sobre la cual todos se unen bajo una lucha política que les concierne como colectivo en pro de realizar cambios en determinadas situaciones. Son precisamente estas nuevas formas de comunicación las que permiten la formación de una conexión de cercanía entre los individuos y, a su vez, encuentran factores de filiación que dan paso a una acción colectiva (Guadalupe, 2003).

Detrás de la acción colectiva, ocurre una planificación que involucra a todos los participantes del colectivo, en la cual se establecen los propósitos que buscan como grupo y ello conlleva, entonces, a definir decisiones conjuntas y establecer formas de organización en la que se adjudiquen los recursos a favor de una obtención de dichos propósitos (Delgado, 2007).

Con respecto a la organización llevada a cabo por los grupos de ciudadanos reunidos en pro de un objetivo común, ésta se ha apoyado en los caminos a los que da pie el Internet para llegar a una organización o suscitar una acción. Esto debido a que como se mencionó anteriormente es posible generar un acercamiento sin implicar un vínculo fuerte, sino más bien coincidencias que se fortalecen cuando aparece la ocasión de unirse por un acontecimiento. De esta manera se abre también a una comunicación más flexible, mientras que, a su vez, es posible organizarse y producir un debate que dé a conocer distintos puntos de vista de una situación política (Subirats, 2011).

### **2.5.2 Teoría del Capital Social (Bordieu)**

La teoría del capital social ha sido abordada por múltiples autores. Entre ellos, Bordieu describe el capital social como un concepto que involucra a una red social de conexiones, donde los individuos que la conforman poseen un conjunto de características que los identifican, que los unen bajo un colectivo. Asimismo, declara que el tamaño de este capital social, va de acuerdo a la cantidad de lazos que esta red tenga la posibilidad de reunir y también de la cantidad de recursos con la que los individuos cuenten (Bourdieu, 1986).

Por su lado, Coleman sostiene que el capital social no involucra una única identidad, sino en su lugar, está compuesto por una gran cantidad de identidades, tantas como los individuos que conformen parte de este capital. A su vez, Coleman divide el capital social en distintos tipos, como la reciprocidad de beneficios y el uso de círculos sociales cercanos como medio para obtener información (Coleman, 1990).

Finalmente, Putnam señala cómo a través de una red social las posibilidades de generar una organización social, donde justamente por la cercanía, el conocimiento mutuo de sus individuos, las redes sociales favorecen una colaboración y estructuración en pro de un provecho que beneficie a ambas partes. Todo ello, Putnam lo establece dentro de un contexto de nuestra labor como parte de la ciudadanía (Putnam, 1993).

### 2.5.3 Rol de actores sociales cibernéticos en protestas sociales

En primer lugar, los actores sociales cibernéticos son definidos como las personas que ponen en práctica diversas técnicas o estrategias para conseguir fines políticos, sociales o económicos, a través de la evaluación y definición del uso de la información para lograr ejercer dominación en el mismo (Vicente, 2004). Este término es clave en la presente investigación, pues ellos organizan y difunden las protestas virtuales. Por ello, se involucra a tales actores en la prueba experimental, la cual será realizada posteriormente como parte del desarrollo de la investigación.

Los actores sociales cibernéticos pasan de la acción individual aislada a formar parte de las múltiples redes de interacciones de su entorno, que pueden ser la familia, amigos, compañeros de trabajo, entre otras redes que contribuirán a la popularidad de las comunicaciones y/o los medios (Miquilena, 2010). Es dentro de ellas, precisamente, donde se llevan a cabo las interacciones que confirman que las redes sociales son, por excelencia, un gran ámbito de interacción humana, ya que los vínculos emergen gracias a lo que enlazan en las informaciones que se difunden o contenido que se comparte dentro de una dinámica de organización. Con el simple hecho de publicar material multimedia durante una protesta, los activistas manifiestan sus puntos de vista, apoyan el de otros, generan un debate, comparten o reproducen (Ziller y Braga, 2014).

Es así que las redes funcionan como espacios para brindar y dirigir apoyo hacia el logro de un objetivo común (participación y acompañamiento), la deliberación (compromiso y acciones) (Brandtzaeg, Følstad y Mainsah, 2012), la colaboración de tareas (planteamiento de nuevas ideas o soluciones) (Hernández, Martínez y Robles, 2013) y la creación de comunidades que han aprendido a vincular lo *online* con lo *offline* (Mendoza y Valenzuela, 2020).

Por ello, tanto las redes sociales como los actores cibernéticos, son elementos clave para llevar a cabo las manifestaciones virtuales, pues son ellas quienes se encargan de la difusión y desarrollo, dependiendo de sus posibilidades. Así, se presenta una clasificación de los actores, según las redes sociales y medios tradicionales.



**a. Voluntarios/Primera línea**

Dentro de la definición de voluntarios en las movilizaciones virtuales, se puede afirmar que cumplen su función al ofrecerse como embalsamadores cibernéticos para participar de manera activa en las movilizaciones (Job, s, f.). Así, los voluntarios cuentan su testimonio en redes para lograr concientización o difusión de ayuda en temas o puntos específicos. Además de ello, los voluntarios de primera línea se encuentran muy cerca y lo suficientemente enterados para brindar auxilio a los afectados y ayudar a identificar nombres, heridos, desaparecidos; etc., pues recolectan datos que pueden ser de vital ayuda para los familiares de los activistas (Perú 21, 2020).

Pueden considerarse, también, como el resultado de un proceso de organización ligado a la conformación de una institución (Trejos, 2018). Las personas deciden formar parte esencial de las movilizaciones debido a que encuentran afinidad cultural entre el significado del movimiento y los participantes. Además, surgen en momentos en los que las luchas por el poder han abierto una ventana de oportunidad para los grupos desfavorecidos; que perciben que existe división y fragilidad (Somuano, 2007).

**b. Informantes/Difusores**

Otro rol que toman los ciberactivistas es el de informantes o difusores de información clave para contribuir con el desarrollo de las mismas. Los usuarios que cumplen este rol se originan debido a que los medios tradicionales, en ciertas ocasiones, eran punto de manipulación y censura de la información. Las nuevas tecnologías de la información y comunicación proporcionan a los ciberactivistas una forma de informarse de manera más didáctica y rápida. Sin duda alguna las redes sociales se han convertido en grandes aliados a las marchas y movilizaciones (Rosales, 2020).

Los informantes o difusores de la información se vuelven los promotores de las protestas sociales que incorporan masivamente la tecnología de las comunicaciones digitales a sus acciones (Abellán, 2014). Con ello, se facilita no solo el desarrollo de las movilizaciones virtuales, sino que ayuda a

construir una relación mucho más sólida entre informantes/difusores y los demás usuarios de las plataformas o participantes.

Así, el internet y las redes sociales son las principales herramientas para la difusión de información, a través de las cuales se hacen llegar diferentes mensajes hacia otros internautas con la finalidad de dar a conocer la realidad de los hechos. Diversas formas de información como *flyers* o videos autoeditados se convierten en el material fundamental de difusión y las páginas con mayor cantidad de seguidores o conocidas por gran parte de los usuarios de las redes se vuelven las plataformas desde donde se puede seguir las concentraciones y/o desarrollo de acciones de los grupos en la movilización (Abellán, 2014).

Esta clasificación evidencia las diferentes prácticas que se pueden llevar a cabo para el desarrollo de movilizaciones sociales en redes sociales, siendo estos roles clave para la consecución de los objetivos colectivos planteados por los ciberactivistas una vez que identifican un sentido de afinidad o intereses comunes con otras personas. De la misma manera, estos roles se complementan, pues se brinda difusión del contenido que se obtiene desde la experiencia personal como también información clave para los protestantes.

## **2.6 Marco contextual**

A mediados del mes de noviembre del año 2020, en diversas ciudades del Perú, se dio lugar a una serie de protestas y/o disturbios tras la declaratoria de vacancia por incapacidad moral al entonces presidente Martín Vizcarra. Estas iniciaron el 10 de noviembre del 2020 y fueron una demostración de la indignación de la población y su rechazo por la asunción al cargo presidencial del entonces presidente del congreso Manuel Merino, siendo este acto considerado por muchos desde inconstitucional hasta un golpe de estado encubierto (Toledo, 2020).

Tal caos político tuvo su origen a inicios del mes de Setiembre, cuando se investigaba por un contrato con el cantante Richard Cisneros para la realización de “charlas motivacionales” en el Ministerio de Cultura, luego de que el parlamentario Edgar Alarcón revelara audios que vinculaban al entonces presidente con el caso Cisneros. Según Canal N (2020), al darse a conocer ello, Manuel Merino inicia comunicación con



miembros de Fuerzas Armadas para pedirles tranquilidad, lo cual más adelante fue visto como un intento de conspiración. Así, tras la publicación de informes donde se confirmaba el contacto de Merino con FF. AA y funcionarios del gobierno, además de adelantarse a crear un gabinete de transición, disminuye el apoyo a la vacancia por parte de los congresistas, logrando 65 votos a favor, 36 en contra y 25 abstenciones (BBC, 2020). Para vacar al presidente, sin embargo, se necesitaba al menos 87 votos a favor, por lo que se opta por su no destitución.

Tras un intento fallido, el partido político Unión por el Perú plantea una nueva moción de vacancia en octubre del mismo año tomando como base supuestos actos corruptos por parte de Martín Vizcarra cuando desempeñaba el cargo de gobernador regional de Moquegua, incluyendo el caso “el club de la construcción”, donde habría recibido sobornos a cambio de la entrega de dos obras públicas: Las lomas de Ilo y el Hospital Regional de Moquegua en los años 2013 y 2014 (BBC, 2020). Siendo las empresas que presuntamente le habrían pagado sobornos, el consorcio ICCGSA-Incot, por el hospital y Obrainsa por las Lomas de Ilo (El Comercio, 2020).

Es así como el Congreso de la República admite a trámite tal moción contra Martín Vizcarra, por lo cual es citado para presentar sus descargos. Se programa para fines del mes de octubre, pero se prorroga para la primera semana de noviembre, cuando el ex presidente se presenta a ejercer su defensa y se procede a un posterior debate para la aprobación de la vacancia. Así, con 105 votos a favor se aprueba la vacancia por incapacidad moral a Vizcarra y la toma del cargo presidencial por Manuel Merino (Canal N, 2020).

Es así que se generan las diversas protestas y movilizaciones de personas como resultado de la indignación, principalmente hacia la plaza San Martín o las afueras del Palacio Legislativo, bajo diversos lemas, entre los cuales se encuentra “Merino no me representa” (Banda, 2020). Es aquí donde las redes sociales tuvieron su rol protagónico, pues fue a través de las mismas que se logró la organización y difusión tanto de puntos de encuentro como de movilizaciones hacia lugares estratégicos. Diversas plataformas, entre ellas Instagram, sirvieron de herramientas para miles de personas en diferentes partes del país, principalmente los jóvenes, las cuales la usaron para manifestarse e informarse en rechazo a lo sucedido en el marco político (Rosales, 2020).

Es por ello que, las redes sociales presentaron una gran ventaja para las movilizaciones por su expansión y acceso, pues permitió coordinar protestas simultáneamente en todo el país, el mismo día e incluso a la misma hora.

Dentro de los grupos participantes se encuentran diversas comunidades con un sentido de intervención y uso de sus herramientas como voz de protesta. Tal es el caso de los “skaters”, quienes con sus tablas forman escudos para protegerse de los enfrentamientos violentos o que los usan como “pancarta”, escribiendo en ellas palabras que los definan a ellos y a su propósito, como, por ejemplo, “libertad” y “somos jóvenes enojados, no delincuentes” (El Comercio, 2020).

Aunque resulte imposible capturarla en su totalidad porque es un fenómeno tridimensional, las protestas y, por ende, los activistas se organizan de diversas maneras, desde los objetos que llevarían a la marcha hasta los cantos o frases que gritarían. A ello se le suman las tácticas que usan para evadir policías, cómo curarse en caso de recibir gas lacrimógeno, cómo se hidratan/ comen o si es que aportaran con una olla y cuchara para el “cacerolazo”. Es gracias a las redes, también que se organizan estas marchas sin ninguna ideología detrás, integrando a diversos grupos y generaciones que se apoyan entre sí y se encuentran en las calles, sin partidos, sin gremios y con comités antibombas y de seguridad espontáneos, listos para marchar (Urrutia y Chávez, 2020).

Todos estos hechos fueron ocurriendo conforme iban pasando los días desde que Manuel Merino fue nombrado nuevo presidente de la República, considerando esto como el detonante que impregnó a la población peruana de indignación y un sentimiento de intervención, incluso cuando se encontraban confinados por la pandemia del Covid-19.

Para un mejor entendimiento de la contextualización del caso en estudio, se ha plasmado la siguiente línea de tiempo.

Tabla 2.4

Línea de tiempo de los hechos ocurridos durante la movilización social en noviembre 2020: Caso Merino

17 de octubre	20 de octubre	2 de noviembre	9 de noviembre	10 de noviembre	14 de noviembre	15 de noviembre
Colaboradores eficaces señalan a Martín Vizcarra como beneficiario de sobornos provenientes de la construcción de un hospital en Moquegua, durante su gestión como presidente regional de la provincia mencionada.” <sup>a</sup>	Se presenta moción de vacancia contra el presidente de la República del Perú.” <sup>a</sup>	Comienza el proceso de determinación de vacancia al entonces presidente del Perú.” <sup>a</sup>	Luego de un debate en el Congreso de la República del Perú se concreta la mayoría de votos a favor de la vacancia de Martín Vizcarra.” <sup>a</sup>	El presidente del Congreso de la República del Perú, Manuel Merino, es nombrado como nuevo presidente de Perú.” <sup>a</sup>  Comienzan las protestas contra el reciente nombramiento de Manuel Merino. Peruanos pronuncian su descontento en redes sociales y en marchas llevadas a cabo en diferentes puntos del país.” <sup>a</sup>	Las protestas tomadas en las calles de Lima se ven oscurecidas por muestras de violencia que terminan con la vida de dos jóvenes: Inti y Bryan.” <sup>b</sup>	Luego de cinco días en el mandato, Manuel Merino presenta su renuncia como presidente del Perú.” <sup>a</sup>

Nota: <sup>a</sup>Vuelvas. (2020). <sup>b</sup>Sociedad LR (2020).  
Elaboración propia.

El inicio de las movilizaciones sociales de noviembre de 2020 se dio debido a los cambios repentinos y un sentido de incertidumbre por parte de la población hacia el Congreso de la República, pues ya se venían evidenciando situaciones que generaban descontento. Fue sino hasta que la protesta cobrara la vida de 2 manifestantes, para que Manuel Merino anunciara su renuncia al cargo, lo que marcaría el fin de estos enfrentamientos.

## CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

La presente investigación es un estudio exploratorio-descriptivo, pues, en líneas generales, se busca identificar las tendencias o usos que le otorgaron los jóvenes universitarios a las redes sociales en las movilizaciones de noviembre de 2020. Además, al ser el tema central de esta investigación muy reciente, no se encuentran estudios que se enfoquen específicamente en el desarrollo de una manifestación de tal magnitud en el país y en un contexto inusual como lo es la pandemia del Covid-19. Así, los estudios exploratorios pretenden analizar fenómenos desconocidos o novedosos de los cuales tienen muchas dudas o no se ha abordado antes (Hernández et al, 2010). Asimismo, según Hernández et al. (2010) los estudios descriptivos buscan especificar los rasgos o perfiles de personas, grupos y/o comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.

El presente estudio busca conocer tanto el poder de la población, como de las redes sociales, como fuentes de difusión e información masiva capaces de lograr grandes cambios en temas políticos, económicos o sociales que ocasionen gran descontento. Según el tipo de enfoque, la presente investigación es de carácter cualitativo y cuantitativo. De tal manera, en cuanto al carácter cuantitativo, comprende el análisis de variables abstractas como la interacción de usuarios en redes, mediante métricas, el uso de las mismas para la organización de las movilizaciones. Además, se considera cualitativo ya que se enfocará en una descripción de los hechos del pasado noviembre del 2020 desde la perspectiva de jóvenes ciberactivistas que participaron en la protesta. Cabe resaltar que, según Hernández et al. (2010) el enfoque cualitativo se refiere a una investigación fenomenológica o interpretativa que incluye una variedad de concepciones o técnicas, donde la recolección de datos consiste en obtener perspectivas y puntos de vista de los participantes y de interacciones entre individuos o grupos.

Para resolver el objetivo específico que implica: Identificar las redes sociales más usadas y los contenidos compartidos por parte de los estudiantes de una universidad de Lima, durante su participación en las protestas de noviembre del 2020, se ha determinado emplear dos técnicas: etnografía digital y encuestas. La primera consiste en una observación cibernética del contenido publicado por parte de diez cuentas en redes sociales que generaron gran cantidad de publicaciones durante la protesta, siendo las

siguientes: @La.Encerrona, @lamula.pe, @DanielOlivares, @Wayka, Memes Ulima, Confesiones Ulima, @Mitocondria.cc, @Delaptm, @Influencersoutofcontext y @Dilofuerteperu. La cual, a su vez, incluye un análisis de métricas de interacción que mida la cantidad de acciones en redes sociales que se llevaron a cabo con las publicaciones realizadas durante la protesta. La segunda técnica, encuestas, se ubica dentro del carácter cuantitativo. Se tomó como muestra una cantidad específica de 378 estudiantes universitarios que participaron en las protestas de noviembre del 2020. En esta línea, la investigación consideró como referencia la metodología de encuesta empleada por Ruiz (2018), para la estructuración de la encuesta empleada en la presente investigación, ello debido a que en la mencionada investigación se coincide con la presente en el concepto de acción colectiva. Además, para la misma, se basó en las preguntas redactadas en la encuesta realizada por Agurto (2012) Capital Social: Un intento de medición.

Por otro lado, para el objetivo específico que comprende: Analizar los usos dados a las redes sociales por parte de los estudiantes y sus acciones off line, durante las protestas de noviembre de 2020, se seleccionó como técnica la encuesta, el análisis de métricas de interacción, y entrevistas a profundidad dirigida a jóvenes universitarios de una universidad de Lima. Las técnicas de estudio, encuesta y análisis de métricas, se basan en lo mencionado anteriormente. Mientras que, la técnica de estudio: entrevista a profundidad, se llevó a cabo con cuatro jóvenes estudiantes que tuvieron una participación activa durante las protestas del caso Merino.

Por último, el objetivo específico que propone: Identificar las prácticas de la acción colectiva generadas durante la protesta social “Caso Merino” 2020, será resuelto mediante las técnicas de estudio mencionadas anteriormente: etnografía digital, entrevistas y encuestas a jóvenes universitarios.

### **3.1 Herramientas e instrumentos**

Con el objetivo de recaudar la información necesaria para el presente trabajo de investigación se llevará a cabo un minucioso estudio a través de la utilización de diversas herramientas, las cuales fueron elegidas específicamente para cumplir los objetivos presentados y así, aproximarnos de manera eficaz hacia nuestra población y/o muestra.

### 3.2 Encuesta

La encuesta es una técnica de recolección de datos de carácter cuantitativo, a través de la cual se obtiene un conjunto de resultados plasmados en gráficos estadísticos. Asimismo, por medio de una guía de preguntas, la encuesta permite a los investigadores un acercamiento a la muestra representativa de una población. La encuesta ofrece diversos métodos de medición para así administrar de una manera correcta las diferentes categorías de información que se busca obtener (Fachelli & López- Roldán, 2015). Con la presente herramienta de investigación se realizarán encuestas a una muestra de 378 estudiantes universitarios del rango de edad de 18 a 25 años de edad, pertenecientes a las diversas carreras universitarias (Questionpro, s.f.). Asimismo, la encuesta nos permitirá complementar los tres objetivos específicos planteados en la investigación.

Las variables del estudio buscan medir y analizar el activismo que los estudiantes tomaron dentro de la organización de la movilización a través de las siguientes categorías: Tipos de redes sociales, redes sociales más usadas en el Perú, formatos de contenido, hipermediación, contenido motivacional tipos de interacción, tipos de usos online, acción colectiva, capital social y rol de actores cibernéticos (véase en Anexo 5). Asimismo, es esencial medir como variable las actitudes que los llevó a determinado actuar: qué los dirigió a emplear ciertas redes sociales sobre otras, a producir y consumir los diferentes tipos de información. Ello será redactado en la encuesta mediante la Escala de Intervalos, la cual es la más recomendada en medición de actitudes. De esta manera mediremos el grado de inclinación a determinadas actitudes.

Por otro lado, se tomará en cuenta, la variable de acción colectiva. Ésta es importante para analizar la planificación que hubo, detrás y durante, de la organización de movilización. La presente variable será analizada a través de la escala nominal que permitirá contrastar dos a más aspectos (por ejemplo, redes sociales, formatos audiovisuales usados, indicadores de interacción, etc.). Además, preguntas abiertas que nos permitirán determinar los actores sociales que generaron un mayor *llamado a la acción* para el encuestado.

Para la realización de las encuestas, el primer universo involucra a los estudiantes de una universidad en Lima, los cuales componen un universo de 19,117 (Sunedu, 2020). La selección de dicha población se debe a que el estudio analiza la participación de los estudiantes en un rol de ciberactivistas. En cuanto a los aspectos demográficos, la



delimitación de edad de los participantes parte desde los 18 hasta los 25 años de edad. Considerando, además tanto hombres como mujeres dentro del análisis. Asimismo, el perfil sociodemográfico de los encuestados es: Nivel socioeconómico AB, estudiantes de pregrado, pertenecientes a una universidad privada, con interés en la política nacional

Figura 3.1

Fórmula

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Donde:

- N = 19 117
- $Z_{\alpha}$  = 1.96 al cuadrado (si la seguridad es del 95%)
- p = proporción esperada (50% = 0.5)
- q = 1 – p (en este caso 1-0.5 = 0.5)
- d = precisión (5%)

Para ello, considerando el universo total de 19,117 (Sunedu, 2020), apuntando a un nivel de confianza de 95% y un margen de error de 5% se ha obtenido como resultado un tamaño de muestra de 376 personas (Biostatístico, s.f.). De ellas, todos pertenecen al nivel de pregrado, considerando todas las carreras universitarias ofrecidas en la casa de estudios.

Los participantes reclutados para la realización de la encuesta fueron contactados a través del correo electrónico universitario y la red social Facebook. A través de dichos medios, se les extendió la invitación a participar en el estudio de investigación, donde accedieron a la guía de preguntas de la encuesta, mediante un enlace a la página web Google Forms. Para más información, véase el Anexo 3.



Asimismo, se les comunicó el beneficio que obtendrían al colaborar en la investigación. La información de la encuesta fue recaudada durante un mínimo de cuatro semanas o hasta alcanzar la muestra de población establecida. Al iniciar la encuesta, cada participante encontró la hoja de consentimiento, que se puede encontrar en el Anexo 1, donde revisaron la información del estudio, así como sus derechos de participantes. Lo que menciona podrán retirarse del estudio de creerlo necesario.

Se optó por la realización de encuestas debido a que se consideran investigaciones que brindan resultados descriptivos (Hernández et al, 2006). Tal definición se relaciona con el enfoque del presente estudio para el alcance de los objetivos planteados y permite responder de manera adecuada a las preguntas establecidas. Las encuestas, además, permitirán un acercamiento mucho más eficaz hacia nuestras muestras, pues la gran cantidad de estudiantes ingresará a ella de manera inmediata para encontrarse con un cuestionario de amigable usabilidad y proporcionará resultados en tiempo real según se desarrolle la encuesta durante el tiempo determinado.

### **3.3 Entrevista**

La herramienta “Entrevista” es un método cualitativo de investigación que permite una mayor profundidad y precisión en las respuestas otorgadas por los participantes. A su vez, a través de la entrevista es posible llegar a una especie de observación indirecta de la situación. Es decir, las personas entrevistadas describen y explican determinados acontecimientos a partir de su propia experiencia, ofreciendo al investigador una observación de la situación o circunstancia, sin haber estado en el lugar de los hechos directamente (Pérez, 2009). Es así, que se propone aplicar la herramienta de “Entrevista” para recolectar información de actores sociales que hayan participado en la protesta social de noviembre de 2020.

Para ello se estructuró la entrevista en un bloque general para conocer a los entrevistados y luego introdujimos tres ejes temáticos que abordaron preguntas puntuales que nos permiten aproximarnos a los diversos puntos de vista de los entrevistados.

En primer lugar, se considera necesario abarcar el tema de las motivaciones para así entender la razón por la que los diferentes actores decidieron formar parte de la movilización. Además, preguntas relacionadas a la manera y el momento en que decidieron que debían empezar a tomar parte en la movilización. Seguido de ello,

introduciremos el eje de la organización, pues al ser personajes que se involucraron con el desarrollo de la movilización, ahondaremos en temas sobre cómo estructuraron y planificaron su participación. Además, cómo se lidió con el contexto actual de salir en medio de una pandemia, efectos de esta movilización en la rutina diaria, etc. Esto nos permite ver más de cerca cuánto tiempo le otorgaban a mantener informados a las personas en redes, cómo manejaban toda la información en sus plataformas o, en su defecto, cuánto tiempo les consumía toda la situación política y su inclusión en el día a día.

Finalmente, abordaremos el eje temático referido al rol que cumplieron durante las movilizaciones; de esta manera nos acercamos a entender la función que tuvieron los participantes de la movilización como informantes/difusores con toda la información que terminó considerándose en la cobertura total del acontecimiento en redes.

Es así que, a través de la recopilación de información veraz y oportuna, se busca amplificar la mirada de este estudio añadiendo más opiniones, análisis y explicaciones que provengan de los autores en sí de la movilización en cuestión. La entrevista se aplicará a cuatro jóvenes, cuyo perfil coincide con el de los encuestados en la muestra, y que, a su vez, estuvieron a cargo de cuentas en redes sociales que presentaron mayor actividad durante la protesta y quienes mantuvieron su rol como actores sociales cibernéticos favoreciendo la organización de la movilización. Por tanto, se consideró como universo las siguientes cuentas en redes sociales: @culturale.pe, @ConfesionesUlima @AndreaJara y @AlonsoMas.

Para el proceso de reclutamiento, los participantes (actores sociales) recibieron la invitación a ser parte de la investigación a través de sus redes sociales: Facebook, Instagram o Twitter, donde se les comunicó un acercamiento a los objetivos de la investigación y la importancia de su participación. Una vez aceptada la invitación, y posterior a un consentimiento (véase en Anexo 2) aceptado por parte del entrevistado, la entrevista de profundidad fue realizada a través de la plataforma de video llamada: Zoom, esto debido al contexto de pandemia impedía una entrevista de modo presencial por medidas de seguridad.

Con todo lo anterior mencionado, se propuso la realización de entrevistas a profundidad para obtener una visión más cercana de los testimonios de nuestra muestra. La entrevista aparece como una herramienta adecuada para el cumplimiento de los

objetivos planteados porque amplifica la información añadiendo datos que no se pueden percibir de manera superficial con otros métodos que no impliquen una conversación directa, debido a su carácter íntimo, flexible y abierto, logrando una comunicación o construcción conjunta de significados respecto a un tema (Hernández et al, 2006). Se recomienda revisar el anexo 4 para conocer la guía de entrevista realizada en la investigación.

### **3.4 Etnografía digital y análisis métricas**

La etnografía se reconoce como una herramienta primordial de la exploración en el ámbito de la antropología. Mediante la cual se requiere como ingrediente indispensable la observación minuciosa. A partir de lo cual, el indagador se adentra a través de los procesos sociales investigados, y con ello se recopila una serie de datos que permite reflexionar sobre un sistema de significación (Meneses, 2014). En tal sentido, es posible comprender el estudio de etnografía digital o también llamada etnografía como una herramienta de investigación empleada para la investigación de asociaciones virtuales (Kozinets, 2010). Por consiguiente, las personas a cargo del estudio se transforman en espectadores empleando la información para producir apreciaciones sobre determinados rasgos del tema a indagar (Akturan, 2009)

Con la herramienta de etnografía digital, la investigación propone analizar los contenidos digitales en redes sociales de cuentas con una fuerte influencia en sus seguidores y con una participación activa durante la protesta social: Caso Merino. Ello permite contrastar los distintos debates producidos durante la protesta social que generaron un llamado a la acción en los usuarios, para motivarlos a tomar las riendas de sus acciones y proceder a llevar a cabo planes de organización y participación en la protesta de formas variadas.

A través de la presente herramienta conoceremos los diversos procesos de comunicación en el contexto que se encontraba el país por el caso Merino. Para ello, nos centraremos en una muestra específica de redes sociales cuya temática gire en torno a la política y participación ciudadana que cuenten con más de 25,000 seguidores. Tomaremos, entonces, 10 cuentas más relevantes en cuanto a contenido y alcance: @La.Encerrona, @lamula.pe, @DanielOlivares, @Wayka, Memes Ulima, Confesiones Ulima, @Mitocondria.cc, @Delaptm, @Influencersoutofcontext y @Dilofuerteperu

Con esta herramienta buscamos analizar los usos que fueron dados a las redes sociales y así contrastar indicadores de interacción de las más usadas. Esto es la descripción de las tendencias encontradas en el contenido estudiado y medición de la claridad con la que se plasmaban los mensajes para así conocer cómo es que las redes se convirtieron en un espacio determinante de información durante noviembre del 2020.

El presente estudio se llevó a cabo a través de una observación que nos ayuda a llevar de manera más eficaz el estudio, pues resaltaremos las características relevantes, del contenido en cuestión, en unidades que permitan su descripción. Para ello, primero elegimos nuestras unidades de análisis, para las cuales consideramos oportunas a las redes sociales: Instagram, Facebook y Twitter, por un periodo de tiempo de una semana contando desde el 9 hasta el 16 de noviembre, marcando el inicio de las movilizaciones por la crisis política y culminando con la renuncia de Manuel Merino el pasado noviembre.

A partir de ello, consideramos dos variables que serán tomadas en cuenta dentro de nuestras unidades de análisis de interacción, las cuales fueron tomadas de la matriz de variables empleadas para la investigación (Véase anexo 5). Entre ellas se encuentra: hipermediación e interacción y para la observación digital, la etnografía tomará como unidad de análisis será la variable de convocatoria de organización. Para la primera variable mencionada, es decir hipermediación se desarrollarán las siguientes categorías que permitirán clasificar la información según el contenido en redes sociales que se esté analizando. A continuación, explicaremos brevemente la consideración de las categorías mencionadas:

Tipo de información: dentro de las diversas cuentas que se analizarán categorizaremos el contenido que se registre de manera que se puedan identificar publicaciones con información descriptiva, las cuales se encargan únicamente de detallar el panorama que se estaba viviendo en el contexto de la movilización, difusora, entendida como las cuentas que se encargan de hacer viral información clave sobre la protesta como personas desaparecidas, puntos de ayuda para protestantes, etc. o testimonios, entendida como cuentas que publicaban el sentir de los protestantes de primera línea y en general sobre el desarrollo de la marcha.

Tipo de Cuenta: muchas de las cuentas que tenían un enfoque establecido cambiaron drásticamente a dedicarse a uno totalmente diferente. Entre estas se

encuentran cuentas de chismes que acapararon todo su contenido exclusivamente a la marcha, portales de noticias, *feeds* de *influencers*, etc.

Cantidad de Contenido (imágenes, videos, links, texto): De esta manera se busca contabilizar el tipo de formato audiovisual que se percibió en mayor cantidad durante la semana de la protesta y, por ende, obtener resultado a que tipo de información estaban más expuestos los usuarios.

Seguido de ello abordaremos la variable de Interacción. Esta será dividida en tres categorías a tomar en cuenta: comentarios, *likes* y compartidos. Cada uno tendrá como indicador el número de comentarios, *likes* y compartidos, respectivamente. Es así que se podrá obtener un acercamiento al alcance que lograron las cuentas indicadas durante la producción de su contenido. Asimismo, dicha interacción refiere a las prácticas a las que recurrieron los usuarios para expresar su opinión pública en diversas formas.

A su vez, a través de la variable de Convocatoria de Participación se marcará con un aspa los formatos audiovisuales que las cuentas utilizaron para motivar la implicación ciudadana a la marcha. Entre los formatos audiovisuales están: texto, imágenes, videos, transmisión en vivo y *stories*.

Finalmente, se realizará una descripción cualitativa de las 4 publicaciones más relevantes, en cuanto a más alto nivel de interacción, específicamente *likes*/reacciones. Esta descripción se realizará en base a tres temas fundamentales para la investigación: organización, motivación para protestar y acción colectiva. Se busca analizar la forma de comunicación que cada cuenta llevó en consideración para llegar a su público.

El universo considerado para la etnografía digital, recae en el espacio digital. Es así que se encuentra compuesto por cuentas en redes sociales cuya temática gire en torno a la política y participación ciudadana. Para una mayor precisión y eficaz representación de análisis se tomará como muestra específica aquellas cuentas en redes sociales que cuenten con más de 25,000 seguidores.

Respecto a la etnografía digital que se realizará en redes sociales, se tomarán en cuenta para el estudio a aquellas cuentas que contengan más de 25 mil seguidores, esto debido a que ello implica su rol como influenciadores a un amplio grupo de personas. A través de dichas cuentas se analizará el mensaje de su contenido virtual tanto de forma textual como mediante imágenes informativas, videos (*stories* archivados, transmisiones

en vivo archivadas). Una vez recaudada la información será organizada en cuanto a red social y herramienta.

Cabe mencionar que, la elección de la etnografía digital se basa en que es una técnica que nos permitirá nutrir la investigación con el debate y el contenido virtual generado por los asistentes y protestantes que se manifestaron mediante el uso de redes sociales. Se consideró conveniente analizar los procesos de comunicación en diferentes contextos, y redes sociales. Todo ello desde una perspectiva cualitativa que permita interpretar el uso que se llevó a cabo en las redes sociales para pronunciar las manifestaciones de los protestantes.

En síntesis, la metodología seleccionada para la realización del estudio permitirá descubrir nuevos conocimientos sobre la organización originada por los jóvenes universitarios durante las protestas del caso Merino. Y a su vez, será de relevancia con el objetivo de solucionar las siguientes preguntas planteadas desde el principio de la investigación: ¿Qué uso les dieron los estudiantes universitarios a las redes sociales durante la protesta de noviembre del 2020? ¿Qué acciones online y offline desarrollaron los estudiantes universitarios a partir del debate virtual? ¿Cuáles fueron las dinámicas de la acción colectiva y los debates virtuales que se generaron durante las protestas de noviembre del 2020? ¿Cuáles fueron las redes sociales a través de las cuales los estudiantes universitarios participaron en la protesta social?



## CAPÍTULO VI: RESULTADOS

En búsqueda de una correcta organización y comprensión de los resultados obtenidos a través del proceso de metodología llevado a cabo, los hallazgos obtenidos por las herramientas se presentarán en orden de los tres objetivos de investigación y como subtítulo, cada herramienta que aportó resultados orientados a su resolución.

### 4.1 Clasificación, preferencia y contenido de redes sociales en Perú

En función de solucionar el primer objetivo específico que consiste en: Identificar las redes sociales más usadas y los contenidos compartidos por parte de jóvenes estudiantes de Lima durante su participación en las protestas de noviembre del 2020, se ha obtenido los siguientes resultados:

#### a. Tipos de uso online y offline

Respecto a los tipos de usos online antes de las marchas en el espacio urbano, una gran cantidad de encuestados optó por el reposteo de contenido (82.5%) seguido de *likes* o reacciones a publicaciones (64.3%). Entre las opciones por las que menos optaron se encuentra la producción de contenido (19.8%) y la modificación de perfiles en las redes, también en baja medida (25.1%). Además, en cuanto a los aportes realizados a la organización de la movilización en sí, una mayoría de encuestados (que sí asistieron a la protesta) (16,1%), afirmaron haber aportado convocando a amigos en redes sociales, una segunda mayoría de asistentes a la protesta, aportó realizando publicidad de convocatorias masivas (12.2%), mientras que un tercer grupo se informó sobre rutas de movilización (9.8%)

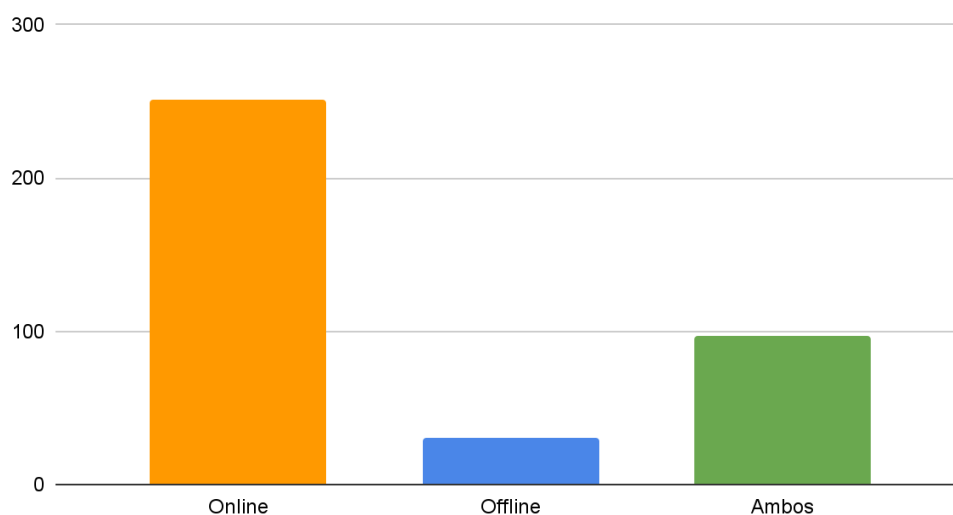
Así, en cuanto al tipo activismo, específicamente el activismo offline, un grupo reducido de encuestados afirma solo haber asistido a marchas, sin implicancia en redes sociales (7.9%). Sin embargo, la mayoría de encuestados (66.4%) afirma haber realizado una intervención mayor a nivel online, únicamente. Y una segunda mayoría, afirma haber complementado



ambos tipos de activismo, online y offline (25.7%), como se observa en la siguiente figura.

Figura 4.1

Tipo de activismo realizado durante la protesta contra Manuel Merino



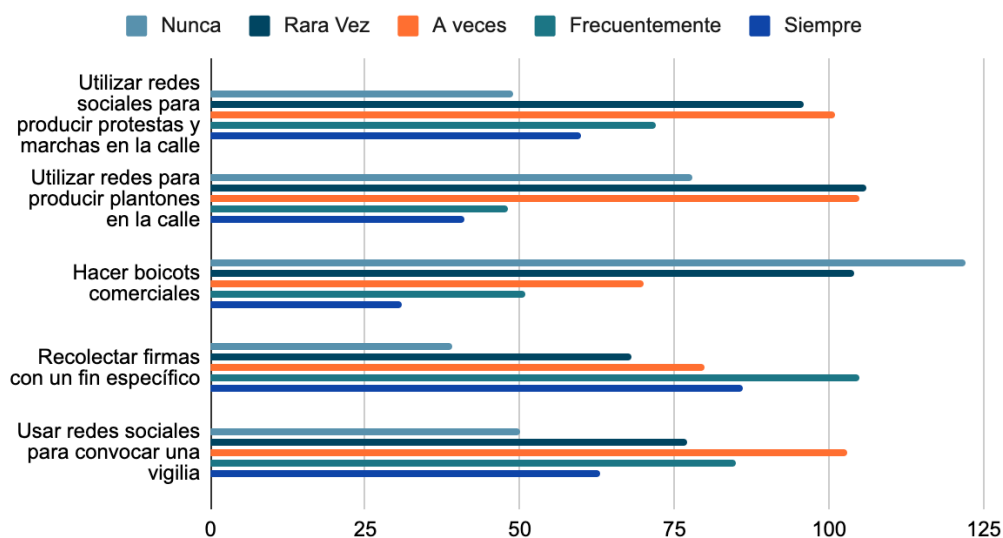
Nota: El gráfico representa el tipo de activismo realizado por los 378 encuestados durante las protestas de noviembre del 2020 en contra de Manuel Merino.  
Elaboración propia.

#### b. Tipos de uso online y offline

Se puede observar que, de los encuestados, la mayoría (27%) señaló que a veces sería capaz de utilizar sus redes sociales para producir protestas y marchas en la calle. Por otro lado, la mayor parte de encuestados (28%) indicó que rara vez utilizarían sus redes para producir plantones en la calle, es decir, pararse en la calle para protestar. Añadiendo a ello que, una cantidad superior de encuestados (32%) indicó que nunca utilizarían sus redes sociales para realizar boicots comerciales, es decir juntar a un grupo de personas para dejar de comprar algo. Solo una pequeña minoría (8,2%) afirmó que realizaría esta actividad. Seguido de ello, de los encuestados, la mayoría (27.78%) afirmó que usaría sus redes, frecuentemente, para recolectar firmas con un fin específico. Por último, un grupo superior de encuestados (27.25%) afirmó que, a veces, usarían sus redes para producir una vigilia.

Figura 4.2

### Capacidad de tomar acción

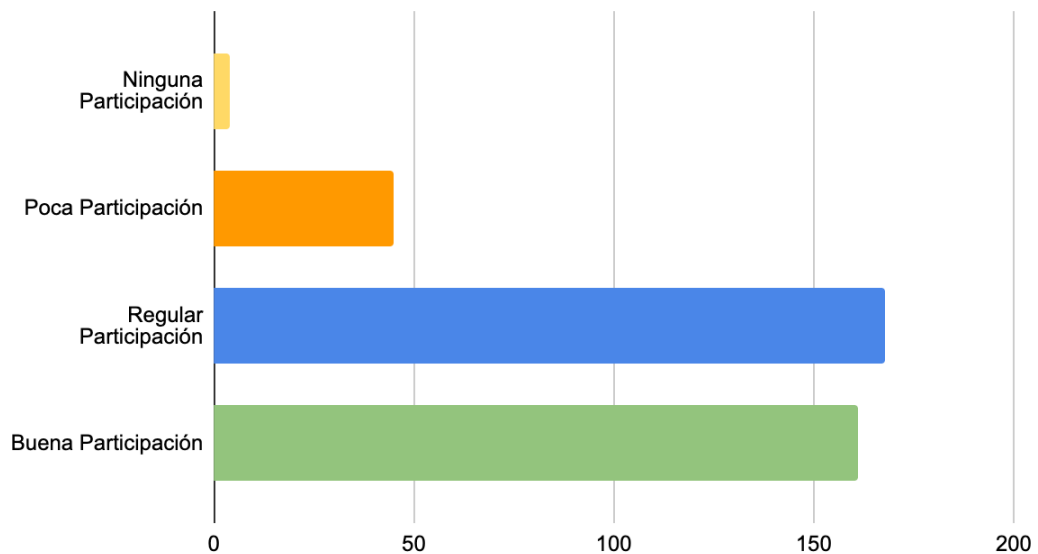


Nota: El gráfico representa la frecuencia con la que los 378 encuestados se sienten capaces de tomar acciones frente a una protesta. Elaboración propia.

En cuanto a la evaluación de los encuestados sobre la participación de sus círculos más cercanos, se evidenció que cerca de la mitad de los encuestados (44.4%), considera que percibió una participación regular. Seguido de ello, con una ligera diferencia, una segunda mayoría (42,6%) considera que percibió una buena participación. En relación a ello, cerca del total de encuestados (94.7%) considera que sí es necesario que todos cooperen entre sí para lograr objetivos, en este caso el que se buscaba lograr con las marchas. Añadiendo a ello que, más de la mitad de encuestados (59.5%) afirma que la mayoría de la gente está dispuesta a cooperar con otros cuando existen problemáticas en el país que lo requieran. Por último, una amplia mayoría (83.9%) considera que su círculo social informó oportunamente a los otros durante la crisis.

Figura 4.3

Evaluación de participación de círculos en protesta del caso Merino



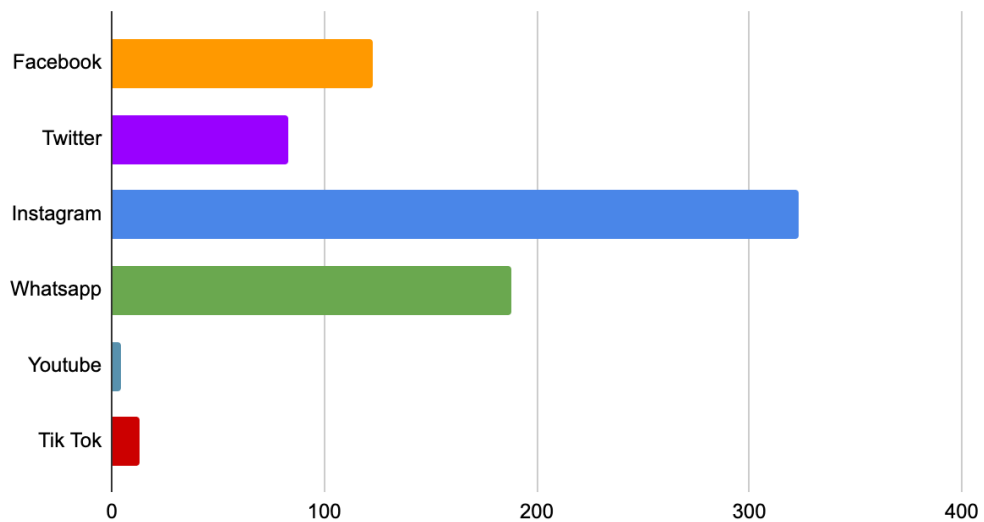
Nota: El gráfico demuestra el nivel de participación que los 378 encuestados percibieron de su círculo cercano durante la protesta del caso Merino.  
Elaboración propia.

### c. Tipología de redes sociales más usadas

La mayoría de los encuestados (96.8%) escogió redes tales como Facebook, Instagram, Twitter como principal fuente de información. Mientras que un grupo reducido (19,6%), recopiló información principalmente a través de redes como foros y grupos de discusión privados. Una minoría de encuestados (2,9%) optó por redes profesionales como fuente de información.

Figura 4.4

#### Redes sociales más empleadas



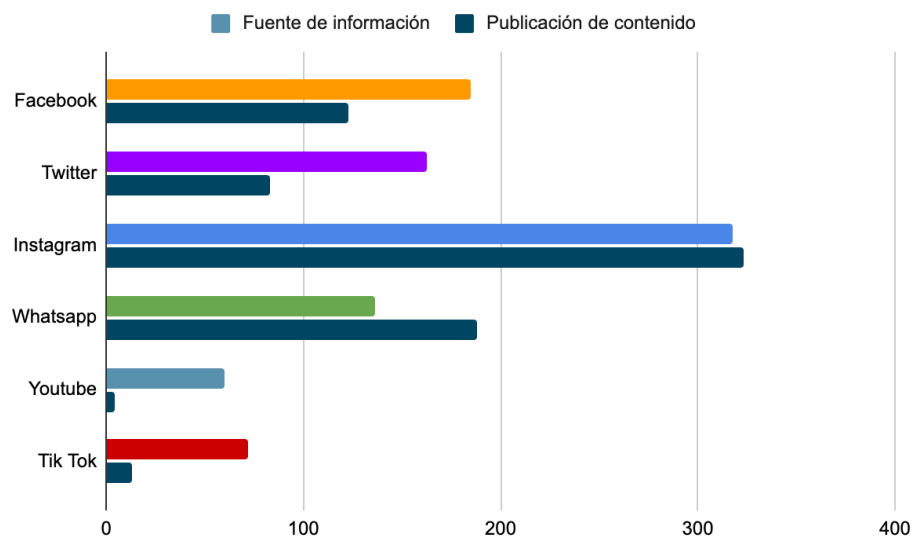
Nota: El gráfico presenta las redes con mayor uso por los 378 participantes universitarios en la encuesta. Elaboración propia.

Por otro lado, la plataforma de mayor uso para recibir información, específicamente, es Instagram (84.1%), sobrepasando a Facebook (48.1%), en segundo lugar. Siendo Twitter (43.1%) la tercera plataforma de mayor uso entre los encuestados. Asimismo, se debe señalar que las plataformas de menos uso fueron TikTok (19%), en última posición, siguiendo WhatsApp (36%) y YouTube (15.9%), entre las menos usadas. Se les preguntó el motivo de la elección de dicha plataforma, y entre las respuestas más relevantes se obtuvo que la razón de su uso se debía a que en su plataforma seleccionada encontraban una red de contactos más amplia; porque era una de las redes más actualizadas y debido a la presencia de mayor información de primera mano de parte de los usuarios.

Así como los encuestados prefirieron mayoritariamente el uso de Instagram como medio de información, señalaron la misma plataforma como preferencia para la publicación de contenido (85.4%). En relación a ello, la muestra indicó como razones principales de uso, el mayor alcance que se poseía en dicha red para llegar a sus círculos sociales cercanos (74.9%) y la facilidad de uso que la plataforma les ofrecía para producir contenido (57.7%).

Figura 4.5

Fuentes de información y publicación de contenido en redes sociales



Nota: El gráfico demuestra el uso dado a las redes sociales en cuanto a fuente de información y publicación de contenido por los 378 participantes.  
Elaboración propia.

#### d. Contenido motivacional

El primer objetivo específico que consiste en: Identificar las redes sociales más usadas y los contenidos compartidos por parte de jóvenes estudiantes de Lima durante su participación en las protestas de noviembre del 2020, empleó el uso de etnografía digital para encontrar hallazgos que nos permitan la solución del mismo. La etnografía digital consistió en una descripción cualitativa de la cual se obtuvieron resultados de acuerdo a tres variables establecidas: Motivación para protestar, Organización y Acción Colectiva, como se mencionó anteriormente en el capítulo Metodología junto al procedimiento a realizar.

Respecto a la variable de “Motivación para protestar” está se presentó principalmente en dos razones preponderantes, argumentadas por los “actores sociales cibernéticos”. El primer argumento se basó en favor de la lucha por un país libre de corrupción y abusos de poder. Con ello, los mensajes, proclamados por los “actores sociales de la protesta” para motivar a los seguidores de cada cuenta, emitían un rechazo a “la vuelta del viejo orden”

donde se enfrentaba con ataques a la libertad de la población. Asimismo, se buscaba dar evidencia de la corrupción y malas intenciones dentro del actuar del Congreso del Perú. En un segundo argumento, se señalaban los ataques, violencia y faltas a los derechos humanos causados por la policía nacional liderada por el gobierno. En este último argumento, se empleaba motivación de tipo emocional, donde los “actores sociales de la protesta” publicaban imágenes de carteles escritos por los manifestantes que decían “Salí a defender a mi patria, si no regreso, ¡me fui con él!, “No ganaron, solo nos motivaron”, “Somos una generación diferente”, cómo se puede apreciar en la figura 4.6. Se motivaba a participar a los peruanos para hacer valer sus derechos y hacer justicia a los heridos y víctimas de la protesta, diciendo que a ellos “se les debe y atribuye la renuncia de Merino”.

La motivación emocional también se emitía como un llamado de atención, donde a pesar de los privilegios de vida con la que los seguidores podían contar, los peruanos no se podían mostrar indiferentes ante una lucha conjunta, motivando de esta manera a todo tipo de participación, no únicamente la participación física sino el pronunciamiento online. Se motivaba a marchar “por nuestra familia, por los desaparecidos y víctimas que sacrificaron su vida”. Por último, se motivaba en base a logros obtenidos a través del curso de la marcha, donde se consiguió detener la elección de miembros del Tribunal Constitucional y la renuncia de todo el gabinete de Flores Araoz y Merino. Buscando así, conseguir justicia.

Figura 4.6

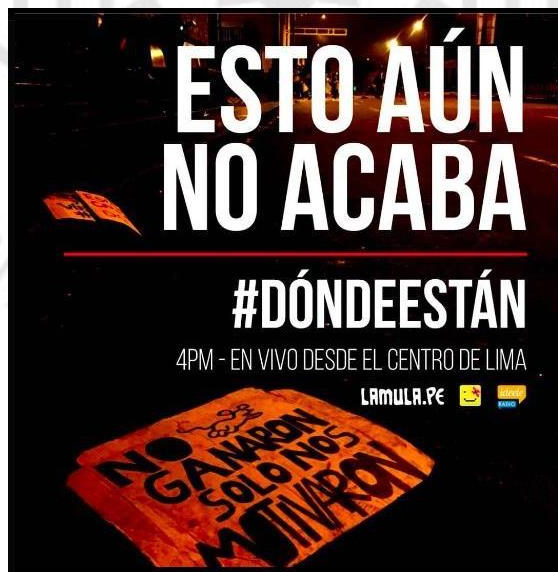
Imagen 1 de cartel de un protestante en la marcha caso Merino



Nota: Cartel [Fotografía], por @lamulape, 2020, Instagram ([https://www.instagram.com/tv/CHiw4SCHUnR/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/tv/CHiw4SCHUnR/?utm_source=ig_web_copy_link))

Figura 4.7

Imagen 2 de cartel de un protestante en la marcha caso Merino



Nota. Cartel [Fotografía], por @lamulape, 2020, Instagram ([https://www.instagram.com/p/CHn-oxHnktU/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CHn-oxHnktU/?utm_source=ig_web_copy_link))



En cuanto al tipo de contenido publicado mayormente durante la semana de protesta, la mayoría era contenido en donde los ciberactivistas eran “etiquetados”, es decir, reposteos de contenido realizado por terceros. A su vez, se evidencia que el material publicado provenía de los ciudadanos que captaban las imágenes y se les enviaba por las redes. Se pudo ver, también, que no publicaban contenido elaborado o transmitido por medios. El contenido publicado por las cuentas se relacionaba a las personas desaparecidas y a guías sobre cómo marchar seguro, según el estudio realizado.

Con respecto a los mensajes difundidos con mayor frecuencia, el tipo de mensaje difundido con mayor frecuencia era el de alentar a las personas a marchar o a tomar acción sobre lo que estaba ocurriendo, empleando una comunicación dirigida a despertar el sentido de pertenencia o nacionalidad dentro de ellos y hacer algo por su Perú. Incitaban, en su totalidad, a marchar de manera pacífica y segura.

Figura 4.8

Imagen de protestantes alzando banderas del Perú en la marcha caso Merino



Nota. Cartel [Fotografía], por @wayka.pe, 2020, Instagram (<https://www.instagram.com/p/CHmQUEJhRyJ/>)

Se obtuvo como resultado, además, que el contenido compartido en mayor cantidad en redes sociales por parte de los ciberactivistas, fueron las imágenes y los videos dentro de las cuentas estudiadas. Además, se evidencia que los posts textuales

también se usaron en gran medida junto con las transmisiones en vivo. El tipo de contenido publicado con estos formatos audiovisuales, en su mayoría son de carácter descriptivo e informativo, donde se motiva a la protesta con textos como “La cólera y la rabia son útiles, eso que están sintiendo ahora, úsenlo”.

## 4.2 Interacciones en redes sociales

En las siguientes líneas, se presentarán los resultados recopilados que permiten solucionar el segundo objetivo específico que se encuentra orientado a: Analizar los usos dados a las redes sociales por parte de los estudiantes durante las protestas de noviembre de 2020.

### a. @Wayka vs @Dilofuerteperu

De acuerdo a la etnografía realizada respecto a las 10 cuentas en redes sociales, se obtuvo que la cuenta con mayor interacción total, comprendiendo comentarios; *likes* y número de compartidos o etiquetados, fue @Wayka en Instagram, la cual tiene un total de 1'999,628 interacciones. En segundo lugar, se encuentra la cuenta @DiloFuerteperu en Instagram, con 1'420,580 interacciones. En tercer lugar, tenemos a La Encerrona en Facebook, la cual cuenta con 282,270 interacciones.

Asimismo, de este total de interacciones generadas en las 3 cuentas mencionadas, podemos desglosar los siguientes resultados a continuación. Los seguidores de la cuenta Wayka optaron por usar mayormente el tipo de interacción de *likes* (1'983,951 *likes*) como forma de comunicación con la cuenta y en menor medida emplearon el tipo de interacción de etiquetados (341 etiquetas). El mismo escenario ocurre respecto a la cuenta @DiloFuerteperu, puesto que los seguidores emplearon los *likes* mayormente (1'404,443 *likes*), y en segundo lugar los comentarios (16,002 comentarios), dejaron a los etiquetados (135 etiquetas) en último lugar de tipo de interacción usado por los usuarios de la cuenta.

Finalmente, de acuerdo a la cuenta en Facebook La Encerrona, se obtuvo que el mayor tipo de interacción realizado por sus seguidores fueron los *likes* (153,955 *likes*), mientras que, opuesto a los resultados anteriores, en la

presente cuenta, el menor tipo de interacción empleado fueron los comentarios (10.141 comentarios). En cuanto a resultados generales de las 10 cuentas analizadas, se obtuvo que el mayor tipo de interacción empleado fueron los *likes* (4'213,761 *likes*), en segundo lugar, los comentarios (68,233 comentarios), dejando en último puesto a la interacción de etiquetado/compartido (156,958 etiquetas/compartidos).

Tabla 4.1

Análisis de métricas: interacción

Interacción	Red Social	Número de comentarios	Número de <i>likes</i>	Número de compartidos/Etiquetados
La Encerrona	Facebook	10,141,00	153,955,00	118.174,00
@lamula.pe	Instagram	284,00	85155	68,00
@danielolivares	Twitter	5,037,00	166,686,00	7,00
@wayka	Instagram	15,336,00	1'983,951,00	341,00
Memes Ulima	Facebook	4,959,00	74,348	9.466,00
Confesiones Ulima	Facebook	2,142,00	22,051	28.697,00
@mitocondria.cc	Instagram	518,00	63,748	3,00
@delaptm	Instagram	11,491,00	164,146	Información no disponible
@influencersoutofcontext	Instagram	2,323,00	95,278	67,00
@dilo fuerte	Instagram	16,002,00	1'404,443,00	135,00

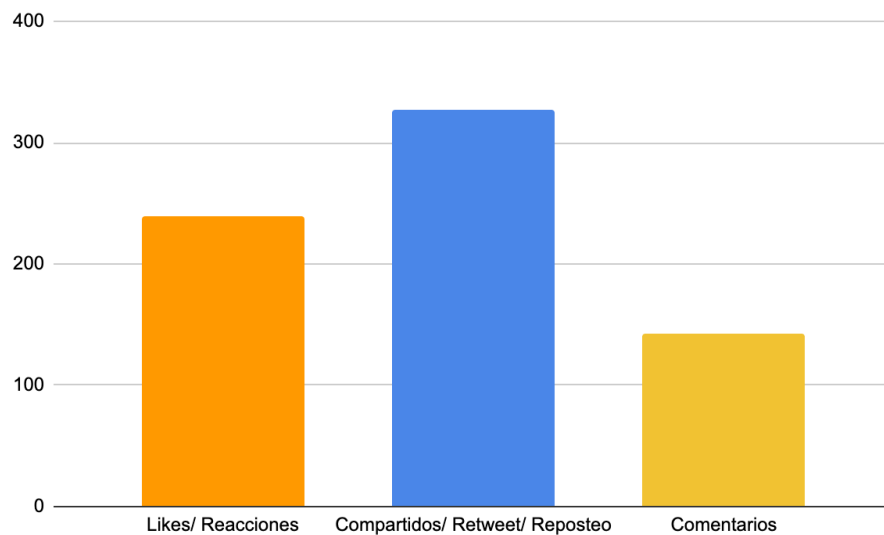
Nota: La presente tabla demuestra la cantidad de interacciones generadas en las 10 cuentas analizadas. Elaboración propia.

#### b. Tipos de interacción

Tal como se aprecia en la siguiente figura, se puede observar que la gran mayoría (86.5%) optó por el reposteo/retwitteo/compartidos. En una segunda posición se encuentran los *likes*/reacciones (63.5%) y por último los comentarios, que fueron una cantidad reducida (37.8%) los que afirmaron haber realizado esta acción.

Figura 4.9

Interacción realizada en redes sociales



Nota. El gráfico representa el nivel de interacciones más empleados entre los 378 participantes de la encuesta.

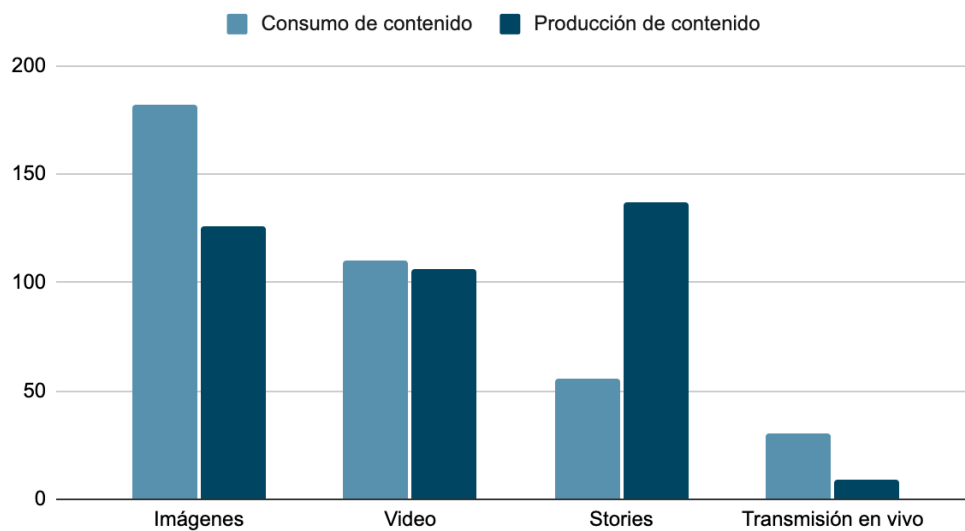
Elaboración propia

### c. Características de las redes sociales

De acuerdo a los diversos formatos audiovisuales que permiten las redes sociales, a través de los cuales se produce y consume contenido, de ellos, el más consumido fue el formato de imágenes (48.15%), mientras que, por el contrario, el formato audiovisual menos consumido fueron las transmisiones en vivo (7,94%). Asimismo, ocurre la misma escena en cuanto a la producción de contenido, donde las transmisiones en vivo fueron el formato menos producido (2.38%). Por el contrario, los encuestados se decantaron mayormente por producir stories (36.24%).

Figura 4.10

### Consumo y producción de contenido en redes sociales



Nota. El gráfico presenta los formatos audiovisuales más empleados en cuanto a consumo y producción en redes sociales, de acuerdo a los 378 participantes.

Elaboración propia

#### d. Redes sociales para generar mayor alcance y organización

Mediante la entrevista realizada a cuatro actores sociales de la protesta, coincidieron en que, los reposteos fueron una de las interacciones más empleadas, sin embargo, los "compartidos" lo superaron debido a que consideran que fue esa interacción la más usada por sus públicos. Esto porque el público compartía mucho el contenido que veía en redes, sea relacionado a ellos o no, lo "reposteaban" y así generaban alcance a las páginas.

Con respecto a los principales medios de comunicación que los entrevistados emplearon para comunicarse con otros manifestantes indicaron que se basó en un complemento entre la red social Instagram y WhatsApp, en ambos casos aprovechando la herramienta de chat, a través de la cual les permitía mantener una conversación directa con otros participantes y coordinar puntos de encuentro, para así organizarse.

### 4.3 Prácticas de acción colectiva

A continuación, se procederá a narrar los resultados obtenidos para resolver el objetivo específico que implica: Identificar las prácticas de la acción colectiva generadas durante la protesta social “Caso Merino” 2020.

#### a. Manifestaciones en redes sociales

La convocatoria de participación se realizó dentro de 4 formatos audiovisuales específicos, imágenes, videos, transmisión en vivo y texto. Sin embargo, no todas las cuentas analizadas hicieron uso de los 4 formatos para motivar a la participación de sus usuarios. Los 3 formatos audiovisuales más utilizados para la convocatoria fueron imágenes, videos y texto (9 cuentas). Por su lado, las transmisiones en vivo fueron formatos utilizados en menor uso para la convocatoria (8 cuentas).

En cuanto a la variable de organización, se consideró diversos métodos de organización comunicados por los actores sociales cibernéticos. Entre ellos, los protocolos de seguridad en defensa del virus del Covid -19, debido al contexto de pandemia que requiere un cuidado mayor de higiene y seguridad, como el uso de máscara y mascarilla por parte de los manifestantes y mantener una distancia apropiada para evitar conglomeraciones. Asimismo, se instó a tomar precauciones llevando documentos de identidad, celular cargado y llevar elementos de precaución en caso de ataques de bombas lacrimógenas, entre ellos botellas y bidones de agua. Se comunicó, además, los derechos de los manifestantes en caso de ser detenidos, entre los cuales se indicó que los activistas no estaban obligados a declarar. Y en caso de ser maltratados debían informar y consignar el hecho en un acta y con fiscal presente, siempre identificando a los policías.

Al igual que este tipo de información, se ofrecían consejos de cómo identificar a policías encubierto (ternas) con el fin de no caer en sus provocaciones y por consiguiente ser detenido. Es con ello que se procede a recomendar a los manifestantes a asistir con vestimenta negra, para así poder identificar a los “ternas” por su vestimenta de color. A su vez, a través de imágenes y videos se podía evidenciar la organización que los protestantes



mantuvieron, para asistir con elementos como banderolas peruanas, escudos decorados, pancartas, ollas e incluso para entonar canciones al unísono. De lo anterior, se puede agregar que universitarios, como los estudiantes de la Universidad de Lima, también se organizaron para asistir en conjunto con una pancarta que incluía el nombre de su casa de estudio “Ulima, presente”, tal como se puede apreciar en la figura 4.11. Por añadidura, mediante el estudio se permitió observar los posts convocando puntos estratégicos exactos de reunión y horas de concentración en diferentes partes del país e incluso en el extranjero, en países como Estados Unidos, Argentina y España. Finalmente, a través de la cuenta Confesiones Ulima, se comunicó específicamente los argumentos de protesta, con el fin de que los manifestantes sepan comunicar de manera correcta su posición en posibles entrevistas, y así ser una buena representación de la generación. Entre los argumentos enumerados se mencionaba la posición en contra de la inmunidad parlamentaria y la petición a favor de una investigación a congresistas procesados y su consiguiente separación del congreso.

Figura 4.11

Estudiantes de Universidad de Lima presentes en la marcha caso Merino





Nota. Estudiantes universitarios reunidos durante la protesta de noviembre por caso Merino [Fotografía], por Confesiones Lima, 2020, Facebook (<https://www.facebook.com/ConfesionesLimaaaa/posts/3449748398448739>)

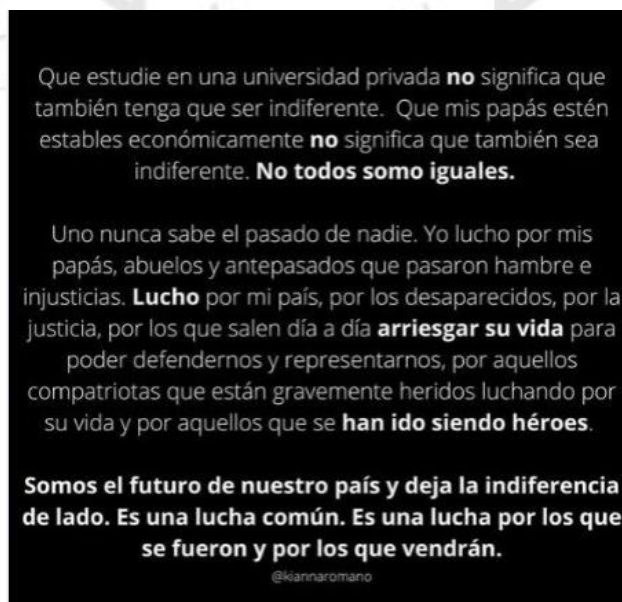
En síntesis, de acuerdo a la etnografía digital realizada, se observó en cuanto a la variable de convocatoria de participación, que los “actores sociales de la protesta” motivaron a las personas a asistir rodeado de amigos y conocidos, lo cual promovió a la generación de acción colectiva entre los manifestantes.

Asimismo, es posible resaltar, durante la observación digital, la unión de los peruanos en múltiples países del mundo y el “buen performance” de la población joven del Perú. Junto a ello, la etnografía también permitió notar el discurso de “lucha común” empleada dentro de las diversas cuentas analizadas, en la cual se motiva a la participación de compañeros universitarios del Perú a tomar acción por el descontento político, instando a cualquier tipo de participación (online u offline) con el fin de evitar el desinterés por la crisis política vivida en el país.

Finalmente, en la observación, se evidencia, en la mayoría de posts el uso de verbos en 3era. persona plural para comunicarse con los seguidores, como se puede ver en la figura 4.12.

Figura 4.12

Imagen textual respecto a los jóvenes universitarios y su participación en la protesta del caso Merino



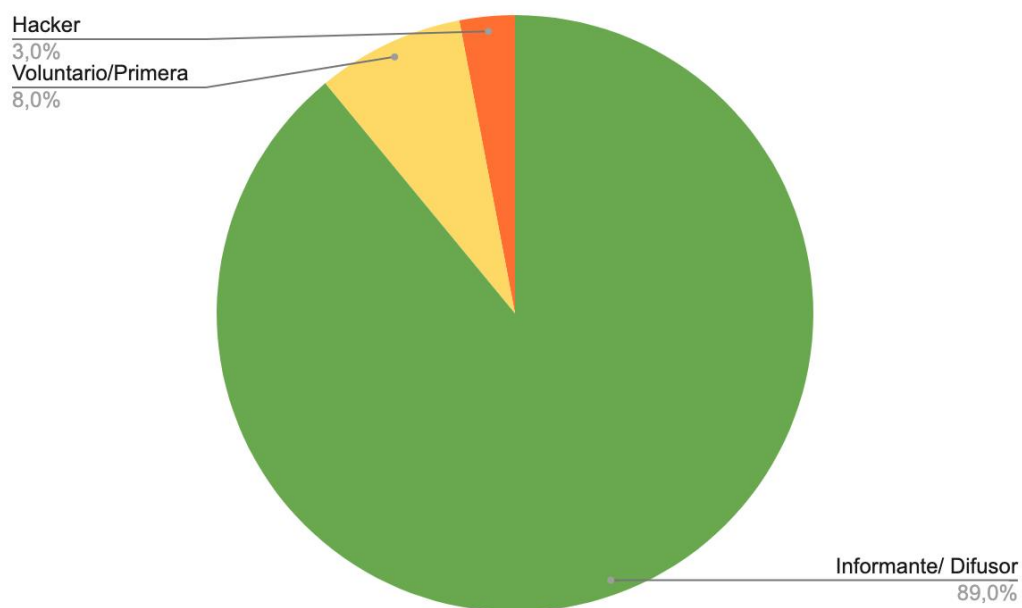
Nota. Imagen textual respecto a los jóvenes universitarios y su participación en la protesta del caso Merino [Fotografía], por Confesiones Lima, recuperado de @Kiannaromano, 2020, Facebook (<https://www.facebook.com/ConfesionesLimaaaa/posts/3452165434873702>)

### b. Rol de actores sociales de la protesta

En cuanto al rol que los encuestados tomaron como actores sociales cibernéticos durante la protesta, se obtuvo que una amplia mayoría (94,4%) se identificó a sí mismo mediante el rol de informante/ difusor de información. Una minoría (8,5%) de los encuestados afirmó haber pertenecido a los actores de primera línea, que son quienes, a su vez, se organizaron de manera voluntaria a través de redes sociales para asumir la responsabilidad de auxiliar a los activistas que sufrieran algún tipo de daño. Mientras que un grupo muy reducido de encuestados (3,2%), por su lado, indicó haber tomado el rol de hacker, manipulando y/o sabotajeando redes sociales y páginas webs para expresar su descontento con la situación, tal como se presenta en la figura a continuación.

Figura 4.13

Rol en la organización de la protesta



Nota. El gráfico presenta los roles tomados por los 378 encuestados durante la organización de la protesta.  
Elaboración propia

### **c. Actores sociales cibernéticos en acción**

Respecto a la motivación que guió a los entrevistados a publicar contenido relacionado a las protestas fue diversa. Por un lado, tanto Flavio Gálvez como Paula Espinoza, a través de sus respectivas cuentas, afirmaron sentirse motivados a publicar contenido como forma de tomar acción frente a la crisis política, al ver a muchos jóvenes sentirse indiferentes frente a la situación. Ellos buscaban ser eco de las injusticias vividas durante la protesta y a la vez mantener informados a sus seguidores de la situación.

De igual manera, Andrea Jara señaló que su principal fuente de motivación recayó en la gran cantidad de personas desinformadas o informadas con fake news. Por lo cual, ella buscó ser una fuente fidedigna para los seguidores, entregando información verificada. Por su lado, Alonso Mas, además de su preocupación frente a la crisis política vio en la coyuntura de las protestas una forma de aprovechar el conocimiento político que por largo tiempo había estado creciendo en él, y a través de ello enseñar e informar a las demás personas con el fin de evitar el desconocimiento de ciertos conceptos o leyes políticas.

Por otro lado, los entrevistados nos indicaron su forma de organización para participar en la protesta. Señalaron que debieron priorizar sus actividades del día para no dejar de hacerlas. Sin embargo, la mayoría le otorgó un mayor peso a la universidad y los deberes que esta implica debido a que los profesores no otorgaron facilidades para los alumnos. Coinciden en que, a pesar de tener la obligación de responder para la universidad, igualmente, vieron necesario tomar de su tiempo para ser parte de la protesta tanto de manera física como online, llevando como elementos carteles, mochilas y polos de cambio en caso de ser necesario.

En relación a la importancia de digitalizar la participación de las protestas en redes sociales, los entrevistados coincidieron en que, debido a que los jóvenes hoy en día emplean la mayor parte de su tiempo en redes sociales, era una forma de tener un mayor alcance e impacto en ellos. Asimismo, señalaron

que los medios tradicionales no evidenciaban por completo las injusticias y maltratos cometidos a los manifestantes, ocultando así una información que las redes sociales, por el contrario, exponían en todo su esplendor. Respecto a las redes sociales, los entrevistados acordaron unánimemente que, durante el estado de las protestas, su red de seguidores se incrementó rápidamente. Con ello, los entrevistados coinciden en que no se habría obtenido el resultado que se obtuvo si no se reunían y salían a marchar por ello. Mencionan, también, que si Merino salió del poder fue debido a que todos se unieron contra ello y cooperaron para que se logren grandes cosas, ya que cuando las personas observan lo que está ocurriendo en su país en tiempo real, los motiva a tomar acción. Asimismo, los entrevistados, coinciden en que es completamente necesario cooperar en conjunto con la población para lograr los objetivos propuestos.

Finalmente, respecto a su rol asumido durante las protestas, a través de las redes sociales, los entrevistados señalaron que, el rol que cumplieron en su mayoría fue de difusores/productores de información y de ventana, debido a que los reposteos fueron clave durante la protesta y que se encargaban de una búsqueda de información exhaustiva para publicarla en sus propias redes e informar. Coinciden en que el rol ventana fue el más protagónico debido a que realizaron en mayor medida el reposteo de información clave.

## DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

### 5.1 Redes sociales, al pie de la protesta

De acuerdo a Martín (2013), posterior al surgimiento de la Web 2.0, se fue extendiendo con celeridad un desmesurado interés hacia la tecnología, considerándola incluso como componente esencial para la sociedad. Con ello, las redes sociales, acrecentaron el ámbito de la participación política en los ciudadanos y surgió, además la aparición de nuevas formas de acción política (Martín, 2013). A partir de ello, es posible afirmarlo con el resultado obtenido en la presente investigación, que señala que la mayoría de encuestados optó por una participación política en el espacio online, primordialmente. Así se generaba un debate virtual que, además se extendía en una fuente de información que los usuarios tenían la posibilidad de consumir. Además, tenían la posibilidad de acrecentar el alcance de dicha información, a través de herramientas como el compartido/etiquetado y reposteo. Esta última herramienta fue la mayormente utilizada en los encuestados para distribuir información a amigos y familiares en sus círculos sociales.

A partir de todo lo anterior es posible concluir que la inclinación a dichas herramientas recae sobre la instantaneidad y sencillez de consumo. Ello debido al lenguaje visual que los usuarios encontraron en la misma red. El ojo percibe y comprende con mayor rapidez una imagen que un texto, debido al tiempo que requiere de atención (Añanos, 2013). Bajo las mismas razones, el reposteo de contenido fue el tipo de contenido mayormente publicado por los encuestados. Repostar contenido implica una cantidad mínima de tiempo, menor a la cantidad de tiempo que requiere producir un video, texto u otro. Esto se evidencia, de igual manera, en la gran cantidad de contenido visto a través de la etnografía digital, donde la mayor cantidad de contenido eran reposteos donde los ciberactivistas eran etiquetados, es decir imágenes que eran captadas por terceros.

Por otro lado, a pesar de que el mundo digital se encuentra plagado de una diversidad de redes sociales, cuyo principal objetivo es el de reunir usuarios interconectados en una misma interfaz, lo cierto es que cada una de estas plataformas se diferencia de acuerdo al público objetivo de destino. Así concentran a individuos con intereses y características similares (Celaya, 2008). Sin embargo, el tipo de red

generalista, al evocar una cantidad inmensurable de usuarios de demografías diversas, abandona el sentido colectivo de pertenencia que pueden poseer redes como las especializadas. Como resultado del estudio, se obtuvo que la mayoría de encuestados se inclina hacia el uso de redes generalistas, lo cual sugiere que, precisamente ellos se desarrollaron en un espacio virtual habitado por personas con características distintas. A pesar de ello, su interés común era la indignación hacia la crisis política vivida en noviembre del 2020, lo cual los agrupó con el fin de perseguir un mismo objetivo, tanto en el consumo de información inédita, como en la producción de ésta. A partir de ello, además, se evidencia un caso de capital social, puesto que, como lo indica Bordieu (1986), este concepto implica que los individuos que conforman una red, poseen un conjunto de características que los identifican. A pesar de que estas características no yacen en lo demográfico en la red generalista, pueden serlo en características psicográficas como la valentía y el liderazgo, lo cual además los reúne bajo una misma lucha política, a favor de provocar un cambio (Guadalupe, 2003). En tanto, a pesar de que Morozov (2012) señaló que mientras más diversos sean los intereses de los participantes de un colectivo de personas en redes sociales, menor es la probabilidad de sentirse impulsados a actuar como una masa activa y hacer esfuerzos a favor del equipo, en esta ocasión se puede comprobar lo contrario. Esto debido a que como la mayoría de encuestados afirmó emplear redes generalistas, donde los intereses son diversos, aun así esta unión por el deseo de remediar el conflicto político peruano era mayor que las diferencias que los individuos protestantes pudieran tener entre sí

A propósito de lo mencionado anteriormente, respecto a las redes sociales que poseen mayor asiduidad entre los peruanos, IPSOS (2021) señaló que la plataforma destacada en participación fue Facebook con un 73%. No obstante, el presente estudio señaló a Instagram como la red con mayor participación entre los encuestados, tanto como medio de información, como también escenario para compartir contenido con otros usuarios. Ello indica que, a pesar de que la red predilecta de uso por los peruanos en general es Facebook, de acuerdo a IPSOS (2021), el presente estudio señala por su lado que la red predilecta de uso por jóvenes universitarios durante la protesta social: Caso Merino, es Instagram. Asimismo, se puede decir respecto a dicha inclinación hacia Instagram que, además de las herramientas que esta brinda, el motivo de la inclinación de los encuestados se puede basar en el lenguaje visual que presenta Instagram y el lenguaje oral que permite la herramienta de *stories*.



Durante la protesta de noviembre del 2020 Caso Merino, la información respecto a la movilización que se compartía en redes sociales se hacía de persona a persona, haciendo referencia al concepto empleado por Castells (2011) “Autocomunicación de masas”, que implica la comunicación de muchas personas a una mayor cantidad de personas. De acuerdo a lo anterior, según Muñoz (2017), les otorga mayor credibilidad que la que poseían los medios. Es por tal motivo que es posible inferir la razón por la cual las redes sociales se encontraban por encima de otras fuentes de información. Las redes sociales, al ser usadas por una amplia cantidad de ciudadanos peruanos, principalmente jóvenes, se volvió el protagonista en la movilización y generó un gran alcance entre los mismos. Por tanto, en función de generar un mayor alcance y extender la información a más peruanos, se usaba el recurso de las etiquetas, mencionando así a los actores sociales cibernéticos en diversas publicaciones en redes sociales para lograr un “re-posteo” y así llegar a más personas dentro de las redes. Ello refuta lo dicho por Morozov, quien ve el uso de los medios digitales en ciertos temas políticos como una medida poco efectiva o innecesarios. Por el contrario, a través de la investigación es posible reflexionar sobre el impacto que generó el uso de las redes sociales para la convocatoria y participación de jóvenes universitarios a la protesta, lo cual evidencia su efectividad dentro de la movilización. En esta línea, el subcapítulo a continuación presentará con mayor detenimiento los usos dados a las redes sociales por parte de los estudiantes universitarios.

## **5.2 Propagación rápida de información en redes sociales**

Como se mencionó anteriormente, la protesta caso Merino presentó una alta participación online durante las fechas de la movilización. Ello es posible explicarse bajo el término dualismo digital, introducido por Greijdanus et al. (2020), puesto que, en el activismo netamente *online*, el performance de los usuarios implica un comportamiento diferente al activismo *offline*. Esto debido a que las redes sociales permiten un espacio con una amplia libertad de expresión, la cual en el espacio *offline* estaba siendo atacada por miembros policiales. Esta oportunidad de libre expresión y desinhibición que las redes sociales permiten, puede comprender un factor de inclinación por el activismo online, escogido mayormente por los encuestados implicados en el estudio.

Es así como, durante este activismo online originado durante la protesta caso Merino, los encuestados se identificaron aún más con el rol de informantes/ difusores, saliendo a relucir un término que ya se había abordado en la presente investigación como autocomunicación de masas, donde los usuarios generan contenido para más usuarios. Tal nombre se usa para clasificar a consumidores que toman acción mediante las redes sociales. Dicho ejercicio permitió extender el alcance de información de los sucesos ocurridos durante la protesta.

Putnam (1993) declara que una de las grandes ventajas que te ofrece una red social es la de generar un tipo de organización social, puesto que conocer y ser cercano a los círculos sociales con los que se interactúa, permite que se origine una cooperación mutua. Bajo esta concepción, se logra explicar el aporte mayormente realizado por los encuestados: la convocatoria a participación. Puesto que esta cooperación mutua de la que hablaba Putnam era, en este caso específico de crisis política, un beneficio para ambas partes (el convocado y quien convoca) ya que se buscaba el objetivo de retirar de su cargo al entonces presidente, Manuel Merino. En virtud de lo anterior, es posible señalar que cada individuo a través de su convocatoria a la participación, funcionaba como *puente* dentro de la red social. Como Caballero (2019) indica, a través de los puentes, las personas tienen la posibilidad de conectar con más sujetos. La conexión de un único individuo con otros más, genera un mayor alcance, puesto que favorece a la difusión de boca a boca. Gracias a ello, la convocatoria a participar de la protesta de manera offline gozó de una gran cantidad de manifestantes que, a través de publicaciones en redes sociales incitando a la participación, compartidas por miles de usuarios, decidieron tomar acción.

Se obtuvo, mediante los resultados, que la cuenta en red social que recaudó una mayor cantidad de interacción total, comprendiendo comentarios, likes y número de compartidos/ etiquetados fue la cuenta en Instagram @Wayka. Dicho resultado se debe a que la cuenta @Wayka, a comparación de las demás cuentas analizadas, es una de las más activas respecto a la publicación de contenidos (posts) dentro de la red social, conteniendo aproximadamente cuatro mil posts en total (hasta la redacción de la presente investigación). Respecto a ello, es posible señalar que los usuarios percibieron de la cuenta Wayka un contenido de valor importante durante las protestas caso merino, que los llevó a usar las redes sociales para interactuar con dicha cuenta para recibir mayor información de los acontecimientos, generar debate con más usuarios dentro de sus

comentarios y a la vez continuar difundiendo la información de dicha cuenta con su círculo social cercano.

A partir de lo anterior, de acuerdo a Elizondo (2018), el tipo de interacción “like” expresa la aprobación de los usuarios respecto al contenido de determinada publicación. Debido a que este es el tipo de interacción mayormente empleado por los usuarios, a través de las diversas cuentas examinadas en la etnografía digital, se puede inferir que Wayka tuvo una mayor aprobación de parte de los usuarios en cuanto a su contenido publicado durante la protesta. Por otro lado, respecto a la interacción mayormente empleada por los encuestados: reposteo/retwitteo/ compartido, Gómez (2010) sugiere que esta interacción genera una ventaja de aprendizaje. Esto debido a que se comparte y replica, a través de las cuentas, información que parece relevante de enseñar a los contactos y/o seguidores en redes sociales. Por ello, cuando los encuestados indicaron hacer un mayor uso de dicha interacción, implica que buscaban mantener informados a sus círculos sociales cercanos a partir de información que, a su parecer, podía ser relevante para ellos.

Asimismo, se obtuvo que la gran mayoría de encuestados se inclinó por el tipo de interacción reposteo/retwitteo/compartido. Ello es posible explicarse desde el punto de vista que dicha interacción significa una rapidez de difusión de información. Es decir, no requiere una mayor redacción de contenido, puesto que es suficiente un botón como el “retweet”, “compartir” o “repostear”, para duplicar exactamente la misma información vista. De esta manera se genera un alcance mayor a través de diversas redes de contacto, ya que así se expande con mayor celeridad una misma información. Ello se alinea a los resultados obtenidos gracias a las entrevistas, donde menciona que los actores sociales de la protesta entrevistados, percibieron también una mayor interacción al emplearse el “reposteo” y añadiendo a ello, la interacción de “compartir” una publicación también generó gran alcance de interacción.

### **5.3 Acción colectiva, logro colectivo**

Todo lo mencionado anteriormente, permite dar paso a la acción colectiva generada durante la protesta, que en gran medida fue beneficiada por la comunicación emitida en redes sociales durante las fechas de la movilización. En esta línea, López (2015) señala que, si bien las redes sociales implican un espacio de navegación casual, en la actualidad,

esta web 2.0 permite impulsar a la acción, transformando a las personas de usuarios pasivos a usuarios activos, llamados web actores. Pues, dentro del contexto de protestas sociales, mientras más personas intercambien mensajes, mayor es la probabilidad de éxito de la movilización. Es precisamente lo ocurrido dentro de la investigación, pues como se mencionó anteriormente, la participación política online fue masiva, donde una de las herramientas más empleadas fue la de compartido/etiquetado y reposteo. Dicho resultado implica que los usuarios generaron una alta cantidad de contenidos presentes en la red, lo cual intensificó el debate virtual. Por consiguiente, el alcance de indignación percibida por los usuarios se acrecentaba. En virtud de lo anterior, tal factor de participación online favoreció al éxito de la movilización. Asimismo, como señalan Candón y Rendondo (2013), al confrontar ideas y opiniones en un debate, la indignación individual se va compartiendo al punto de generar un clima favorable para la movilización.

En tanto, el mayor aporte realizado a la organización de la movilización, de acuerdo a los encuestados, resultó ser la convocatoria de los círculos sociales cercanos a la participación de la protesta. Tal resultado mantiene congruencia con el concepto de ciberactivismo establecido por Muñoz (2017), que indica que el activismo online se favorece por las herramientas ofrecidas por las redes sociales que conceden la interactividad e interconectividad. Este último término mencionado, interconectividad, es de suma importancia dentro del aporte que los encuestados afirmaron realizar. Puesto que, al poseer conexión con redes masivas de usuarios, a través de sus círculos sociales, el alcance de la convocatoria a participar de las protestas, goza de mayor éxito y por ello, hay mayores posibilidades de alcanzar los objetivos que se plantearon de manera colectiva.

Por otro lado, respecto a la acción colectiva, cerca del total de los encuestados afirmó que, para la consecución de objetivos, era necesaria la cooperación grupal. Esto debido a que dicha cooperación provoca una sinergia lo suficientemente poderosa como para tomar acción a los abusos a los que son expuestos. Como ciudadanos, son todos uno mismo frente a la injusticia que perciben por parte de los altos funcionarios en la política. Toda esta motivación basada en la indignación, promueve a una organización por parte de los manifestantes en búsqueda de una meta común. Asimismo, es importante señalar que esta toma de acción se ve potenciada por la confianza e interacción que perciben de su red social (amigos, familiares y conocidos), la cual impulsa a un mayor nivel de motivación (Tarrow, 1997). Lo último corrobora el resultado obtenido que indica que los

encuestados percibieron una participación en la protesta, entre buena y regular, por parte de sus círculos sociales cercanos. Esta teoría, además, implica que la construcción de una sociedad se favorece por un capital social en el que ocurren intercambios de colaboraciones, confianza y acuerdos (Guadalupe, 2003). Es así como los actores sociales cibernéticos sugerían en sus redes siempre estar acompañados de grupos de amigos y/o conocidos en las marchas, destacando también la unión de todos los peruanos en diferentes países y destacando el protagonismo de la “generación del bicentenario”, la que catalogaron como una lucha común. Además, ello también se ve reflejado en la utilización de la tercera persona plural en casi todas las publicaciones que hacían referencia a un sentimiento de integración entre todos.

Por otro lado, respecto al tipo de activismo realizado por los encuestados, se obtuvo que la mayoría señala haber realizado una participación superior a nivel online, únicamente. Ello se puede explicar bajo el contexto de pandemia en el cual sucedió la protesta Caso Merino, el cual implicaba múltiples riesgos de salud para los asistentes a la marcha. A pesar de recibir un ingente número de manifestantes en el activismo offline, hubo una cantidad superior que optó por el activismo exclusivamente online. A través de este último en mención, se generaba un debate de indignación y activismo que se evidenció a través de la etnografía digital identificando contenidos que motivaba a la protesta y a alzar la voz a través del uso de imágenes y/o contenido textual.

Conviene subrayar que cerca del total de encuestados manifestó considerar necesario la cooperación grupal para la consecución de objetivos. Ello implica que las personas se sienten más motivadas en el momento que perciben que más personas poseen el mismo nivel de indignación. Por ende, el colectivo de personas busca obtener un cambio en conjunto. Ello puede ser logrado, únicamente, uniendo voces a través de una movilización. De ahí que se obtenga el resultado que revela que los encuestados se muestran dispuestos a cooperar cuando existen problemáticas en el país que lo requieran y que el contenido estudiado incluya objetivos colectivos que motiven a las personas a unirse a la protesta, pues se evidencian sus deseos por una lucha justa, segura y pacífica.

De acuerdo a los resultados obtenidos durante la etnografía se observó que el mensaje enviado a los espectadores resaltaba la importancia de la unión de los peruanos. Por tanto, indicaban que no bastaba a la participación únicamente en el país, sino de los patriotas peruanos repartidos en diversas partes del mundo. Ello se alinea a lo dicho por los entrevistados que aseguraron que no se podría haber obtenido la meta colectiva si la



población no se juntaba y tomaba acción en las calles de forma conjunta, uniendo fuerzas. Todo lo anterior refuerza el sentido de pertenencia que los pobladores sintieron al ver su lucha como la lucha del país en contra de una injusticia percibida como lo fue la presencia de Manuel Merino en el poder de la presidencia.

Por otro lado, en cuanto a la motivación para protestar de los encuestados, se presentan dos razones principales. La primera se trata de estar a favor de la lucha por un país libre de corrupción y abusos de poder. Esta razón se encuentra asociada a la idea de democracia liberal donde se establecen los controles que han de desarrollarse para evitar abusos por parte del poder político. Toda democracia necesita formas de presión para que los representantes políticos actúen según el interés de la mayoría de los ciudadanos (Ganga y Retana, 2006). La segunda razón son los ataques, violencia y faltas a los derechos humanos, causados por la policía nacional liderada por el gobierno. Tal resultado, además, es congruente con la motivación de los encuestados a publicar contenido para tomar acción frente a la crisis política. Esto debido a que percibían mucha indiferencia por parte de jóvenes de la misma edad. Diversos grupos de personas se encontraban desinformados, por lo que esto generó una motivación en los entrevistados a encaminarse a ser una fuente fidedigna de información. Asimismo, alineando la última premisa con lo mencionado en capítulos anteriores, es posible indicar que el contenido motivacional generado, produjo un impacto emocional que a su vez eran fuente de energía para que los jóvenes peruanos se pongan en marcha a un cambio frente a la crisis política que afectaba al país.

#### **5.4 Conclusiones**

- De acuerdo a los resultados recopilados, se concluye que los jóvenes universitarios se encuentran inclinados a recibir y producir contenido, mayormente de lenguaje visual. Ello debido, como se ha revisado a través de la literatura investigada, las imágenes resultan ser más fáciles y rápidas de comprender y procesar de lo que podría ser un texto, debido a que éste último requiere una atención prolongada. Por lo cual, en virtud de lo anterior, la principal red social que les ofrece dicho lenguaje visual es Instagram, y por ende, resulta ser la red social predilecta durante la protesta social: Caso Merino.



- El Ciberactivismo que se produjo de manera netamente online, fue un soporte y complemento para la protesta Caso Merino. Puesto que, a pesar de que las protestas en el espacio offline fueron significativas para la obtención de los objetivos que defendía la movilización, el ciberactivismo originado en redes sociales fue un impulsador para la convocatoria y motivación de los protestantes.
- La acción colectiva fue de suma importancia dentro del desarrollo de la protesta, debido a la sinergia producida gracias a los activistas y además, de miembros pertenecientes a los círculos sociales. Asimismo, la acción colectiva de todos los miembros, con su asistencia y organización producida, representó una fuente especial de motivación e identificación que alentaba a aquellos quienes aún no asistían a la marcha a hacerlo, y a comprender que, efectivamente, mientras más personas se sumaban a la protesta, eran altas las probabilidades de alcanzar los objetivos propuestos por la marcha.
- Las redes sociales representaron una plataforma indispensable durante la protesta: Caso Merino, puesto que, dentro de ella los usuarios activistas recibían una amplia información que les permitía organizarse, motivarse y prepararse para ser parte de un activismo offline, tomando el espacio urbano para confrontar los agravios del poder de funcionarios superiores. Asimismo, para aquellos que no asistieron a la protesta de manera presencial, las redes sociales fueron un espacio de protesta virtual. En ella, generaron con todos sus recursos demostrar su indignación frente a la crisis política vivenciada durante noviembre del 2020.
- Los ciberactivistas se consideraron fuentes fidedignas y reales de información a través del uso de sus propias cuentas, las cuales a raíz de toda la situación presentaron grandes crecimientos numéricos, es decir seguidores y un alcance masivo. Debido a que se presentaba mucha indiferencia y desinformación por parte de los medios tradicionales hacia los jóvenes que formaban parte de las movilizaciones. A su vez, no le estaban otorgando la difusión masiva que requerían los temas que los protestantes consideraban de gran importancia.

- Las redes generalistas, en específico la red social Instagram fue la plataforma predilecta para los estudiantes universitarios que deseaban comunicarse con su círculo de amigos para organizarse hacia la protesta, así como también como fuente de información y espacio para producir contenido referente a la marcha y su postura política.
- La difusión de un objetivo común en redes sociales, donde la mayoría de sus usuarios son jóvenes, contribuyó a una expansión del sentimiento de participación y pertenencia en lo que estaba ocurriendo en el país e impulsó la movilización, llegando a ser masiva. Esta fue en su mayoría, a nivel *online*, pero sin limitarla, pues llega a trasladarse al nivel físico desde donde se recogía material para su respectiva difusión en redes. De esa manera, funcionaba como un proceso que tenía el mismo objetivo: difundir la realidad de la protesta e incitar a más usuarios a sumarse a la movilización.

### **5.5 Limitaciones del estudio y perspectivas de investigación**

En cuanto a las limitaciones que se presentaron para la realización del presente estudio se encuentra el contexto actual en el que se encuentra tanto el país como el mundo debido a la pandemia por el COVID-19. Ello limitó los espacios de estudio y reunión para la discusión o comparación de resultados, así como para su recolección. Además, durante la realización de la presente investigación, Perú pasó por una de las etapas más importantes en cuanto al ámbito político, el de las elecciones presidenciales. Ello insertó un ambiente de incertidumbre en los ciudadanos peruanos lo que llevó a abordar con mucho cuidado diversos temas relacionados a tal ámbito, dentro del cual se encuentra nuestro estudio, por lo que algunas fuentes de información fueron difíciles de concretar e incluso llegando a perderse totalmente. Tal es el caso del creador de la página de “La Encerrona”, con el que se había acordado una entrevista para abordar los temas de la investigación y contar con su punto de vista, sin embargo, precisó que el momento no era el adecuado y que se debería esperar a que terminen las elecciones.

Por otro lado, con vistas a estudios realizables a futuro, es posible proponer llevar los lineamientos generales de la presente investigación a una de las más recientes movilizaciones que ha surgido, posterior a la protesta de noviembre 2020: Caso Merino, siendo esta la movilización “Con Mi Voto No Te Metas”. Esta movilización mencionada

surgió luego de las elecciones presidenciales realizadas en junio del 2021, con el objetivo de que se desarrolle una profunda investigación a los votos efectuados, que dieron como ganador al candidato Pedro Castillo (La República, 2021). Debido a que dicha movilización se originó dentro del mismo contexto de pandemia, es posible generar una nueva temática de investigación que estudie el desarrollo de su organización y con ello la acción colectiva generada en la misma. Para ello, la investigación podría llevar una metodología cualitativa orientada principalmente a las herramientas de entrevistas y *focus group*, tomando como muestra un grupo de edad mayor, considerando hombres y mujeres entre 25 y 40 años de edad que hayan asistido a la marcha. Para ello se plantearía como objetivo de investigación principal: Contrastar las prácticas de acción colectiva generadas en las dos frentes originadas en el debate virtual en torno a la protesta Con Mi Voto no te Metas. Y a partir de ello, los siguientes objetivos específicos:

- Describir las formas de organización en el espacio online de cada una de las frentes.
- Identificar el perfil predominante de los ciberactivistas presentes en cada una de las frentes.
- Analizar las prácticas de acción colectiva en cada una de las posturas generadas el debate virtual Con mi Voto no te metas.
- Usando como metodología la etnografía digital y la encuesta.

Los resultados esperados de dicho estudio tendrán relación con la investigación, en el sentido que, al identificar el perfil predominante de los ciberactivistas se podría revalidar que, en efecto, actualmente existe mayor cantidad de ciberactivistas jóvenes, o por el contrario se podría encontrar un nuevo perfil sociodemográfico que resalte en esta movilización. Asimismo, los resultados aportarán a conocer nuevas formas de organización y nuevas prácticas de acción colectiva, añadiendo nuevas o reforzando las que se han planteado en la investigación.

Por otro lado, podría considerarse, como una última perspectiva de estudio, el establecimiento de metas colectivas como base de la efectividad de los medios digitales, con respecto a recientes movilizaciones. Esto debido a que, como se pudo apreciar en la presente investigación, el uso de las redes ayudó no solo a difundir de manera masiva información clave para llevar a cabo una movilización en un contexto tan inusual como

es el de la pandemia, sino que surgieron diversos grupos y/o comunidades que tomaron parte en la movilización. Esto ayudó, no solo, a generar una gran movilización, sino que el sentimiento de participación se pudo difundir de manera masiva y las personas contaban con un fin para ser parte de los protestantes. Por ello, se podría considerar una investigación de metodología mixta, donde se puedan realizar entrevistas a profundidad a una muestra de protestantes entre 20 y 25 años. Entre ellos, miembros de una asociación y/o agrupación para conocer de manera cercana sus percepciones. Además, en caso la situación del país se encuentre en un mejor estado y se puedan realizar estudios de campo, podría implementarse la observación directa en movilizaciones para detectar comportamientos comunes.

## **5.6 Implicancias prácticas del estudio**

La presente investigación permite reflexionar acerca de la importancia y contribución de las redes sociales digitales en la participación política, específicamente en la organización de protestas sociales por parte de los ciudadanos. A través del desarrollo de la investigación se ha destacado cómo diversos autores afirman los aportes que han significado para el activismo, el uso de las redes sociales. Asimismo, dentro de las redes sociales y la comunicación que estas implican dentro de los contenidos publicados, destaca la presencia de los actores sociales cibernéticos, quienes tienen la posibilidad de expresar a través de sus mensajes emitidos, transformando ideas, pensamientos y comportamientos (Ibañez y Pinto, 2019).

En virtud de lo anterior, es posible decir que el rol que tienen los actores sociales es de suma importancia dentro de las redes sociales y por ende, la presente investigación puede suscitar a indagar los métodos correctos para que ellos comuniquen temas del ámbito político, fundamentalmente, cuando se trata de protestas sociales originados por una crisis política. Puesto que, estos temas deben ser tratados con suma responsabilidad y a favor de mantener la calma entre los ciudadanos, por el contrario, no deben ser entes que promuevan la violencia ni mucho menos el desorden público.

Sin embargo, bajo una perspectiva profesional, con los resultados de estudio que se han obtenido, entre los que se encuentra el rol que poseen las redes sociales dentro del consumo de información por parte de los activistas, debe ser considerado, por los ciberactivistas en posteriores estrategias de comunicación, puesto que el mensaje que se

busca emitir debe ser tomado con pinzas para identificar correctamente lo que se busca comunicar a favor de la sociedad y no perjudicando la paz de la ciudadanía. Asimismo, la información proporcionada mediante redes sociales, debe ser veraz y evitar dejar caer a sus usuarios en la desinformación, que puede provocar caos y malentendidos.

Es así que, sería beneficioso para los ciberactivistas realizar una reflexión acerca de su contribución dentro de la participación política y con ello, los efectos que podría generar cada uno de sus mensajes para conseguir su objetivo colectivo.



## REFERENCIAS

- Abellán, J. (2014). De la red a la calle: el proceso de movilización previo a la manifestación del 15 de mayo. Recuperado el 19 de febrero de 2021 de <https://www.acme-journal.org/index.php/acme/article/view/1131/904>
- Acosta, M. (2018). Ciberactivismo feminista. La lucha de las mujeres por la despenalización del aborto en Argentina. *Recuperado de* <http://sphaera.ucam.edu/index.php/sphaera-01/article/view/347>
- Agurto, M. (2012). Capital Social: Un intento de medición. Recuperado de [https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/1306/ECO\\_019.pdf;jsessionid=ECB1B45A4968EDAA54A37216CF29585F?sequence=1](https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/1306/ECO_019.pdf;jsessionid=ECB1B45A4968EDAA54A37216CF29585F?sequence=1)
- Agurto, A (2020) Generación del Bicentenario: un análisis desde la sociología y la psicología. *Gestión*. Recuperado de <https://gestion.pe/tendencias/generacion-del-bicentenario-un-analisis-desde-la-sociologia-y-la-psicologia-protetas-en-peru-manuel-merino-noticia/?ref=gesr>
- Alonso, F. (2010). La evolución de la teoría de los efectos de los medios de comunicación de masas: la teoría de la espiral del silencio a partir de la construcción de la realidad social por parte de los medios de comunicación de masas. Recuperado el 19 de febrero del 2021 de [https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/11292/teoria\\_efectos.pdf](https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/11292/teoria_efectos.pdf)
- Álvarez-Gálvez, J (2012). Modelos teóricos sobre los efectos de los medios de comunicación de masas.
- Akturan, U., Karadeniz, E., Yılmaz, Ö. Ö., Gül, M. Ç., İnelmen, K., & Yılmaz, M. E. (2009). A review of cyber ethnographic research: A research technique to analyze virtual consumer communities. Recuperado de <http://www.ajindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423873603.pdf>
- Apoyo, IPSOS (2021). El internet de cada día: hábitos y actitudes hacia el internet 2021. Recuperado de <https://www.ipsos.com/es-pe/el-internet-de-cada-dia-habitos-y-actitudes-hacia-el-internet-2021>
- Apoyo, IPSOS (2021). Redes sociales 2021. Recuperado de <https://www.ipsos.com/es-pe/redes-sociales-2021>
- Arce, M. (2015). Ciberactivismo a la limeña: nuevas formas de participación política. Recuperado el 14 de enero del 2021 de <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/canale/article/view/14718/15308>



Banda, G (2020). Este Congreso no me representa, por Gonzalo Banda. Recuperado de <https://elcomercio.pe/opinion/columnistas/congreso-de-la-republica-este-congreso-no-me-representa-por-gonzalo-banda-noticia/?ref=ecr>

Barthes, R. (2014). S/z. Siglo XXI.

Bennett, W., & Segerberg, A. (2012). The logic of connective action. Digital media and the personalization of contentious politics. Recuperado de <https://doi.org/10.1080/1369118x.2012.670661>

Biostatístico. (s,f). Fórmula para cálculo de la muestra de poblaciones infinitas. Recuperado de:

[http://www.bioestadistico.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=153:calculodel-tamano-de-la-muestra-para-estimar-parametros-categoricos-en-poblacionesfinitas&catid=46:calculo-del-tamano-de-la-muestra&Itemid=213](http://www.bioestadistico.com/index.php?option=com_content&view=article&id=153:calculodel-tamano-de-la-muestra-para-estimar-parametros-categoricos-en-poblacionesfinitas&catid=46:calculo-del-tamano-de-la-muestra&Itemid=213)

Brunsting, S., y Postmes, T. (2002). Social Movement Participation in the Digital Age: Predicting Offline and Online Collective Action. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/237285294\\_Social\\_Movement\\_Participation\\_in\\_the\\_Digital\\_Age\\_Predicting\\_Offline\\_and\\_Online\\_Collective\\_Action](https://www.researchgate.net/publication/237285294_Social_Movement_Participation_in_the_Digital_Age_Predicting_Offline_and_Online_Collective_Action)

Bourdieu, P. (1986). The forms of Capital: Handbook of theory and research for the sociology of education. New York: Greenwood.

Caballero, C. (2020). Ciberactivismo y Nuevos Movimientos Urbanos: La producción del nuevo espacio público en la política contemporánea. Recuperado el 19 de Enero del 2021 de [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-48672020000100177&script=sci\\_arttext](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-48672020000100177&script=sci_arttext)

Caballero, F. Gravante, T. (2016). Ciudadanía digital y acción colectiva en América Latina Crítica de la mediación y apropiación social por los nuevos movimientos sociales. Recuperado el 20 de enero del 2021 de <https://www.redalyc.org/pdf/3239/323944778009.pdf>

Caballero, Gerardo. (2019). Usos de las redes sociales digitales para la acción colectiva: el caso de Ni Una Menos. Recuperado el 19 de Febrero de 2021 de [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S0254-92122019000100006&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S0254-92122019000100006&script=sci_arttext)

Canal N (2020) Los 105 congresistas que votaron a favor de la vacancia de Vizcarra. Recuperado de <https://canaln.pe/actualidad/vacancia-vizcarra-105-congresistas-votaron-favor-n427599>

Candale, C. (2017). Las características de las redes sociales y las posibilidades de expresión abiertas por ellas. La comunicación de los jóvenes españoles en Facebook, Twitter e Instagram. Recuperado el 16 de febrero del 2021 de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6319192>

Candón-Mena, J & Redondo, D (2013) Redes digitales y su papel en la movilización. Recuperado el 20 de Enero del 2021 de [https://www.academia.edu/4729846/Redes\\_digitales\\_y\\_su\\_papel\\_en\\_la\\_movilizaci%C3%B3n](https://www.academia.edu/4729846/Redes_digitales_y_su_papel_en_la_movilizaci%C3%B3n)

- Carrasco, E (2013). ¿Imagen o texto? El Poder de captar la atención visual de los elementos gráficos analizado con el Eye Tracker. Recuperado de [https://ddd.uab.cat/pub/grafica/grafica\\_a2013v1n2/grafica\\_a2013v1n2p87.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/grafica/grafica_a2013v1n2/grafica_a2013v1n2p87.pdf)
- Castells, M (2012). Redes de Indignación y Esperanza. Recuperado el 18 de febrero de [https://arditiesp.files.wordpress.com/2017/10/castells\\_redes\\_indignac\\_2012.pdf](https://arditiesp.files.wordpress.com/2017/10/castells_redes_indignac_2012.pdf)
- Castells, M. (2013). Redes de indignación y esperanza: Los movimientos sociales en la era del Internet. Recuperado el 20 de Enero de 2021 de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0121-215X201300020001](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-215X201300020001)
- Castells, M (2009). Comunicación y Poder. Recuperado el 5 de Junio de 2022 de <https://www.felsemiotica.com/descargas/Castells-Manuel-Comunicaci%C3%B3n-y-poder.pdf>
- Castedo, A. (2020) Martín Vizcarra: qué es el "Club de la construcción", el escándalo de presunta corrupción que le costó la presidencia al ex-mandatario peruano. BBC. Recuperado de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-54896219>
- Celaya, J. (2008). La Empresa en la WEB 2.0. Editorial Grupo Planeta, España
- Confesiones Lima [Confesiones Lima]. (15 de noviembre de 2020). *ULIMA PRESENTE*. Facebook. <https://www.facebook.com/ConfesionesLimaaaa/posts/3449748398448739>
- Confesiones Lima [Confesiones Lima]. (15 de noviembre de 2020). *¡Totalmente de acuerdo!*. Facebook. <https://www.facebook.com/ConfesionesLimaaaa/posts/3452165434873702>
- Chávez, L., & Velásquez, S. (2016). Ejercicio del ciberpoder en el ciberespacio. *Ciencia y Poder Aéreo*, 12, 236-244. Recuperado el 12 de febrero de: <http://dx.doi.org/10.18667/cienciaypoderaereo.575>
- Coleman, J. S. (1990). *Foundations of Social Theory*. Cambridge: Harvard University Press.
- Coll, C. Monereo, C. (2008). *Psicología de la educación virtual*. España. Ediciones Morata.
- Comscore. (2021). Estas son las redes sociales en las que más interactúan los peruanos. *Gestión*. Recuperado de <https://gestion.pe/tendencias/estas-son-las-redes-sociales-en-las-que-mas-interactuan-los-peruanos-noticia/>
- Corrigall-Brown, C., & Wilkes, R. (2012). Picturing Protest: The Visual Framing of Collective Action by First Nations in Canada. *American Behavioral Scientist*, 56, 2, 223-243. doi: <http://dx.doi.org/10.1177/0002764211419357>

- Delgado, R (2007). *Los marcos de acción colectiva y sus implicaciones culturales en la construcción de ciudadanía*. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/unih/n64/n64a03.pdf>
- Defago, N (2019) *MENSAJES DE EMPODERAMIENTO FEMENINO EN LA PUBLICIDAD Y SUS EFECTOS EN LA ACTITUD DE LAS MUJERES HACIA LA MARCA*. Recuperado de [https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/9284/Defago\\_Angulo\\_Nicole.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/9284/Defago_Angulo_Nicole.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Echeverría, M. (2019) Modernidad líquida: la deshumanización en la esfera de las redes sociales. Recuperado el 19 de febrero de 2021 de <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/16513>
- El Comercio (2020). Skaters utilizaron sus tablas para defender a manifestantes en el Centro de Lima. Recuperado de <https://elcomercio.pe/videos/pais/skaters-utilizaron-sus-tablas-para-defender-a-manifestantes-en-el-centro-de-lima-videos-nnav-amtv-pais-noticia/>
- Elizondo, A. (2018). Un análisis de la reacción me gusta en Facebook desde los estudios de la interacción. Recuperado el 18 de febrero del 2021 de [https://www.researchgate.net/publication/330223022\\_Un\\_analisis\\_de\\_la\\_reaccion\\_me\\_gusta\\_en\\_Facebook\\_desde\\_los\\_estudios\\_de\\_la\\_interaccion](https://www.researchgate.net/publication/330223022_Un_analisis_de_la_reaccion_me_gusta_en_Facebook_desde_los_estudios_de_la_interaccion)
- Erro, C. B. (2014). Ciberactivista: una nueva identidad en las ciudades africanas. *Redes.com: revista de estudios para el desarrollo social de la Comunicación*. Recuperado el 21 de enero del 2021 de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4713714>
- El CEP presenta. [El CEP presenta] (6 de noviembre del 2019). Manuel Castells en el CEP. [Archivo de Vídeo]. [Youtube](https://www.youtube.com/watch?v=h97emCUyMf0). <https://www.youtube.com/watch?v=h97emCUyMf0>
- Facebook (s.f). Soluciones. Recuperado de <https://www.facebook.com/formedia/solutions#engage>
- Falla, M. (2014). Ciberactivismo: la nueva forma de organización de masas. Recuperado el 19 de Febrero del 2021 de <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/3704/Fallamaria2014.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Fernández, A. (2019). *Artivismo y Co-creación: La Comunicación Digital en la huelga feminista del 8M*. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/334605008\\_Activismo\\_co-creacion\\_e\\_igualdad\\_de\\_genero\\_la\\_comunicacion\\_digital\\_en\\_la\\_huelga\\_feminista\\_del\\_8M](https://www.researchgate.net/publication/334605008_Activismo_co-creacion_e_igualdad_de_genero_la_comunicacion_digital_en_la_huelga_feminista_del_8M)
- García, H. (2018). *¿Están los influencers perdiendo su credibilidad?: Estudio sobre la credibilidad que el consumidor otorga al mensaje emitido por el influencer en la plataforma dentro del sector cosmético*. Recuperado de <https://ddd.uab.cat/record/200615>

Fowks, J (2020). Miles de peruanos protestan contra el Gobierno interino de Manuel Merino. El país. Recuperado de <https://elpais.com/internacional/2020-11-13/miles-de-peruanos-protestan-contra-la-destitucion-del-presidente-martin-vizcarra.html>

García, N. (2014) Sabotajes virtuales y bloqueos informáticos como estrategias para las dinámicas de acción y la libertad de información. Recuperado el 19 de febrero de 2021 de <https://www.raco.cat/index.php/Periodistica/article/view/103833/451860>

García, F (2020). Análisis de las principales tendencias aparecidas en TikTok durante el periodo de cuarentena por la COVID-19. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/342993841\\_Analisis\\_de\\_las\\_principales\\_tendencias\\_aparecidas\\_en\\_TikTok\\_durante\\_el\\_periodo\\_de\\_cuarentena\\_por\\_la\\_COVID-19](https://www.researchgate.net/publication/342993841_Analisis_de_las_principales_tendencias_aparecidas_en_TikTok_durante_el_periodo_de_cuarentena_por_la_COVID-19)

Guillén, O (2019). Uso de redes sociales por estudiantes de pregrado de una facultad de medicina en Lima, Perú. Recuperado de [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1018-130X2019000200005](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1018-130X2019000200005)

Gómez, M & López, N. (2010). Uso de Facebook para actividades académicas colaborativas en educación media y universitaria. *Recuperado de* [https://www.protecciononline.com/galeria/proteccion\\_online/UsodeFacebookconfines-educativos.pdf](https://www.protecciononline.com/galeria/proteccion_online/UsodeFacebookconfines-educativos.pdf)

González - Bustamante, B. (2013). Evaluando Twitter como indicador de opinión publica: una mirada al arribo de Bachelet a la presidencial chilena 2013. Recuperado el 16 de febrero del 2021 de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=3871/387142733006>

González-Lizárraga, M. G; Becerra-Traver, M. T & Yanez-Díaz, M. B. (2016). Ciberactivismo: nueva forma de participación para estudiantes universitarios. *Comunicar*. Recuperado el 19 de enero de <https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=46&articulo=46-2016-05>

Granada, J (Sin fecha). Acción colectiva virtual: de viejas, nuevas y actuales movilizaciones sociales. Instituto de estudios políticos. pp. 13-15.

Greijdanus, H., De Matos, C., Turner-Zwinkels, F., Honari, A., Roos, A., Rosenbusch, H & Postmes, T. (2020). The Psychology of online activism and social and social movements: relations between online and offline collective action. *Current opinion in psychology*. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/340086708\\_The\\_Psychology\\_of\\_Online\\_Activism\\_and\\_Social\\_Movements\\_Relations\\_between\\_Online\\_and\\_Offline\\_Collective\\_Action](https://www.researchgate.net/publication/340086708_The_Psychology_of_Online_Activism_and_Social_Movements_Relations_between_Online_and_Offline_Collective_Action)

Guadalupe, J. (2003). Teoría de la acción colectiva, sociedad civil y los nuevos movimientos sociales en las nuevas formas de gobernabilidad en Latinoamérica. Recuperado el 28 de febrero del 2021 de <https://www.redalyc.org/pdf/122/12212403.pdf>

Gómez, C (2017). La protesta política: factores motivacionales y contextos. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10347/15295>

Gurr, T. (1970). Why men rebel. Princeton: Princeton University Press.

Hernández, K; Yanez, J; Carrera, A. (2017). Las redes sociales y adolescencias: Repercusión en la actividad física. *Revista Universidad y Sociedad*, 9(2), 242-247. Recuperado en 23 de junio de 2021, de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202017000200033&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202017000200033&lng=es&tlng=es).

Hernández, R; Fernández-Collado, C; Baptista, P (2006). Metodología de la investigación. México. Ediciones McGrawhill

Hornsey, M.J., Blackwood, L., Louis, W., Fielding, K., Morton, T., O'Brien, A., Mavor, K., Paasonen, K., Smith, J. & White, K.M. (2006). Why do people engage in collective action? Revisiting the role of perceived effectiveness. *Journal of Applied Social Psychology*, 36, 1701-1722.

Islas, O. (2013). Investigar las redes sociales. Recuperado el 12 de febrero de [http://www.razonypalabra.org.mx/Libro\\_IRS/InvestigarRedesSociales.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/Libro_IRS/InvestigarRedesSociales.pdf)

Islas-Carmona, J (2008). El prosumidor. El actor comunicativo de la sociedad de la ubicuidad. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/649/64911103.pdf>

Job, V (Sin fecha). La resistencia cibernética. Recuperado el 19 de Febrero de 2021 de <https://entrelascenizas.periodistasdeapie.org.mx/wp-content/uploads/2018/07/la-resistencia-cibernetica-1.pdf>

Katz y Lazarsfeld (1955). Personal Influence. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/328078453\\_KatzLazarsfeld\\_1955\\_Personal\\_Influence](https://www.researchgate.net/publication/328078453_KatzLazarsfeld_1955_Personal_Influence)

Kirkpatrick, D. (2011). El efecto Facebook. Recuperado el 9 de febrero de 2021 de <https://www.bqm.com.pe/libros/El%20efecto%20Facebook.pdf>

La República (2020). Con mi voto no te metas. Recuperado de <https://larepublica.pe/opinion/2021/06/11/con-mi-voto-no-te-metas-editorial/>

Landow, G. (1992). Hipertexto: La convergencia de la teoría crítica contemporánea. Recuperado el 15 de febrero de [http://www.terras.edu.ar/biblioteca/2/NT\\_Landow\\_1\\_Unidad\\_2.pdf](http://www.terras.edu.ar/biblioteca/2/NT_Landow_1_Unidad_2.pdf)

La Mula [@lamula.pe]. (13 de noviembre de 2020). *La miel y la hiel'*, por Martiza Espinoza: Ni manipulados ni violentos. [Video]. Instagram. [https://www.instagram.com/tv/CHiw4SCHUnR/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/tv/CHiw4SCHUnR/?utm_source=ig_web_copy_link)

La Mula [@lamula.pe]. (15 de noviembre de 2020). *#DóndeEstán* Cobertura especial desde el Centro de Lima. [Fotografía]. Instagram. [https://www.instagram.com/p/CHn-oxHnktU/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CHn-oxHnktU/?utm_source=ig_web_copy_link)



- Linne, J (2014). Usos comunes de Facebook en adolescentes de distintos sectores sociales en la Ciudad de Buenos Aires. *Revista científica de Educomunicación*. 22 ( 43), 193. <https://doi.org/10.3916/C43-2014-19>
- López- Roldán, P & Fachelli, S (2015). Metodología de la investigación social cuantitativa. Recuperado de [https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua\\_a2016\\_cap2-3.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua_a2016_cap2-3.pdf)
- López, D (2015) La organización y difusión de la protesta social en las redes: #8N. pp. 19 - pp. 43
- Lozano, J (2007). Teoría e investigación de la comunicación de masas. México. Pearson Educación de México.
- Machuca, G (2020). Marcha Nacional: ¿Cuál es el rol que están cumpliendo los jóvenes en las redes sociales? *Somos*. Recuperado de <https://elcomercio.pe/somos/historias/protestas-redes-sociales-que-rol-estan-cumpliendo-en-crisis-politica-en-el-peru-vacancia-presidencal-congreso-noticia/?ref=ecr>
- Martín, A. (2013). Revoluciones horizontales: Ciberactivismo y movilizaciones ciudadanas en América Latina y España. pp. 22 - pp. 52
- McCombs, M., y Luna Pla, I. (2003). Agenda-setting de los medios de comunicación. Los Mochis, México: Universidad de Occidente, Universidad Iberoamericana.
- Miquilena, M. (2010). Sistema de interacciones de actores sociales de la comunicación pública de ciencia y tecnología. Recuperado el 12 de febrero de: <http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>
- Muñoz, D (2017). El ciberactivismo en la sociedad latinoamericana. Recuperado el 21 de Enero del 2021 de [https://www.researchgate.net/publication/328890180\\_El\\_ciberactivismo\\_en\\_la\\_sociedad\\_latinoamericana](https://www.researchgate.net/publication/328890180_El_ciberactivismo_en_la_sociedad_latinoamericana)
- Monge-Benito, S y Olabarri Fernández, M (2011). “Los alumnos de la UPV/EHU frente a Tuenti y Facebook: usos y percepciones”. En: *Revista Latina de Comunicación Social*, 66. La Laguna: Universidad de La Laguna, pp. 79-100.
- Morocho, F (2019) “Instagram: Uso y motivaciones de los jóvenes”. Recuperado de <https://eprints.ucm.es/id/eprint/57495/1/INTAGRAM%20USO%20Y%20MOTIVACIONES%20DE%20LOS%20JOCC%81VENES%20.pdf>
- Mendoza Michilot, M., & Valenzuela Chamorro, A. (2020). Las redes sociales en el Perú y la comunicación ciudadano-político.
- Meneses Cabrera, T., & Cardozo Cardona, J. J. (2014). La Etnografía: una posibilidad metodológica para la investigación en cibercultura. Recuperado de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1692-58582014000200007](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-58582014000200007)



- Morozov, E (2012). El desengaño de internet: Los mitos de la libertad en la red. Ediciones Destino
- Morozov, E (2015). La locura del solucionismo tecnológico. Katz-Clave Intelectual
- Neuman N, W; Just, M y Crigel, A. (1992). Common knowledge: news and the construction of political meaning, University of Chicago Press, Chicago
- Organización Mundial de Salud. (2020). Brote de enfermedad por Coronavirus (Covid-19). Recuperado de [https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019?gclid=CjwKCAjw2ZaGBhBoEiwA8pfP\\_sMC1FZx7J3-Dfaksn-avOihTu0RjKuwlzySR0eiNDEqUPEfWSN-YBoCdtgQAvD\\_BwE](https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019?gclid=CjwKCAjw2ZaGBhBoEiwA8pfP_sMC1FZx7J3-Dfaksn-avOihTu0RjKuwlzySR0eiNDEqUPEfWSN-YBoCdtgQAvD_BwE)
- Ortiz, M (2020). Congreso declaró la vacancia del presidente Martín Vizcarra. El Comercio. Recuperado de <https://elcomercio.pe/politica/congreso-declaro-la-vacancia-del-presidente-martin-vizcarra-noticia/>
- Paucar, J (16 de junio del 2015). Manuel Castells: "Internet es libertad de comunicación y puede ser usada para la revolución" . La Mula. <https://redaccion.lamula.pe/2015/06/16/manuel-castells/jorgepaucar/>
- Pérez, A. (2009). Métodos cuantitativos aplicados 2. Recuperado de <https://docer.com.ar/doc/8nxxs1s>
- Pérez, J. (2012). La actualidad en YouTube: claves de los videos más vistos durante un mes. Recuperado el 17 de febrero del 2021 de <https://www.redalyc.org/pdf/687/68723565004.pdf>
- Putnam, R. D. (1993). The Prosperous Community: Social Capital and Public Life. Recuperado de <https://scholar.harvard.edu/robertputnam/publications/prosperous-community-social-capital-and-public-life>
- Quispe, J (2020). Uso de WhatsApp y su influencia en el aprendizaje colaborativo en los estudiantes de la especialidad de gastronomía del CETPRO TARMA 2019. (Tesis de Maestría). Universidad San Martín de Porres. Lima.
- Ramírez-Barba, E. También #YoSoyMédico17. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/264039784\\_42\\_Tambien\\_YoSoyMedico17\\_As\\_well\\_IamPhysician17](https://www.researchgate.net/publication/264039784_42_Tambien_YoSoyMedico17_As_well_IamPhysician17)
- Revilla, M (2010). América Latina y los movimientos sociales: el presente de la “rebelión del coro”. Recuperado de <https://nuso.org/articulo/america-latina-y-los-movimientos-sociales-el-presente-de-la-rebelion-del-coro/>
- Rosales, B (2020). El papel clave de las redes sociales durante las protestas políticas en Perú. Recuperado de <https://medialab.unmsm.edu.pe/chiqua/news/el-papel-clave-de-las-redes-sociales-durante-las-protestas-politicas-en-peru/>
- Rodrigo, M. (2001) Teorías de la comunicación. Ámbitos, métodos y perspectivas. Barcelona. Universitat Autònoma de Barcelona.

- Rost, A. (2011) Periodismo y redes sociales: Por qué y para qué. Recuperado el 19 de febrero del 2021 de <http://tecnologiaycultura.com.ar/actas2011/doc/rost.pdf>
- Rovira, G (2012). Movimientos sociales y comunicación: la red como paradigma.
- Ruiz Dodobara, F. G. (2018). Activismo en línea, autoeficacia del uso de redes sociales para producir acciones colectivas e intención de participar en acciones colectivas presenciales en universitarios de Lima.
- Sádaba, I. (2012) Acción colectiva y movimientos sociales en las redes digitales. Aspectos históricos y metodológicos. pp. 4 - pp. 10
- Sánchez, M. (2014). Ciberactivismo peruano: resonancias locales de un fenómeno global. Recuperado el 21 de enero del 2021 de <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/conexion/article/view/11576/12100>
- Scolari, C. (2014). Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Recuperado el 10 de Febrero de 2021 de <https://tmduces.files.wordpress.com/2014/01/scolari-carlos-hipermediaciones.pdf>
- Sixto, J (2014). Desarrollo de las redes sociales como herramienta de marketing. Universidad de Medellín
- Sommano Ventura, M (2007). Movimientos sociales y partidos políticos en América Latina: una relación cambiante y compleja. *Política y cultura*, (27), 31-53. Recuperado en 19 de julio de 2021, de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0188-77422007000100003&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-77422007000100003&lng=es&tlng=es).
- Sociedad LR. (16 de noviembre del 2020). Necropsia revela que a Bryan Pintado le dispararon proyectiles de plomo y no de goma. *La República*. <https://larepublica.pe/sociedad/2020/11/15/proyectiles-encontrados-en-el-cuerpo-de-bryan-pintado-fueron-de-plomo-y-no-de-goma/>
- Subirana, K (2020). Generación Bicentenario: Los jóvenes a la obra. *El Comercio*. Recuperado de <https://elcomercio.pe/luces/generacion-bicentenario-los-jovenes-a-la-obra-noticia/>
- Sunedu (2020). Matriculados por universidad y sexo. Recuperado el 3 de mayo de [https://public.tableau.com/shared/F65CRF8ZR?:display\\_count=y&origin=viz\\_share\\_link&embed=y](https://public.tableau.com/shared/F65CRF8ZR?:display_count=y&origin=viz_share_link&embed=y)
- Subirats, J. (2015). Todo se mueve. Acción colectiva, acción conectiva. *RES. Revista Española de Sociología*, (24), 123-131
- Tarrow, S. (1997). El poder en movimiento: Los movimientos sociales, la acción colectiva y la política. Madrid: Alianza Editorial
- Toledo, C. (2020). Perú: ¿Es la destitución de Vizcarra inconstitucional?. *DW Made for minds*. Recuperado de <https://www.dw.com/es/per%C3%BA-es-la-destituci%C3%B3n-de-vizcarra-inconstitucional/a-55598103>

- Trejos, S (2018). Culpa y movilización Análisis sobre marcos interpretativos y rol de las emociones en la movilización de voluntarios. Recuperado el 19 de Febrero de 2021 de <https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/17965/Culpa%20y%20movilizacio%cc%81n%20Trejos%202018.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Twitter (s.f). Uso de Twitter. Recuperado el 3 de julio del 2021 de <https://help.twitter.com/es/using-twitter#tweets>
- Universidad de Lima (s.f.). Reseña Histórica. Recuperado de <https://www.ulima.edu.pe/acerca-de/resena-historica#:~:text=En%20la%20actualidad%2C%20la%20Universidad,ofrece%20numerosos%20servicios%20a%20los>
- Vaccari, C., Valeriani, A., Barberá, P., Bonneau, R., Jost, J. T., Nagler, J. & Tucker, J. A. (2015), Political Expression and Action on Social Media: Exploring the Relationship Between Lower- and Higher-Threshold Political Activities Among Twitter Users in Italy. *J Comput-Mediat Comm*, 20: 221–239. doi:10.1111/jcc4.12108
- Van Stekelenburg, J., Klandermans, B., & van Dijk, W. (2009). Context matters: Explaining how and why mobilizing context influences motivational dynamics. *Journal of Social Issues*, 65, 815-838.
- Vicente, L. (2004). ¿Movimientos sociales en la Red? Los hacktivistas. Recuperado el 12 de febrero de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=325/32512615>
- Vignolo, C (2018). El Colectivo No a Keiko: alcances y límites de las nuevas formas de protesta gestadas en redes sociales. Recuperado de [https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/PUCP\\_6007a81a35496636a5187da9f5d7e305](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/PUCP_6007a81a35496636a5187da9f5d7e305)
- Vuelvas, J. Línea de Tiempo de la Destitución del Presidente del Perú. *LatinAmerican Post*. Recuperado de <https://latinamericanpost.com/es/35122-linea-de-tiempo-de-la-destitucion-del-presidente-de-peru>
- Yevilao, A. (2019). Autoeficacia: un acercamiento al estado de la investigación en Latinoamérica. Recuperado de <http://revistas.ubiobio.cl/index.php/REINED/article/view/4124/3822>
- Youtube (s.f). Términos del servicio. Recuperado de <https://www.youtube.com/t/terms>
- Wayka [@Wayka.pe] (14 de noviembre de 2020). *#LoÚltimo* Tras confirmarse que un joven que participó en la marcha nacional falleció, asistentes a la protesta se arrodillaron. [Fotografía]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CHmQUEJhRyJ/>
- WhatsApp (s.f). Características de whatsapp. Recuperado de <https://www.whatsapp.com/features/>
- Wiener, G. (2020). Debemos defender nuestro derecho a salir a la calle en Perú. *The New York Times*. Recuperado de <https://www.nytimes.com/es/2020/11/25/espanol/opinion/peru-protestas.html>

Zeler, I. (2020). La comunicación de los activistas en Instagram: el caso de los influencers de habla hispana. Recuperado el 21 de Enero del 2021 de [https://revistas.udc.es/index.php/REDMARKA/article/view/redma.2020.24.2.6987/g6987\\_pdf](https://revistas.udc.es/index.php/REDMARKA/article/view/redma.2020.24.2.6987/g6987_pdf)

Ziller, J & Braga, C (2014) La participación ciudadana en los medios. Recuperado de [https://www.academia.edu/es/7784714/La\\_participaci%C3%B3n\\_ciudadana\\_en\\_los\\_medios](https://www.academia.edu/es/7784714/La_participaci%C3%B3n_ciudadana_en_los_medios)





## Anexo 1: Modelo de consentimiento informado (encuesta)

### Nombre de investigadoras:

- Aleksandra Valeria Pacheco Conca
- Anahí Valeria Zamora Cayturo

**Título de investigación:** Ciberactivismo: Redes sociales y su uso en la organización de universitarios de una universidad en Lima Metropolitana en la protesta social Caso Merino.

**Objetivo de investigación:** La presente investigación tiene como objetivo principal analizar el rol de las redes sociales en la organización de la protesta social derivada de la crisis política de noviembre de 2020 en los estudiantes universitarios.

**Propósito del estudio:** A través de su participación en la encuesta será posible analizar las formas de organización que surgieron en redes sociales durante la más reciente protesta social surgida en Perú: Caso Merino.

**Tiempo requerido:** El tiempo estimado para la realización de la encuesta será de 10 minutos, durante la cual los participantes podrán leer detenidamente cada pregunta y seleccionar su respuesta.

**Riesgos y Beneficios:** Su implicación en la investigación no involucra riesgo alguno; sin embargo, tendrá como beneficio la participación en un sorteo donde podrá ser ganador de 100 soles, en forma de agradecimiento por su tiempo y colaboración en la investigación.

**Confidencialidad:** El nombre del participante no será tomado en cuenta en ningún informe de resultado.

**Uso de la información obtenida:** Los resultados obtenidos de la encuesta propuesta serán empleados con fines académicos únicamente, para la obtención de licenciatura en la carrera de Comunicación en la Universidad de Lima.

**Derecho de retirarse del estudio:** Desde el inicio de su participación en el estudio, el participante tiene el derecho de retirarse, si así lo cree conveniente. No se aplicará ningún tipo de sanción

**CONSENTIMIENTO:** Yo \_\_\_\_\_ (Nombre y Apellido) bajo absoluta voluntad y responsabilidad otorgo consentimiento de participación en el estudio titulado: Ciberactivismo: Redes sociales y su uso en la organización de universitarios de una universidad en Lima Metropolitana en la protesta social Caso Merino. Confiando en el uso adecuado de la información y confidencialidad prometida.

Fecha \_\_\_\_\_

Referencia: (Defago, 2019)



## Anexo 2: Modelo de consentimiento informado (entrevista)

### Nombre de investigadoras:

- Aleksandra Valeria Pacheco Conca
- Anahí Valeria Zamora Cayturo

**Título de investigación:** Ciberactivismo: Redes sociales y su uso en la organización de universitarios de una universidad en Lima Metropolitana en la protesta social Caso Merino.

**Objetivo de investigación:** La presente investigación tiene como objetivo principal analizar el rol de las redes sociales en la organización de la protesta social derivada de la crisis política de noviembre de 2020 en los estudiantes universitarios.

**Propósito del estudio:** A través de su participación en la encuesta será posible analizar las formas de organización que surgieron en redes sociales durante la más reciente protesta social surgida en Perú: Caso Merino.

**Tiempo requerido:** El tiempo estimado para la realización de la entrevista será de 30 minutos.

**Riesgos y Beneficios:** Su implicación en la investigación no involucra riesgo alguno.

**Confidencialidad:** Con previa autorización del participante, la entrevista será grabada para así ser transcrita fielmente a lo dicho verbalmente. Su identidad será citada únicamente para términos académicos y a fin de alcanzar los objetivos del presente estudio.

**Uso de la información obtenida:** Los resultados obtenidos de la entrevista propuesta serán empleados con fines académicos únicamente, para la obtención de licenciatura en la carrera de Comunicación en la Universidad de Lima.

**Derecho de retirarse del estudio:** Desde el inicio de su participación en el estudio, el participante tiene el derecho de retirarse, si así lo cree conveniente. No se aplicará ningún tipo de sanción

**CONSENTIMIENTO:** Yo \_\_\_\_\_ (Nombre y Apellido) bajo absoluta voluntad y responsabilidad otorgo consentimiento de participación en el estudio titulado: Ciberactivismo: Redes sociales y su uso en la organización de universitarios de una universidad en Lima Metropolitana en la protesta social Caso Merino. Confiando en el uso adecuado de la información y confidencialidad prometida.

Fecha \_\_\_\_\_

Referencia: (Defago, 2019)

## Anexo 3: Guía de preguntas para encuesta

### Cuestionario

**1. Sexo**

- Hombre
- Mujer

**2. Edad**

- 18 - 20
- 21 - 23
- 24- 25

**3. Durante la protesta social: Caso Merino (noviembre 2020). ¿Qué tipo de red social empleaste para informarte? (Selección múltiple)**

- Red Generalista (Facebook, Instagram, Twitter, etc.)
- Red Especializada (foros, grupos de discusión privados)
- Red Profesional (Linkedin)

**4. ¿Específicamente, qué red social empleaste para informarte? (Selección múltiple)**

- Facebook
- Twitter
- Instagram
- WhatsApp
- YouTube
- Tik Tok
- Otros

**5. ¿Por qué usaste dicha red para informarte? (Selección múltiple)**

**PÁRRAFO**

**6. ¿Consumiste contenido de influencers? Marca de la siguiente lista**

- @Unapolitologa
- @La.encerrona
- @DiegoRivera
- @mitocondria.cc
- @Danielolivarescortes
- Otros (Mencionar) \_\_\_\_\_
- No consumí contenido de influencers

**7. ¿Específicamente, qué red social empleaste para publicar contenido? (¿posts, videos, stories, comentarios? (Selección múltiple)**

- Facebook
- Twitter
- Instagram
- WhatsApp
- YouTube
- Tik tok
- Otros \_\_\_\_\_

**8. ¿Por qué usaste dicha red para producir contenido? (Selección múltiple)**

- Mayor cantidad de amigos y familiares presentes en la red social
- Mayor anonimidad
- Facilidad de uso
- Mayor debate virtual

**9. Del 1 al 5 , siendo 1 en menor cantidad y 5 en mayor cantidad ¿En qué medida consumiste los siguientes tipos de contenido?**

Imágenes:

\_\_\_ 1 \_\_\_ : \_\_\_ 2 \_\_\_ : \_\_\_ 3 \_\_\_ : \_\_\_ 4 \_\_\_ : \_\_\_ 5 \_\_\_

Video:

\_\_\_ 1 \_\_\_ : \_\_\_ 2 \_\_\_ : \_\_\_ 3 \_\_\_ : \_\_\_ 4 \_\_\_ : \_\_\_ 5 \_\_\_

Stories:

\_\_1\_\_ : \_\_2\_\_ : \_\_3\_\_ : \_\_4\_\_ : \_\_5\_\_

Transmisiones en vivo

\_\_1\_\_ : \_\_2\_\_ : \_\_3\_\_ : \_\_4\_\_ : \_\_5\_\_

**10. Del 1 al 5, siendo 1 en menor cantidad y 5 en mayor cantidad. ¿En qué medida produjiste los siguientes tipos de contenido?**

Imágenes:

\_\_1\_\_ : \_\_2\_\_ : \_\_3\_\_ : \_\_4\_\_ : \_\_5\_\_

Video:

\_\_1\_\_ : \_\_2\_\_ : \_\_3\_\_ : \_\_4\_\_ : \_\_5\_\_

Stories:

\_\_1\_\_ : \_\_2\_\_ : \_\_3\_\_ : \_\_4\_\_ : \_\_5\_\_

Transmisiones en vivo:

\_\_1\_\_ : \_\_2\_\_ : \_\_3\_\_ : \_\_4\_\_ : \_\_5\_\_

**11. ¿Qué rol tomaste dentro de la organización de la protesta?**

- Informantes/ Difusores
- Voluntario/ Primera línea
- Hacker (saboteando páginas web)

**12. Antes de que comenzaran las marchas en el espacio urbano, ¿Cuál fue tu forma de participación on line?**

- Reposteo de contenido
- Modificación de imagen perfil de redes sociales (“Merino no es mi presidente”)
- Comentarios en posts
- Likes o reacciones
- Producción de contenido (imágenes, fotos, video, texto)
- \_\_\_\_\_

**13. Durante el estallido de la crisis, ¿cómo te organizaste para aportar a la movilización**

- Convocando amigos en redes sociales
- Creando grupos de comunicación
- Realizando publicidad de convocatorias masivas
- Informándome sobre qué materiales llevar (pancartas, banderas, etc.)
- Informándome sobre las rutas de movilización
- Planificando horarios de asistencia
- Estableciendo roles a cumplir (primeros auxilios, cadena de protección, informante de primera mano)

**14. Marca con una X la alternativa que mejor te describa**

- Soy capaz de utilizar redes sociales para producir protestas y marchas en la calle.

Nunca ( ) Rara Vez ( ) A veces ( ) Frecuentemente ( ) Siempre ( )

- Soy capaz de usar redes sociales para producir plantones en la calle. Es decir, pararme en la calle con un grupo de personas protestando por algo que considero injusto o indebido.

Nunca ( ) Rara Vez ( ) A veces ( ) Frecuentemente ( ) Siempre ( )

- Soy capaz de utilizar redes sociales para producir boicots comerciales. Por ejemplo, organizar a un grupo de personas para dejar de comprar un producto.

Nunca ( ) Rara Vez ( ) A veces ( ) Frecuentemente ( ) Siempre ( )

- Soy capaz de usar redes sociales para producir la recolección de firmas para lograr una petición justa.

Nunca ( ) Rara Vez ( ) A veces ( ) Frecuentemente ( ) Siempre ( )

- Podría utilizar mis redes sociales para producir una vigilia. Es decir, la reunión pacífica por varias horas durante la noche, conmemorando o a la espera de un suceso importante

Nunca ( ) Rara Vez ( ) A veces ( ) Frecuentemente ( ) Siempre ( )

**15. ¿Qué tipo de interacción realizaste en dichas redes sociales?**

- Likes/ Reacciones
- Compartidos/ Retweet/ Reposteo
- Comentarios

**16. ¿Cómo evalúa usted en general la participación de sus círculos más cercanos durante la protesta Caso Merino?**

Ninguna Participación ( ) Poca Participación ( ) Regular Participación ( )  
Buena Participación ( )

**17.** ¿Cree usted que para llegar al objetivo que buscaba la protesta Caso Merino, era necesaria que todos los ciudadanos cooperen entre sí?

- Sí
- No

**18.** ¿Cree usted que en sus círculos sociales (amigos, familiares, etc.) la mayoría de la gente está dispuesta a cooperar con otros ciudadanos cuando existe una problemática en el país que requiere una forma de activismo?

- Sí
- No
- Más o menos

**19.** Cree usted que en sus círculos sociales se informaron/ comunicaron unos a otros sobre asuntos de importancia respecto la crisis política vivida en noviembre del 2020

- Sí
- No
- Más o menos

**20.** ¿Qué tipo de activismo realizaste durante la protesta del Caso Merino?

- Online
- Offline (Asistir a la marcha)
- Ambos

**21.** ¿Cuál fue tu forma de actuar para influir de manera online en tus círculos cercanos?

- Expresando mi postura, creencia e ideología en redes sociales.
- Motivando a la participación a través de redes sociales
- Ambos



## **Anexo 4: Entrevista a actores sociales de protesta**

Instrucciones: Antes de comenzar, el entrevistador (a) deberá contar con sus aparatos de grabación cerca y preparados (celular, grabadora, grabación de pantalla, etc.). De preferencia más de un dispositivo de grabación, en caso de avería de alguno. Se le entregará previamente vía correo al entrevistado el consentimiento informado. Cuando comience la entrevista, se le debe pedir permiso al entrevistado para grabar fielmente la entrevista para una posterior transcripción o para un mejor análisis. Para comenzar se ofrecerá al entrevistado un preámbulo de la investigación (título, objetivos y justificación de la importancia de su participación). Se tomarán los datos básicos del entrevistado (nombre y apellido, carrera de profesión). Se le formulará cada pregunta y en caso se requiera, el entrevistador deberá repetirla o reformular para un mejor entendimiento. De creerse pertinente, el entrevistado hará repreguntas para recopilar mayor información, y así enriquecer la investigación. Una vez culminada la entrevista se le agradecerá por su tiempo y disposición brindada.

### **Guía de preguntas:**

- **Preguntas generales**

**Buenos días, para comenzar la entrevista conozcamos un poco de la cuenta en red social, a través de la cual genera contenido a un grupo de seguidores...**

1. ¿En qué fecha surgió la cuenta en redes sociales? ¿La presencia es en diversas redes sociales? ¿O se limita a una sola red social? ¿Por qué?
2. ¿A qué público se dirige tu contenido?
3. ¿Qué tipo de contenido sueles publicar? ¿Cuál es la temática principal de su cuenta?

- **Tema 1: motivaciones**

**Ahora, pasemos a hablar acerca de sus motivaciones respecto a la producción de contenido...**

4. ¿Qué te motivó a publicar contenido relacionado a la crisis política? A tomar acción y hacer algo, diferentes fuentes, comentarios que le hacían

5. ¿Por qué creyeron importante digitalizar su participación?

- **Tema 2: organización**

**Respecto a la organización, que sabemos que fue un elemento clave para la realización de la protesta**

6. Con el inicio de la protesta, ¿la red de seguidores de la cuenta aumentó?
7. ¿Cómo consideras que las redes sociales complementaron la organización de la protesta? ¿De qué manera aportaste a la organización de la protesta social?
8. ¿Qué tipo de contenido publicó más en su red, durante esa semana?
9. ¿Qué tipo de herramienta consideras que generó mayor alcance? ¿qué tipo de interacciones generó? (herramienta: imágenes, videos, stories)
10. ¿Qué tipo de interacción consideras que generó mayor alcance?
11. ¿Cómo te organizaste tú para participar en la protesta?
12. ¿Cuál fue el principal medio que empleaste para comunicarte con otros asistentes?
13. ¿Considera que para llegar al objetivo que buscaba la protesta, era necesario que todos los ciudadanos cooperen entre sí?

- **Tema 3: Rol**

**En cuanto a su posición como actor social de protesta y activista...**

14. ¿Qué tipo de rol consideras que asumiste durante la crisis política? ¿Informante presencial en primera línea? ¿Productora/ Difusora de información? ¿Rol ventana: re - publicación de contenidos obtenidos por otros usuarios?
15. ¿Qué tipo de mensajes solías difundir con mayor frecuencia? ¿Qué tipo de comunicación usó con sus usuarios? ¿Por qué?

**Muchas Gracias por su tiempo y su disposición a realizar la entrevista**

## Anexo 5: Ficha de codificación - Análisis de métricas y etnografía digital

Fecha: 09 de noviembre del 2020 al 16 de noviembre del 2020						
Hipermediación	Red Social	Cantidad de imágenes	Cantidad de videos	Cantidad de enlaces compartidos	Cantidad de post - textuales	Tipo de cuenta
@La.Encerrona	Instagram					
@lamula.pe	Instagram					
@danielolivares	Instagram					
@wayka	Instagram					
Memes Ulima	Facebook					
Confesiones Ulima	Facebook					
@mitocondria.cc	Instagram					
@delaptm	Instagram					
@influencersoutofcontext	Instagram					
@dilofuerteperu	Instagram					

Interacción	Red Social	Número de comentarios	Número de likes	Número de compartidos/Etiquetas
La Encerrona	Facebook			
@lamula.pe	Instagram			
@danielolivares	Instagram			
@wayka	Instagram			
Memes Ulima	Facebook			
Confesiones Ulima	Facebook			
@mitocondria.cc	Instagram			
@delaptm	Instagram			

<b>@influencersoutofcon text</b>	Instagram			
<b>@dilofuerte</b>	Instagram			

Convocatoria de participación	Red Social	Texto	Imágenes	Videos	Transmisión en vivo
<b>@La.Encerrona</b>	Instagram				
<b>@lamula.pe</b>	Instagram				
<b>@danielolivares</b>	Twitter				
<b>@wayka</b>	Instagram				
<b>Memes Ulima</b>	Facebook				
<b>Confesiones Ulima</b>	Facebook				
<b>@mitochondria.cc</b>	Instagram				
<b>@delaptm</b>	Instagram				
<b>@influencersoutofcon ntext</b>	Instagram				
<b>@dilofuerte</b>	Instagram				

Descripción cualitativa	Red Social	Contenido	Motivación para protestar	Organización	Acción Colectiva
<b>@La.Encerrona</b>					
<b>@lamula.pe</b>					

<b>@danielolivares</b>					
<b>@wayka</b>					
<b>Memes Ulima</b>					
<b>Confesiones Ulima</b>					
<b>@mitocondria.cc</b>					
<b>@delaptm</b>					

<b>@influencersoutofcontext</b>					
<b>@dilofuerte</b>					





## Anexo 6: Matriz de variables

MATRIZ DE VARIABLES				
		Variable General	Categorías	Procedimientos
Obj. General	Analizar el rol de las redes sociales en la organización de la protesta social derivada de la crisis política de noviembre de 2020 en los estudiantes universitarios.	Rol de las redes sociales en los estudiantes universitario		
Obj. Específico 1	Identificar las redes sociales más usadas y los contenidos compartidos por parte de los estudiantes de una Universidad de Lima durante su participación en las protestas de noviembre del 2020.	Usos, preferencias y contenido compartido en redes Sociales	Tipos de Redes Sociales	Etnografía digital y encuestas
			Redes Sociales más usadas en Perú	
			Formatos de contenido (infografía, tipo de imágenes, tipo de videos)	
			Hipermediación	
			Contenido motivacional, llama a la organización y relacionado a la acción colectiva	

Obj. Específico 2	Analizar los usos dados a las redes sociales por parte de los estudiantes y sus acciones off line durante las protestas de noviembre de 2020	Usos dados a las redes sociales y acciones off line	Tipos de Interacción: <i>likes</i> , compartidos, comentarios	Encuesta, Análisis de métricas de interacción y entrevista.
			Tipos de usos online: conversación, transmisiones en vivo, actualización de status	
			Tipos de usos off line: puentes o nodos de comunicación y participación activa	
Obj. Específico 3	Identificar las prácticas de la acción colectiva generadas durante la protesta social “Caso Merino” 2020.	Prácticas de acción colectiva	Acción Colectiva	Etnografía digital, entrevistas y encuestas.
		Capital Social		
		Rol de actores cibernéticos (Voluntarios/primer línea, informantes/difusores)		

# Inf. Turnitin Tesis Pacheco/Zamora

## INFORME DE ORIGINALIDAD

8%

INDICE DE SIMILITUD

8%

FUENTES DE INTERNET

2%

PUBLICACIONES

1%

TRABAJOS DEL  
ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1

[hdl.handle.net](http://hdl.handle.net)

Fuente de Internet

1%

2

[repositorio.ulima.edu.pe](http://repositorio.ulima.edu.pe)

Fuente de Internet

<1%

3

[www.dspace.uce.edu.ec](http://www.dspace.uce.edu.ec)

Fuente de Internet

<1%

4

[documentop.com](http://documentop.com)

Fuente de Internet

<1%

5

Alba Patricia Guzman Duque. "FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO EN EL USO DE LAS REDES SOCIALES EN EL ÁMBITO UNIVERSITARIO: APLICACIÓN A TWITTER.", 'Universitat Politecnica de Valencia', 2015

Fuente de Internet

<1%

6

[orbicom.ca](http://orbicom.ca)

Fuente de Internet

<1%

7

[es.wikipedia.org](http://es.wikipedia.org)

Fuente de Internet

<1%

[theibfr.com](http://theibfr.com)

8	Fuente de Internet	<1 %
9	repositorio.upch.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
10	ojs.ehu.eus Fuente de Internet	<1 %
11	repositorio.usil.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
12	es-us.noticias.yahoo.com Fuente de Internet	<1 %
13	prezi.com Fuente de Internet	<1 %
14	es.scribd.com Fuente de Internet	<1 %
15	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
16	elcomercio.pe Fuente de Internet	<1 %
17	repositorio.xoc.uam.mx Fuente de Internet	<1 %
18	Submitted to Universidad San Ignacio de Loyola Trabajo del estudiante	<1 %
19	www.studocu.com Fuente de Internet	<1 %

<1 %

20

[nanopdf.com](http://nanopdf.com)

Fuente de Internet

<1 %

21

[samocalleivanfranklin.blogspot.com](http://samocalleivanfranklin.blogspot.com)

Fuente de Internet

<1 %

22

[alicia.concytec.gob.pe](http://alicia.concytec.gob.pe)

Fuente de Internet

<1 %

23

[www.scribd.com](http://www.scribd.com)

Fuente de Internet

<1 %

24

[www.rniu.buap.mx](http://www.rniu.buap.mx)

Fuente de Internet

<1 %

25

[www.slideshare.net](http://www.slideshare.net)

Fuente de Internet

<1 %

26

[repositorio.unamad.edu.pe](http://repositorio.unamad.edu.pe)

Fuente de Internet

<1 %

27

[repository.udistrital.edu.co](http://repository.udistrital.edu.co)

Fuente de Internet

<1 %

28

[Repositorio.Upagu.Edu.Pe](http://Repositorio.Upagu.Edu.Pe)

Fuente de Internet

<1 %

29

[eprints.uanl.mx](http://eprints.uanl.mx)

Fuente de Internet

<1 %

30

[idus.us.es](http://idus.us.es)

Fuente de Internet

<1 %

31	<a href="https://repositorio.uasb.edu.ec">repositorio.uasb.edu.ec</a> Fuente de Internet	<1 %
32	<a href="https://repositorio.utp.edu.pe">repositorio.utp.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
33	Delia Covi Druetta. "Prácticas comunicativas en entornos digitales", Universidad Nacional Autónoma de México, 2018 Publicación	<1 %
34	Submitted to Instituto Tecnológico de Costa Rica Trabajo del estudiante	<1 %
35	<a href="https://dspace.palermo.edu">dspace.palermo.edu</a> Fuente de Internet	<1 %
36	<a href="https://edgaralfredocardenaspalacios.blogspot.com">edgaralfredocardenaspalacios.blogspot.com</a> Fuente de Internet	<1 %
37	<a href="https://idoc.pub">idoc.pub</a> Fuente de Internet	<1 %
38	<a href="https://www.voltairenet.org">www.voltairenet.org</a> Fuente de Internet	<1 %
39	"Communication and Smart Technologies", Springer Science and Business Media LLC, 2022 Publicación	<1 %
40	<a href="https://dspace.tdea.edu.co">dspace.tdea.edu.co</a> Fuente de Internet	<1 %



41	<a href="http://repositorioinstitucional.buap.mx">repositorioinstitucional.buap.mx</a> Fuente de Internet	<1 %
42	<a href="http://www.ecorfan.org">www.ecorfan.org</a> Fuente de Internet	<1 %
43	<a href="http://www.semanticscholar.org">www.semanticscholar.org</a> Fuente de Internet	<1 %
44	<a href="http://revistas.cientifica.edu.pe">revistas.cientifica.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
45	<a href="http://www.coursehero.com">www.coursehero.com</a> Fuente de Internet	<1 %
46	<a href="http://www.elpaisdigital.com.ar">www.elpaisdigital.com.ar</a> Fuente de Internet	<1 %
47	<a href="http://WWW.coursehero.com">WWW.coursehero.com</a> Fuente de Internet	<1 %
48	<a href="http://dialogica.com.ar">dialogica.com.ar</a> Fuente de Internet	<1 %
49	<a href="http://iri.columbia.edu">iri.columbia.edu</a> Fuente de Internet	<1 %
50	<a href="http://laermita.org">laermita.org</a> Fuente de Internet	<1 %
51	<a href="http://los40nogales.com">los40nogales.com</a> Fuente de Internet	<1 %
52	<a href="http://rpp.pe">rpp.pe</a> Fuente de Internet	<1 %

53	<a href="http://web.ua.es">web.ua.es</a> Fuente de Internet	<1 %
54	<a href="http://www.eurekaresearch.biz">www.eurekaresearch.biz</a> Fuente de Internet	<1 %
55	<a href="http://Repositorioacademico.Upc.Edu.Pe">Repositorioacademico.Upc.Edu.Pe</a> Fuente de Internet	<1 %
56	<a href="http://bibliotecaunapec.blob.core.windows.net">bibliotecaunapec.blob.core.windows.net</a> Fuente de Internet	<1 %
57	<a href="http://inba.info">inba.info</a> Fuente de Internet	<1 %
58	<a href="http://opuntiabrava.ult.edu.cu">opuntiabrava.ult.edu.cu</a> Fuente de Internet	<1 %
59	<a href="http://percusiones-de-africa-brasil-y-cuba.blogspot.com">percusiones-de-africa-brasil-y-cuba.blogspot.com</a> Fuente de Internet	<1 %
60	<a href="http://produccioncientificaluz.org">produccioncientificaluz.org</a> Fuente de Internet	<1 %
61	<a href="http://repositorio.uan.edu.co">repositorio.uan.edu.co</a> Fuente de Internet	<1 %
62	<a href="http://repositorio.utc.edu.ec">repositorio.utc.edu.ec</a> Fuente de Internet	<1 %
63	<a href="http://repository.unimilitar.edu.co">repository.unimilitar.edu.co</a> Fuente de Internet	<1 %
64	<a href="http://revistas.udc.es">revistas.udc.es</a> Fuente de Internet	<1 %

<1 %

65

[sp1.hpwis.com](http://sp1.hpwis.com)

Fuente de Internet

<1 %

66

[www.ahora.com.pe](http://www.ahora.com.pe)

Fuente de Internet

<1 %

67

[www.clubensayos.com](http://www.clubensayos.com)

Fuente de Internet

<1 %

68

[www.compartia.net](http://www.compartia.net)

Fuente de Internet

<1 %

69

[www.libreriaconsulta.com](http://www.libreriaconsulta.com)

Fuente de Internet

<1 %

70

[www.revedumecentro.sld.cu](http://www.revedumecentro.sld.cu)

Fuente de Internet

<1 %

71

[www.sanidad.jcyl.es](http://www.sanidad.jcyl.es)

Fuente de Internet

<1 %

72

[www.zewsweb.com](http://www.zewsweb.com)

Fuente de Internet

<1 %

73

Bastian Carter-Thuillier, Víctor López-Pastor, Francisco Gallardo-Fuentes. "Teaching for understanding and school sport: a study in an intercultural context and situation of social risk / Enseñanza para la comprensión y deporte escolar: un estudio en contexto"

<1 %

# intercultural y situación de riesgo social", Infancia y Aprendizaje, 2018

Publicación

---

74	<a href="http://ddd.uab.cat">ddd.uab.cat</a> Fuente de Internet	<1 %
75	<a href="http://docplayer.es">docplayer.es</a> Fuente de Internet	<1 %
76	<a href="http://doku.pub">doku.pub</a> Fuente de Internet	<1 %
77	<a href="http://dspace.casagrande.edu.ec:8080">dspace.casagrande.edu.ec:8080</a> Fuente de Internet	<1 %
78	<a href="http://dspace.ucuenca.edu.ec">dspace.ucuenca.edu.ec</a> Fuente de Internet	<1 %
79	<a href="http://es.unionpedia.org">es.unionpedia.org</a> Fuente de Internet	<1 %
80	<a href="http://qmedios.iteso.mx">qmedios.iteso.mx</a> Fuente de Internet	<1 %
81	<a href="http://repositorio.unab.cl">repositorio.unab.cl</a> Fuente de Internet	<1 %
82	<a href="http://ru.iiec.unam.mx">ru.iiec.unam.mx</a> Fuente de Internet	<1 %
83	<a href="http://tesis.pucp.edu.pe">tesis.pucp.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
84	<a href="http://worldwidescience.org">worldwidescience.org</a> Fuente de Internet	<1 %

---

85	<a href="http://www.bbc.com">www.bbc.com</a> Fuente de Internet	<1 %
86	<a href="http://www.eleconomistaamerica.pe">www.eleconomistaamerica.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
87	<a href="http://www.expresszacatecas.com">www.expresszacatecas.com</a> Fuente de Internet	<1 %
88	<a href="http://www.grafiati.com">www.grafiati.com</a> Fuente de Internet	<1 %
89	<a href="http://www.redpop.org">www.redpop.org</a> Fuente de Internet	<1 %
90	<a href="http://www.sabiia.cnptia.embrapa.br">www.sabiia.cnptia.embrapa.br</a> Fuente de Internet	<1 %
91	<a href="http://www.scielo.org.ar">www.scielo.org.ar</a> Fuente de Internet	<1 %
92	<a href="http://www.somoshalcones.com">www.somoshalcones.com</a> Fuente de Internet	<1 %
93	<a href="http://www.uaeh.edu.mx">www.uaeh.edu.mx</a> Fuente de Internet	<1 %
94	<a href="http://www.voanoticias.com">www.voanoticias.com</a> Fuente de Internet	<1 %
95	<a href="http://www.wral.com">www.wral.com</a> Fuente de Internet	<1 %
96	<a href="http://zagan.unizar.es">zagan.unizar.es</a> Fuente de Internet	<1 %

---

97 Héctor Alejandro Ramos Chavez. <1 %  
"Construyendo ciudadanía desde la biblioteca pública: el papel de la información para una mejor participación ciudadana en el gobierno abierto", Universidad Nacional Autónoma de México, 2016  
Publicación

---

98 [www.comisionanticorrupcion.com](http://www.comisionanticorrupcion.com) <1 %  
Fuente de Internet

---

99 [lpderecho.pe](http://lpderecho.pe) <1 %  
Fuente de Internet

---

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias Apagado

Excluir bibliografía

Activo