

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ
FACULTAD DE CIENCIAS Y ARTES DE LA COMUNICACIÓN



Facebook como herramienta de movilización: análisis del activismo mediático
híbrido del colectivo No A Keiko durante la segunda vuelta de las elecciones
presidenciales peruanas de 2016

Tesis para obtener el título profesional de Licenciado en Comunicación para el
Desarrollo que presenta:

Piero Joel Valenzuela Chirinos

Asesor:

Eduardo Enrique Villanueva Mansilla


Lima, 2025

Informe de Similitud

Yo, **Eduardo Enrique Villanueva Mansilla**, docente de la Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación de la Pontificia Universidad Católica del Perú, asesor de la tesis titulada **Facebook como Herramienta de Movilización: Análisis del Activismo Mediático Híbrido del Colectivo No A Keiko durante la segunda vuelta de las Elecciones presidenciales peruanas de 2016** del autor **Piero Joel Valenzuela Chirinos** dejo constancia de lo siguiente:

- El mencionado documento tiene un índice de puntuación de similitud de 11 %. Así lo consigna el reporte de similitud emitido por el software *Turnitin* el 30/06/2025.
- He revisado con detalle dicho reporte y la tesis, y no se advierte indicios de plagio.
- Las citas a otros autores y sus respectivas referencias cumplen con las pautas académicas.

Lugar y fecha: Lima, 30 de junio de 2025

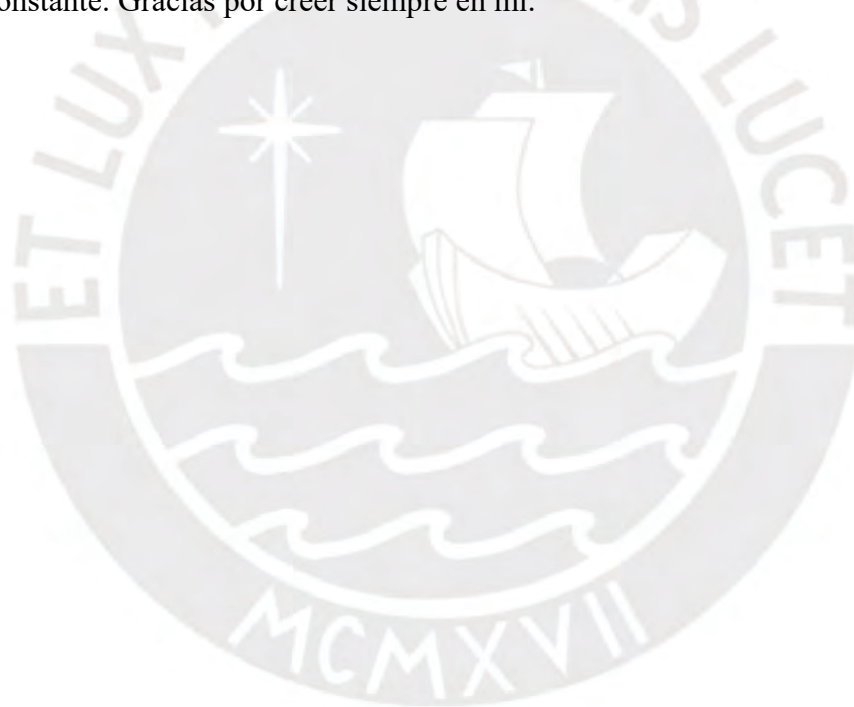
Apellidos y nombres del asesor: Villanueva Mansilla, Eduardo Enrique	
DNI: 07931078	Firma 
ORCID: https://orcid.org/0000-0003-1312-4873	

DEDICATORIA

Con profunda gratitud, dedico esta tesis en primer lugar a Dios, fuente de toda sabiduría e inspiración, quien iluminó mi mente y fortaleció mi espíritu en cada etapa de este proyecto.

A mis amados padres, ejemplo de perseverancia y dedicación, cuyo sacrificio y fe en mí fueron el motor que impulsó mi esfuerzo. Este logro es también suyo.

A mi querida familia, cuyo apoyo incondicional y palabras de ánimo fueron mi refugio y motivación constante. Gracias por creer siempre en mí.



RESUMEN:

Esta investigación analiza la estrategia de comunicación del colectivo No A Keiko en Facebook durante la segunda vuelta de las elecciones presidenciales peruanas de 2016. Se enfoca en cómo este movimiento articuló su discurso digital para convencer y movilizar a la ciudadanía en rechazo a la candidatura de Keiko Fujimori en un contexto político polarizado y la intensa actividad en medios sociales. Se emplea una metodología mixta con enfoque descriptivo-analítico, basada en un estudio de caso: Fanpage del colectivo No A Keiko y el análisis del contenido de sus 546 publicaciones realizadas en un periodo de ocho semanas. Las publicaciones se clasifican según su propósito en comunicativo (informativo, convencimiento o de movilización), fuente (propia o reenvío) y estilo (serio o humorístico); lo cual permitió identificar patrones discursivos, temáticas recurrentes y estrategias de interacción con la audiencia. Se identificó que el 67% del contenido publicado fueron reenviados de otras fuentes, lo que evidenció una dependencia de contenido externo; asimismo, se observó una falta de coherencia discursiva sostenida a lo largo del periodo analizado, con una organización estructurada únicamente en fechas clave como el día de la segunda vuelta electoral. Como conclusión principal, se comprueba que el colectivo No A Keiko constituye un caso representativo de activismo mediático híbrido, al combinar acciones de ciberactivismo en Facebook con convocatorias presenciales a marchas masivas. La estrategia del colectivo No A Keiko se centró en criticar a Keiko Fujimori, destacando los vínculos con el narcotráfico, la corrupción y el riesgo de una posible dictadura.

PALABRA CLAVE: Activismo Mediático Híbrido- Ciberactivismo-Colectivo No A Keiko.

ABSTRACT:

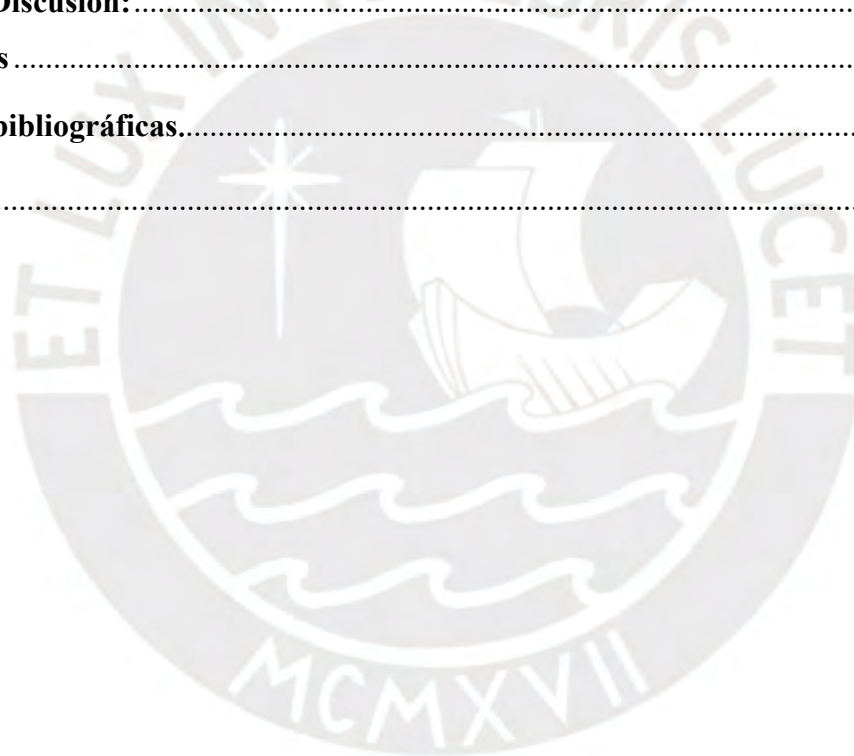
This research analyzes the communication strategy of the No A Keiko collective on Facebook during the second round of the 2016 Peruvian presidential elections. It focuses on how this movement articulated its digital discourse to convince and mobilize citizens against Keiko Fujimori's candidacy, amid a polarized political context and intense social media activity. A mixed methodology with a descriptive-analytical approach is used, based on a case study: the No A Keiko collective's fan page and the content analysis of its 546 posts made over an eight-week period . The posts were classified according to their communicative purpose (informative, persuasive, or mobilizing), source (own or reposted), and style (serious or humorous); this allowed us to identify discursive patterns, recurring themes, and audience engagement strategies. It was identified that 67% of the published content was reposted from other sources, demonstrating a dependence on external content. A lack of discursive coherence was also observed throughout the period analyzed, with the content structured solely around key dates such as the day of the second round of elections. The main conclusion is that the No A Keiko collective constitutes a representative case of hybrid media activism, combining cyberactivism on Facebook with in-person calls for mass marches. The No A Keiko collective's strategy focused on criticizing Keiko Fujimori, highlighting her links to drug trafficking, corruption, and the risk of a possible dictatorship.

KEYWORD: Hybrid Media Activism-Cyberactivism-Collective No A Keiko.

Índice de Contenidos

Introducción	1
Capítulo I: Problema de investigación:	3
1.1. Planteamiento del problema	3
1.2. Preguntas, hipótesis y objetivos:	5
1.3. Justificación:	7
1.4. Estado de la cuestión	8
Capítulo II: Marco teórico:	11
2.1. Ciberactivismo:	11
2.2. Activismo mediático híbrido: lo digital y lo físico	12
2.3. Los Medios Sociales	15
2.3.1. Definición de movimientos sociales	15
2.3.2. Facebook	16
2.3.3. Usuarios de Facebook	17
2.4 . Participación en protestas:	18
2.5. Movimientos sociales:	19
2.5.1. Descripción de los movimientos sociales	19
2.5.2. Protesta Digital: Transformación Social en Medios Sociales	19
2.5.3. Entre los Real y Virtual: Movimientos sociales con presencal virtual	22
2.5.4. Casos de movimientos sociales con presencia digital	24
2.6. Convencimiento y movilización	26
2.6.1. Convencimiento y persuasión	26
2.6.2. Movimientos sociales:	28
Capítulo III: Estudio del caso: Movimiento No A Keiko	30
3.1. Nacimiento, auge y caída del Fujimorismo	30
3.2. Creación del movimiento “No A Keiko”:	34
Capítulo IV: Diseño metodológico	35
4.1. Metodología	35
4.2. Enfoques teóricos:	36
4.2.1. Enfoque comunicacional:	36
4.2.2. Enfoque político:	37
4.3. Matriz de recojo de información	38
4.3.1 Definición de variables	39

4.3.2. Ejemplo de recojo de información: (VER ANEXO 1)	41
4.3.3. Ejemplo de recojo de información según tratamiento:.....	41
4.4 Matriz de respuesta a los objetivos específicos:.....	43
Capítulo V: Análisis de resultados:	45
5.1. Tablas de resultados:	50
5.1.1. Tratamiento y temáticas de las publicaciones:	50
5.1.2. Hashtags utilizados:.....	50
5.1.3. Fuente de Publicación:	51
5.1.4. Sobre el tratamiento de la información según ejes temáticos:	51
5.1.5. Otros temas:	52
5.1.6. Sobre la difusión y eje temático:	53
5.1.7. Sobre los ejes temáticos y la difusión:.....	54
Capítulo 6. Discusión:.....	55
Conclusiones	59
Referencias bibliográficas.....	62
Anexos:.....	68



Introducción

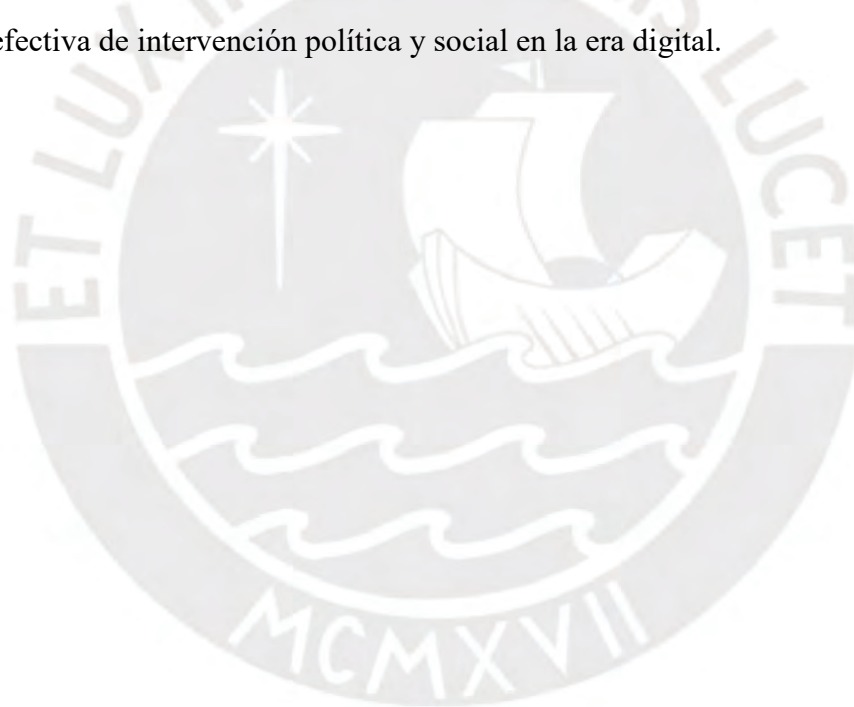
El crecimiento de los medios digitales ha transformado la forma en que los movimientos sociales interactúan con el público y movilizan sus causas. En particular, el ciberactivismo ha surgido como una forma de participación social a través de la virtualidad, siendo especialmente relevante durante jornadas electorales, cuando los movimientos sociales con vínculos políticos intensifican su actividad digital.

El activismo se genera a partir de personas que comparten un mismo objetivo y crean encuentros relacionados con su lucha. Las plataformas como Facebook refuerzan el papel de la comunicación en la política. Esta en el entorno digital, no es sólo imprescindible, como un elemento instrumental, sino que adquiere un rol nuclear, ocupando el centro de la dinámica política. (Casero-Ripollés, 2015, p.534). En este contexto, el colectivo *No a Keiko* (NAK) se constituyó en un actor clave en la segunda vuelta de las Elecciones Presidenciales peruanas de 2016, utilizando el ciberactivismo en la plataforma de Facebook para difundir su mensaje y persuadir a los votantes de rechazar la candidatura de Keiko Fujimori.

Keiko Fujimori fue la favorita en la primera vuelta de las elecciones (RFI, 2016), pero enfrentó una fuerte oposición en la segunda vuelta debido al rechazo popular. El colectivo *No a Keiko*, creado en 2010 en oposición al fujimorismo, tuvo un rol fundamental en movilizar a los opositores y evitar que Keiko alcanzara la presidencia. Su capacidad de articular discursos virales en medios sociales, junto con la convocatoria a marchas presenciales, lo posicionó como un ejemplo de activismo mediático híbrido eficaz (Treré, 2019; Castells, 2012). Además, investigaciones previas como la de Lama (2013) destacan su influencia política y comunicacional, evidenciada en su participación activa durante los comicios de 2011 y su evolución estratégica en 2016.

El caso de *No a Keiko* es un ejemplo representativo de cómo el activismo híbrido puede convertirse en una herramienta eficaz para influir en los procesos políticos, en particular cuando se trata de evitar el ascenso al poder de candidatos polémicos. El colectivo utilizó diversas estrategias discursivas en los medios sociales, enfocados en temáticas negativas, que fueron elementos centrales en su campaña anti fujimorista.

La presente tesis se propone realizar un análisis exhaustivo de la estrategia de comunicación empleada por el colectivo *No a Keiko* en su página de Facebook, con un enfoque particular en la línea discursiva del colectivo, su coherencia temática y tratamiento de temáticas. Este estudio busca contribuir a una comprensión más profunda del activismo mediático híbrido como una herramienta efectiva de intervención política y social en la era digital.



Capítulo I: Problema de investigación:

En el presente capítulo se aborda el problema central de la investigación el cual analiza el impacto de los medios sociales en la movilización política. A partir del análisis del colectivo No A Keiko (NAK) en Facebook se busca entender cómo el ciberactivismo ha evolucionado y como NAK empleó estrategias discursivas para convencer y movilizar a la población en contra de la candidatura de Keiko Fujimori durante la segunda vuelta de las elecciones peruanas de 2016. A continuación, se presenta el planteamiento del problema los objetivos y las hipótesis que guiarán el estudio.

1.1. Planteamiento del problema

En la era digital, los medios sociales han revolucionado la manera en que las personas interactúan, consumen información y participan en debates políticos. Plataformas como Facebook, Twitter (Ahora X) e Instagram han permitido la rápida difusión de ideas y la organización de movimientos sociales a nivel global (Castells, 2012). Esta transformación ha dado lugar al ciberactivismo, una forma de activismo que se desarrolla en entornos digitales y que ha sido clave en diversas manifestaciones, como la Primavera Árabe (Howard & Hussain, 2013) y el movimiento Black Lives Matter (Tufekci, 2017).

En América Latina, los medios digitales han cobrado un papel crucial en la movilización ciudadana y la protesta política. Diversos colectivos han utilizado estrategias de comunicación en medios sociales para generar conciencia y movilizar a la población contra gobiernos o figuras políticas. En el contexto peruano, las elecciones presidenciales de 2016 fueron un escenario clave donde surgieron movimientos digitales como el posicionamiento del colectivo NAK, que promovió el anti fujimorismo a través de campañas en Facebook, combinando información política y elementos de humor como herramientas de persuasión.

Para la presente investigación existen pocos estudios detallados sobre cómo los colectivos digitales con fines políticos utilizan estrategias de comunicación para influir en la opinión pública y movilizar a la ciudadanía. Si bien existen investigaciones sobre ciberactivismo en otros países (Jenkins, 2006; Gerbaudo, 2012), el caso peruano sigue siendo poco explorado en términos de análisis discursivo y estrategias de movilización en medios sociales. Además, se desconoce en qué medida la combinación de humor e información en el discurso de NAK contribuyó a persuadir a la población y generar acciones concretas fuera del ámbito digital.

Entre las causas que han llevado a la aparición de este problema, se encuentran el creciente uso de los medios sociales como principales fuentes de información política, la polarización del debate público en el entorno digital y la dificultad de la población para distinguir entre información confiable y contenido manipulado en entornos digitales, lo que facilita la propagación de discursos que apelan a la emoción más que al análisis crítico.

El presente estudio contribuirá al campo de la comunicación política y digital, proporcionando un análisis detallado sobre las estrategias discursivas empleadas por NAK. Como profesional de la comunicación, este trabajo permitirá comprender mejor las dinámicas del activismo mediático híbrido en Perú y aportar herramientas para el diseño de estrategias de comunicación más efectivas en futuros movimientos sociales. Asimismo, ofrecerá un marco de referencia para estudios posteriores sobre la influencia de los medios sociales en la movilización política y la formación de opinión pública.

1.2. Preguntas, hipótesis y objetivos:

Este trabajo explora el activismo híbrido del colectivo No A Keiko (NAK) en las elecciones peruanas de 2016. Para abordar esta cuestión se plantea la siguiente pregunta:

Pregunta principal: Activismo mediático híbrido: ¿Cómo el colectivo No A Keiko logra convencer y movilizar a una población contraria a la candidatura de Fujimori mediante una línea discursiva en Facebook?

Hipótesis principal: El colectivo NAK logra convencer y movilizar a sus seguidores (Nakers) contra Keiko Fujimori mediante el activismo mediático híbrido, integrando publicaciones antifujimoristas en Facebook con marchas y la difusión de su mensaje. La línea discursiva de NAK convence a los seguidores a no votar por Fujimori con las temáticas de sus publicaciones. Se busca informar y posteriormente movilizar a través de marchas a los seguidores para que el mensaje tenga un mayor impacto.

Objetivo principal: Analizar de qué manera el colectivo NAK mediante el activismo mediático híbrido logra convencer y movilizar a una población contraria a la candidatura de Fujimori mediante una línea discursiva en Facebook

Pregunta subordinada 1: ¿Cómo el colectivo No a Keiko desarrolla su línea discursiva en su página de Facebook?

Hipótesis subordinada 1: El colectivo NAK desarrolla su línea discursiva con la difusión de noticias relacionadas al pasado fujimorista con énfasis en las temáticas de mayor impacto en la población para convencer a los electores, quienes visitan la página. Dichas acciones se realizan con el propósito de que el público se movilice de manera virtual o física con sus conocidos o

familiares para expandir el mensaje electoral/político.

Objetivo específico 1: Identificar la línea discursiva de la página del colectivo No A Keiko

Pregunta subordinada 2: ¿Cómo NAK busca convencer a sus seguidores a no votar por Keiko Fujimori?

Hipótesis subordinada 2: Gran parte del contenido producido por NAK tiene un enfoque informativo y busca recordar eventos negativos asociados a figuras como Alberto Fujimori, Keiko Fujimori y otros afiliados, con la clara intención de persuadir al público para que no elija a Fuerza Popular como el posible gobierno durante el período 2016-2021.

Objetivo específico 2: Analizar de qué manera NAK busca convencer a sus seguidores a no votar por Keiko Fujimori.

Pregunta subordinada 3: ¿Cómo NAK busca movilizar a sus seguidores con el propósito de difundir el anti voto a Fujimori?

Hipótesis subordinada 3: A través de sus gráficas amigables en Facebook, principalmente por su tratamiento humorístico, NAK aprovecha dicha característica que permite una movilización rápida del mensaje y con gran alcance. De esta forma, se trata de llevar al espectador un mismo propósito con diferentes acciones. NAK busca convocar a marchas en contra de la candidatura de Keiko Fujimori vía su página de Facebook.

Objetivo específico 3: Analizar de qué manera el colectivo NAK busca movilizar a sus seguidores con sus publicaciones en la página de Facebook.

1.3. Justificación:

En los últimos años, la digitalización ha transformado la comunicación y la forma en que las personas se informan e interactúan. Los medios sociales han pasado de ser meros espacios de entretenimiento a convertirse en plataformas clave para la difusión de ideas y la movilización social (Castells, 2012). En este contexto, el ciberactivismo ha emergido como una estrategia que permite a los movimientos sociales ampliar su alcance y fortalecer su impacto, combinando acciones en el entorno digital con actividades en el espacio físico (Tufekci, 2017).

Uno de los enfoques recientes dentro del activismo es el activismo mediático híbrido, el cual integra la presencia en medios sociales con manifestaciones y otras acciones offline, generando una sinergia entre lo digital y lo presencial (Chadwick, 2017). Este modelo ha sido fundamental en diversos movimientos políticos y sociales alrededor del mundo, desde la Primavera Árabe hasta las protestas contra el cambio climático lideradas por Fridays for Future como lo fueron durante el 2021.

El caso del colectivo No A Keiko (NAK) es relevante dentro de esta dinámica, ya que, a diferencia de los movimientos sociales tradicionales que suelen enfocarse en la defensa del bien común o la lucha por los derechos de poblaciones vulnerables, su propósito es estrictamente político-electoral: evitar que una candidata llegue al poder, dicha singularidad convierte al colectivo en un objeto de estudio relevante para comprender cómo se está reconfigurando la acción política en entornos digitales. Su estrategia de convencimiento y movilización en el contexto digital resulta un caso de estudio clave para comprender cómo ha evolucionado el activismo en la era digital y se ha convertido en una herramienta poderosa para influir en la opinión pública y en los procesos electorales.

Desde el punto de vista académico, esta investigación contribuye a la comprensión del

activismo híbrido desde una perspectiva latinoamericana, un campo aún en consolidación. Asimismo, tiene una relevancia práctica, ya que permite entender de qué manera las nuevas generaciones utilizan las plataformas digitales para incidir en procesos electorales, influir en la opinión pública y disputar el poder simbólico en el espacio virtual.

Finalmente, el estudio resulta pertinente dentro de la carrera de Comunicación para el Desarrollo, ya que permite analizar cómo los procesos comunicacionales pueden ser utilizados como herramientas para la incidencia política y la participación ciudadana. La investigación articula conceptos clave como comunicación estratégica, ciudadanía activa, movimientos sociales y transformación social, aportando una mirada crítica y contextualizada sobre el rol de la comunicación en la configuración de las agendas públicas y en la disputa por el poder en escenarios democráticos. De este modo, el estudio contribuye tanto al campo académico como al trabajo profesional de quienes buscan promover el cambio social desde enfoques comunicacionales.

1.4. Estado de la cuestión

A continuación, se presentará una recopilación de referentes teóricos que fundamentan el presente trabajo de investigación, abordando desde las dinámicas del activismo híbrido hasta las características esenciales de los movimientos sociales. En este sentido, Treré (2019) destaca cómo el activismo mediático híbrido integra acciones en línea y manifestaciones físicas, permitiendo una participación más amplia y flexible en el ámbito digital, mientras que Tilly y Wood (2010) ofrecen un análisis profundo sobre la organización, movilización y resistencia que configuran los movimientos sociales contemporáneos.

El colectivo No A Keiko (NAK) se ha consolidado como un movimiento social ciberactivista clave en las elecciones presidenciales de Perú en 2011 y 2016. Su principal objetivo fue impedir la legitimación del fujimorismo, liderado por Keiko Fujimori, a través de una estrategia comunicacional centrada en los medios sociales, principalmente Facebook. Lama (2013), en su estudio enfocado en la campaña de 2011, documenta cómo NAK logró sensibilizar a la ciudadanía y movilizar a los opositores al fujimorismo mediante un enfoque de activismo cibernético y la adopción de las características de un nuevo movimiento social (NMS). Según sus hallazgos, NAK cumplió con las características esenciales de los NMS al centrarse en intereses concretos, distanciándose de las agendas políticas tradicionales y adoptando una postura anti institucional que se apartó de los canales políticos convencionales (Castells, 2012).

Lama (2013) resalta que el movimiento se sustentó en una estrategia lúdica de comunicación, empleando técnicas de representación artística, como teatro y música, y una fuerte carga emocional para conectar con sus seguidores y generar un impacto cultural. En este contexto, las emociones desempeñan un papel esencial en la movilización colectiva, ya que, como señala Castells (2012), los movimientos sociales contemporáneos suelen impulsarse por reacciones emocionales ante eventos de coyuntura que movilizan a los ciudadanos a la acción. Esto se evidenció, por ejemplo, en el análisis de Lama (2013) de la campaña del 2011, eventos presenciales como “La Boda del Año”, en los cuales se expresaba el rechazo ante la posibilidad del encuentro entre Keiko Fujimori y su padre, Alberto Fujimori, entonces detenido por violaciones a los derechos humanos.

El estudio de Lama (2013) sobre la campaña de 2011 sienta las bases para comprender el uso de Facebook en la movilización digital, y resulta fundamental para profundizar en el análisis de la campaña de 2016. En esta última, se observa una evolución significativa en las tácticas

comunicacionales, en la que NAK amplió sus estrategias discursivas y adoptó nuevos elementos en su activismo cibernético.



Capítulo II: Marco teórico:

En este capítulo, se exploran los principales conceptos relacionados con el activismo, el activismo mediático híbrido, medios sociales y movimientos sociales en el contexto de las elecciones peruanas de 2016. Se analiza cómo las nuevas formas de protesta digital han evolucionado, combinando la participación en línea y en espacios físicos, y cómo estas estrategias impactan en el activismo contemporáneo.

2.1. Ciberactivismo:

El ciberactivismo surge como resultado de las acciones, movilizaciones y protestas colectivas de la población en respuesta a un rechazo generalizado ante un acontecimiento específico. De acuerdo con Ranciere (2010), las protestas son interrupciones en la lógica natural de los procesos institucionales y tienen como objetivo alterar la acción de los procesos sobre lo que se debe decir, pensar y ver en las personas. La protesta es una expresión del espectáculo y, por ende, una mercancía que refleja la vanidad (p. 37).

El ciberactivismo ha tenido cambios con el transcurso de los años. Según Sandoval y Gil-García (2014), el ciberactivismo ha evolucionado desde el activismo tradicional al ciberactivismo 1.0 hasta llegar al ciberactivismo 2.0. Sandoval y Gil-García mencionan que el activismo es un grupo de personas que trabajan de forma colectiva; el ciberactivismo 1.0 surge con la comercialización de Internet y la gran variedad de medios de comunicación, que permiten recaudar fondos. Por último, en el ciberactivismo 2.0 se utilizan en gran medida las TIC y los medios sociales como Facebook o Twitter (Ahora X) para la difusión. Luego del ciberactivismo 2.0, surge el activismo híbrido, ya que empiezan a ser complementarios. A este fenómeno se le llama activismo híbrido, el cual tiene presencia en

ambas partes, tanto en lo físico como en lo digital. "Este es el activismo híbrido contemporáneo, el cual emplea las redes socio digitales, pero no se puede dar el lujo de menospreciar a los medios convencionales" (Treré, 2019: 110).

2.2. Activismo mediático híbrido: lo digital y lo físico

En el activismo mediático híbrido, los movimientos y las tecnologías de la comunicación son co-constitutivos, los medios ya no son solo un medio para lograr objetivos, sino que están involucrados en la identificación y son agentes de organización que alteran la dinámica de la acción colectiva. (Treré; 2019: 102). Además, Treré menciona que el activismo contemporáneo no podría estar más lejos de un modelo comunicacional simplista, instrumental y de mera transmisión en los movimientos sociales. "El activismo se muestra, por el contrario, como un fenómeno inherente, íntimo e inextricablemente comunicativo. Los medios digitales actúan como columna vertebral de la organización de los movimientos de protesta, pero al mismo tiempo son las ecologías donde se ensamblan y transmiten sus significados, donde se negocian y se mantienen sus identidades" (p.77).

Una muestra de que el activismo híbrido combina su desarrollo en línea con las demostraciones en las calles es el caso del movimiento de los Indignados en España (Treré; pp.12). Sobre este tema, Castells (2017) opina que dichos movimientos activistas "construyeron un espacio de autonomía híbrida de lo real digital y de lo real urbano, como condición indispensable para encontrarse, reconocerse y buscar nuevas formas de relación política y utopía cultural de donde pudiera surgir una democracia distinta a las formas vacías y cínicas que ocupaban las instituciones sin control de los ciudadanos, con escaso respeto a los principios que proclamaban" (Castells, 2017:85). Para Treré, una comprensión ecológica de la dinámica entre medios y movimientos reconoce la naturaleza híbrida del activismo

contemporáneo. “Los activistas navegan incesantemente por la complejidad multicapas del espacio ciber urbano, haciendo distinciones claras, simplistas y, en gran medida, inadecuadas entre lo que está en línea y fuera de línea, lo físico y lo digital, y las lógicas de los medios antiguos y nuevos” (Treré, 2019: 82)

Durante un activismo híbrido se tiene que reafirmar y perfeccionar los repertorios de comunicación de movilizaciones anteriores, Treré (2019) menciona que para que el activismo híbrido llegue a funcionar se tiene que “desarrollar prácticas complejas de sincronización híbrida entre el activismo en y fuera de línea, y se deben apropiarse de una amplia ecología de plataformas de medios digitales para poder crear y difundir contenidos, organizar y movilizar la protesta. (pp.215). Además, los activismos también producen sus propios medios radicales.

El activismo híbrido cumple las funciones de movilización y convencimiento hacia su público objetivo. Las movilizaciones son convocadas mediante dispositivos digitales y el convencimiento se da mediante publicaciones en los medios sociales. Sobre el convencimiento, es más factible convencer a una persona cara a cara que mediante una publicación llamativa o un flyer físico; por ejemplo, entregado en la esquina de un semáforo. Es por ello, que en el activismo híbrido se busca la posibilidad de que la otra persona trate de hablar con el otro, es ahí que se construye un lazo de confianza y la persona reconoce que el otro es tan igual como ella. Además, el convencimiento se puede dar durante las movilizaciones, eso es un claro ejemplo de activismo híbrido. Además, de que el convencimiento también se da en las movilizaciones se tiene que crear una estrategia para las personas que no puedan estar presentes en el espacio físico. Esta tiene que estar orientada al mismo objetivo de las propuestas en el espacio público. Por ejemplo, las publicaciones en los medios sociales del movimiento activista deben contener hechos o noticias relevantes y

que indignen a la población. A quien Caldevilla (2009) llamaría “lectoautor”, que es un lector no sólo activo, sino participante en el proceso narrativo. En este proceso creativo es decisiva la formación del receptor (en nuestro caso, los partidos políticos) con una forma determinada de estructurar y ordenar la realidad” (pp.32). Otra acción sería la utilización del humor en las publicaciones con el objetivo de obtener un mayor alcance.

Con respecto a las tecnologías digitales, estas han transformado el panorama de los movimientos sociales. Ha tenido su auge desde la década de 2010. Las tecnologías digitales y las protestas tuvieron un gran impacto en países de África del Norte o Medio Oriente. Por ejemplo, el levantamiento inicial de Tahrir, sucedió en Egipto.

Dichos movimientos dependen en gran medida de las plataformas en línea y las herramientas digitales para la organización y la publicidad, y proclaman que no tienen líderes, aunque algunas personas emergen constantemente como portavoces informales pero persistentes. Cuando un movimiento social o protesta no tiene un líder visible, Tufekci (2017) lo llama "adhocracia", donde las labores pueden ser realizadas de manera 'ad hoc', es decir, por cualquier persona que se presente y esté interesada en realizarlas en la inmediatez. Los organizadores suelen tener funciones como la supervisión del transporte de cientos de miles de personas en condiciones tensas y, a veces, con una represión policial, y la gran mayoría de ellos son olvidados por ser anónimos.

Este es un deseo de los manifestantes modernos, que para Tufekci (2017), el operar sin organizaciones formales, líderes y una infraestructura extensa se remonta al menos a los movimientos que florecieron en la década de 1960. Los medios digitales mejoran la visibilidad de una causa y pueden ayudar a romper la ignorancia pluralista. En el caso de existir censura local, los medios digitales ayudan a que la información se internacionalice

de manera más rápida. Aunque hay personas que no les dan la debida importancia a los medios sociales y, en plena era digital, suelen ser ridiculizadas como "clicktivismo". Esto ocurre cuando la gente asume que los movimientos impulsados por los medios sociales están organizados por personas con "vínculos débiles" o que el mundo en línea es menos real.

2.3. Los Medios Sociales

2.3.1. Definición de movimientos sociales

Los medios sociales se distinguen fundamentalmente de los medios masivos tradicionales por su estructura, dinámica y alcance. Mientras que los medios masivos han sido históricamente unidireccionales, con una audiencia pasiva que recibe información de una fuente centralizada, los medios sociales permiten una interacción bidireccional y horizontal entre usuarios, que no solo consumen información, sino que también la producen y comparten. Esta capacidad de generar contenido y participar activamente en las conversaciones ha transformado el escenario político contemporáneo, donde el conflicto entre el cosmopolitismo y el nativismo encuentra un espacio propicio para desarrollarse.

Este conflicto político, que enfrenta visiones más abiertas y globales (cosmopolitismo) con posiciones más tradicionales y proteccionistas (nativismo), se refleja en la diversidad, posicionalidad y conflictividad de los discursos en medios sociales. A diferencia de los medios masivos, en los que predomina una narrativa única, los medios sociales permiten la coexistencia de múltiples voces, muchas veces antagónicas, que raramente buscan o logran un diálogo constructivo. Los discursos se desarrollan, en su mayoría, en espacios de confrontación, donde los puntos de vista se radicalizan y la polarización aumenta, lo que limita la posibilidad de generar consensos.

En el contexto peruano, los medios sociales se han consolidado como una herramienta clave para la movilización y el activismo político. Un claro ejemplo de esto son las protestas contra la llamada "ley Pulpín" en 2014, una norma que afectaba los derechos laborales de los jóvenes. Los medios sociales desempeñaron un papel central en la organización y difusión de las movilizaciones, logrando convocar a miles de jóvenes en diversas ciudades del país.

Estas protestas no solo visibilizan el poder de los medios sociales para movilizar a las masas, sino que también fueron interpretadas como un signo del renacimiento político de la juventud peruana, quienes utilizan estas plataformas para expresar su descontento y exigir cambios.

Los medios sociales, por lo tanto, no solo permiten una mayor visibilidad de los conflictos políticos contemporáneos, sino que también se han convertido en una ruta clave para el activismo efectivo y el éxito político en la era digital.

2.3.2. Facebook

Facebook, actualmente parte de Meta Platforms Inc., es un medio social creado en 2004 por Mark Zuckerberg con el objetivo de conectar a personas a través de Internet. Desde sus orígenes, la plataforma se ha destacado por facilitar la interacción digital y permitir la creación de comunidades virtuales. Con el tiempo, Facebook ha evolucionado y ampliado sus funcionalidades, integrando herramientas como transmisiones en vivo, mensajería instantánea y análisis de datos avanzados, lo que le ha permitido adaptarse a las demandas de un entorno digital en constante cambio (Salas & Torres, 2022). Esta evolución tecnológica ha consolidado a Facebook como una herramienta multifuncional, no solo para

el intercambio personal de información, sino también para la comunicación comercial, la publicidad y la difusión de contenidos a nivel global.

La capacidad de integración de diversas aplicaciones y servicios en la plataforma permite que la información se distribuya de manera rápida y eficiente. Este dinamismo ha sido clave para mantener su relevancia en un mercado altamente competitivo, redefiniendo las formas de interacción social en la era digital. Además, el constante desarrollo de nuevas funcionalidades ha posicionado a Facebook como un referente en el estudio de los procesos comunicativos contemporáneos, ya que su uso impacta en la manera en que se generan y consumen los contenidos digitales (Pérez & Díaz, 2023).

2.3.3. Usuarios de Facebook

La base de usuarios de Facebook constituye un aspecto fundamental para entender el alcance e influencia de dicho medio social. Datos recientes indican que Facebook cuenta con más de 2.9 mil millones de usuarios activos mensuales a nivel mundial (Meta, 2023), lo que refleja su penetración en diversos mercados y su relevancia en la configuración de la comunicación digital.

La composición demográfica de los usuarios de Facebook muestra una amplia diversidad en términos de edad, género y ubicación geográfica. En el contexto de América Latina, estudios han señalado que la mayoría de los usuarios se encuentra en el rango de edad de

25 a 54 años, con una distribución equilibrada entre hombres y mujeres. Asimismo, el uso creciente de dispositivos móviles para acceder a la red social ha permitido que un mayor número de personas se conecte de forma permanente, lo que potencia la interacción y la

difusión de contenidos en tiempo real (González, 2021).

La diversidad en el perfil de los usuarios se traduce en la multiplicidad de usos que se le da a la plataforma. Los usuarios no solo establecen conexiones personales, sino que también participan en foros de discusión, consumen y generan contenidos de carácter informativo y comercial, y se involucran en actividades que van desde el entretenimiento hasta la participación en debates sobre temas de interés social. Esta variedad de usos contribuye a que Facebook funcione como un espacio dinámico de intercambio cultural y social, donde la segmentación de audiencias y la personalización de mensajes permiten estrategias de comunicación y publicidad altamente efectivas (Moreno, 2021).

En síntesis, la amplitud y diversidad de la base de usuarios de Facebook consolidan su papel como una de las principales plataformas para el estudio de la interacción digital y la formación de comunidades en la era de la comunicación. El análisis de estos usuarios es esencial para comprender no sólo las tendencias en el consumo de medios digitales, sino también los nuevos modelos de comunicación que emergen en un contexto de constante evolución tecnológica.

2.4 . Participación en protestas:

Gran cantidad de personas suelen participar en diversas protestas. Según Piñero-Otero y Costa (2012), la población es capaz de fortalecer sus bases sociales civiles mediante el desarrollo de una trama de redes, como las TICs, lo que da lugar a la política 2.0, una nueva forma de hacer política (p.6). Por lo tanto, existen movimientos activistas relacionados con fines políticos, los cuales suelen tener la participación de gente joven. Para Yañez, Becerra y González (2016), "Hay jóvenes que hacen solo ciberactivismo y otros que lo hacen tanto en internet como en los espacios públicos. Los jóvenes pertenecen a una generación que ha

sido caracterizada por el constante uso que hacen de los recursos tecnológicos en su vida cotidiana" (p.8). Esto muestra que gran parte de las personas que se involucran en activismo son jóvenes.

2.5. Movimientos sociales:

2.5.1. Descripción de los movimientos sociales

Los movimientos sociales son fenómenos colectivos que surgen como respuesta a diversas demandas sociales, políticas o culturales, y buscan promover cambios en el orden establecido. Según Tilly (2006), estos movimientos presentan reclamos de identidad, los cuales pueden estar relacionados con la lucha por derechos, la representación de minorías, o la transformación de estructuras políticas. No obstante, no todos los movimientos sociales necesariamente promueven ideales democráticos, ya que sus objetivos pueden variar dependiendo de las circunstancias y el contexto en el que se desarrollan.

2.5.2. Protesta Digital: Transformación Social en Medios Sociales

Las acciones de protesta generan un impacto en los medios sociales. Para Treré (2019), el papel de los medios sociales es solo instrumental para una acción colectiva posterior. Candon (s/f) afirma que después de que el sentimiento de injusticia se haga evidente (lo cual se puede mostrar vía web), se debe organizar un grupo real que lleve a cabo la acción colectiva. Los movimientos contemporáneos, como movimientos híbridos, se organizan, debaten y toman decisiones tanto en la Red como en el espacio físico, pero siempre siguiendo estas formas de organización. Además, el abordaje de las estrategias de comunicación de los movimientos no debe ser por separado, ni centrarse en el uso de

tecnologías particulares sin considerar todo el espectro de medios (Trere, 2019: 91). Estos reclamos y protestas por parte de la población suelen surgir o ser parte de algunos movimientos sociales. Para Tilly (2006), los movimientos sociales presentan reclamos de identidad, pero no todos los movimientos sociales abogan o promueven la democracia.

Para Treré (2019), durante las movilizaciones de activistas, una gran cantidad de perfiles “pueden activarse y movilizarse en cualquier momento; un contexto social y político adecuado en el que otras fuerzas institucionales no utilizan las mismas herramientas con la misma eficacia que los activistas para eliminar la disidencia digital y hacer proselitismo en línea” (pp.37). Además, cuando se realizan las movilizaciones se usan más espacios, en especial el conocido “tejido subcultural de los movimientos sociales”; por ejemplo, cafeterías, lugares artísticos, bares, centros culturales, etc.

Además, las movilizaciones forman parte de los movimientos activistas híbridos, que están presentes en medios sociales como Facebook o Twitter (Ahora X), y su estrategia comunicacional debe ir acorde a lo que sucede en el mundo físico. Para esto, Azuela y Tapia (2013) recomiendan que las estrategias de comunicación deben tener un problema, una solución, una propuesta de solución y la acción. En la etapa de la acción entra la movilización de personas en ciertos espacios públicos para lograr el objetivo del movimiento social. Según Candon (s/f), dichas formas de organización son los espacios híbridos de organización, espacios híbridos de socialización y los espacios híbridos de representación.

La estrategia involucra también a los medios convencionales para su efectivo fin político, ya que estos son la columna vertebral comunicacional y son los medios que dan visibilidad en otros aspectos. Por ejemplo, Treré (2019) dice que las estrategias de comunicación de Podemos no habrían sido posibles sin el pragmatismo tecnológico y la comprensión pionera

del poder político de los algoritmos que tenía el movimiento (pp.223).

Algunos movimientos que se presentan como activismo híbrido tienen fines políticos. Para Costa-Sánchez (2011), “La irrupción de las TICs en el contexto de la comunicación política ha llevado a la aparición de diferentes términos para denominar el fenómeno, entre los que destacan ‘política 2.0’, ‘democracia electrónica’, ‘política virtual’ o ‘ciberdemocracia’” (pp.1463). En ese caso, Barbas (2015) menciona que se deben analizar los procesos de comunicación en la creación de espacios para el ejercicio de la democracia deliberativa. Dichos espacios son ocupados por los movimientos con fines políticos.

Desde el punto de vista de los movimientos sociales, se debe observar que en esta nueva etapa el ciclo de protesta parece estar evolucionando hacia una creciente institucionalización, con al menos algunos de los movimientos sociales anteriores conduciendo a la creación de nuevos partidos políticos para la apertura. Esto se puede observar entre el movimiento 15-M y Podemos en España y entre el movimiento #YoSoy132 y Morena en México. Entonces, es en esta etapa donde podemos afirmar de manera más categórica que ha habido un cambio claro desde el ciberactivismo hacia la creciente relevancia de una tecnopolítica que impregna la esfera general de la política dada. Por ejemplo, la creciente importancia que ahora tienen los partidos políticos tradicionales, donde se incluye el uso de las TIC en las campañas.

La mayoría de dichos movimientos no pudieron cumplir muchas de las expectativas generadas. Ahora bien, el descontento latente y la acumulación de malestar han sido un campo de cultivo para el surgimiento de todo tipo de movimientos autoritarios y reaccionarios de corte ultranacionalista y de extrema derecha populista. Además, estos movimientos reaccionarios, al igual que los movimientos progresistas anteriores, han hecho

un uso intensivo de las TIC dando lugar a lo que Julián Macías denomina el paso del “ciberactivismo al tecnofascismo” (2021). Este tipo de movimientos de corte reaccionario ha contado con el apoyo de la denominada “Paypal Mafia” (Treré, Candón y Sola-Morales; 2021).

2.5.3. Entre los Real y Virtual: Movimientos sociales con presencial virtual

En el contexto contemporáneo, los movimientos sociales han evolucionado hacia lo que se denomina activismo híbrido, un enfoque que combina la movilización en el espacio físico con el uso de herramientas digitales. Este tipo de activismo aprovecha las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), especialmente las plataformas sociales como Facebook y Twitter (Ahora X), para organizar y coordinar acciones colectivas, difundir mensajes, y alcanzar una mayor visibilidad y apoyo a nivel global. De este modo, los movimientos sociales no solo se limitan a la acción directa en las calles, sino que integran lo digital como un espacio clave para la protesta y la movilización social.

Además, es importante destacar que los movimientos sociales utilizan los medios convencionales como parte de su estrategia comunicacional, para lograr una mayor visibilidad y repercusión en el ámbito público. Azuela y Tapia (2013) sugieren que una estrategia de comunicación efectiva debe incluir un problema, una propuesta de solución, y una acción, lo que permite que los movimientos se articulen de manera coherente tanto en los espacios físicos como digitales. Esta integración de medios digitales y tradicionales permite que los movimientos sociales contemporáneos logren un impacto más amplio, adaptándose a las nuevas dinámicas políticas y tecnológicas de la sociedad actual.

La estrategia involucra también a los medios convencionales para su efectivo fin político,

ya que estos son la columna vertebral comunicacional y son los medios que dan visibilidad en otros aspectos. Por ejemplo, Treré (2019) dice que las estrategias de comunicación de Podemos no habrían sido posibles sin el pragmatismo tecnológico y la comprensión pionera del poder político de los algoritmos que tenía el movimiento (pp.223).

Algunos movimientos que se presentan como activismo híbrido tienen fines políticos. Para Costa-Sánchez (2011), “La irrupción de las TICs en el contexto de la comunicación política ha llevado a la aparición de diferentes términos para denominar el fenómeno, entre los que destacan ‘política 2.0’, ‘democracia electrónica’, ‘política virtual’ o ‘ciberdemocracia” (pp.1463). En ese caso, Barbas (2015) menciona que se deben analizar los procesos de comunicación en la creación de espacios para el ejercicio de la democracia deliberativa. Dichos espacios son ocupados por los movimientos con fines políticos.

Desde el punto de vista de los movimientos sociales, se debe observar que en esta nueva etapa el ciclo de protesta parece estar evolucionando hacia una creciente institucionalización, con al menos algunos de los movimientos sociales anteriores conduciendo a la creación de nuevos partidos políticos para la apertura. Esto se puede observar entre el movimiento 15-M y Podemos en España y entre el movimiento

YoSoy132 y Morena en México. Entonces, es en esta etapa donde podemos afirmar de manera más categórica que ha habido un cambio claro desde el ciberactivismo hacia la creciente relevancia de una tecnopolítica que impregna la esfera general de la política dada. Por ejemplo, la creciente importancia que ahora tienen los partidos políticos tradicionales, donde se incluye el uso de las TIC en las campañas.

La mayoría de dichos movimientos no pudieron cumplir muchas de las expectativas generadas. Ahora bien, el descontento latente y la acumulación de malestar han sido un

campo de cultivo para el surgimiento de todo tipo de movimientos autoritarios y reaccionarios de corte ultranacionalista y de extrema derecha populista. Además, estos movimientos reaccionarios, al igual que los movimientos progresistas anteriores, han hecho un uso intensivo de las TIC dando lugar a lo que Julián Macías denomina el paso del “ciberactivismo al tecnofascismo” (2021). Este tipo de movimientos de corte reaccionario ha contado con el apoyo de la denominada “Paypal Mafia” (Treré, Candón y Sola-Morales; 2021).

2.5.4. Casos de movimientos sociales con presencia digital

2.5.4.1. Los Pingüinos chilenos

Uno de los casos más emblemáticos de ciberactivismo estudiantil en Sudamérica es el denominado movimiento de “Los Pingüinos chilenos”, el cual marcó la primera gran protesta protagonizada por estudiantes de secundaria contra la privatización del sistema de educación en Chile. Ante la criminalización de su protesta en los medios de comunicación tradicionales, los estudiantes optaron por organizarse y visibilizar sus demandas a través de plataformas digitales y redes sociales (Donoso, 2013).

A diferencia de los medios masivos tradicionales, que históricamente han operado bajo una lógica unidireccional (con una audiencia pasiva que recibe información desde una fuente centralizada), los medios sociales se caracterizan por su estructura interactiva y horizontal. En estos espacios digitales, los usuarios no solo consumen información, sino que también la generan, la transforman y la comparten activamente (Jenkins, 2006). Esta dinámica ha transformado profundamente el escenario político y comunicacional contemporáneo, generando un nuevo entorno donde se visibilizan tensiones entre posturas globalizadas y cosmopolitas frente a discursos más conservadores y nacionalistas.

Este conflicto político entre cosmopolitismo y nativismo se manifiesta en la diversidad, provisionalidad y alta conflictividad de los discursos que circulan en los medios sociales. A diferencia del modelo narrativo único y controlado de los medios tradicionales, en el entorno digital coexisten múltiples voces, muchas veces antagónicas, que raramente buscan o logran entablar un diálogo constructivo. Como resultado, los espacios digitales tienden a la polarización y a la radicalización de posturas, dificultando la construcción de consensos (Sampedro, 2014).

Aunque los medios tradicionales y las formas de comunicación directa siguen cumpliendo un rol importante en la política, los medios digitales –y especialmente los medios sociales como Facebook– han revolucionado la manera de llegar al votante. Según Villanueva (2015), estos medios facilitan un acceso más rápido y económico al electorado, permitiendo que los políticos y activistas construyan audiencias de manera más eficiente que en épocas anteriores.

2.5.4.2. Levantamiento de Tahrir:

Por ejemplo, durante el levantamiento en la plaza Tahrir, ocurrido en Egipto tras la violenta muerte de Khaled Said a manos de la policía, se creó la página de Facebook *We Are All Khaled Said*, que rápidamente ganó popularidad y se convirtió en un espacio de articulación para protestas similares (El-Nawawy & Khamis, 2012). Muchos jóvenes comenzaron a utilizar estas plataformas digitales como respuesta al descrédito del periodismo tradicional, el cual, en varios países árabes, operaba bajo fuertes restricciones y censura estatal (Freedom House, 2011). En el caso egipcio, la Primavera Árabe dio lugar a una protesta en red, donde el uso de herramientas digitales permitió la rápida movilización de grandes grupos en torno a objetivos comunes, empoderando así los movimientos sociales (Tufekci, 2017; Castells, 2012).

2.5.4.3. La ley pulpín

En el contexto peruano, los medios sociales se han consolidado como una herramienta clave para la movilización y el activismo político. Un claro ejemplo de esto son las protestas contra la llamada "ley Pulpín" en 2014, una norma que afectaba los derechos laborales de los jóvenes. Los medios sociales desempeñaron un papel central en la organización y difusión de las movilizaciones, logrando convocar a miles de jóvenes en diversas ciudades del país. Estas protestas no solo visibilizan el poder de los medios sociales para movilizar a las masas, sino que también fueron interpretadas como un signo del renacimiento político de la juventud peruana, quienes utilizan estas plataformas para expresar su descontento y exigir cambios.

Los medios sociales, por lo tanto, no solo permiten una mayor visibilidad de los conflictos políticos contemporáneos, sino que también se han convertido en una ruta clave para el activismo efectivo y el éxito político en la era digital.

2.6. Convencimiento y movilización

El objetivo de la presente investigación es analizar cómo la línea discursiva del colectivo NAK logró convencer y movilizar a los seguidores. Por ende, se desarrollarán los conceptos de convencimiento y movilización.

2.6.1. Convencimiento y persuasión

El convencimiento es un proceso comunicativo mediante el cual un individuo o grupo logra modificar las creencias, actitudes o comportamientos de otros a través del

razonamiento y la argumentación. Aunque el término es utilizado en diversos contextos, en el ámbito de la comunicación digital y el ciberactivismo, se vincula estrechamente con la persuasión, la cual ha sido ampliamente estudiada en teorías de la comunicación y la psicología social.

La persuasión se define como "un proceso simbólico en el que los comunicadores intentan influir en las actitudes o comportamientos de los receptores a través de la transmisión de un mensaje" (Gass & Seiter, 2018, p. 33). En este sentido, el convencimiento en medios sociales puede entenderse como una forma de persuasión mediada por tecnologías digitales, donde los mensajes buscan generar cambios de opinión y movilización política.

Además, la interactividad en los medios sociales favorece el "diálogo persuasivo", en el que los usuarios participan activamente en la construcción de significados y la argumentación de ideas (Castells, 2012). En este tipo de interacción, los usuarios no solo reciben mensajes persuasivos, sino que también los reconfiguran y amplifican según sus experiencias y conocimientos previos. Esta dinámica de participación activa convierte a los medios sociales en un espacio propicio para el convencimiento, ya que permite la retroalimentación constante y la evolución del mensaje persuasivo.

El convencimiento en medios sociales, entendido desde la teoría de la persuasión, se sustenta en estrategias emocionales, narrativas e identitarias que buscan movilizar la opinión pública. A medida que las plataformas digitales continúan evolucionando, el estudio del convencimiento en estos entornos seguirá siendo clave para comprender las dinámicas del ciberactivismo político y el impacto de los medios sociales en la formación de actitudes y comportamientos colectivos (González, 2016).

2.6.2. Movimientos sociales:

Las movilizaciones sociales constituyen una expresión clave del activismo ciudadano, en la que diversos actores colectivos toman las calles para visibilizar sus demandas y ejercer presión política. De acuerdo con Tilly (2004), las movilizaciones son “acciones colectivas sostenidas que hacen reclamos en nombre de una población” (p. 3), y son una herramienta fundamental para canalizar el descontento social hacia transformaciones estructurales.

En el contexto del activismo mediático híbrido, las movilizaciones se complementan con el entorno digital. Treré (2019) sostiene que “las redes sociales digitales no solo permiten convocar a la movilización, sino que configuran espacios de interacción simbólica que potencian su alcance y resonancia” (p. 77). Así, las plataformas como Facebook y Twitter (Ahora X) no reemplazan la acción física, sino que la refuerzan mediante narrativas emocionales, registros audiovisuales en tiempo real y la generación de comunidad digital.

La articulación entre lo digital y lo presencial es una característica distintiva del activismo híbrido. Gerbaudo (2012) afirma que las movilizaciones contemporáneas son “coreografiadas” digitalmente, es decir, guiadas desde plataformas sociales que actúan como centros de organización, coordinación y motivación emocional (p. 40). Esto se observa en protestas como el 15-M en España, la Primavera Árabe o las marchas en Perú contra la Ley Pulpín y el fujimorismo, donde los medios sociales fueron esenciales para la convocatoria masiva y la difusión del mensaje.

Además, las movilizaciones sociales cumplen un rol performativo. Según Butler (2015), “al ocupar el espacio público, los cuerpos reunidos reclaman una forma de existencia política que desafía el orden establecido” (p. 67). En este sentido, cada manifestación no solo busca alcanzar un objetivo político concreto, sino también afirmar identidades colectivas, generar visibilidad mediática y producir sentido.

La dimensión comunicacional de las movilizaciones también es central. Como señala Castells (2012), “la comunicación es la clave de los movimientos sociales en red, ya que la capacidad de generar significado compartido es lo que transforma la indignación en acción” (p. 219). En este marco, los repertorios de movilización combinan acciones físicas (marchas, plantones, concentraciones) con estrategias discursivas digitales (memes, transmisiones en vivo, hashtags), generando una sinergia que amplifica el impacto político del movimiento.

Sin embargo, no todas las movilizaciones tienen un carácter progresista. Como advierte Macías (2021), “el uso intensivo de las TIC por parte de sectores ultraconservadores ha dado paso a una nueva etapa del activismo digital, marcada por la desinformación, la polarización y el “tecnofascismo” (p. 15). De este modo, la tecnología se convierte en un terreno disputado entre distintos proyectos ideológicos.

En síntesis, las movilizaciones sociales en el activismo híbrido constituyen un componente esencial de las luchas contemporáneas. No son acciones aisladas, sino parte de estrategias complejas de incidencia que articulan la presencia física con el poder simbólico de los medios digitales. Su análisis permite entender cómo se construye la acción colectiva en la era de la conectividad.

Capítulo III: Estudio del caso: Movimiento No A Keiko

El presente capítulo aborda el caso del movimiento “No A Keiko” en el marco del activismo híbrido y las dinámicas políticas peruanas. Se examina cómo el movimiento surge en un contexto marcado por el legado del Fujimorismo y la figura de Keiko Fujimori, cuyo ascenso político generó una amplia respuesta de rechazo por parte de diversos sectores sociales. A través de un análisis de los orígenes, crecimiento y las acciones del movimiento, se explora su impacto en el ámbito político, su organización en las plataformas digitales y su papel en las elecciones peruanas. Este estudio permitirá comprender cómo se estructuró la resistencia política y las implicaciones del ciberactivismo en este proceso.

3.1. Nacimiento, auge y caída del Fujimorismo

Alberto Fujimori llegó al poder en el año 1990. Su gobierno pudo instalarse por las condiciones desfavorables en el contexto social como la crisis económica y el auge del terrorismo en el Perú.

Fujimori tenía una política neoliberal, la cual aplicó durante sus años de mandato. Para Martínez (2009), la ideología de la desigualdad social es el fundamento para el desarrollo de la competencia y la acumulación de ganancias con el fin de impulsar la economía. Durante su gobierno el “neoliberalismo se convirtió en programa político del capital para viabilizar su reproducción” (p.66). El mismo autor menciona que el gobierno de Fujimori en sus primeros años tuvo éxito ya que le dio énfasis a las políticas sociales y supo ganarse el respaldo de las masas populares. Sus principales acciones en el gobierno fueron la supresión de los subsidios a productos de primera necesidad y darle facultades discrecionales a las FF.AA. La privatización de empresas no llegó a darse en 1991 ya que no se contaba con la mayoría en el Congreso. En el contexto de presión de organismos internacionales por el pago

de la deuda externa, Fujimori estableció buenos vínculos con las FF. AA para dar el golpe de Estado.

Según Godoy (2021), Fujimori tomó la decisión del golpe de Estado en noviembre de 1991 según 3 fuentes. La primera es el propio mandatario, quien publicó unas memorias en un diario japonés en 1999, donde dijo que la derogación de los decretos legislativos sobre la pacificación había sido la causa para ello. La segunda fuente es Vladimiro Montesinos, quien confesó a Francisco Loayza dicha versión. La tercera fuente es un colaborador cercano de Fujimori, quien le dijo al asesor político de la embajada japonesa en Lima, Yuzuke Murakami, que su jefe iba continuamente a la Comandancia General del Ejército, que finalmente era “El Pentagonito”. (Godoy, pp.129).

Luego del autogolpe de 1992 y seguida de la captura de Abimael Guzmán inicia un período de transformaciones en el cual se violentó el Estado de Derecho. Para Martínez (2009) , las FF.AA tenían las condiciones para dismantelar el régimen democrático liberal y se reemplaza por una dictadura. Cotler (1994) agrega que “El Ejecutivo y los militares destruyeron el desacreditado orden constitucional y fundaron un régimen autoritario” (p. 208)

Las decisiones que tomaba el gobierno de Fujimori eran rápidas, eficaces y sin consulta ya que un procedimiento se le consideraba como trabas. Para Gustavo Guerra García (1999), el gobierno no puede construir los objetivos deseados para el modelo, y al Ejecutivo le resulta más adecuado para sus intereses realizar políticas a corto plazo donde promueven campañas de renovación. Según Manrique (2003), la constitución del 93 otorgó una apariencia de legalidad al régimen que tenía conceptos neoliberales como políticas de gobierno e incluía una permanencia en el poder por parte del gobernante bajo el argumento de que se tenía que

brindar estabilidad a las reformas económicas y políticas.

El fujimorato duró hasta el año 2000, principalmente por el accionar de las FF. AA, quienes garantizaron la estabilidad en el poder bajo el amparo de la doctrina de seguridad nacional. Incluso en 1995 se otorgó amnistía a los crímenes cometidos por las FF.AA. Durante el gobierno se creó un grupo combinado entre la PNP y FF. AA llamado ‘Grupo Colina’, quienes realizaron ejecuciones extrajudiciales, siendo la de Barrios Altos y La Cantuta las más conocidas.

Según Martínez (2009) “El régimen fujimorista afirmó una concepción fascista, legitimadora de la segregación y el desprecio de la vida de los más humildes. La asimilación de esta concepción permitió que las clases medias y la sociedad urbana fueran en general indiferentes frente al genocidio”. Bajo las políticas del neoliberalismo surgió un terrorismo de Estado con el propósito de la monopolización transnacional. (p.73). La política de corrupción implementada a través del SIN, mediante sobornos a jueces, fiscales y dueños de televisiones permitió legitimar el terror y legalizar la impunidad, para hacer invisible la violencia desplegada por el gobierno. La difusión de los ‘VladiVideos’, donde se observaba a Vladimiro Montesinos, asesor de Fujimori, sobornar a autoridades o celebridades precipitó el fin del gobierno fujimorista.

Luego del escándalo de los ‘VladiVideos’, el presidente Fujimori viaja a Brunei, dónde se iba a realizar el APEC; sin embargo, utiliza dicho país solo como escala para ir hacia el Japón, desde donde renunciaría a la presidencia de la República vía Fax. Mientras tanto en el Perú, el Congreso no aprobaría su renuncia y parlamentarios opositores iniciaron un proceso de incapacidad moral. (France 24; 2018). Posteriormente, el gobierno peruano pide extraditar al expresidente para juzgarlo; sin embargo, Fujimori se queda en Japón y es

protegido por el país nipón debido a que poseía su nacionalidad. Según el gobierno japonés, Alberto Fujimori era un ciudadano japonés porque fue inscrito en el registro familiar (koseki) en Lima y que su ciudadanía no era alguna excepción, sino que Fujimori fue ciudadano japonés desde su nacimiento, por lo cual la extradición no procedía por ser este un ciudadano japonés protegido por su país (La Mula; 2015).

El abogado Raúl Villanueva (s/f) concluye que “En ausencia de todo tratado que lo obligue, la demanda de extradición dirigida a un Estado pertenece a la esfera del llamado Dominio reservado o competencia discrecional de ese Estado” aunque dicho dominio o competencia discrecional no son irrestrictos, sino que se encuentran delimitados por el derecho internacional (pp. 206). Es por ello que la justicia peruana pretendía acudir a jueces internacionales para llevar a cabo la extradición de Alberto Fujimori; sin embargo, él aún tenía pretensiones políticas y se acercaban las elecciones del 2006, donde había la posibilidad de que Alberto vuelva a candidatear.

Para esas elecciones iba a nacer otra agrupación fujimorista, atrás quedaban Cambio 90, Nueva Mayoría, Perú 2000, entre otros. El 6 de enero de 2006, Keiko, su hija, obtuvo la inscripción de la Alianza por el Futuro en el JNE, ese era el segundo intento de inscribir como candidato presidencial a Alberto Fujimori (aunque también fue rechazado), quien viajó a Chile, tratando así ingresar al Perú.

Luego del rechazo de la candidatura de Alberto Fujimori, Martha Chávez fue la protagonista, ella había sido electa como congresista en el periodo 2001-2006 y había sido procesada por una declaración de Vladimiro Montesinos, quien la acusó de ser receptora de dinero y fue retirada del congreso por 3 años. Ella postuló a la presidencia en el 2006 por el partido fujimorista Alianza Para el Futuro, y Keiko Fujimori lo hizo al Congreso de la República.

(Godoy; 2021) . El dúo Chávez-Fujimori le dio gran protagonismo a Alberto Fujimori durante la campaña electoral. Chávez no pasó a segunda vuelta, pero Keiko Fujimori fue la congresista más votada.

El Perú pedía una extradición de Alberto Fujimori que finalmente fue aceptada. Para Chejade (2007), se “Conocen perfectamente las anteriores actividades ilícitas y criminales que compartía con Montesinos, y saben que los asesinatos en Barrios Altos y La Cantuta obedecían a una estrategia integral antisubversiva. Esto era una política sistemática de violación de los derechos humanos o terrorismo de Estado” (pp. 68). Para Aguilar (2007) el fallo de septiembre de 2007 en el caso Fujimori ha tenido una consideración fáctica y una consideración jurídica. La consideración fáctica es que se concedió efectivamente la extradición de Alberto Fujimori al Estado de Perú. La consideración jurídica es que, a pesar de no contener aplicación ni referencias al Derecho Internacional Penal, el fallo ratifica y confirma la aplicación plena en el orden interno de una serie de principios cardinales en materia de Derecho Internacional. (Aguilar, 2007).

3.2. Creación del movimiento “No A Keiko”:

La imposición de una nueva constitución, la perpetuación en el poder, los casos de corrupción, el control de medios, los crímenes de lesa humanidad y una fuerte represión hacia los opositores hizo que tenga el rechazo de la población. Debido a todas las acciones descritas anteriormente, surge la tendencia antifujimorista, pero no es hasta el 2010, cuando se crea el movimiento *No A Keiko*, esto debido a que la hija de Alberto Fujimori cumplía la edad mínima requerida para postular a la presidencia. Tomando en cuenta que fue la congresista más votada en la anterior elección tenía posibilidades reales de ganar la contienda electoral.

Capítulo IV: Diseño metodológico

4.1. Metodología

El presente trabajo de investigación tiene un enfoque mixto que combina elementos de los enfoques cuantitativo y cualitativo para proporcionar una comprensión más amplia del fenómeno o caso estudiado, en este sentido, los medios sociales y el activismo mediático híbrido. Por un lado, se adopta un enfoque cualitativo, ya que se analiza la línea discursiva de las publicaciones, permitiendo explorar en profundidad la construcción de mensajes, narrativas y estrategias persuasivas en la comunicación digital. Por otro lado, se incorpora una perspectiva cuantitativa, cuantificando la cantidad de publicaciones, la frecuencia de temas específicos y los tratamientos que se les asignan. Este doble enfoque resulta esencial para analizar las publicaciones de la página de Facebook del colectivo No a Keiko, ya que permite comprender tanto la dimensión expresiva y discursiva de las interacciones, como la dimensión numérica y estructural de la información difundida (Creswell, 2014; Papacharissi, 2010).

La metodología utilizada es de tipo descriptivo-analítico, pues se describe detalladamente el fenómeno o estudio de caso y se analizan los patrones emergentes y las explicaciones subyacentes en la movilización digital y el ciberactivismo. La recolección de datos se llevó a cabo mediante el análisis documental, utilizando una ficha de recopilación de datos adaptada para sistematizar y categorizar la información obtenida de la página de Facebook del colectivo No a Keiko. Este proceso permitió identificar y cuantificar las publicaciones en función de sus temáticas y enfoques, al mismo tiempo que se profundiza en la interpretación de las estrategias comunicacionales utilizadas para la movilización y el convencimiento de su audiencia.

4.2. Enfoques teóricos:

La presente investigación tendrá 2 enfoques: el comunicacional, debido a que el colectivo está presente en un medio social; y el enfoque político debido a que el propósito del colectivo es político.

4.2.1. Enfoque comunicacional:

La presente investigación es una tesis de comunicaciones, por lo que se explyaya dicho enfoque. La tesis se enfoca en analizar cómo los movimientos sociales, mediante el estudio de caso del colectivo NAK, emplean estrategias comunicacionales en el entorno digital, destacando la interconexión entre la protesta en línea y la acción colectiva en el espacio físico. Se examina la influencia de los medios sociales en la organización, difusión de mensajes y movilización de personas. Además, se explora la importancia de abordar de manera integral las estrategias de comunicación, considerando tanto las plataformas digitales como otros medios. El objetivo es comprender cómo estas dinámicas comunicativas contribuyen al impacto y la eficacia de los movimientos sociales actuales. Los medios sociales son claves a la hora de activar el establecimiento inverso de la agenda por parte de los activistas políticos (Jiang, 2014)

Según Martín Barbero, hablar de procesos cargados de sentidos profundamente antagónicos; Toda vez que la comunicación significa hoy el espacio de punta de la modernización, el motor de las transformaciones culturales que nos hacen contemporáneos del futuro y está asociada al desarrollo de alcanzar el fin de la definitiva modernización industrial (2005).

Las campañas políticas han existido desde tiempos inmemoriales, por ende, la comunicación política ha estado presente a través de afiches, discursos, entre otros recursos

comunicacionales. Todas las campañas de comunicación política tienen como objetivo reforzar al ganador. Para efectos de esta investigación, la campaña política es contraria, no busca mencionar las cualidades del candidato a ganar, sino los defectos del candidato a perder. Además, no se trata de una campaña de comunicación política tradicional, sino un movimiento social con presencia en medios digitales, y posteriormente en físico; lo que es el ciberactivismo híbrido.

4.2.2. Enfoque político:

En esta investigación, se examina la línea discursiva del colectivo NAK, con un enfoque que abarca las Ciencias Políticas. El propósito del colectivo, es evitar que Keiko Fujimori llegue a la presidencia; por lo tanto, es un objetivo político.

Las campañas electorales son una contienda, donde a través de la comunicación se busca a un vencedor. Según el texto de García, D'Adamo y Slavincky (2005) La comunicación que acompaña a la actividad política sirve para alterar, justificar o esclarecer el rango de opciones que se están disputando.

La política se entiende como vivir en un Estado, donde existan diferencias, concordancias y conflictos. Por ende, en un Estado donde haya población específica en un determinado territorio existirá la política. Sobre la política y sus controversias, Espinoza (2009) afirma lo siguiente:

El concepto “política” entendido como “policy” no tiene un uso estándar y a menudo proyecta un significado ambiguo (por ejemplo, las definiciones sobre “política” que figuran en los estudios de Ball (1990), Bauer (1968), Dror (1968), Easton (1953), Fischer, Miller y Sydney (2007) Jenkins (1978), Mann (1975), Midgley y otros (2000) y Parsons (1995)

contrastan y difieren en distinto grado). Tal vaguedad ha conducido a Dye (1978: 3) a concluir que el término política es simplemente “lo que los gobiernos eligen hacer o no hacer”. Sin embargo, en términos generales, el concepto “política” conlleva la existencia de diversas opciones y designa, por ende, un desacuerdo o conflicto entre los actores o aspectos ligados al diseño de políticas en un área de actividad determinada (educación, transporte, salud, etcétera) respecto a un curso de acción actual o potencial de gobierno (Anderson, 1990; Dunn, 1994; Fischer, Miller & Sydney, 2007). Para otros autores (ver Ball, 1990), en cambio, las políticas representan la declaración operacional de los valores de una sociedad que buscan definir y prescribir determinadas líneas de acción.

4.3. Matriz de recojo de información

La recolección de datos para esta investigación se realizó de manera cronológica. Se analizaron las publicaciones desde el 11 de abril del 2016 hasta el 10 de junio del 2016. Para la muestra de esta tesis. Durante dicho periodo se tomará en cuenta todas las publicaciones del colectivo NAK. Todas las fotografías con sus respectivas descripciones se almacenan en una matriz organizada de manera cronológica (VER ANEXO 1). Además, para la sistematización de la información se incluye el eje temático, el tratamiento, la fuente de publicación y los hashtags, esto con el fin de saber cuál es la información más común que publicó el colectivo NAK durante esas 8 semanas.

Como se mencionó anteriormente, el objetivo principal de la investigación es analizar de qué manera el colectivo NAK logra convencer y movilizar a una población contraria a la candidatura de Fujimori mediante una línea discursiva en Facebook. Para esto, es necesario subdividir en 3 objetivos específicos.

Para poder analizar de una mejor manera estos 3 objetivos específicos se desarrolló la matriz el cual recoge información detallada sobre cada una de las 546 publicaciones en el periodo de las 8 semanas de la segunda vuelta electoral del 2016. En la matriz se incluye el número de la publicación, la temática, 2 tipos de tratamientos (primero si el post es informativo, de convencimiento o de movilización; el segundo si el post es serio o humorístico) y los hashtags utilizados en la descripción del post.

4.3.1 Definición de variables

En la matriz se ha identificado 2 tipos de variables o tratamientos y este es el tipo de evaluación:

4.3.1.1. Tratamiento:

Tratamiento 1: Propósito

- a. *Informativo*: se muestran los hechos que están pasando en la actualidad o que ha sucedido.
- b. *Convencimiento*: se da énfasis en persuadir e influir en la opción de los seguidores
- c. *Movilización*: se incita e invita a participar en las movilizaciones en las calles.

Tratamiento 2: Estilo

- a. *Humor*: La publicación suele ser un meme y o un comentario sarcástico. El objetivo es la viralización.
- b. *Serio*: El contenido es informativo y brinda un dato/ declaración, entre otros.

Para poder definir qué tipo de tratamiento es cada publicación he planteado indicadores a través de preguntas.

Tratamiento 1	Indicadores
Informativo	<ul style="list-style-type: none"> ● Se da información acerca de las temáticas ● No hay una descripción que se dirija a los nakers (seguidores) o personas que visiten la página ● La publicación es solo un reenvío
Convencimiento	<ul style="list-style-type: none"> ● Luego de presentar información se dirigen a los nakers en énfasis
Movilización	<ul style="list-style-type: none"> ● Invitan a las personas a participar en sus marchas ● Hacen registros fotográficos de movilizaciones e invitan a la siguiente marcha

Tratamiento 2	Indicadores
Serio	<p>Es un artículo periodístico</p> <p>Son declaraciones textuales verdaderas</p> <p>Son temas informativos</p>
Humor	<p>Es un meme</p> <p>Es una caricatura</p> <p>Es una imagen trucada</p> <p>Es un comentario sarcático</p>

A partir de los objetivos e hipótesis se ha planteado una matriz para el recojo de información

4.3.2. Ejemplo de recojo de información: (VER ANEXO 1)

Publicación		Temática	Tratamiento 1	Tratamiento 2	Sobre hashtag
Fecha	Número				
11/04	#01	Corrupción del Fujimorismo	<i>Informativo:</i> Luego de ganar la primera vuelta, se destaca que una página mexicana se pregunta cómo la hija de un condenado por diversos delitos ganó.	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación

4.3.3. Ejemplo de recojo de información según tratamiento:

4.3.3.1 *Informativo:*

30/05	#15	Corrupción	<i>Informativo:</i> Se dice unas estrofas de Nicomedes de Santa Cruz	Humor	No hay uso de hashtags en esta publicación
-------	-----	------------	--	-------	--

15/04	#03	Clamor popular	<i>Informativo:</i> Se informa que hay un nuevo aliado.	Serio	#NoAKeiko #TodosSomosNoAKeiko #KeikoNoVa
-------	-----	----------------	---	-------	--

4.3.3.2. *Convencimiento:*

14/05	#02	Calificarla de vaga	<i>Convencimiento:</i> Se enfatiza que Keiko nunca trabajó. En la descripción se dirigen al público.	Humor: Meme reenviado	No hay uso de hashtags en esta publicación
-------	-----	---------------------	---	--------------------------	--

15/04	#01	Liberación de Fujimori y Montesinos	<i>Convencimiento:</i> Se dice lo que pasará si no se vota en contra del fujimorismo	Humor: Se agrega una conversación ficticia.	No hay uso de hashtags en esta publicación
-------	-----	-------------------------------------	---	--	--

4.3.3.3. *Mobilización:*

18/05	#05	Clamor popular	<i>Mobilización:</i> Se muestra a personas en Cusco	Serio: Fotografía	No hay uso de hashtags en esta publicación
18/05	#06	Clamor popular	<i>Mobilización:</i> Se muestra a personas en Cusco	Serio: Fotografía	No hay uso de hashtags en esta publicación

4.4 Matriz de respuesta a los objetivos específicos:

Objetivos	Preguntas	Descripción
<p>O.P. Analizar de qué manera el colectivo NAK logra convencer y movilizar a una población contraria a la candidatura de Fujimori mediante una línea discursiva en Facebook.</p>		
<p>O.E.1. Identificar la línea discursiva de la página del colectivo No A Keiko</p>	<p>¿Cuáles son las temáticas en los posts de NAK?</p>	<p>En las 8 semanas se ha podido observar casi 20 temáticas siendo la más importantes el narcotráfico, una posible dictadura y la corrupción.</p>
<p>O.E.2 Analizar de qué manera NAK busca convencer a sus seguidores a no votar por Keiko Fujimori. hay que hacer algo.</p>	<p>¿Cuáles son las temáticas que más se repiten? ¿En qué temáticas hay uso de hashtag? ¿En qué temáticas hay descripciones? positiva , negativa, problema legal, político</p>	<p>#NoAKeiko #Fujimori #NoAlNarcoEsta do #FujiNarcos #KeikoNoVa Estos son los hashtags más utilizados, los cuales se relacionan con las temáticas más populares. Los posts son incluidos con descripción y hashtag y en su gran mayoría son reenvíos.</p>

<p>O.E.3. Analizar de qué manera el colectivo NAK busca movilizar a sus seguidores con sus publicaciones en la página de Facebook atención (- intención participación (movilización</p>	<p>¿Cuál es la cantidad de publicaciones relacionadas a las marchas?</p>	<p>Básicamente solo hay presencia de material relacionado a las marchas en las 2 últimas semanas de la campaña. Esto coincide con las fechas de las marchas principales. Anteriormente solo se publicaban avisos sobre las tablas</p>
--	--	---



Capítulo V: Análisis de resultados:

Para realizar el análisis de forma más exhaustiva, se responderán la pregunta principal y las subordinadas de la investigación.

Para analizar la línea discursiva se toma en cuenta la temática y los tratamientos de las publicaciones. Si bien es cierto que se han identificado 22 ejes temáticos, los principales son 3: el vínculo con el narcotráfico, la corrupción del fujimorismo y una posible dictadura. La mayor cantidad de publicaciones son enviadas de otras fuentes de información y también el contenido serio supera al humorístico, aunque el contenido sobre humor suele tener un mayor impacto, motivo por el cual se suele duplicar publicaciones humorísticas, especialmente meme y caricaturas. Se evidencia que existe una línea discursiva cambiante en cuanto a temáticas. Además, el tratamiento informativo es mucho mayor, por lo cual se considera el mayoritario en las publicaciones. Se puede concluir que el recurso o intención informativa es una característica de las publicaciones del colectivo NAK. En términos numéricos, abarca el 78% de las publicaciones.

Se analizó todo el contenido publicado por NAK durante las 8 semanas de la campaña electoral y se identificó que, aunque se mantuvo una cierta tendencia a mencionar 3 temas principales (narcotráfico, una posible dictadura y la corrupción del partido fujimorista), las publicaciones no siguieron una línea discursiva clara.

En su mayoría, las publicaciones de NAK consistieron en una recopilación de noticias, lemas, informes, fotos, imágenes graciosas, etc. en lugar de seguir una línea discursiva clara. El objetivo principal parecía ser buscar una mayor interacción entre los cibernautas en lugar de establecer un mensaje unificado.

El colectivo NAK se enfocó en la difusión de información relacionada al pasado fujimorista, haciendo énfasis en las tres temáticas mencionadas anteriormente. Esto se hizo con el propósito de convencer a los electores que visitaron su página para que se movilizan virtualmente o físicamente con sus amigos y familiares y así expandir el mensaje electoral/político.

Aunque se analizaron más de 500 publicaciones, no se encontró una temática predominante que pudiera definir una línea discursiva clara en NAK. Por otro lado, muchas publicaciones no seguían la tendencia predominante y se repetían imágenes o información que ya había sido publicada anteriormente por su éxito en alcance.

A pesar de esto, en los últimos días previos a las elecciones, NAK hizo un esfuerzo por organizar sus publicaciones, enumerando las temáticas y explicando cada una de ellas. Aunque esto se podría considerar como un intento de línea discursiva, solo se realizó un día antes de las elecciones de segunda vuelta y no se mantuvo un orden o tipografía consistente en las publicaciones anteriores.

Es importante mencionar que las publicaciones pudieron haber comenzado mucho antes de la segunda vuelta, ya que, según las encuestas de la época, la candidata del fujimorismo supera el 30% de intención de voto y su presencia en segunda vuelta era prácticamente un hecho.

En resumen, aunque NAK mantuvo una tendencia a mencionar tres temas principales, no se encontró una clara línea discursiva que uniera estas temáticas. Además, se enfocaron más en generar interacción que en seguir una estructura definida en sus publicaciones. Hubiera

sido recomendable una organización con estrategia y línea discursiva desde el inicio de las Elecciones Generales, ya que la llegada de Keiko Fujimori a la segunda vuelta era inminente.

Sobre el segundo objetivo de analizar la manera NAK busca convencer a sus seguidores a no votar por Keiko Fujimori. Los posts sobre convencimiento se muestran luego de varias publicaciones informativas sobre las mismas temáticas. Casi en su totalidad de este tipo de publicaciones tiene 2 partes. En la primera se dice los hechos mostrados antes (suele haber combinación de temáticas), y luego se invita a los seguidores a que ellos pueden cambiar la historia; es decir, votar por PPK. Se puede identificar hashtags específicos del tratamiento de convencimiento como: #EsTristeDarseCuentaQue y #TuDecides, Aunque estos hashtags no sean masivos, es debido a que la línea discursiva no fue clara. ya que los hashtags en vez de reforzar un mensaje o crear una “mini-campaña” o tendencia, solo buscan contextualizar.

A pesar de que el colectivo "No a Keiko" busca persuadir a sus seguidores para que no voten por la candidata Fujimori, se puede observar que las publicaciones con un enfoque de convencimiento son escasas en comparación con las que son puramente informativas. En consecuencia, se podría concluir que la principal función del colectivo no fue convencer, sino informar acerca de los delitos cometidos por el fujimorismo. Aunque se pueden identificar algunas publicaciones con un enfoque persuasivo, muchas de ellas carecen de elementos que las conviertan en publicaciones de "convencimiento", tales como un lenguaje más persuasivo o el uso de hashtags exclusivos.

El colectivo parece decidir las temáticas de sus publicaciones en función de la coyuntura, con el fin de tener un mayor impacto en sus seguidores. Este enfoque refleja una estructura simplista y de transmisión, que es una característica común en el activismo contemporáneo híbrido, según Treré (2019). Aunque no se observa una línea discursiva clara sobre la

campana electoral, se pueden identificar algunas temáticas principales.

En general, el enfoque persuasivo del colectivo "No a Keiko" consiste en resaltar los aspectos negativos del pasado y presente del fujimorismo. Aunque algunas publicaciones son claramente persuasivas, otras son meramente informativas y carecen de elementos de persuasión. En este sentido, se destaca el uso de hashtags como #EsTristeDarseCuentaQue y #TuDecides, que son los únicos exclusivos para publicaciones persuasivas. Sin embargo, no se observa un esfuerzo por persuadir mostrando aspectos positivos sobre el otro candidato, PPK, ya que el nombre del colectivo mismo, "No a Keiko", sugiere una orientación negativa.

En resumen, se puede concluir que el enfoque persuasivo del colectivo "No a Keiko" no fue su principal objetivo, ya que la mayoría de las publicaciones fueron informativas. Para que se puedan considerar como publicaciones persuasivas, es necesario agregar elementos de persuasión, como un lenguaje más persuasivo o el uso de hashtags exclusivos, y mostrar aspectos positivos sobre otros candidatos, además de resaltar los aspectos negativos del fujimorismo.

Por último, en el tercer objetivo en el cual se analiza de qué manera el colectivo NAK busca movilizar a sus seguidores con sus publicaciones en la página de Facebook. El principal énfasis es en la participación ciudadana y las marchas. Principalmente el día 31 de mayo, que se realizó una marcha masiva, se utilizó la página para mostrar fotos del clamor popular. Anteriormente solo se mostraban afiches invitando a las diferentes marchas que se desarrollaban en todo el país.

En cuanto a la presencia del colectivo No A Keiko en las movilizaciones durante la Segunda Vuelta, se puede notar que se priorizó la marcha del 31 de mayo, que contó con una amplia

cobertura y difusión en los medios sociales. Sin embargo, durante las publicaciones del colectivo no se evidencia una organización clara en cuanto a la variable de movilización, ya que solo se muestran pequeñas protestas con afiches o pancartas informativas en las calles. Uno de los objetivos principales de NAK era convocar a marchas en varias ciudades del país y del extranjero para llevar el mensaje antifujimorista a la población. Si bien se logró organizar la marcha principal una semana antes de la fecha electoral, en las publicaciones previas no se observa una gran movilización. La difusión de la marcha se realizó principalmente a través de Facebook, y aunque se mencionaron pequeñas manifestaciones previas, la mayor información y difusión vino después de la confirmación de la marcha principal. En este sentido, se puede decir que el colectivo NAK realizó ciberactivismo al tener presencia tanto en el mundo virtual como en el real, y transmitir su mensaje de manera transmedia. Sin embargo, para fortalecer su estrategia de movilización, se habría requerido una organización más clara y una mayor difusión de las convocatorias a marchas en distintas ciudades del país y del extranjero.

A continuación, se presentan los principales resultados de dichas 8 semanas con un total de 546 publicaciones. En este análisis se tratarán de responder las preguntas exploratorias.

El tema principal de las publicaciones de NAK es acerca de las relaciones del partido con el narcotráfico. Dentro de este tema se habla sobre Joaquín Ramírez, relación del local de un amigo de Kenji, el audio de José Chlimper. y los narcoaviones en el gobierno de Alberto Fujimori.

5.1. Tablas de resultados:

5.1.1. Tratamiento y temáticas de las publicaciones:

Tratamiento	Humor	Serio	Total
Tipo de publicación	143	403	546

Se muestra una mayor cantidad de contenido serio que humorístico durante las 8 semanas de publicaciones estudiadas

5.1.2. Hashtags utilizados:

Los siguientes fueron los 6 hashtags más utilizados durante las publicaciones previas a la segunda vuelta electoral

Hashtags utilizados	Cantidad de veces utilizada
#NoAKeiko	46
#Fujimori	27
#NoAlNarcoEstado	26
#FujiNarcos	18
#KeikoNoVa	18

Además, se utilizan otros hashtags como:

- #TodosSomosNoAKeiko: 12
- #NarcoEstado: 09
- #Fujimorismo: 09

- #KeikoMiente: 08
- #KeikoEsPeor: 07
- #FujimorismoEsCorrupción: 07

5.1.3. Fuente de Publicación:

	Reenvío	Fuente Propia	Total
Fuente de publicación	365	181	546

Se identifica una mayor cantidad de reenvío, lo que evidencia que no hubo una línea discursiva estructurada

5.1.4. Sobre el tratamiento de la información según ejes temáticos:

<i>Tratamiento</i>	Humor	No Humor	TOTAL
<i>Eje temático</i>			
Narcotráfico	49	64	113

Las publicaciones sobre el tema del narcotráfico se dan únicamente desde la semana 5 hasta la semana 8.

<i>Tratamiento</i>	Humor	No Humor	TOTAL
<i>Eje temático</i>			
Posible dictadura	11	18	29

<i>Tratamiento</i>	Humor	No Humor	TOTAL
<i>Eje temático</i>			
Corrupción	8	14	22

En los tres ejes temáticos presentados siempre hay una mayor cantidad de publicaciones con el tratamiento no humorístico; sin embargo, la tendencia a mostrar estos temas con humor aumenta a comparación de otros.

5.1.5. Otros temas:

Los tres ejes temáticos presentados anteriormente son los principales; sin embargo, también se han encontrado 23 temas que tienen entre 5 y 20 publicaciones.

Calificarla de vaga	Estudios de Keiko	Proceso electoral	Clamor popular	Captura de Alberto Fujimori
Pelea con el hermano	Problemas del partido	Hernando De Soto	Contradicciones	Fuga de Alberto Fujimori

Prensa vendida	Invitaciones a marcha	Minería ilegal	Memoria y dignidad	Vladimiro Montesinos
Fraude Electoral	Fotos de las marchas	Huir del debate	Relación Ramirez - Montesinos	
Esterilizaciones Forzadas	Susana Higuchi	Libertad de prensa	Tíos prófugos	

5.1.6. Sobre la difusión y eje temático:

<i>Difusión</i>	Reenvío	Fuente Propia	TOTAL
<i>Eje temático</i>			
Narcotráfico	87	26	113

<i>Difusión</i>	Reenvío	Fuente Propia	TOTAL
<i>Eje temático</i>			
Posible dictadura	21	8	29

<i>Difusión</i>	Reenvío	Fuente Propia	TOTAL
<i>Eje temático</i>			
Corrupción	16	6	22

5.1.7. Sobre los ejes temáticos y la difusión:

Ejes temáticos	Difusión
Narcotráfico (113)	Fuente Propia (26) Reenvío (87)
Posible dictadura (29)	Fuente Propia (8) Reenvío (21)
Vínculos con la corrupción (22)	Fuente Propia (6) Reenvío (16)

En resumen, se ha observado un aumento notable en la cantidad de reenvíos en las tres temáticas principales, con un incremento de más del doble. El tema del narcotráfico destaca por tener mayor porcentaje de publicaciones con reenvíos, alcanzando el 77%.

Capítulo 6. Discusión:

Esta investigación trata sobre un tema específico como lo es la campaña electoral de la segunda vuelta del 2016 desde las publicaciones del colectivo No A Keiko en Facebook, por lo tanto, los hallazgos y análisis son únicos a partir de cada publicación en la página ya que no hay una investigación que analice las publicaciones de NAK, aunque sí existen publicaciones que analizan la campaña electoral.

El principal aporte que se evidencia en los resultados es la forma de la línea discursiva del colectivo NAK. Según lo revisado en los hallazgos de las publicaciones de la página del colectivo NAK, estas fueron realizadas con una organización parcial ya que las publicaciones no cuentan con una línea discursiva, y se tuvo que construirla luego de la revisión de todas las publicaciones de la página durante la campaña electoral. Tampoco se sigue un orden en los hashtags publicados y los temas cambian según las circunstancias o noticias del momento. Se evidencia en varias publicaciones que el lenguaje no suele ser el apropiado o muy formal. En varias publicaciones se realiza una redacción de manera informal y se trata de agredir a Keiko Fujimori o algún miembro del fujimorismo con calificativos despectivos, esto con el fin de que la publicación logre ser más viral.

Para dar más énfasis a la posición de No A Keiko, la página publica declaraciones de políticos especialmente de ex candidatos presidenciales como Julio Guzmán y Verónica Mendoza (por ejemplo; 29 de mayo), ambos candidatos tuvieron una gran aceptación en la primera vuelta. Aunque por el lado de Julio Guzmán fue retirado de la contienda electoral. La intención de NAK al mostrar declaraciones de ex candidatos es darle peso a la posición. En ambos casos se intenta brindar declaraciones que sean sarcásticas con temas relacionados al fujimorismo. Por ejemplo, en Twitter (Ahora X), Verónica Mendoza ironiza con los días de descanso post

parto que tuvo en el congreso y lo compara con los días de descanso de Keiko Fujimori. En general, No a Keiko prioriza compartir un post más humorístico. El mismo día (29/05) se comparte una portada del periódico La República donde Julio Guzmán menciona “Es hora de votar por Kuczynski”, esta es una publicación que altera la línea discursiva debido a que las publicaciones de No a Keiko no se suelen mencionar a PPK; sin embargo, lo comparten ya que en las últimas semanas están compartiendo contenido de ex candidatos. Con ellos evidencia una línea discursiva espontánea y no estructurada.

Otro momento donde se menciona a PPK es cuando el candidato tuvo una reunión con miembros de NAK y fue rebotado por medios de comunicación, especialmente canales de televisión. NAK muestra que tiene presencia en medios y eso le da cierto respaldo.

Se evidencia claramente que el tema más abordado es el narcotráfico en las últimas 2 semanas, pudiendo afirmar que la línea discursiva más común fueron las publicaciones referentes al narcotráfico con temática seria, dicha temática es en la que más se basó NAK para poder convencer y posteriormente movilizar a la población para votar en contra de Keiko Fujimori.

Al comparar los resultados con los hallazgos del estudio de Lama (2013) sobre la campaña del colectivo NAK en las elecciones de 2011, se aprecia una evolución significativa en las tácticas comunicativas del colectivo. Mientras que en 2011 predominaban las intervenciones lúdicas, performativas y cargadas de simbolismo –como el evento “La Boda del Año”–, en 2016 el énfasis recayó en una estrategia más discursiva, digitalizada y orientada a la denuncia política directa.

No obstante, ambas campañas comparten un elemento fundamental: el uso del humor como herramienta movilizadora, que no solo facilita la identificación emocional con el mensaje, sino que potencia su circulación en medios sociales. Asimismo, en ambas se observa una

lógica de activismo basada en la autonomía respecto a los canales institucionales, con un enfoque claro en la construcción de comunidad desde el rechazo colectivo a una figura política, más que desde la propuesta de una alternativa.

A diferencia del enfoque más cultural y emocional documentado por Lama en 2011, el análisis del 2016 revela una mayor racionalización del discurso, con publicaciones orientadas a la difusión de datos, noticias y evidencias, aunque siempre conservando elementos emocionales clave. Esto demuestra que el colectivo NAK aprendió de su experiencia anterior y adaptó su estrategia a un entorno digital más saturado y competitivo, sin perder su esencia contestataria.

Al analizar los resultados de esta investigación, se observa que se alinean con la hipótesis inicial. Sin embargo, desde una perspectiva de impacto y estrategia de comunicación, la ausencia de una línea discursiva inequívoca y potente, específicamente diseñada para persuadir y movilizar el voto en contra del fujimorismo, representa una oportunidad de mejora significativa. Si bien los resultados confirman la expectativa, la identificación de una narrativa más definida y con mayor capacidad de resonancia en la población habría ofrecido insights aún más valiosos sobre las dinámicas de influencia y persuasión electoral.

A nivel metodológico la recolección de datos fue factible debido a una matriz expuesta en el capítulo 4. Este método se presenta como una opción eficaz para futuras investigaciones que requieran la recopilación de información de un volumen considerable de publicaciones en la página de un medio social, particularmente en el contexto del análisis de campañas electorales políticas. No obstante, la retrospectiva del análisis, circunscrito a publicaciones de 2016, impuso limitaciones para establecer una causalidad científica directa entre la actividad del colectivo 'No A Keiko' y la victoria de PPK. Por consiguiente, la investigación se centró exclusivamente en el análisis de las publicaciones en Facebook, sin afirmar una relación

causal definitiva entre este movimiento social y el resultado electoral.

Los resultados de esta investigación refuerzan la validez de nuestros objetivos e hipótesis, al encontrar un sustento tangible tanto en los datos cuantitativos como cualitativos recopilados. Esta evidencia sienta un precedente significativo para futuras investigaciones centradas en la dinámica comunicacional del colectivo 'No A Keiko' durante campañas electorales, ofreciendo una base empírica sólida para análisis posteriores.



Conclusiones

A lo largo de la investigación, se identifica y comprueba que el colectivo NAK desarrolla un activismo mediático híbrido debido a que articula las publicaciones digitales con acciones en el espacio físico, como convocatorias a protestas. Dicho discurso se basa en temáticas de alto impacto como la corrupción, narcotráfico y una posible dictadura, utilizando recursos tanto serios como humorísticos. Esto evidencia un uso estratégico de Facebook como plataforma para convencer y movilizar a sus seguidores, cumpliendo así el objetivo general.

Además, el análisis reveló que la mayoría de las publicaciones (67%) correspondieron a reenvíos de contenido generado por otras fuentes, lo que demuestra una dependencia del colectivo respecto a información externa. Esto, sumado a la ausencia de una estructura discursiva clara y sostenida, refleja ciertas debilidades en la planificación de su comunicación. Sin embargo, el colectivo sí logró generar un impacto simbólico relevante, y se comprobó que su activismo es efectivamente híbrido, al combinar con eficacia las acciones digitales con la movilización en el espacio físico.

La presente investigación permitió identificar que la línea discursiva de la Fanpage del colectivo NAK se centró en resaltar los riesgos de un eventual gobierno fujimorista, a través de una narrativa construida alrededor de la memoria histórica, la denuncia de delitos vinculados a la familia Fujimori y la apelación a los derechos humanos. El discurso se estructuró bajo temáticas como la corrupción, el narcotráfico y una posible dictadura, lo que refleja una estrategia orientada al antivoto. Esta línea no solo fue ideológica, sino también emocional, conectando con el sentir de una ciudadanía crítica.

No obstante, el presente análisis evidenció que la línea discursiva no estuvo organizada de

forma sistemática ni planificada, lo cual se tradujo en una falta de coherencia temática a lo largo del periodo analizado. Solo en fechas clave, como el día de la segunda vuelta electoral, se observó una mayor coordinación y claridad en el mensaje. Esta falta de consistencia puede deberse a la alta proporción de publicaciones reenviadas, que representaron la mayoría del total. En ese sentido, aunque el colectivo logró sostener un discurso antifujimorista, su ejecución fue más reactiva que estratégica.

El colectivo NAK utilizó el convencimiento como una herramienta fundamental, combinando publicaciones de carácter informativo con otras de tipo humorístico. Dichas publicaciones fueron a través de gráficos, memes, enlaces a noticias y testimonios históricos. La campaña generó un mensaje que apelaba tanto a la razón como a la emoción del electorado. El uso reiterado de figuras simbólicas como Alberto Fujimori, junto con eventos históricos de corrupción y represión, reforzó la estrategia de convencimiento del colectivo hacia los seguidores. Así, se confirma que su discurso no solo transmitía información, sino que estaba intencionalmente diseñado para persuadir y construir una postura crítica frente a la candidatura de Keiko Fujimori.

El colectivo NAK complementó su estrategia comunicacional con una clara postura movilizadora. Esto se evidenció en publicaciones que hacían llamados directos a participar en protestas en diferentes ciudades del país y del mundo, en la difusión de eventos ciudadanos y en la visibilización de la protesta desde lo digital. El uso de hashtags, convocatorias masivas y mensajes con tono urgente reflejan un componente activo de movilización. Asimismo, el estilo de algunas publicaciones –ligero, compartible y emocional– permitió que el mensaje del colectivo circulara con rapidez entre los seguidores, incentivando la acción colectiva tanto en el entorno virtual como en el espacio físico. De este modo, se confirma el carácter híbrido de su activismo. Si bien fue un punto importante las movilizaciones, no fue el principal del

colectivo NAK ya que según el análisis del tratamiento los principales fueron el informativo y el de convencimiento.

Durante la Segunda Vuelta de las Elecciones Presidenciales Peruanas de 2016, el colectivo No A Keiko logró movilizar parcialmente a los usuarios de Facebook para que votaran en contra de Keiko Fujimori. Durante las ocho semanas que duró la campaña, la principal función de la línea discursiva del colectivo fue proporcionar información en sus publicaciones.



Referencias bibliográficas:

Aguilar, G. (2007). Extradición y derechos humanos: Algunas reflexiones a partir del caso Fujimori (sentencia dictada por la Corte Suprema con fecha 21 de septiembre de 2007). *Revista Chilena de Derecho*, 34(2), 283–300.

https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-00122007000200018&script=sci_arttext&tlng=en

Azuela y Tapia (2013) Construyendo ciudadanía desde el activismo digital alternativas y capacidad: guía práctica para multiplicar la incidencia en políticas públicas desde las tecnologías de la información y la comunicación. México DF.

<https://alternativasycapacidades.org/wp-content/uploads/2019/04/GuiaDeActivismo-201403.pdf>

Barbas, A (2015) Activismo Comunicacional y Pedagogía Política. Un estudio etnográfico sobre la comunicación educativa en el Movimiento 15-M. UNED.

<https://oai.e-spacio.uned.es/server/api/core/bitstreams/aead1188-b7e7-435b-b612-e975f0a22e72/content>

Berger, J., & Milkman, K. L. (2012). "What makes online content viral?" *Journal of Marketing Research*, 49(2), 192-205.

Caldevilla, J (2009) *Democracia 2.0.9*, vol. III, nº 2, 31 - 48. -

<https://core.ac.uk/download/pdf/38818414.pdf>

Candon, J (s/f) La dimensión híbrida del movimiento del 15M: Entre lo físico y lo virtual.

<https://core.ac.uk/download/pdf/51390117.pdf>

Castells, M (2012). Redes de indignación y esperanza: los movimientos sociales en la era de Internet 1. Madrid: Alianza Editorial, 2012. 273-276 pp.

Castells, M. (2017): Ruptura. La crisis de la democracia liberal. Madrid: Alianza Editorial.

Chadwick, A. (2017). The Hybrid Media System: Politics and Power. Oxford University Press. Second Edition.

Chehade (2007) Histórica extradición de Fujimori . año N° 12. Coyuntura. Análisis Económico y Social de Actualidad.

Cotler (1994) Política y Sociedad en el Perú. Lima: IEP.

<https://repositories.lib.utexas.edu/server/api/core/bitstreams/3f42d617-488f-4a6c-a83a-1741b453c2fc/content>

Costa-Sánchez, M. (2011). *Activismo social en la web 2.0. El movimiento 15M*. Universidad de la Coruña, España.

<http://www.vivatacademia.net/index.php/vivat/article/view/139/943>

El-Nawawy, M., & Khamis, S. (2012). *Egyptian revolution 2.0: Political blogging, civic engagement, and citizen journalism*. Palgrave Macmillan.

France 24 (2018) En 2000, Alberto Fujimori dimitió y el Congreso luego lo destituyó [online] <https://www.france24.com/es/20180322-en-2000-alberto-fujimori-dimitio-y-el-congreso-luego-lo-destituyo>

Freedom House. (2011). *Freedom on the Net 2011: A global assessment of Internet and digital media.*

Godoy, J (2021) El último dictador. Vida y gobierno de Alberto Fujimori. Perú. Editorial Debate.

González, R. (2016). El ciberactivismo en la era de la comunicación digital. Editorial UOC.

Grompone, R (1998) Fujimori, neopopulismo y comunicación política. IEP. <https://repositorio.iep.org.pe/bitstream/handle/IEP/858/documentodetrabajo93.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Grompone, R. (1998). *Fujimori, neopopulismo y comunicación política* (Documento de trabajo N.º 93). Instituto de Estudios Peruanos (IEP). <https://repositorio.iep.org.pe/bitstream/handle/IEP/858/documentodetrabajo93.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Jara, U. (2017). Ojo por ojo. La verdadera historia del Grupo Colina. Lima: Planeta.

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide.* New York University Press. La Mula (2015) Keiko Fujimori es japonesa! [online]

<https://lamula.pe/2015/08/17/keiko-fujimori-esjaponesa/manueljp62/>

Manrique, N. (2003). *El tiempo del miedo: La violencia política en el Perú, 1980-1996*.

https://www.verdadyreconciliacionperu.com/admin/files/articulos/952_digitalizacion.pdf

Martinez, J (2009) Nibelarismo y Genocidio en el régimen fujimorista. Universidad Nacional Autónoma de México. pp. 65-75

Meta. (2023). Informe anual de usuarios activos de Facebook. Meta Platforms Inc.

Moreno, A. (2021). Comunicación y ciberactivismo en la era digital. Editorial UOC.

Pérez, L., & Díaz, M. (2023). Transformaciones digitales: Nuevos retos en la comunicación social. Editorial RIVA.

Piñero-Otero, T y Costa, C (2012) Ciberactivismo y redes sociales. El uso de facebook por uno de los colectivos impulsores de la 'spanish revolution', Democracia Real Ya . pp. 89-104

Ranciére, J (2010): *El espectador emancipado*. Castellón: Ellago Ediciones.

Sampedro, V. (2014). *El cuarto poder en red: Por un periodismo (de código) libre*. Icaria Editorial.

Sandoval, R.y Gil-García, J. R. (2014): 'Towards cyberactivism 2.0? Understanding the use of social media and other information technologies for political activism and social movements', en *Government Information Quarterly*, 31.

Salas, J., & Torres, F. (2022). El impacto de Facebook en la sociedad contemporánea. *Revista de Comunicación*, 32(1), 45-60.

Tilly, C (2006) *Regimes and Repertoires*. The University of Chicago Press.

Tilly, C y Wood, L (2010) *Los movimientos sociales 1768-2008 Desde sus orígenes a Facebook*. Traducción castellana de Ferran Esteve . Cap.1 Los movimientos sociales como política. Barcelona. pp17-43.

Treré, E. (2019). *Hybrid media activism: Ecologies, imaginaries, algorithms*. Routledge.

Treré, E., Candón-Mena, J., & Sola-Morales, S. (2021). *Imaginarios activistas sobre Internet: Del mito tecno-utópico al desencanto digital*. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 26, 33–53.

Villanueva, E (2015) *Acción conectiva, acción colectiva y medios digitales: posibilidades para la comunicación política en los tiempos de Internet*. PUCP

Villanueva, R (s/f) *Caso Fujimori: Apuntes para una estrategia jurídica frente al Japón*.

https://www.verdadyreconciliacionperu.com/admin/files/libros/740_digitalizacion.pdf

f

Yañez, Becerra y González (2016) *Cyberactivism: A new form of participation for*

University Students. *Revista Científica de Educomunicación*. ISSN: 1134-3478; e-

ISSN: 1988-3293



Anexos:

Anexo 1:

Matriz de recojo de información:

Publicación		Temática	Tratamiento 1	Tratamiento 2	Sobre hashtags
Fecha	#				
11/04	#01	Corrupción del Fujimorismo	<p>Informativo: Luego de ganar la primera vuelta, se destaca que una página mexicana se pregunta cómo la hija de un condenado por diversos delitos ganó.</p>	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
12/04	#01	Corrupción del Fujimorismo	<p><i>Informativo:</i> Se dice que con la llegada de Keiko se volverá a la época de Laura Bozo. “Vamos Keiko volveré a TV” dice en el flyer.</p>	Humor	No hay uso de hashtags en esta publicación
12/04	#02	Prensa vendida	<p><i>Informativo:</i> Se dice que con la llegada de Keiko se volverá a la época de Laura Bozo.</p>	Humor: ¡Está la frase “Preparen sus	#Keiko

			“Vamos Keiko volveré a TV” dice en el flyer.	axilas! e imágenes de ratas	
12/04	#03	Problemas del partido	<i>Convencimiento:</i> Genera indignación porque Kenji volverá a ser congresista. “¿Cuántos vasos de leche se podría dar a los niños”?	Serio	#Kenji #Fujimori
12/04	#04	Posible dictadura	<i>Informativo:</i> No hay énfasis, solo es un reenvío que aduce que el verdadero candidato es Alberto.	Humor: Es una caricatura de Heduardo	No hay uso de hashtags en esta publicación
12/04	#05	Corrupción del Fujimorismo	<i>Informativo:</i> Se informa mediante una gráfica que Cecilia Chacón se ha enriquecido de manera ilícita	Serio: Es animado, pero causa indignación	No hay uso de hashtags en esta publicación
13/04	#01	Corrupción del Fujimorismo	<i>Convencimiento:</i> Se afirma que la candidata se quiere aprovechar de la popularidad de un equipo de fútbol y no es la primera vez. Se llama a tomar conciencia.	Serio: Se describen hechos concretos	No hay uso de hashtags en esta publicación
14/04	#01	Vladimiro Montesinos y Cecilia Chacón	<i>Convencimiento:</i> No brinda información nueva. Fortalece y resalta la información dada	Humor: Es un meme de VladimiroMontesino	No hay uso de hashtags en esta

			antes.	s	publicación
14/04	#02	Tíos prófugos	<i>Convencimiento:</i> No brinda información nueva. Fortalece y resalta la información dada en publicaciones anteriores. Se hace relación a los tíos prófugos y declaraciones de Cecilia Chacón	Humor: describe una situación ficticia Se	#Keiko
14/04	#03	Proceso electoral	<i>Informativo:</i> Se da a conocer que el 75% de la población habilitada no votó por Keiko Fujimori.	Serio: Se brinda información estadística	No hay uso de hashtags en esta publicación
15/04	#01	Liberación de Fujimori - Montesinos	<i>Convencimiento:</i> Se dice lo que pasará si no se vota en contra del fujimorismo.	Humor: Agrega una conversación ficticia. Se	No hay uso de hashtags en esta publicación
15/04	#02	Corrupción del fujimorismo. Vínculo con Vladimiro	<i>Convencimiento:</i> Se recuerda hechos ya mencionados y en la descripción se enfatiza las razones para decir No a Keiko	Serio: Se brinda información y se invita a no votar por	#NoAKeiko #TodosSomosNoAKeiko #KeikoNoVa

				Keiko	
15/04	#03	Clamor popular	<i>Informativo:</i> Se informa que hay un nuevo aliado.	Serio	#NoAKeiko #TodosSomosNoAK ei ko #KeikoNoVa
18/04	#01	Corrupción del fujimorismo	<i>Informativo:</i> Recuento de delitos del padre	Serio: Se brinda información	#NoaKieko #KeikoNoVa
20/04	#01	Estudios de Keiko	<i>Informativo:</i> Se dice que Keiko estudió con dinero ilícito	Serio: Se brinda información	No hay uso de hashtags en esta publicación
20/04	#02	Corrupción del fujimorismo (Alberto)	<i>Informativo:</i> Se ironiza con la información dada. Se menciona a Vargas Llosa (opositor)	Humor: Monos y monadas	No hay uso de hashtags en esta publicación
23/04	#01	Esterilizaciones forzadas	<i>Informativo:</i> Se da información de las esterilizaciones.	Serio: Portada de periodico	#NoAKeiko #KeikoNoVa
24/04	#01	Corrupción del fujimorismo	<i>Informativo:</i> Se ironiza con la información	Humor: Caricatura	#NoAKeiko #KeikoNoVa

24/04	#02	Corrupción del fujimorismo	Informativo: Se ironiza con la información	Humor: Caricatura	#RobaComoCancha
25/04	#01	Corrupción del fujimorismo	Informativo: Se ironiza con la información	Humor: Caricatura	#RobaComoCancha
26/04	#01	Pelea con el hermano	Informativo: Se ironiza con la información	Humor: Portada de diario	No hay uso de hashtags en esta publicación
26/04	#02	Pelea con el hermano	Informativo: Se da la información	Serio: Portada de diario	No hay uso de hashtags en esta publicación
26/04	#03	Pelea con el hermano	Informativo: Se da la información	Serio: Portada de diario	No hay uso de hashtags en esta publicación
26/04	#04	Posible dictadura	Informativo: Se hace referencia a las declaraciones de Keiko y una posible postulación de Kenji Fujimori	Humor: Caricatura	No hay uso de hashtags en esta publicación

26/04	#05	Marchas	Movilización: Se invita a participar de la marcha con una imagen de Fujimori y un polo	Humor: Meme de creación propia	No hay uso de hashtags en esta publicación
26/04	#06	Posible dictadura	Informativo: Se dice que Montesinos no podrá postular si gana PPK	Humor: Meme de creación propia	No hay uso de hashtags en esta publicación
26/04	#07	Prensa vendida	Informativo: Se recuerda el caso de los pishtacos	Serio: Es una noticia de un diario	No hay uso de hashtags en esta publicación
27/04	#01	Pelea con el hermano	Informativo: Se ironiza. Se describe que se pelean por el poder. Solo se describe y no se trata de convencer al público	Humor: Es una caricatura	#FujimorismoNunca Más
27/04	#02	Pelea con el hermano	Informativo: Se dice de manera tácita que Kenji arruina lo hecho por Keiko	Humor: Es una caricatura	No hay uso de hashtags en esta publicación
27/04	#03	Pelea con el hermano	Informativo: Se informa sobre las críticas de	Humor: Photoshop a	No hay uso de

			Kenji y Keiko	una portada de un diario	hashtags en esta publicación
27/04	#04	Esterilizaciones forzadas	Informativo: Se recomienda la lectura de un libro sobre esterilizaciones forzadas	Serio: Portada de un libro	No hay uso de hashtags en esta publicación
27/04	#05	Pelea con el hermano	Informativo: Se describe que Keiko y Kenji pelean por el botín	Humor: Meme de creación propia	No hay uso de hashtags en esta publicación
28/04	#01	Corrupción del fujimorismo (privatización)	Informativo: Se muestra un artículo periodístico de un periódico local	Serio: Artículo periodístico	No hay uso de hashtags en esta publicación
28/04	#02	Corrupción del fujimorismo (privatización)	Informativo: Se muestra un artículo periodístico de un periódico local	Serio: Noticia periodística	No hay uso de hashtags en esta publicación
28/04	#03	Corrupción del fujimorismo	Informativo: Se menciona que la llegada del fujimorismo traerá consigo la corrupción	Serio: Portada del diario La República	No hay uso de hashtags en esta publicación

					publicación
28/04	#04	Pelea con el hermano	Informativo: Se integra a PPK, quien critica las declaraciones de los hermanos	Serio: Portada del diario Perú 21	No hay uso de hashtags en esta publicación
28/04	#05	Pelea con el hermano	Informativo: Se integra a PPK, quien critica las declaraciones de los hermanos	Serio: Portada del diario El Comercio	No hay uso de hashtags en esta publicación
28/04	#06	Corrupción del Fujimorismo	Informativo: Se dice que Kenji postularía el 2021	Serio: Imagen de portada	#FujimorismoEs Corrupción
28/04	#07	Corrupción del Fujimorismo	Informativo: Declaraciones de Julio Cotler sobre Cecilia Chacon o Becerril	Serio: Se muestran declaraciones	#TodosSomosNoA Kei ko #FujimorismoEsCorrupción #KeikoEsPeor #NoAKEiko
28/04	#08	Pelea con el hermano	Informativo: Se hace referencia a las	Humor: Meme de	No hay uso de

			declaraciones de Kenji en redes sociales	creación propia	hashtags en esta publicación
28/04	#09	Marchas	Movilización: Se invita al plantón político “Dictadura nunca más”	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
29/04	#01	Problemas del partido	Informativo: Se mencionan delitos de algunos congresistas electos	Humor: Caricatura	No hay uso de hashtags en esta publicación
29/04	#02	Corrupción del fujimorismo (falsos logros)	Informativo: Se ironiza sobre los supuestos logros del fujimorismo	Humor: Meme	No hay uso de hashtags en esta publicación
30/04	#01	Posible dictadura	Informativo: La llegada de Keiko al poder significa	Humor: Meme	No hay uso de hashtags en esta publicación
30/04	#02	Confiep	<i>Informativo:</i> Se ironiza sobre propuestas similares a las de Verónica Mendoza	Humor: Caricatura	No hay uso de hashtags en esta publicación

					publicación
1/05	#01	Calificarla de vaga	<i>Informativo:</i> Se dice que Keiko nunca ha trabajado y se hace relación a la fecha: “día del trabajador”	Humor: Meme	#Keiko #Fujimori #FelizDíaDelTrabajador
1/05	#02	Calificarla de vaga	<i>Informativo:</i> Se dice que Keiko nunca ha trabajado y se hace relación a la fecha: “día del trabajador”	Humor: Meme	#Keiko #Fujimori #FelizDíaDelTrabajador
1/05	#03	Posible dictadura	Informativo: Se dice que algún familiar de Fujimori se postulará a las elecciones cada 5 años.	Humor: Caricatura	No hay uso de hashtags en esta publicación
2/05	#01	Proceso electoral	Convencimiento: Se pide no hacer el voto nulo o blanco y se explica las razones ya que favorece al fujimorismo	Serio: Se brinda información	No hay uso de hashtags en esta publicación
2/05	#02	Minería ilegal	Informativo: Descripción de un campamento minero con la forma de una K.	Humor: Caricatura	#TodosSomosNoAK ei ko

					#FujimoriEsCorrupción #KeikoEsPeor #NoAKeiko
2/05	#03	Minería ilegal	Informativo: Se muestra información sobre la minería ilegal	Serio: Texto	No hay uso de hashtags en esta publicación
2/05	#04	Minería ilegal	Informativo: Se muestra información un prostíbulo infantil relacionado a la minería ilegal	Serio: Se crea un supuesta declaración de Keiko pero es considerado serio por ser un tema sensible	#TodosSomosNoAKeiko #FujimoriEsCorrupción #KeikoEsPeor #NoAKeiko
2/05	#05	Estudios de Keiko	Informativo: Se dice que Alberto Fujimori estuvo en la graduación de Keiko	Serio: Se describe la información	No hay uso de hashtags en esta publicación
2/05	#06	Estudios	Informativo: Se enfatiza que Alberto viajó con	Serio: Se describe la información	#TodosSomosNoAK

		de Keiko	dinero de todos los peruanos		ei ko #FujimoriEsCorrupción #KeikoEsPeor
2/05	#07	Problemas del partido (Octavio Salazar)	Informativo: Se dice que huye del debate con Gino Costa (seguridad)	Humor: Meme	No hay uso de hashtags en esta publicación
3/05	#01	Posible dictadura	Informativo: Se informa la definición del fujimorismo y lo que hizo en la década de los 90	Serio: Artículo académico	No hay uso de hashtags en esta publicación
3/05	#02	Posible dictadura	Informativo: Se informa la definición del fujimorismo y lo que hizo en la década de los 90	Serio: Artículo académico	No hay uso de hashtags en esta publicación
3/05	#03	Posible dictadura	Informativo: Se informa la definición del fujimorismo y lo que hizo en la década de los 90	Serio: Artículo académico	No hay uso de hashtags en esta publicación
3/05	#04	Libertad	<i>Informativo:</i> Se menciona que Hildebrandt no	Serio:	No hay uso de

		de prensa	puede imprimir su semanario	Tweet informativo	hashtags en esta publicación
3/05	#05	Posible dictadura	Convencimiento: Se mencionan los delitos y se enfatiza con la declaración de Anibal Guillen que votar por Keiko es hacerlo Alberto	Serio: declaraciones	#Keiko
4/05	#01	Libertad de prensa / expresión	<i>Informativo:</i> Se dice que la libertad de expresión es socialismo, esto dicho por Rafo León.	Humor: Caricatura	#TodosSomosRafoLeon
4/05	#02	Libertad de prensa / expresión	<i>Informativo:</i> Se ironiza con la libertad de expresión	Humor: Caricatura	No hay uso de hashtags en esta publicación
4/05	#03	Libertad de prensa / expresión	<i>Informativo:</i> Se ironiza declaraciones sobre la libertad de expresión	Humor: Caricatura	#TodosSomosRafoLeon

5/05	#01	Minería ilegal	Informativo: Se dice que Keiko se reúne con mineros ilegales	Serio: Tweet de Heduardo	No hay uso de hashtags en esta publicación
5/05	#02	Libertad de prensa / expresión	Informativo: Se ironiza con declaraciones sobre el cierre de la imprenta de Hildebrand	Humor: Caricatura	No hay uso de hashtags en esta publicación
6/05	#01	Estudios de Keiko	Informativo: Se muestra las contradicciones de Keiko sobre el ingreso de sus estudios	Serio: Noticia en un diario	#Memorex
6/05	#02	Libertad de prensa / expresión	Informativo: Se dice que Hildebrandt no cerró pese a una posible censura	Serio: Portada de semanario	No hay uso de hashtags en esta publicación
6/05	#03	Estudios de Keiko	<i>Informativo:</i> Susana Higuchi opina que Alberto Fujumori fue quien pagó los estudios de Keiko	Serio: se muestran declaraciones	#Keiko
6/05	#04	Posible dictadura	<i>Informativo:</i>	Serio: se	No hay uso de

			Son las declaraciones de MVLL	muestran declaraciones	hashtags en esta publicación
6/05	#05	Posible dictadura	<i>Informativo:</i> Son las declaraciones de César Hildebrandt sobre un posible gobierno de Keiko	Serio: se muestran declaraciones	No hay uso de hashtags en esta publicación
6/05	#06	Minería ilegal	<i>Informativo:</i> Se dice sobre las reuniones de Keiko con mineros ilegales	Humor: caricatura	#TodosSomosNoA Kei ko #FujimorismoEsCo rru pción #KeikoEsPeor #KeikoMiente #NoAKeko
6/05	#07	Corrupción del fujimorismo	<i>Informativo:</i> Se menciona la lista de fujimoristas con antecedentes	Serio: Artículo de un diario local	No hay uso de hashtags en esta publicación
7/05	#01	Estudios de Keiko	<i>Informativo:</i>	Serio: se	No hay uso de

			Susana Higuchi opina que Alberto Fujumori fue quien pagó los estudios de Keiko	muestran declaraciones	hashtags en esta publicación
7/05	#02	Problemas del partido	<i>Informativo:</i> Se dice que un procesado por robo es asesor de Keiko Fujimori	Serio: se muestran declaraciones de Claudia Cisneros	No hay uso de hashtags en esta publicación
7/05	#03	Posible dictadura	<i>Informativo:</i> Se dice que si llega al poder liberará a Alberto Fujimori	Serio: se muestran declaraciones de Hildebrandt	#Keiko
7/05	#04	Fujitrolls	<i>Informativo:</i> Según la información de Eloy Marchan, se dice que Keiko tiene a sus servicio a los “fujitrolls”	Serio: Es una noticia del diario Perú 21	No hay uso de hashtags en esta publicación
8/05	#01	Calificarla de vaga	<i>Informativo:</i> Dicen que Keiko es vaga de forma irónica	Humor: Meme	No hay uso de hashtags en esta

					publicación
8/05	#02	Susana Higuchi	<i>Informativo:</i> Por el día de la madre se envía un saludo	Humor: Meme	No hay uso de hashtags en esta publicación
8/05	#03	Fotos de las marchas	<i>Movilización:</i> Imagen de las calles de Cusco	Serio: Fotografía	#NoAKeiko #KeikoNoVa
8/05	#04	Contradicciones	<i>Informativo:</i> Se muestran declaraciones en diferentes años sobre el mismo tema	Serio: Es fuente confiable	#KeikoMiente #CuartoPoder
9/05	#01	Huir del debate	<i>Informativo:</i> Se informa que Keko no quiere debatir	Serio: Portada de diario	No hay uso de hashtags en esta publicación
9/05	#02	Estudios de Keiko	<i>Informativo:</i> Se demuestra que Keiko estudió con plata del Estado	Serio: Noticia de un diario	#KeikoMiente #EstudióConTuPlata

9/05	#03	Estudios de Keiko	<i>Informativo:</i> Se muestran dudas sobre el dinero con el que Keiko estudió en EE.UU.	Serio: Noticia de un diario	#KeikoMiente
9/05	#04	Contradicciones	<i>Informativo:</i> Se confrontan las declaraciones de Keiko Fujimori	Serio: Se muestran declaraciones	No hay uso de hashtags en esta publicación
9/05	#05	Posible dictadura	<i>Informativo:</i> Se describen los delitos de manera sarcástica	Humor: Caricatura	#Keiko
9/05	#06	Estudios de Keiko	<i>Informativo:</i> “Descubren” quien pagó los estudios de Keiko	Humor: Declaraciones fuera de contexto	#Keiko #Fujimori
10/05	#01	Hernando de Soto	<i>Informativo:</i> Se menciona el plagio de Hernando De Soto	Humor:	No hay uso de hashtags en esta publicación
10/05	#02	Estudios de Keiko	<i>Informativo:</i> Se dicen las versiones de Keiko sobre sus estudios	Humor: Caricatura	No hay uso de hashtags en esta publicación

10/05	#03	Problema del partido	<i>Informativo:</i> Se muestran declaraciones del congresista Becerril	Humor: Las declaraciones son jocosas	No hay uso de hashtags en esta publicación
10/05	#04	Estudios de Keiko	<i>Informativo:</i> Se muestra que su padre pasó los estudios	Humor: Sobre las declaraciones	#Keiko #NoAKeiko #KeikoNoVa
10/05	#05	Estudios de Keiko	<i>Informativo:</i> Se muestra declaraciones en diferentes tiempos sobre el mismo tema	Serio: Hay un cuadro comparativo	#KeikoMiente #NoAKeiko #KeikoNoVa
10/05	#06	Posible dictadura	<i>Informativo:</i> Se muestran declaraciones	Serio: declaraciones	#Keiko #Fujimori

			Avelino Guillen	textuales	
10/05	#07	Corrupción	<i>Informativo:</i> Se muestran declaraciones Avelino Guillen	Serio: declaraciones textuales	#Keiko
11/05	#01	Huir del debate	<i>Informativo:</i> Se dice que Keiko no tiene propuestas	Serio	#NoAKeiko #KeikoNoVa
11/05	#02	Estudios de Keiko	<i>Informativo:</i> Se muestra una “versión” de Keiko	Humor: caricatura	No hay uso de hashtags en esta publicación
11/05	#03	Hernando de Soto	<i>Informativo:</i> Se muestra los presidentes que asesoró De Soto	Humor: caricatura	No hay uso de hashtags en esta publicación

11/05	#04	Hernando de Soto	<i>Informativo:</i> Se muestra los plagios de De Soto	Humor: caricatura	No hay uso de hashtags en esta publicación
11/05	#05	Huir del debate	<i>Informativo:</i> Se hace referencia al bacalao (AF)	Humor: caricatura	#Keikosecorre
11/05	#06	Clamor popular	<i>Movilización:</i> Fotos de personas con carteles	Serio: fotografía	No hay uso de hashtags en esta publicación
11/05	#07	Esterilizaciones forzadas	<i>Informativo:</i> Se compara a Fujimori con Hitler	Serio:	No hay uso de

				imagen reenviada	hashtags en esta publicación
11/05	#08	Huir del debate	<i>Informativo:</i> Se compara con Alberto y el bacalao	Humor: caricatura	#NoAKeiko #KeikoNoVa
11/05	#09	Clamor popular	<i>Movilización:</i> Se hace invitaciones para recaudar fondo	Humor: aparece un fantasma	No hay uso de hashtags en esta publicación
12/05	#01	Prensa vendida	<i>Informativo:</i> Se critica la información dada por los periódicos en los 90's.	Serio: Se muestran periódicos de la época	No hay uso de hashtags en esta publicación
12/05	#02	Corrupción	<i>Convencimiento:</i> Ya se dijo los delitos de Keiko, ahora se muestra los grados de ese delito	Humor: Comparativa	No hay uso de hashtags en esta publicación

12/05	#03	Corrupción	Informativo: Se dice que no se puede ser honesto y fujimorista a la vez	Humor: Comparativa	No hay uso de hashtags en esta publicación
12/05	#04	Clamor popular	Movilización: se envían fotos desde Arequipa	Serio: fotografía	#NoAKeiko
12/05	#05	Clamor popular	Convencimiento: se envían fotos de un Naker	Serio: fotografía	No hay uso de hashtags en esta publicación
12/05	#06	Prensa vendida	<i>Informativo:</i> Se muestra suplantación de identidad en programas televisivos	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
12/05	#07	Prensa vendida	<i>Informativo:</i> Se muestra suplantación de identidad en programas televisivos	Serio:	No hay uso de hashtags en esta

				capturas de pantalla	publicación
12/05	#08	Clamor popular	<i>Movilización:</i> Se muestra a las personas marchando	Serio: fotografía	No hay uso de hashtags en esta publicación
12/05	#09	Fuji Trolls	<i>Informativo:</i> Se muestra a las personas marchando	Serio: fotografía	No hay uso de hashtags en esta publicación
12/05	#10	Clamor popular	Movilización: Se invita a la marcha del 31 de mayo	Serio: fotografía	No hay uso de hashtags en esta publicación
12/05	#11	Problemas del partido	<i>Informativo:</i> Se da información sobre el TC y Luz Salgado	Serio: artículo periodístico	No hay uso de hashtags en esta publicación
13/05	#01	Encuestas	<i>Informativo:</i> Se Muestra una reunión del jefe de CPI con un congresista fujimorista	Serio: foto pasada	No hay uso de hashtags en esta publicación

13/05	#02	Terrorismo de Estado	<i>Informativo:</i> Se dice que la llegada de Keiko sería el Sendero Verde	Humor: meme reenviado	No hay uso de hashtags en esta publicación
13/05	#03	Terrorismo de Estado	<i>Informativo:</i> Se dice que el terrorismo fue aliado de Alberto Fujimori	Humor: meme de creación propia	#Fujimori #Keiko #Fujiterrorismo
13/05	#04	Vladimiro Montesinos	<i>Informativo:</i> Se dice que Keiko no es la candidata, sino Vladimiro	Humor: meme de creación propia	#NoAKeiko #KeikoNoVa
13/05	#05	Terrorismo de Estado	<i>Informativo:</i> Se dice que hay personas que siguen a Alberto. Lo comparan con Abimael Guzman	Humor: meme reenviado	#Fujiterrorismo #KeikoTerra #FujimorismoEsCor rupción #NoAKeiko
14/05	#01	Terrorismo de Estado	<i>Informativo:</i> Se dice que la llegada de Keiko sería el Sendero Verde	Humor: meme reenviado	#KeikoTerraVerde
14/05	#02	Calificarla de vaga	<i>Convencimiento:</i> Se enfatiza que Keiko nunca trabajó. En la	Humor: Meme reenviado	No hay uso de hashtags en esta publicación

			descripción se dirigen al público		
14/05	#03	Captura de Alberto Fujimori	<i>Informativo:</i> Se informa como cayó Fujimori	Serio: Portada de La República	No hay uso de hashtags en esta publicación
14/05	#04	Fuga de Alberto Fujimori	<i>Informativo:</i> Se informa como cayó Fujimori	Serio: Portada de revista	No hay uso de hashtags en esta publicación
14/05	#05	Estudios de Keiko	<i>Informativo:</i> Se informan comparando las declaraciones de Keiko	Serio: línea de tiempo	No hay uso de hashtags en esta publicación
14/05	#06	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se informa sobre el lavado de dinero del fujimorismo	Humor: Declaraciones	No hay uso de hashtags en esta publicación

				ficticias	publicación
14/05	#07	Terrorismo de Estado	<i>Informativo:</i> Se informa vínculo de Keiko con un integrante del MRTA	Serio: Noticia en web	#MRTA #Keiko #FujiTerrorismo #KeikoTerra
14/05	#08	Fuga de Alberto Fujimori	<i>Informativo:</i> Se hace una comparación con PPK	Serio: Tweet de opiniolog	No hay uso de hashtags en esta publicación
14/05	#09	Fuji Trolls	<i>Informativo:</i> Se desmiente una fake news	Serio: Se informa como desmentir noticias falsas	No hay uso de hashtags en esta publicación
15/05	#01	Susana Higuchi	<i>Convencimiento:</i> Se dice que Kenji no apoya y esconde los delitos de Alberto Fujimori sobre su entonces esposa	Serio: Se dicen hechos pasados	#Kenji
15/05	#02	Susana Higuchi	<i>Convencimiento:</i> Se dice que Kenji no apoya y esconde los delitos de Alberto Fujimori sobre	Serio: Se dicen hechos pasados	#Kenji #Fujimori

			su entonces esposa		
15/05	#03	Terrorismo de Estado	<i>Informativo:</i> Se dice que Keiko tienen amistad con personajes del MRTA	Serio: Se da una información con pruebas	#Keiko
15/05	#04	Libertad de prensa	<i>Informativo:</i> Se desmiente una información	Serio: Tweet de Rosa María Palacios	No hay uso de hashtags en esta publicación
15/05	#05	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se mencionan las investigaciones de la DEA en un medio internacional	Serio: Se muestra una página extranjera	No hay uso de hashtags en esta publicación
15/05	#06	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se menciona las investigaciones de la DEA	Humor: Es	#KeiKorruptos

				un poema irónico	
15/05	#07	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se muestran un logo	Humor: Es una imagen creada de manera irónica	#LaCandidataDeLosNarcos #FujiNarcos
15/05	#08	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se muestran un logo	Humor: Es una imagen creada de manera irónica	#LaCandidataDeLosNarcos #FujiNarcos
16/05	#01	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se muestra la portada de un diario.	Serio: Portada de diario	#FujiNarcos
16/05	#02	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se muestra el vínculo con Joaquin Ramirez	Humor: Se hace referencia a la lavadora	#FujiNarcos #KeikoKorrupta
16/05	#03	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se muestra un collage que relaciona a Alberto Fujimori con hechos del narcotráfico	Serio: Imágenes de noticias en diarios	#KeiKorrupta #Kocaina
16/05	#04	Fuga de Alberto	<i>Convencimiento:</i> Se hace recordar la fuga de	Serio: Tweet	No hay uso de

		Fujimori	Alberto Fujimori		hashtags en esta publicación
16/05	#05	Vladimiro Montesinos	<i>Informativo:</i> Se dice que Keiko tiene vínculo con Montesinos	Humor: Meme	#KeiKorruppta #FujiNarcos
16/05	#06	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se compara a Keiko con otros líderes del narcotráfico	Humor: Meme	#NarKorrupcion #FujiNarcos #NarcoEstado
16/05	#07	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se dice que Keiko está relacionado a lavanderias por el lavado de dinero	Humor: Es un meme	No hay uso de hashtags en esta publicación
15/05	#03	Terrorismo de Estado	<i>Informativo:</i> Se dice que Keiko tienen amistad con personajes del MRTA	Serio: Se da una información con pruebas	#Keiko
15/05	#04	Libertad de prensa	<i>Informativo:</i> Se desmiente una información	Serio: Tweet de	No hay uso de

				Rosa María Palacios	hashtags en esta publicación
15/05	#05	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se mencionan las investigaciones de la DEA en un medio internacional	Serio: Se muestra una página extranjera	No hay uso de hashtags en esta publicación
15/05	#06	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se menciona las investigaciones de la DEA	Humor: Es un poema irónico	#KeiKorruptos
15/05	#07	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se muestran un logo	Humor: Es una imagen creada de manera irónica	#LaCandidataDeLosNarcos #FujiNarcos
15/05	#08	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se muestran un logo	Humor: Es una	#LaCandidataDeLosNarcos

				imagen creada de manera irónica	#FujiNarcos
16/05	#01	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se muestra la portada de un diario.	Serio: Portada de diario	#FujiNarcos
16/05	#02	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se muestra el vínculo con Joaquin Ramirez	Humor: Se hace referencia a la lavadora	#FujiNarcos #KeikoKorruppta
16/05	#03	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se muestra un collage que relaciona a Alberto Fujimori con hechos del narcotráfico	Serio: Imágenes de noticias en diarios	#KeiKorruppta #Kocaina
16/05	#04	Fuga de Alberto Fujimori	<i>Convencimiento:</i> Se hace recordar la fuga de Alberto Fujimori	Serio: Tweet	No hay uso de hashtags en esta publicación
16/05	#05	Vladimiro Montesinos	<i>Informativo:</i> Se dice que Keiko tiene vínculo con Montesinos	Humor: Meme	#KeiKorruppta #FujiNarcos
16/05	#06	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se compara a Keiko con otros	Humor: Meme	#NarKorrupcion

			líderes del narcotráfico		#FujiNarcos #NarcoEstado
16/05	#07	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se dice que Keiko está relacionado a lavanderías por el lavado	Humor: Es un meme	No hay uso de hashtags en esta publicación
16/05	#08	Narcotráfico	<i>Convencimiento:</i> Se dice que votar por Keiko es votar por el narcotráfico	Serio: Es un mensaje en una imagen	#FujiNarcos #NarKorrupcion
16/05	#09	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se habla sobre la relación entre Becerril y la DEA.	Humor: Declaraciones ficticias	No hay uso de hashtags en esta publicación
16/05	#10	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Las investigaciones sobre Joaquin Ramirez	Serio: Portada de diario Gestión	No hay uso de hashtags en esta publicación

16/05	#11	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Las investigaciones sobre la DEA	Humor: Es una imagen photoshopeada	No hay uso de hashtags en esta publicación
16/05	#12	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Las investigaciones sobre Joaquin Ramirez en la DEA	Humor: Meme	No hay uso de hashtags en esta publicación
17/05	#01	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Relación con el narcotráfico	Humor: Meme	#FujiNarcos #KeikoNoVa
17/05	#02	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Relación con el narcotráfico y Joaquin Ramirez	Serio: Portada de periódico	#ElMontesinismodeK ei ko
17/05	#03	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Investigación de la DEA a Joaquin Ramirez	Serio: Tweet	#Fujimorismo
17/05	#04	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Investigaciones de la DEA	Serio: Portada de la República	No hay uso de hashtags en esta publicación
17/05	#05	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Declaraciones de Martha Chavez	Humor:	#FujiBlindaje

			y Keiko Fujimori	Meme con imagen real	
17/05	#06	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Sobre los aviones de Alberto Fujimori	Humor: imagenes	#Keiko
17/05	#07	Contradicciones	<i>Informativo:</i> Se dice como Keiko colgó el teléfono	Humor: imagenes	#TeCuelgoComoKeiko
17/05	#08	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se compara a Keiko con Pablo Escobar	Humor: Meme	#FujiNarcos #NarKorrupcion #Fujiterrorismo #NoAKeiko
17/05	#09	Narcotráfico	<i>Movilización:</i> Se invita a la marcha del día 31	Serio: Afiche	No hay uso de hashtags en esta

					publicación
17/05	#10	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Sobre las investigaciones de Joaquin Ramirez en la DEA y el lavado de activos	Humor: Meme con photoshop	#ElMontesisnismoDe K eko
17/05	#11	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se dice que Joaquin Ramirez está siendo investigado por la DEA	Serio: Declaraciones	#DEA
17/05	#12	Posible dictadura	<i>Informativo:</i> Se dice que Joaquin Ramirez está siendo investigado por la DEA	Humor: Meme	#KeiKorrupta #FujiNarcos
17/05	#13	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se ironiza que Keiko es la jefa de Joaquin Ramirez pero ella no sabe nada.	Humor: Meme	No hay uso de hashtags en esta publicación
17/05	#14	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se ironiza y se cambia de imagen a Keiko por un narco	Humor: Meme	No hay uso de hashtags en esta publicación
17/05	#15	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Relación de Joaquin Ramirez y	Humor: Meme	#Carlincatura

			Keiko		
17/05	#16	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se ironiza con Keiko y su disfraz	Humor: Meme	#FujiNarcos
17/05	#17	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se informa sobre la DEA de forma irónica	Humor: Meme	No hay uso de hashtags en esta publicación
18/05	#01	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se relaciona a Joaquin Ramirez y su relación con el narcotráfico	Serio: Portada de diario	No hay uso de hashtags en esta publicación
18/05	#02	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se muestra el avión presidencial	Humor: Imagenes	No hay uso de hashtags en esta publicación
18/05	#03	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se muestran declaraciones	Humor: declaraciones ficticias	#ChoroConPlata
18/05	#04	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se ironiza comparando a Keiko con Montesinos. Se involucra a Joaquin	Humor: Caricatura	#NoAKeiko #KeikoNoVa

			Ramirez.		#FujiNarcos
18/05	#05	Clamor popular	<i>Movilización:</i> Se muestra a personas en Cusco	Serio: Fotografía	No hay uso de hashtags en esta publicación
18/05	#06	Clamor popular	<i>Movilización:</i> Se muestra a personas en Cusco	Serio: Fotografía	No hay uso de hashtags en esta publicación
18/05	#07	Clamor popular	<i>Movilización:</i> Se muestra a personas en Cusco	Serio: Fotografía	No hay uso de hashtags en esta publicación
18/05	#08	Clamor popular	<i>Movilización:</i> Se muestra a personas en Cusco	Serio: Fotografía	No hay uso de hashtags en esta publicación
18/05	#09	Clamor popular	<i>Movilización:</i> Se muestra a personas en Cusco	Serio: Fotografía	No hay uso de hashtags en esta publicación

18/05	#10	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> La red familiar de Joaquin Ramirez	Serio: artículo periodístico.	No hay uso de hashtags en esta publicación
18/05	#11	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se hace una referencia a una lavadora por el lavado de activos	Humor: Meme	No hay uso de hashtags en esta publicación
18/05	#12	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se dice que es una lavadora	Humor: Es un meme	No hay uso de hashtags en esta publicación
18/05	#13	José Barba	<i>Informativo:</i> Unas declaraciones de	Humor: Se ironiza un tweet	No hay uso de hashtags en esta publicación
18/05	#14	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se muestra las contracciones cuando se habla de lavado de activos	Humor: Se ironiza	#Keiko #Fujimori

18/05	#15	Narcotráfico	<i>Convencimiento:</i> Se justifica los delitos de Joaquin Ramirez	Humor: Meme	No hay uso de hashtags en esta publicación
19/05	#01	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> La llegada de Keiko al poder significa que los Fujimori se quedarán en el poder	Humor: Es un meme	No hay uso de hashtags en esta publicación
19/05	#02	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se ironiza con las declaraciones de Kekio Fujimori	Humor: Es un meme	No hay uso de hashtags en esta publicación
19/05	#03	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se dice que Vladimiro va a lavar activos como Keiko	Humor:Es un meme	No hay uso de hashtags en esta publicación
19/05	#04	Clamor popular	<i>Movilización:</i> Se invita a la marcha en Lambayeque	Humor:	#NoAKeiko

				Es un meme	
19/05	#05	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se dice que los actores cambian	Humor: Caricatura	#ElMontesinismoDe Ke iko
19/05	#06	Contradicciones	<i>Informativo:</i> Se dice que ataca a los ex candidatos presidenciales	Humor: Collage	#KeikoMiente
19/05	#07	Problemas del partido	<i>Informativo:</i> Se dice información y data sobre el fujimorismo	Serio	#Keiko
19/05	#08	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se dice Joaquin Ramirez se relaciona con el Narco Estado	Serio	#NarkoEstado #Keikorrupta #NoAKeiko
19/05	#09	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se dice que Keiko tiene relación con el VRAEM	Serio: Informativo	No hay uso de hashtags en esta publicación
20/05	#01	Derechos laborales	<i>Informativo:</i> Las acciones de Climper	Humor: Caricatura	No hay uso de

					hashtags en esta publicación
20/05	#02	Prensa vendida	<i>Informativo:</i> se recuerda a Laura Bozzo	Serio: periodico	No hay uso de hashtags en esta publicación
20/05	#03	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se compara a Keiko con Pablo Escobar	Humor: Meme	#Keiko #Fujimori
20/05	#04	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se habla sobre los aviones	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
20/05	#05	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se compara a Montesinos y Ramírez	Humor	#FujiNarcos
20/05	#06	Marchas	<i>Movilización:</i> Se convoca a la 2da de las movilizaciones nacionales	Serio	#KeikoNoVa #31M

20/05	#07	Corrupción	<i>Informativo:</i> Se habla sobre los delitos	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
20/05	#08	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se habla sobre los aviones	Serio	#FujiNarcos #NarcoEstado #NoAKeiko
20/05	#09	Fotos de las marchas	<i>Informativo:</i> Se habían pegado afiches	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
21/05	#01	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Ramírez es el patrón	Serio	No hay uso de

					hashtags en esta publicación
21/05	#02	Narcotráficko	<i>Informativo:</i> El caso cócteles y Mark Vito	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
21/05	#03	Tios prófugos	<i>Informativo:</i> Siguen en Japón	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
21/05	#04	Marchas	<i>Movilización:</i> Se invita a participar	Serio	#NoAKeiko
21/05	#05	Susana Higuchi	<i>Informativo:</i> Se dice una declaración de Keiko	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación

21/05	#06	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Fujimori protege a Zevallos	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
21/05	#07	Marchas	<i>Informativo:</i> Afiches en Cusco	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
22/05	#01	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> El dinero viene de Montesinos	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
22/05	#02	Joaquin Ramirez	<i>Informativo:</i> Se dice sobre los bienes de Ramirez	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
22/05	#03	Joaquin Ramirez	<i>Informativo:</i> Se dice que gano dinero siendo cobrador de combi	Humor	No hay uso de hashtags en esta

					publicación
22/05	#04	Contradicciones	<i>Informativo:</i> Sobre la llamada de Paniagua	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
22/05	#05	Susana Higuchi	<i>Informativo:</i> Sobre los maltratos	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
22/05	#06	FujiTroll	<i>Informativo:</i> Se ironiza con los fujis	Humor	No hay uso de hashtags en esta publicación
22/05	#07	Narcotráfico	<i>Informativo:</i>	Serio	No hay uso de hashtags en esta

			La investigación de la DEA		publicación
22/05	#08	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Esa son las perlas del fujimorismo	Serio	#FujiNarcos
22/05	#09	Prensa Vendida	<i>Informativo:</i> Se hace referencia a los pishtacos	Serio	#Keiko #Fujimori
22/05	#10	Proceso electoral	<i>Informativo:</i> Se dice sobre las portales	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
22/05	#11	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Esa son las portadas	Serio	#NarcoEstado #KeikoDebacle
22/05	#12	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Información estadística	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación

22/05	#13	Corrupción	<i>Informativo:</i> La palabras del debate	Serio	#KeikoEsPeor
22/05	#14	Contradicciones	<i>Informativo:</i> Tweet de Verónica Mendoza	Serio	#KeikoMiente #KeikoDebacle
22/05	#15	Encuestas	<i>Informativo:</i> Se dice no creer en encuestadoras	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
22/05	#16	Calificarla de vaga	<i>Informativo:</i> Tiene vuelos constantes	Serio	#Keiko
22/05	#17	Corrupción	<i>Informativo:</i> Se ironiza con la corrupción	Humor	No hay uso de hashtags en esta publicación
22/05	#18	Contradicciones	<i>Informativo:</i> Demuestran que no actúa limpio	Humor	No hay uso de hashtags en esta publicación

22/05	#19	Calificarla de vaga	<i>Informativo:</i> Tiene faltas constantes	Humor	No hay uso de hashtags en esta publicación
22/05	#20	Contradicciones	<i>Informativo:</i> No fue a Cuarto Poder	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
22/05	#21	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Pablo Escobar votaría por ella	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
22/05	#22	Posible dictadura	<i>Informativo:</i> Pablo Escobar votaría por ella	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación

22/05	#23	Posible dictadura	<i>Informativo:</i> Keiko es la protegida	Humor	No hay uso de hashtags en esta publicación
23/05	#01	Contradicciones	<i>Informativo:</i> Jugar limpio supuestamente	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
23/05	#02	Encuestas	<i>Informativo:</i> Resultados de elecciones pasadas	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
23/05	#03	Calificarla de vaga	<i>Informativo:</i> Se compara con PPK	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
23/05	#04	Corrupción	<i>Informativo:</i> Se informa	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
23/05	#05	Encuestas	<i>Informativo:</i>	Serio	No hay uso de

			Se informa que PPK sube		hashtags en esta publicación
23/05	#06	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se informa irónicamente	Humor	No hay uso de hashtags en esta publicación
23/05	#07	Contradicciones	<i>Informativo:</i> Fujimoristas mienten	Humor	#KeikoMiente
24/05	#01	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se	Humor: caricatura	No hay uso de hashtags en esta publicación

			informa que es rica		
24/05	#02	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se informa otro futbolista estuvo ahí	Humor: caricatura	No hay uso de hashtags en esta publicación
25/05	#01	Marchas	<i>Movilización:</i> Se invita a las movilizaciones	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
25/05	#02	Posible dictadura	<i>Informativo:</i> Las declaraciones de MVLL	Serio	#Keiko
25/05	#03	Clamor popular	<i>Informativo:</i> Personan publican afiches contra Keiko	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
25/05	#04	Memoria y dignidad	<i>Informativo:</i>	Serio	No hay uso de

			Sobre los millones de Alberto		hashtags en esta publicación
25/05	#05	Vladimiro Montesinos	<i>Informativo:</i> Sobre los egresos	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
25/05	#06	Vladimiro Montesinos	<i>Informativo:</i> Entrega de dinero	Humor	#NoAlNarcoEstado #NiBlancoNiViciado
25/05	#07	Minería ilegal	Informativo: Descripción de un campamento minero con la forma de una K.	Humor: Afiche	#TodosSomosNoAK ei ko

					#FujimoriEsCorrupción #KeikoEsPeor #NoAKeiko
25/05	#08	Vladimiro Montesinos	<i>Informativo:</i> Montesinos y Keiko	Humor	No hay uso de hashtags en esta publicación
25/05	#09	Contradicciones	<i>Informativo:</i> Las mentiras de las congresistas	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
25/05	#10	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Posible lavado de activos en el caso cocteles	Serio	#MiRegaloParaKeiko
25/05	#11	Contradicciones	<i>Informativo:</i> Aguinaga insulta a PPK	Serio	#Keiko
25/05	#12	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se compara a Pablo Escobar	Humor	#MiRegaloParaKeiko #FelizCumpleañosKe

					iko
25/05	#13	Contradicciones	<i>Informativo:</i> Aguinaga insulta a PPK	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
25/05	#14	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Supuestas declaraciones del debate	Humor	#FujiNarcos
25/05	#15	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se dice que es el narcoestado	Humor	No hay uso de hashtags en esta publicación
25/05	#16	Calificarla de vaga	<i>Informativo:</i> A su edad no ha trabajado	Humor	No hay uso de hashtags en esta publicación
25/05	#17	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Es	Serio	#MIVotoEsPorPPK

			la candidata de los narcos		
26/05	#01	Corrupción	<i>Informativo:</i> Los delitos del padre y Keiko	Humor: Caricatura	No hay uso de hashtags en esta publicación
26/05	#02	Corrupción	<i>Informativo:</i> Se ruega a que Keiko no vuelva	Humor: Meme	No hay uso de hashtags en esta publicación
26/05	#03	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Congresistas investigados por lavado de activos	Serio	#FujiNarcos
26/05	#04	Calificarla de vaga	<i>Informativo:</i> Se dice que Keiko nunca ha trabajado	Serio	#NiBlancoNiViciado #NoAlNarcoEstado
26/05	#05	Posible dictadura	<i>Informativo:</i> Se dice votar por Keiko	Serio	#NiBlancoNiViciado #NoAlNarcoEstado #FujimorismoEsCorrupción

26/05	#06	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Organigrama de narcoEstado	Serio	#NiBlancoNiViciado #NoAlNarcoEstado
26/05	#07	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Los vínculos con los congresistas	Serio	#NiBlancoNiViciado #NoAlNarcoEstado
26/05	#08	Minería ilegal	<i>Informativo:</i> Se describen todos los delitos	Serio	#NiBlancoNiViciado #NoAlNarcoEstado
26/05	#09	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Las declaraciones de PPK	Serio	#NoAKeiko #NoAlNarcoEstado
26/05	#10	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Las acciones de Ramirez	Serio	#NoAKeiko #NoAlNarcoEstado
26/05	#11	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Las declaraciones de PPK	Serio	#NiBlancoNiViciado #NoAlNarcoEstado
27/05	#01	Narcotráfico	<i>Informativo:</i>	Serio	No hay uso de hashtags en esta

			El organigrama de la organización		publicación
27/05	#02	Corrupción	<i>Informativo:</i> Se habla del montaje del audio	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
27/05	#03	Calificarla de vaga	<i>Convencimiento:</i> Dice que no ha trabajado y se va de vacaciones	Serio	#PeruanoDateCuenta
27/05	#04	Narcotráfico	<i>Convencimiento:</i> Dice las razones del narcoestado	Serio	#KeikoNoVa #NoAlNarcoEstado
27/05	#05	Encuestas	<i>Informativo:</i> Keiko está ganando en los sondeos	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
27/05	#06	Corrupción	<i>Informativo:</i> Delitos	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación

			del padre		
27/05	#07	Corrupción	<i>Informativo:</i> Delitos de Kouri y las CTS	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
27/05	#08	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Investigaciones de la DEA	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
27/05	#09	Corrupción	<i>Informativo:</i> Sobre los congresistas electos	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
27/05	#10	Minería ilegal	<i>Informativo:</i>	Serio	No hay uso de

			Sobre los delitos en la selva		hashtags en esta publicación
27/05	#11	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Los nexos	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
27/05	#12	Minería ilegal	<i>Informativo:</i> Sobre los delitos en la selva	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
27/05	#13	Estudios de Keiko	<i>Informativo:</i> Universidad en Estados Unidos	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
27/05	#14	Contradicciones	<i>Informativo:</i> Ha mentido en la campaña	Serio	No hay uso de

					hashtags en esta publicación
27/05	#15	LGTBI	<i>Informativo:</i> Se le dice homofobico	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
27/05	#16	Inseguridad	<i>Informativo:</i> Malas propuestas	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
27/05	#17	Esterilizaciones forzadas	<i>Informativo:</i> se recuerda	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
27/05	#18	Cultura	<i>Informativo:</i> Malas propuestas	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
27/05	#19	Narcotráfico	<i>Informativo:</i>	Serio	No hay uso de hashtags en esta

			sería un narcoestado		publicación
27/05	#20	FujiTrolls	<i>Informativo:</i> Los nexos	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
27/05	#21	Prensa vendida	<i>Informativo:</i> Se recuerda la libertad de expresión	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
27/05	#22	Posible dictadura	<i>Informativo:</i> Se que es inconstitucional	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
27/05	#23	Posible dictadura	<i>Informativo:</i> Sobre	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación

			una intervención policial		
27/05	#24	Tíos prófugos	<i>Informativo:</i> Su familia en el exterior	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
27/05	#25	Corrupción	<i>Informativo:</i> Las acciones corruptas	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
27/05	#26	Susana Higuchi	<i>Informativo:</i> Keiko trató mal a su mamá	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
27/05	#27	Susana Higuchi	<i>Informativo:</i> Trató a su mamá	Serio	#KeikoMiente
27/05	#28	Narco tráfico	<i>Informativo:</i>	Serio	No hay uso de

			La DEA y Fuerza Popular		hashtags en esta publicación
28/05	#01	Corrupción	<i>Informativo:</i> Se muestra como Martha Chavez justifica la edición de un audio	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
28/05	#02	Corrupción	<i>Informativo:</i> Se dice que el audio lo entregó 31 número 2 de Keiko	Serio	#LosMonteCinistas
28/05	#03	Posible dictadura	<i>Informativo:</i> Se dice que Eliot Tupac también le dice No a Keiko	Serio	#KeikoNoVa
29/05	#01	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se compara a Keiko con Pablo Escobar	Humor	No hay uso de hashtags en esta publicación

29/05	#02	Corrupción	<i>Informativo:</i> Se ironiza con unas frases	Humor	No hay uso de hashtags en esta publicación
29/05	#03	corrupción	<i>Informativo:</i> Se ironiza con los delitos	Humor: caricatura	No hay uso de hashtags en esta publicación
29/05	#04	Clamor popular	<i>Informativo:</i> Testimonios de Nikkei que no votaran por Keiko	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
29/05	#05	Posible dictadura	<i>Informativo:</i> Guzman invita a votar por PPK	Serio	#TodosSomosNoAK ei ko
29/05	#06	Corrupción	<i>Informativo:</i> Los audios de Climper	Serio	#LosMontesinistas
29/05	#07	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se dice que será un gobierno de narcos	Serio	#FujiNarcos #NoAKeiko
29/05	#08	Encuestas	<i>Informativo:</i> Se dice que las encuestas favorecen a PPK	Serio	No hay uso de hashtags en esta

					publicación
29/05	#09	Posible dictadura	<i>Informativo:</i> Se dice que será igual que el padre	Humor	No hay uso de hashtags en esta publicación
29/05	#10	Corrupción	<i>Informativo:</i> Se muestra un organigrama de los ladrones	Serio	#LosMontesinistas
29/05	#11	Corrupción	<i>Informativo:</i> Se invita a votar por PPK	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
29/05	#12	Vladimiro Montesinos	<i>Informativo:</i> Se dice que Montesinos votará por PPK	Humor	#LosMontesinistas
29/05	#13	Calificarla de vaga	<i>Informativo:</i> Dice que no ha trabajado	Humor	#DebatePresidencial2016
29/05	#14	Estudios de Keiko	<i>Informativo:</i> Se ironiza con su escuela	Humor	#DebatePresidencial2016
29/05	#15	Calificarla de vaga	<i>Informativo:</i> Sobre los días que se ausentó	Serio	#DebatePresidencial2

					016
29/05	#16	Corrupción	<i>Informativo:</i> Se dice que va a robar	Humor	#DebatePresidencial2 016
29/05	#17	Calificarla de vaga	<i>Informativo:</i> Se ironiza que no ha trabajado	Humor	#DebatePresidencial2 016
29/05	#18	Calificarla de vaga	<i>Informativo:</i> Se ironiza con los días de maternidad	Humor	#DebatePresidencial2 016
29/05	#19	Calificarla de vaga	<i>Informativo:</i> Sobre los días que se ausentó	Serio	#DebatePresidencial2 016
29/05	#20	Corrupción	<i>Informativo:</i> Se dicen los delitos	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
29/05	#21	Contradicciones	<i>Informativo:</i> Se dicen los delitos	Humor	#NoHasCambiadoPelona
29/05	#22	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se ironiza sobre que lo quiere combatir	Humor	No hay uso de hashtags en esta

					publicación
29/05	#23	Calificarla de vaga	<i>Informativo:</i> Se ironiza que no ha trabajado	Humor	#DebatePresidencial 2 016 #FujiMonteCinismo
29/05	#24	Calificarla de vaga	<i>Informativo:</i> Se ironiza que no ha trabajado	Humor	#TuNoHasCambiado P elona
29/05	#25	Posible dictadura	<i>Informativo:</i> Podría ser el último domingo con democracia	Serio	#TuNoHasCambiado P elona
30/05	#01	Corrupción	<i>Informativo:</i> Se le dice ladrón al partido	Humor: Meme	No hay uso de hashtags en esta publicación
30/05	#02	Posible dictadura	<i>Informativo:</i> Se le dice que Keiko copia al padre.	Humor: Meme	No hay uso de hashtags en esta

					publicación
30/05	#03	Clamor popular	<i>Informativo:</i> Se dice que Keiko no representa como mujer a las peruanas	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
30/05	#04	Posible dictadura	<i>Informativo:</i> Se dice unas estrofas de Nicomedes de Santa Cruz	Humor	No hay uso de hashtags en esta publicación
30/05	#05	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se informa de la reunión de PPK con los nakers	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
30/05	#06	Calificarla de vaga	<i>Informativo:</i> Se hace referencia a los 500 días de maternidad	Serio	#TuNoHasCambiado P elona
30/05	#07	Calificarla de vaga	<i>Informativo:</i> PPK dice las veces que Keiko faltó al congreso	Serio	#TuNoHasCambiado P elona
30/05	#08	Esterilizaciones forzadas	<i>Informativo:</i> Se da testimonios sobre lo que sucedió	Serio	#TuNoHasCambiado P elona

30/05	#09	Calificarla de vaga	<i>Informativo:</i> PPK dice que Keiko no ha trabajado	Serio	#TuNoHasCambiado Pelona
30/05	#10	Posible dictadura	<i>Informativo:</i> PPK dice que la democracia está en peligro	Serio	#TuNoHasCambiado Pelona
30/05	#11	Fraude electoral	<i>Informativo:</i> Se hace una denuncia por los tapers	Serio	#TuNoHasCambiado Pelona #Keiko
30/05	#12	Corrupción	<i>Informativo:</i> Se hace un vínculo con los malditos de Bayobar	Serio	#TuNoHasCambiado Pelona
30/05	#13	Clamor popular	<i>Informativo:</i> Mensaje de un joven que vota por primera vez	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
30/05	#14	Calificarla de vaga	<i>Informativo:</i> Mensaje por los 500 días que Keiko faltó	Humor	#TuNoHasCambiado Pelona
30/05	#15	Corrupción	<i>Informativo:</i> Se dice unas estrofas de Nicomedes de Santa Cruz	Humor	No hay uso de hashtags en esta publicación

30/05	#16	Clamor popular	<i>Informativo:</i> Peruanas en el extranjero	Serio	#NoALNarcoEstado #KeikoNoVa
30/05	#17	Fraude electoral	<i>Informativo:</i> Se hace una denuncia por los tapers	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
30/05	#18	Clamor popular	<i>Informativo:</i> Ciudadano con una imagen en la plaza San Martín	Serio	#NoaKeiko #31M
30/05	#19	Contradicciones	<i>Convencimiento:</i> Se pregunta ¿Cómo será en un gobierno de ella?	Serio	#TuNoHasCambiado Pelona
30/05	#20	Memoria y dignidad	<i>Informativo:</i> Son las declaraciones de César Hildebrandt sobre un posible gobierno de Keiko	Serio: se Muestran declaraciones	#SuNombreEsFujimori #MarchaxLaDemocracia
30/05	#21	Corrupción	<i>Informativo:</i> Se hace un vínculo con los	Serio	#SuNombreEsFujimo

			malditos de Bayóvar		ri #MarchaxLaDemocra c ia
30/05	#22	Contradicciones	<i>Informativo:</i> Se dice que no ha cambiado	Humor: meme	No hay uso de hashtags en esta publicación
31/05	#01	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> el vínculo con la DEA de Joaquín Ramírez	Serio: periodico	No hay uso de hashtags en esta publicación
31/05	#02	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> vínculo con la DEA de Joaquín Ramírez	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
31/05	#03	Derechos laborales	<i>Convencimiento:</i> Se hace recordar cómo sería con los despidos de trabajadores	Serio: publicación de un periódico	#LaHistoriaSeRepite #TúDecides #TuNoHasCambiado P elona

31/05	#04	Clamor popular	<i>Informativo:</i> Mensaje de peruanos en el extranjero	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
31/05	#05	Clamor popular	<i>Informativo:</i> Mensaje de peruanos en el extranjero	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
31/05	#06	Posible dictadura	<i>Informativo:</i> Se muestra a fujimoristas amenazando	Serio	#ClimperAudios
31/05	#07	Clamor popular	<i>Informativo:</i> Mensaje de peruanos en Francia	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
31/05	#08	Clamor popular	<i>Informativo:</i> Mensaje de peruanos en Ginebra	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
31/05	#09	Clamor popular	<i>Informativo:</i> Mensaje de peruanos en Francia	Serio	No hay uso de hashtags en esta

					publicación
31/05	#10	Clamor popular	<i>Informativo:</i> Mensaje de peruanos en Lima	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
31/05	#11	Narcotráfico	<i>Movilización:</i> Se invita a las marchas	Serio	#NarcoEstadoNunca Mas #NoAlVotoNulo
31/05	#12	Clamor popular	<i>Informativo:</i> Mensaje de alumnos de la UPCH	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
31/05	#13	Clamor popular	<i>Informativo:</i> Mensaje de vecina de SJL	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
31/05	#14	Clamor popular	<i>Informativo:</i> Mensaje de vecina de Alemania	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
31/05	#15	Clamor popular	<i>Informativo:</i> Mensaje de vecina de Alemania	Serio	No hay uso de

					hashtags en esta publicación
31/05	#16	Clamor popular	<i>Informativo:</i> Mensaje de vecina de Holanda	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
31/05	#17	Clamor popular	<i>Informativo:</i> Mensaje de peruanos en Austria	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
31/05	#18	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Mensaje a Ramirez y su primo	Serio	#TuNoHasCambiado Pelona #MienteMienteKeiko #FujiMonteCinismo
31/05	#19	Clamor popular	<i>Informativo:</i> Mensaje de una peruana en Sevilla	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación

31/05	#20	Clamor popular	<i>Informativo:</i> Mensaje de una peruana en París	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
31/05	#21	Clamor popular	<i>Informativo:</i> Mensaje de alumnos de Ciencias de la UNMSM	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
31/05	#22	Posible dictadura	<i>Informativo:</i> Declaraciones de Henry Peace	Serio	#MiVotoEsPorElPeru #MarchaxLaDemocracia
31/05	#23	Clamor popular	<i>Informativo:</i> Mensaje de una peruanos en Toulouse	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
31/05	#24	Clamor popular	<i>Informativo:</i> Mensaje de una peruanos en Italia	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
31/05	#25	Marchas	<i>Movilización:</i> Se muestra la Plaza San Martín	Serio	#MarchaxLaDemocracia

			y se invita a que las personas sigan viniendo		#31M
31/05	#26	Marchas	<i>Movilización:</i> Se muestra una manifestante en la Plaza San Martín	Serio	#MarchaxLaDemocracia #31M #KeikoNoVa
31/05	#27	Marchas	<i>Movilización:</i> Se muestra plazas en Tarapoto y región San Martín	Serio	#MarchaxLaDemocracia #31M #KeikoNoVa
31/05	#28	Marchas	<i>Informativo:</i> Mensaje con un muñeco en la manifestación	Serio	#NoAKEiko
31/05	#29	Marchas	<i>Informativo:</i> Mensaje con un imagen en la manifestación	Serio	#MarchaxLaDemocracia #NoAlNarcoEstado #MiVotoEsPorElPeru
31/05	#30	Narcotráfico	<i>Convencimiento:</i> Con un imagen en la manifestación se dice no querer un narcoestado	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
31/05	#31	Marchas	<i>Informativo:</i> Mensaje con una imagen en la	Serio	No hay uso de

			manifestación		hashtags en esta publicación
31/05	#32	Marchas	<i>Informativo:</i> Mensaje con una imagen en la manifestación	Serio	#NoAKeik o #31M #MarchaxLaDemocracia
1/06	#01	Marchas	<i>Informativo:</i> Se muestra lo que fue las marchas	Serio: Portada de diario	#NoAKeik o #31M #Marchaxlademocraci a
1/06	#02	Marchas	<i>Informativo:</i> Se muestra lo que fue las marchas	Serio: fotografía	#NoAKeik o #31M #NoAKeiko #Marchaxlademocraci a
1/06	#03	Marchas	<i>Informativo:</i> Se muestra lo que fue las marchas	Serio	#Perú #KeikoNoVa #NoAlNarcoEstado
1/06	#04	Marchas	<i>Informativo:</i> Se muestra lo que fue las marchas	Serio: fotografía	#Marchaxlademocraci a

					ia
1/06	#05	Marchas	<i>Informativo:</i> RMP dice que la marcha fue todo un éxito	Serio: fotografía	#Marchaxlademocraci a #31M #NoaKeiko
1/06	#06	Susana Higuchi	<i>Informativo:</i> Testimonio de Violeta Bermudes	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
1/06	#07	Posible dictadura	<i>Convencimiento:</i> RMP pide votar por PPK	Serio	#MiVotoEsDemocrac ia
2/06	#01	Posible dictadura	<i>Informativo:</i> se refiere a MOntesisnos como coimero	Humor	#KeikoNoVa #NoAlNarcoEstado #NoAKeiko
2/06	#02	Narcotráfico	<i>Convencimiento:</i> se revelan los vínculos	Humor	#EsTristeDarseCuen ta Que #Keiko #Fujimori
2/06	#03	Corrupción	<i>Convencimiento:</i>	Serio	No hay uso de

			Se manda a no votar por Keiko		hashtags en esta publicación
2/06	#04	Problemas del partido / corrupción	<i>Informativo:</i> Se ironiza con Yeni Vilcatoma	Humor	No hay uso de hashtags en esta publicación
2/06	#05	Posible dictadura	<i>Informativo:</i> Declaraciones de PPK	Serio	#FujimoriNuncaMas
2/06	#06	Indulto	<i>Informativo:</i> Declaraciones de Rosa María Palacios	Serio	#FujimoriNuncaMas
2/06	#07	Terrorismo de Estado	<i>Informativo:</i> Vínculos con ex MRTA	Serio	#FujimoriNuncaMas
2/06	#08	Calificarla de vaga	<i>Informativo:</i> Se dice calificativos para Keiko	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
2/06	#09	Corrupción	<i>Informativo</i> Audio de Climper	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
3/06	#01	Proceso electoral	<i>Informativo:</i> Se hace una denuncia en	Serio	No hay uso de

			Chorrillos		hashtags en esta publicación
3/06	#02	Narcotráfico	<i>Informativo: Se relaciona a Joaquin Ramírez con el narcotráfico</i>	Serio	#FuistePelona #VotoPorElPerú #NoAlNarcoEstado
3/06	#03	Narcotráfico	<i>Informativo: Se muestra un organigrama de la estructura criminal liderada por Joaquín Ramírez</i>	Serio: Artículo periodístico	#FuistePelona #VotoPorElPerú #NoAlNarcoEstado
3/06	#04	Narcotráfico	<i>Informativo: Investigación de la DEA a un tío de Joaquin Ramirez</i>	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
3/06	#05	Posible dictadura	<i>Informativo: Se dice que Keiko es cínica</i>	Humor: Caricatura: Caricatura	No hay uso de hashtags en esta publicación
3/06	#06	Corrupción	<i>Informativo Audiode Climper</i>	Humor	#FujimoriNuncaMas
3/06	#07	Tíos prófugos	<i>Informativo : Se dice una verdad sobre sus tíos</i>	Serio	No hay uso de

			en Japón		hashtags en esta publicación
3/06	#08	Calificarla de vaga	<i>Movilización:</i> Se dice que es vaga	Serio: fotografía	No hay uso de hashtags en esta publicación
3/06	#09	Encuestas	<i>Informativo:</i> Se dice que Keiko va cayendo en intención	Humor: meme	#SufreFujimorista Sufre #VotoPorElPeru
3/06	#10	Posible dictadura	<i>Informativo:</i> Declaraciones de Paniagua	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
3/06	#11	Posible dictadura	<i>Informativo:</i> Se busca personeros para defender el voto	Serio	#VotoPorElPeru #NoAlNarcoEstado
3/06	#12	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Popy Olivera dice que Keiko es candidata de los narcos	Serio	#VotoPorElPeru #NoAlNarcoEstado
3/06	#13	Vladimiro Montesinos	<i>Informativo:</i> Keiko no sabe los delitos de Montesinos	Serio	#VotoPorElPeru #NoAlNarcoEstado

3/06	#14	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Habla Claudia Cisnero	Serio	#VotoPorElPeru #NoAlNarcoEstado
3/06	#15	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se dice que será un narco estado:	Serio	#VotoPorElPeru #NoAlNarcoEstado
3/06	#16	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Investigación de la DEA a Joaquin Ramirez	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
3/06	#17	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Investigación de la DEA a Joaquin Ramirez	Meme	No hay uso de hashtags en esta publicación
3/06	#18	Calificarla de vaga	<i>Movilización:</i> Se muestra imágenes de las marchas	Humor	No hay uso de hashtags en esta publicación
3/06	#19	Posible dictadura	<i>Informativo:</i> Se busca personeros para defender el voto	Serio	#PersoneroPPK #NoAKeiko

3/06	#20	Contradicciones	<i>Informativo:</i> Se le dice cínica	Serio	#VotoPorElPeru #NoAlNarcoEstado #FujiPanico
3/06	#21	Posible dictadura	<i>Convencimiento:</i> Escribe Jose Godoy	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
3/06	#22	Corrupción	<i>Convencimiento:</i> Se mencionan los delitos del padre	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
3/06	#23	Corrupción	<i>Convencimiento:</i> Se mencionan los delitos de Climper	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
3/06	#24	Posible dictadura	<i>Convencimiento:</i> Se dicen los delitos	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
3/06	#25	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se dice que tienen vínculo con	Serio	#NosotrosTraficamos

			narcos		Menos
3/06	#26	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se habla de Hernando De Soto	Serio	#NosotrosTraficamos Menos
3/06	#27	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se habla de Luis Castañeda	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
3/06	#28	Vladimiro Montesinos (Posible dictadura)	<i>Informativo:</i> Descubrimiento de un celular a Montesinos	Serio	#ÚltimoMinuto
3/06	#29	Vladimiro Montesinos (posible dictadura)	<i>Informativo:</i> Descubrimiento de un celular a Montesinos	Serio	#VotoPorElPeru #NoAlNarcoEstado #FujiPanico

3/06	#30	Proceso electoral	<i>Movilización:</i> Se piden personeros de PPK	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
3/06	#31	Corrupción	<i>Informativo:</i> Se refieren a robos	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
3/06	#32	Corrupción	<i>Informativo:</i> Sobre contratación de Melcochita	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
3/06	#33	Narcotráfico	<i>Convencimiento:</i> Personas dicen que cambian su voto	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
4/06	#01	Vladimiro Montesinos	<i>Convencimiento:</i> Se dice que el verdadero candidato es Montesinos	Serio	No hay uso de hashtags en esta

					publicación
4/06	#02	Vladimiro Montesinos	<i>Convencimiento: Se dice que el verdadero candidato es Montesinos</i>	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
4/06	#03	Narcotráfico	<i>Informativo : Se dice sobre la noticia de un socio de Fujimori</i>	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
4/06	#04	Prensa vendida	<i>Informativo:</i> Se muestra una serie de tweets	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
4/06	#05	Contradicciones	<i>Informativo: Se dice que Keiko miente</i>	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
4/06	#06	Narcotráfico	<i>Informativo: Se muestra un organigrama de la</i>	Serio:	No hay uso de

			estructura criminal liderada por Joaquin Ramirez	Artículo periodístico	hashtags en esta publicación
4/06	#07	Corrupción	<i>Informativo:</i> Se dice que lo que involucra a Alberto en hechos de Corrupción también lo sabía Keiko	Serio: Artículo periodístico	No hay uso de hashtags en esta publicación
4/06	#08	Terrorismo de Estado	<i>Informativo:</i> Se recuerda el asesinato de un periodista	Serio: Fotografía	No hay uso de hashtags en esta publicación
4/06	#09	Vladimiro Montesinos	<i>Convencimiento:</i> Se dice que Vladimiro Montesinos es el verdadero candidato	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
4/06	#10	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Declaraciones de Hernando De Soto	Serio	#NosotrosTraficamos Menos
4/06	#11	Terrorismo de Estado	<i>Convencimiento:</i> Se recuerda las actitudes de Martin Rivas	Serio: Fotografía	No hay uso de hashtags en esta publicación

4/06	#12	Corrupción:	<i>Informativo:</i> Cipriani es un aliado del fujimorismo	Serio: informa	#Cipriani #FujiPanico #FujiHistoria
4/06	#13	Contradicciones	<i>Informativo:</i> Se dice que nadie sabe lo que pasa	Humor: meme	#YucaPaTi
4/06	#14	Encuestas	<i>Convencimiento:</i> Se pide a que los familiares de las personas que ven el post también voten por PPK	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
4/06	#15	Posible dictadura	<i>Informativo:</i> Declaraciones de César Hildebrandt	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
4/06	#16	Corrupción del fujimorismo	<i>Informativo:</i> Declaraciones de Claudia Cisneros	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
4/06	#17	Posible dictadura	<i>Movilización:</i> Se pide votar por la democracia	Serio	#VotaPorElPeru #NoAlNarcoEstado

4/06	#18	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se compara a Montesinos con el Chapo Guzman	Humor	No hay uso de hashtags en esta publicación
4/06	#19	Corrupción	<i>Informativo:</i> Se relaciona a Cipriani con el fujimorismo	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
4/06	#20	Corrupción	<i>Informativo:</i> Se menciona a Cecilia Chacon	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
4/06	#21	Memoria y dignidad	<i>Informativo:</i> Se dicen los delitos del fujimorismo	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
4/06	#22	Posible dictadura	<i>Informativo:</i> Se dice es la 4ta elección democrática seguida	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
4/06	#23	Vínculo Ramírez	<i>Informativo:</i> Se dice el vínculo de Montesinos	Serio: Misma forma	No hay uso de

		- Montesinos	y Joaquín Ramírez	de imágenes un día antes de las elecciones	hashtags en esta publicación
4/06	#24	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Investigación de la DEA a Joaquin Ramirez	Serio: Misma forma de imágenes un día antes de las elecciones	No hay uso de hashtags en esta publicación
4/06	#25	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Joaquin Ramirez y su patrimonio	Serio: Misma forma de imágenes un día antes de las elecciones	No hay uso de hashtags en esta publicación
4/06	#26	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se habla sobre un accidente vehicular	Serio: Misma forma de imágenes un día antes de las elecciones	No hay uso de hashtags en esta publicación
4/06	#27	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se dice sobre los supuestos	Serio: Misma forma	No hay uso de

			ingresos ilícitos	de imágenes un día antes de las elecciones	hashtags en esta publicación
4/06	#28	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Investigación de la DEA a Joaquin Ramirez	Serio: Misma forma de imágenes un día antes de las elecciones	No hay uso de hashtags en esta publicación
4/06	#29	Proceso electoral	<i>Informativo:</i> Sobre el local de Fuerza Popular	Serio: Misma forma de imágenes un día antes de las elecciones	No hay uso de hashtags en esta publicación
4/06	#30	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Investigación de la DEA	Serio: Misma forma de imágenes un día antes de las elecciones	No hay uso de hashtags en esta publicación
4/06	#31	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Investigación de Joaquin Ramirez	Serio: Misma forma	No hay uso de

				de imágenes un día antes de las elecciones	hashtags en esta publicación
4/06	#32	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> existen congresistas vinculan a lavado de dinero	Serio: Misma forma de imágenes un día antes de las elecciones	No hay uso de hashtags en esta publicación
4/06	#33	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> existen congresistas vinculan a lavado de dinero	Serio: Misma forma de imágenes un día antes de las elecciones	No hay uso de hashtags en esta publicación
4/06	#34	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Compras de Joaquin Ramirez	Serio: Misma forma de imágenes un día antes de las elecciones	No hay uso de hashtags en esta publicación
4/06	#35	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se dá a entender que Keiko es	Serio: Misma forma	No hay uso de

			financiada por el dinero ilícito	de imágenes un día antes de las elecciones	hashtags en esta publicación
4/06	#36	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Keiko no deslinda de Ramirez	Serio: Misma forma de imágenes un día antes de las elecciones	No hay uso de hashtags en esta publicación
4/06	#37	Narcotráfico	<i>Convencimiento:</i> Luego de las pruebas se invita a votar a las personas en contra de Keiko y dar aviso a sus familiares	Serio: Misma forma de imágenes un día antes de las elecciones	No hay uso de hashtags en esta publicación
4/06	#38	Narcotráfico	<i>Movilización:</i> Muestra de las manifestaciones	Serio: fotografía	#SalvemosAlPeru
4/06	#39	Proceso electoral	<i>Informativo:</i> Una	Humor	#Keiko #SalvemosAlPeru

			niña llorando junto a Keiko		
4/06	#40	Proceso electoral	<i>Informativo:</i> Se dice que ya empezó el proceso en oceanía	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
4/06	#41	Fake News	<i>Informativo:</i> Se dice sobre las marchas	Serio	#SalvemosAlPeru #NoAKeiko
4/06	#42	Narcotráfico	<i>Informativo:</i> Se dice que es una Mafia	Humor	#TodosSomosNoAK ei ko
4/06	#43	Narcotráfico	<i>Convencimiento:</i> Se invita a no votar en blanco o viciado	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
4/06	#44	Clamor popular	<i>Movilización:</i> Muestra de las personas	Serio: fotografía	#FujiMafia #VotoPorElPeru #NoAlNarcoEstado
5/06	#01	Corrupción	<i>Convencimiento:</i> Se dice que no se debe volver	Serio	No hay uso de

			al fujimorismo citando la historia		hashtags en esta publicación
5/06	#02	Proceso electoral	<i>Informativo:</i> Se pide cuidar los votos	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
5/06	#03	Proceso electoral	<i>Informativo:</i> El proceso desde China	Serio	#NoAKeiko
5/06	#04	Fraude electoral	<i>Informativo:</i> Se dice que las encuestas son compradas	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
5/06	#05	Posible dictadura	<i>Informativo:</i> Declaraciones de Valentin Paniagua	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación

5/06	#06	Proceso electoral	<i>Informativo:</i> Noticias de Nueva Zelanda	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
5/06	#07	Posible dictadura	<i>Convencimiento:</i> Se dice votar por la democracia	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
5/06	#08	Fraude electoral	<i>Informativo:</i> Portada de un diario	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
5/06	#09	Posible dictadura	<i>Informativo:</i>	Humor: Caricatura	No hay uso de hashtags en esta publicación
5/06	#10	Clamor popular	<i>Informativo:</i> <i>Foto de votantes en el exterior</i>	Serio	#SiALaDemocracia
5/06	#11	Clamor popular	<i>Informativo:</i>	Serio	#NoAKeiko

			<i>Foto de votantes en el exterior</i>		#SiALaDemocracia #NoAlNarcoEstado
5/06	#12	Proceso electoral	<i>Informativo</i> : Es un meme	Humor	#FuistePelona #NoAKeiko
5/06	#13	Proceso electoral	<i>Informativo</i> : Es un meme	Humor	No hay uso de hashtags en esta publicación
5/06	#14	Proceso electoral	<i>Informativo</i> : Fotografía. Anciana votando	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
5/06	#15	Tíos prófugos	<i>Informativo</i> : Se describe los 3 tíos serían votos asegurados	Humor	#Elecciones 2016
5/06	#16	Clamor popular	<i>Informativo</i> :	Serio	No hay uso de hashtags en esta

			Foto de votantes en el exterior		publicación
5/06	#17	Memoria y dignidad	<i>Informativo:</i> Foto de votantes en Lima	Serio	#KeikoNoVa #NoAlFraude
5/06	#18	Proceso electoral	<i>Informativo:</i> Se dice que PPK ganó en Francia	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
5/06	#19	Proceso electoral	<i>Informativo:</i> El fujimorismo perdió en Japón	Humor	No hay uso de hashtags en esta publicación
5/06	#20	Fraude electoral	<i>Informativo:</i> Se quejan del proceso y reclaman fraude	Serio	#FujiFraude

5/06	#21	Memoria y dignidad	<i>Convencimiento:</i> Se invita a no votar	Serio	#TodosSomosNoAK ei ko
5/06	#22	Fraude electoral	<i>Informativo:</i> Se quejan del proceso y reclaman fraude	Serio	#FujiFraude
5/06	#23	Proceso electoral	<i>Convencimiento:</i> Se invita a no votar con testimonios	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
5/06	#24	Proceso electoral	<i>Informativo:</i> Se dice que PPK ganó en Europa	Serio	#KeikoYaFue
5/06	#25	Página	<i>Informativo:</i> Se invita a dar like	Serio	#KeikoYaFue
5/06	#26	Fraude electoral	<i>Informativo:</i> Se quejan del proceso y reclaman fraude	Serio	#FujiFraude
5/06	#27	Corrupción del fujimorismo	<i>Informativo:</i> Se dice que es corrupta	Humor	No hay uso de hashtags en esta publicación
5/06	#28	Proceso electoral	<i>Informativo:</i> Se dice que PPK ha ganado en Europa	Serio	No hay uso de hashtags en esta

					publicación
5/06	#29	Proceso electoral	<i>Informativo:</i> Se dice que PPK ha ganado en Australia	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
5/06	#30	Fraude electoral	<i>Informativo:</i> Se dice que CPI y el fujimorismo se han aliado.	Serio	#FujiFraude
5/06	#31	Proceso electoral	<i>Informativo:</i> Se informa la victoria provisional de PPK	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
5/06	#32	Proceso electoral	<i>Informativo:</i> Se informa la victoria provisional de PPK. Tweet de Basombrío	Serio	No hay uso de hashtags en esta publicación
5/06	#33	Proceso electoral	<i>Informativo:</i> Se informa la victoria provisional de PPK	Serio	#KeikoYaFue #FuistePelona
5/06	#34	Proceso electoral	<i>Informativo:</i> Se informa la victoria provisional de PPK	Humor	#NoAKeiko #Keiko

5/06	#35	Proceso electoral	<i>Informativo:</i> Se informa la victoria provisional de PPK	Humor	#FuistePelona
5/06	#36	Proceso electoral	<i>Informativo:</i> Se dice que Keiko es la nueva Lourdes Flores	Humor	#FuistePelona #NoAKeiko



Anexo 2:

Matriz de recojo de información por semana:

Publicación		Temática	Tratamiento 1	Tratamiento 2	Sobre hashtag
Fecha	Número				
11/04 17/04	13	Corrupción del Fujimorismo: 5 -Liberación de Fujimori Montesinos -Proceso electoral -Tíos prófugos	Informativo: 07 Convencimiento: 06 Movilización: 0	Serio: 07 Humor: 06	No usa: 08 #NoAKeiko: 02 #Keiko: 02 #KeikoNoVa: 02

		-Vladimiro Montesinos y Cecilia Chacón -Problemas del partido -Posible dictadura -Prensa vendida -Clamor popular			
18/0 4 AL 24/0 4	6	-Corrupción del Fujimorismo: 04 -Estudios de Keiko: 1 -Esterilizaciones Forzadas: 1	Informativo: 06 Convencimient o: 00 Movilización: 00	Serio: 03 Humor: 03	No usa: 02 #NoAKeiko: 03 #KeikoNoVa: 03 #Kenji: 01 #RobaComoCancha: 01
25/0 4 AL 01/0 5	29	-Corrupción del fujimorismo: 07 -Posible dictadura: 04 -Calificarla de vaga: 02 -Problemas del partido: 01 -Marchas: 02 -Esterilizaciones Forzadas: 01 -Pelea con el hermano: 11	Informativo: 27 Convencimie nto: 00	Serio: 12 Humor: 17	No usa: 23 #FujimorismoEsCorrup ci ón: 02 #Keiko: 02

		-Prensa vendida: 01 -Confiep: 01	Movilización: 02		#Fujimori: 02 #FelizDíaDelTrabajador : 02 #TodosSomosNoAKeiko o #KeikoEsPeor #NoAKeiko #FujimorismoNuncaMá si : 01 #RobaComoCancha: 01
02/05 AL 08/05	32	Contradicciones: 01 Marchas: 01 Susana Higuchi: 01 Calificarla de vaga: 01 Fujitrolls: 01 Posible dictadura: 07 Problemas del partido: 02 Estudios de Keiko: 05 Corrupción del fujimorismo: 01	Informativo: 29 Convencimiento: o: 02 Movilización: 01	Serio: 22 Humor: 09	No usa : 20 #KeikoMiente: 02 #CuartoPoder #NoAKeiko: 04 #KeikoNoVa #Keiko: 03

	<p>Minería ilegal: 05</p> <p>Libertad</p> <p>de</p> <p>prensa</p> <p>/ expresión: 06</p> <p>Proceso electoral: 01</p>			<p>#Memorex</p> <p>#TodosSomosRafoLeon</p> <p>: 02</p> <p>#TodosSomosNoAKeiko: 04</p> <p>#FujimorismoEsCorrupción: 04</p> <p>#KeikoEsPeor: 04</p>
	<p>Huir del debate: 04 Estudios de Keiko: 08 Problema del partido: 02</p> <p>Corrupción</p> <p>del fujimorismo: 03</p> <p>Contradicciones: 01</p> <p>Posible dictadura: 02</p> <p>Narcotráfico: 05 Hernando de Soto: 05 Clamor popular: 06</p>	<p>Informativo: 45</p> <p>Convencimiento: 05</p> <p>Movilización: 05</p>	<p>Serio: 31</p> <p>Humor: 24</p>	<p>No usa : 32</p> <p>#KeikoMiente: 03</p> <p>#EstudióConTuPlata: 01</p> <p>#Keiko: 07</p> <p>#Fujimori: 04</p> <p>#NoAKeiko: 07</p> <p>#KeikoNoVa: 05</p>

<p>09/0 5 AL 15/0 5</p>	<p>55</p>	<p>Prensa vendida: 03 FujiTrolls: 02 Encuestas: 01 Libertad de prensa: 01 Terrorismo de Estado: 06 Captura de Alberto Fujimori: 01 Susana Higuhi: 02 Fuga de Alberto Fujimori: 02 Calificarla de vaga: 01 Vladimiro Montesinos: 01 Esterilizaciones forzadas: 01</p>			<p>#Keikosecorre: 03 #Fujiterrorismo: 03 #KeikoTerruca: 02 #FujimorismoEsCorrup ción: 01 #KeikoTerrucaVerde: 01 #MRTA: 01 #Kenji: 01 #KeiKorruptos: 01 #LaCandidataDeLosNar cos: 01 #FujiNarcos: 01</p>
<p>16/0 5 AL</p>	<p>92</p>	<p>Narcotráfico: 53 Posible dictadura: 03 Marchas: 04</p>	<p>Informativo: 80</p>	<p>Serio: 50 Humor:</p>	<p>No usa : 52 NarcoEstado: 04 #NoAKeiko: 06</p>

<p>22/0</p> <p>5</p>	<p>Fuga de Alberto Fujimori: 01</p> <p>Contradicciones: 06</p> <p>Vladimiro Montesinos: 01 Calificarla de vaga: 02 Clamor popular: 06</p> <p>Corrupción: 03</p> <p>José Barba: 01</p> <p>Encuestas: 01 Problemas del partido: 01 Libertad de prensa: 02</p> <p>Derechos laborales: 01</p> <p>Proceso electoral: 01</p> <p>Fujitroll: 01 Susana Higuchi:02 Tíos prófugos: 01</p> <p>Joaquin Ramirez: 02</p>	<p>Convencimie</p> <p>nto: 03</p> <p>Movilización:</p> <p>09</p>	<p>42</p>	<p>#Keiko: 07</p> <p>#Fujimori: 03</p> <p>#KeikoMiente: 02</p> <p>#KeikoDebacle: 02</p> <p>#KeikoEsPeor: 01</p> <p>#FujiNarcos:13</p> <p>#TeCuelgoComoKeiko:</p> <p>01</p> <p>#KeikoNoVa: 03</p> <p>#NarKorrupcion: 03</p> <p>#Fujiterrorismo: 01</p> <p>#ChoroConPlata: 01</p> <p>#Carlincatura: 01</p> <p>#ElMontesinismoDeKei</p> <p>k o: 03</p> <p>#Fujimorismo: 01</p>
----------------------	--	--	-----------	---

					#FujiBlindaje: 01 #DEA: 01 #31M: 01 #Keikorruppta:05 #Kocaina: 01
23/05 AL 29/05	93	Narcotráfico: 23 Corrupción del fujimorismo: 17 Calificarla de vaga: 11 Posible dictadura: 08 Contradicciones: 07 Encuestas: 04 Minería ilegal: 04 Vladimiro Montesinos: 04 Clamor popular: 02 Estudios de Keiko: 02 Susana Higuchi: 02	Informativo: 90 Convencimiento: 02 Movilización: 01	Serio: 66 Humor: 27	No usa: 54 #TuNoHasCambiadoPelona: 03 #DebatePresidencial2016: 08 #Keiko: 02 #KeikoNoVa: 02 #NoAlNarcoEstado: 09 #LosMontesinistas: 04 #TodosSomosNoAKeiko: 01

	<p>Marchas: 01</p> <p>Esterilizaciones Forzadas: 01</p> <p>Fujitrolls: 01</p> <p>Tíos prófugos: 01</p> <p>Prensa vendida: 01</p> <p>Memoria y Dignidad: 01</p> <p>LGBTI: 01</p> <p>Cultura: 01</p> <p>Inseguridad: 01</p>		<p>#PeruanoDateCuenta: 01</p> <p>#NiBlancoNiViciado: 05</p> <p>#FujimorismoEsCorrupcion: 02</p> <p>#KeikoMiente: 02</p> <p>#FujiMonteCinismo: 01</p> <p>#FujiNarcos: 02</p> <p>#NoAKeiko: 06</p> <p>#MiRegaloParaKeiko: 02</p> <p>#FelizCumpleañosKeiko: 01</p> <p>#TodosSomosNoAKeiko: 01</p>
--	---	--	--

					#KeikoEsPeor: 01 #FujiNarcos: 01 #MIVotoEsPorPPK: 01
30/05 AL 05/06	183	Narcotráfico; 39 Proceso electoral: 28 Clamor popular: 26 Posible dictadura: 22 Corrupción del fujimorismo: 19 Marchas: 12 Fraude electoral: 08 Calificarla de vaga: 07 Contradicciones: 05 Memoria y dignidad: 04 Vladimiro Montesinos: 04 Terrorismo de Estado: 03 Tíos prófugos: 02 Esterilizaciones forzadas: 01 Indulto: 01	Informativo: 151 Convencimiento: 22 Movilización: 10	Serio: 221 Humor: 52	No usa: 108 #FuistePelona: 05 #NoAKeiko: 14 #TuNoHasCambiadoPelona: 11 #SuNombreEsFujimori: 02 #LaHistoriaSeRepite: 01 #TúDecides: 01 #SiALaDemocracia: 02 #NoAlNarcoEstado: 15 #SalvemosAlPeru: 03

		<p>Página: 01</p> <p>Encuestas: 01</p> <p>Vínculo Ramirez- Montesinos: 01</p> <p>Fake News: 01</p> <p>Derechos laborales: 01</p> <p>Susana Higuchi: 01</p> <p>Prensa vendida: 01</p>		<p>#VotoPorElPeru: 10</p> <p>#SufreFujimoristaSufre: 01</p> <p>#NarcoEstadoNuncaMa s : 01</p> <p>#MiVotoEsDemocraaci a: 01</p> <p>#FujiMonteCinismo: 01</p> <p>#MiVotoEsPorElPeru</p> <p>#Marchaxlademocracia: 12</p> <p>#Perú #ClimperAudios: 01</p> <p>#31M: 08</p> <p>#EsTristeDarseCuentaQ</p>
--	--	--	--	--

					<p>ue_ 01</p> <p>#FujimoriNuncaMas: 04</p> <p>#KeikoNoVa: 06</p> <p>#YucaPaTi: 01</p> <p>#PersoneroPPK</p> <p>#ÚltimoMinuto: 01</p> <p>#NosotrosTraficamosM enos: 03</p> <p>#MienteMienteKeiko: 01</p> <p>#Cipriani: 01</p> <p>#NoAlVotoNulo</p> <p>#FujiPanico; 03</p> <p>#FujiHistoria: 01</p> <p>#Elecciones 2016: 01</p>
--	--	--	--	--	--

					#NoAlFraude: 01 #Keiko: 04
--	--	--	--	--	-------------------------------

