

UNIVERSIDAD
CIENTÍFICA
DEL SUR

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
CARRERA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN Y
PUBLICIDAD

“ACTIVISMO DIGITAL EN TWITTER ANTE CASOS DE
FEMINICIDIO: CASO EYVI AGREDA”

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD

PRESENTADA POR:
DAYSY NEREA VALVERDE YSUIZA

ASESOR:
MG. ALEX MORILLO SOTOMAYOR

LIMA, PERÚ
2019

Copia de acta de sustentación



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

Lima, 20 de septiembre de 2019

Los integrantes del Jurado de tesis:

Presidente:	Raúl Castro Pérez
Integrante:	JEFFREY RADZINSKY BUCHUK
Integrante:	Inés Ruiz Alvarado

Se reúnen para evaluar la tesis titulada:

Activismo digital en twitter ante casos de feminicidio: caso Eyvi Ágreda

Presentada por la estudiante:

- **Bachiller Daysi Nerea Valverde Ysuiza**

Para optar el Título Profesional de: **Licenciada en Comunicación y Publicidad**

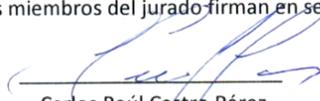
Asesorada por:

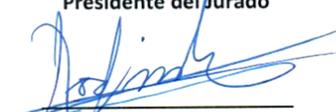
Mg. Alex Morillo Sotomayor

Luego de haber evaluado el informe final de tesis y evaluado el desempeño de la estudiante en la sustentación, concluyen de manera unánime () por mayoría simple () calificar a:

Tesista:	DAYSI NEREA VALVERDE YSUIZA	Nota (escrita):	14 (CATORCE)
Aprobado	<input checked="" type="checkbox"/>	Aprobado – Muy buena	()
Aprobado – Sobresaliente	()	Desaprobado	()

Los miembros del jurado firman en señal de conformidad.


 Carlos Raúl Castro Pérez
Presidente del Jurado


 Jeffrey Radzinsky Buchuk
Miembro del Jurado


 Inés Ruiz Alvarado
Miembro del Jurado


 Alex Morillo Sotomayor
Asesor

ÍNDICE GENERAL

COPIA DE ACTA DE SUSTENTACIÓN.....	2
ÍNDICE DE FIGURAS:	
FIGURA 1.....	13
FIGURA 2.....	14
FIGURA 3.....	20
FIGURA 4.....	22
FIGURA 5.....	23
FIGURA 6.....	24
FIGURA 7.....	29
FIGURA 8.....	30
RESUMEN.....	4
ABSTRACT.....	4
A) INTRODUCCIÓN.....	5
B) METODOLOGÍA.....	12
C) RESULTADOS.....	15
D) DISCUSIÓN.....	18
E) CONCLUSIONES.....	33
F) REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	35
ANEXOS:	
EVIDENCIA DEL ENVÍO A REVISTA CIENTÍFICA.....	40
COPIA DE CARTA DE APROBACIÓN ACADÉMICA.....	41
COPIA DE DOCUMENTO DE APROBACIÓN DE COMITÉ DE ÉTICA.....	42
COPIA DE RESOLUCIÓN DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE TESIS.....	43

Resumen

Diversos estudios que han analizado la difusión y viralización de información en los medios digitales gracias a las nuevas tecnologías, demostraron el impacto y alcance que logró un movimiento digital, el mismo que en muchas oportunidades terminó generando acciones en el espacio *offline*. Este artículo analiza el activismo digital generado en Twitter en torno al caso de feminicidio de Eyvi Ágreda, joven peruana que murió debido a las quemaduras provocadas por un hombre que la acosaba. A través de la extracción y análisis de un conjunto de tweets, el artículo se centra en la observación de los diferentes mensajes que se generaron sobre el caso de feminicidio seleccionado, en base al emisor, su discurso y su interacción en la red social. El estudio analiza de qué manera Twitter se gestó como el escenario para que el usuario se exprese libremente y construya su mensaje, e incluso logre posicionar y viralizar un movimiento digital para llevarlo a un espacio *offline*; sin embargo se concluyó que esta red social, a pesar de ofrecer diferentes herramientas para construir y difundir un mensaje, no termina siendo una alternativa de solución para erradicar un problema social como el feminicidio.

Abstract

Thanks to the new technologies like social media, different worldwide events had the facility to be followed by different users that could be interested in the event that turns into a digital movement. There are investigation that confirms the high impact and effects of a digital movement, which in too many oportunities, was moved to an offline space. This article analyzes the digital activism on Twitter related to the feminicide case

of Eyvi Agreda, a young peruvian woman who passed away due to severe injuries from a burn attack inflicted by a man who used to stalk her. Using a group of tweets previously selected, this article analyzes the messages that were tweeted about Eyvi's case, based on the user account, the construction and interaction of their message, the speech that was used, and the messages that make the digital movement to take action in an offline space. This article also proves that Twitter was developed as the space that allows its users to express freely, build a message, and even to make trending topic a digital movement. Nevertheless, it concludes that despite Twitter let the user communicate in short messages using different tools to build and spread the information, it doesn't become the solution to eradicate the femicide as a social problem.

a. Introducción

El femicidio es el asesinato intencional de una mujer por su condición femenina, y tiene como base la discriminación de género. En el Perú, el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables lo considera como la más grave manifestación de la violencia basada en género (Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, 2016). Según el observatorio de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2016), el Perú es el octavo país en la región que cuenta con el mayor índice de femicidios, siendo este el resultado de la necesidad de eliminar de manera definitiva la capacidad de las mujeres de convertirse en sujetos autónomos o por el simple hecho del hombre de no poder ser dueño o posesionario de la mujer.

El artículo 108B del Código Penal, donde se refiere al feminicidio como la acción de matar a una mujer por su condición de tal, aplica una pena privativa de libertad no menor de veinte años en cualquiera de los siguientes contextos:

1. *Violencia familiar.*
 2. *Coacción, hostigamiento o acoso sexual.*
 3. *Abuso de poder, confianza o de cualquier otra posición o relación que le confiera autoridad al agente.*
 4. *Cualquier forma de discriminación contra la mujer, independientemente de que exista o haya existido una relación conyugal o de convivencia con el agente.*
- (Ministerio de Justicia (2018). Código Penal. Decreto Legislativo N° 635: Artículo 108-B)*

En los siguientes casos, la pena privativa será no menor de treinta años:

1. *Si la víctima era menor de edad o adulta mayor.*
2. *Si la víctima se encontraba en estado de gestación.*
3. *Si la víctima se encontraba bajo cuidado o responsabilidad del agente.*
4. *Si la víctima fue sometida previamente a violación sexual o actos de mutilación.*
5. *Si al momento de cometerse el delito, la víctima tiene cualquier tipo de discapacidad.*
6. *Si la víctima fue sometida para fines de trata de personas o cualquier tipo de explotación humana.*
7. *Cuando hubiera concurrido cualquiera de las circunstancias agravantes establecidas en el artículo 108.*
8. *Si, en el momento de cometerse el delito, estuviera presente cualquier niña, niño o adolescente.*

9. Si el agente actúa en estado de ebriedad, con presencia de alcohol en la sangre en proporción mayor de 0.25 gramos-litro, o bajo efecto de drogas tóxicas, estupefacientes, sustancias psicotrópicas o sintéticas.

La pena será de cadena perpetua cuando concurran dos o más circunstancias agravantes. (Ministerio de Justicia (2018). Código Penal. Decreto Legislativo N° 635: Artículo 108-B)

El Programa Nacional Contra la Violencia Familiar y Sexual del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables reportó que durante el 2018 se registraron 149 casos de feminicidio y 304 casos de tentativas en el país. En el caso de América Latina, el Observatorio de Igualdad de Género de América Latina y el Caribe (OIG) de la Cepal, reportó que para 19 países de Latinoamérica y el Caribe se registraron un los casos de 2559 mujeres víctimas de feminicidio en el 2017.

Para Hernandez (2016), uno de los factores más comunes que eleva la probabilidad de que una mujer sea víctima de feminicidio es el distanciamiento entre la pareja (hombre y mujer), lo que lleva a conductas que reflejan el acoso. “El acoso y su intensidad y frecuencia están fuertemente asociados con intentos de homicidio” (McFarlane, 1999, citado por Hernandez, 2016).

Uno de los casos más impactantes del 2018 fue el de Eyvi Ágreda, una mujer peruana de 22 años, estudiante de administración, que fue víctima de acoso por parte de Carlos Hualpa, quien roció su cuerpo y rostro con gasolina y luego le prendió fuego, mientras viajaba en un autobús en la ciudad de Lima. Ambos se conocieron en una empresa de *service* donde trabajaron juntos, pero fue el rechazo de Eyvi lo que motivó el ataque de Huallpa, el cual había planificado durante un mes. Eyvi permaneció en el área de cuidados intensivos del Hospital Guillermo Almenara. Después de 38 días de

lucha, falleció debido a las graves quemaduras que comprometieron el 60% de su cuerpo: rostro, cuero cabelludo, ojos, tórax, abdomen y glúteos, convirtiéndose en una víctima más de feminicidio. Carlos Hualpa terminó aceptando los cargos y penas que se le imponían, confesando el terrible crimen: "Yo subí después de ella. En la botella de yogurt, tenía un cuarto de gasolina y luego, se lo rocié en el rostro. Le prendí fuego con un fósforo y salí por la puerta de adelante del bus".

Las redes sociales como Twitter, Facebook e Instagram estuvieron activas y se constituyeron como espacios de discusión pública en los que los usuarios manifestaron su indignación por el caso y convocaron a movilizaciones en las calles, convirtiéndose así en participantes de un movimiento que buscó tener una presencia en los medios digitales y acciones *offline*.

Otro caso de feminicidio que estuvo activo en medios digitales como Twitter Facebook e Instagram, fue el de Jimena, una niña de 11 años que fue secuestrada, violada y asesinada por un sujeto en el distrito de San Juan de Lurigancho, Lima Perú. El padre de la menor a través de Facebook, creó una página con el nombre de "Jimena Renace" para solicitar ayuda para impulsar proyectos de ley que eviten que más niños peruanos sean violentados. El nombre de "Jimena Renace" fue utilizado para crear el hashtag #JimenaRenace. En Twitter, los usuarios, organizaciones y colectivos utilizaron el hashtag para exponer su malestar ante el hecho ocurrido, además de difundir la convocatoria y el desarrollo de una marcha en las calles de Lima para exigir una mayor sanción para los violadores de niños. Incluso, algunos dibujos realizados en honor a Jimenita se hicieron virales a través de las redes sociales.

En ambos casos de feminicidio, las redes sociales jugaron un papel importante para lograr difundir mensajes y generar un movimiento social que luchaban por diferentes causas: la violencia contra la mujer y el abuso infantil. La red Facebook fue el

medio utilizado para crear los diferentes eventos que se llevaron a cabo para cada caso y además, brindó la información necesaria para los interesados. En Instagram se compartieron ilustraciones y videos cortos para sensibilizar y solidarizarse respecto a los casos ocurridos. En la red Twitter, a través de los diferentes hashtags creados para cada caso, se generó una comunidad que compartía sus ideas y participaba en tiempo real de un movimiento social que se convirtió en un movimiento digital por la cantidad de mensajes que se emitían sobre los hechos ocurridos.

La presente investigación tiene como objetivo comprender el desarrollo del activismo digital en Twitter ante los casos de feminicidio, usando el caso de Eyvi Agreda para observar el nivel de participación en base al emisor, los mensajes (discursos) y la interacción.

El internet se ha establecido, según Castells 2001, como la principal herramienta digital para lograr una movilización social, donde sus autores tienen las facilidades para actuar, informar, organizar e incluso influir. El feedback en tiempo real que se reciben en las diferentes redes sociales permite una retroalimentación inmediata en los procesos de comunicación masiva.

Henríquez define el ciberactivismo como aquel proceso comunicativo donde es clave la participación de una comunidad para compartir información, discutir, debatir y organizar movimientos que le permita expresar su descontento con respecto a asuntos sociales que la identifique (Henríquez, 2011 citado por González, 2015). Para el ciberactivismo, las redes sociales tienen capacidad de convocatoria gracias a su gran alcance, permitiendo que el mensaje se popularice de manera rápida e incluso a un costo bajo. Si bien algunos autores emplean el término ciberactivismo para definir este tipo movimiento digital, su actualización más idónea a la fecha es activismo digital.

Dos casos que ilustran este tipo de manifestaciones en las redes sociales fueron los que ocurrieron en el 2011: Primavera Árabe y 15M. El primero consistió en una serie de manifestaciones que empezó en Túnez y exigía la democracia y derechos de la sociedad árabe. Los medios de comunicación no daban cobertura a las protestas en el espacio público, así que los manifestantes recurrieron a las redes sociales para denunciar los atropellos de los gobiernos y, además, organizar y difundir las movilizaciones. Este inicio fue lo que sirvió de motivación para alzar la voz de rebeldía en Egipto y así continuar extendiéndose por el mundo árabe. En España, el 15M fue un movimiento que tenía como objetivo promover una democracia más participativa, usando Twitter como un canal de comunicación y organización para sus movilizaciones. Ambos movimientos confirmaron la importancia que los medios digitales pueden tener para convocar un colectivo mediante manifestaciones *offline* en las que se expresa una crítica o reclamo social que genera procesos de contagio, interacción y una legitimidad social concreta con la protesta, aunque de corta duración (Giraldo, Fernández, Pérez, 2018).

El uso de Twitter se puede relacionar con múltiples eventos de protesta social, como los casos #BlackLivesMatter o #Ferguson (Yang, 2016). Gualda y Borrero (2015) consideran que Twitter permite crear estrategias para que las movilizaciones colectivas se expandan y alcancen una gran difusión, convirtiéndose en el medio ideal cuando se persigue contagiar ideas (Castaño, 2015). Ante este tipo de casos, las investigaciones sugieren que si un movimiento social tiene una fuerte presencia y repercusión en los medios digitales, tiene más posibilidades de centralizar sus temas y de mantener una identidad estable, por lo que Twitter puede ser eficaz para convocar una acción en función a un derecho que se quiere garantizar (Giraldo, Fernandez, Perez, 2018). En ese sentido, el activismo digital ha sido considerado como una alternativa fundamental para el empoderamiento de las mujeres (Piñeiro y Martínez, 2016) que buscan propósitos

comunes y luchan contra los estereotipos que atacan su condición de mujer; aunque podría desarrollarse con una conexión más fluida entre la praxis online y *offline*, de manera que las herramientas online se pongan al servicio de las propuestas del activismo para generar más alternativas de difusión y así avanzar en el tratamiento de los casos de mujeres víctimas de violencia (Nuñez y Fernandez, 2016).

En un estudio realizado por Giraldo, Fernandez y Perez, (2018) sobre la participación en Twitter de la movilización mundial #NiUnaMenos en noviembre del 2016, se reportó que los usuarios solo participaron de forma temporal, por lo que no podría considerarse a Twitter como un espacio deliberativo y de construcción de opinión pública. Las denuncias y convocatorias ante casos de feminicidio se convirtieron en la identidad de un movimiento que generó un vínculo para exponer y atraer usuarios, pero no para explicar un tema o reflexionar sobre él. Esta movilización y su desarrollo en la red social es el referente más similar a la investigación que hemos realizado, ya que se basa en un acontecimiento social reciente sobre la violencia contra la mujer y su difusión en Twitter.

Ante los casos de feminicidio más resalantes que ocurrieron en Lima, las redes sociales han permitido la visibilidad de los discursos de los usuarios que se expresaron ante estos hechos, una mayor participación y las facilidades para generar movimientos y grandes encuentros, para los cuales generaron contenidos (tweets) en el caso de Twitter que van desde una simple imagen, video o comentario sobre el caso, mensajes que trataron el feminicidio como un problema social o mensajes que generaron un movimiento *offline*, logrando así un grado de interacción y popularidad.

Redes sociales como Twitter han resultado ser el espacio donde diferentes expresiones sobre el feminismo se manifiestan, articulan y defienden sus pautas; creándose así grupos y organizaciones de mujeres que permiten la divulgación de

movimientos colectivos en torno a las demandas de la sociedad, como en este caso, el feminicidio (Bonavita, Hernandez y Camacho, 2015). Gracias a estas plataformas digitales, las mujeres y los movimientos feministas cuentan con un espacio donde pueden denunciar, organizar, difundir y actuar. En la actualidad no se ha realizado una investigación en el Perú que permita observar las características del desarrollo del activismo digital en Twitter, por lo que esta investigación pretende ser una contribución para conocer las características del desarrollo del activismo digital en los medios digitales y su impacto *offline*.

b. Metodología

Se ha realizado un estudio cualitativo que permitió la observación y el análisis de los mensajes publicados en Twitter (tweets) y que fueron recolectados como unidades de análisis. El caso de feminicidio seleccionado para obtener el corpus fue el de Eyvi Ágreda, una joven que murió debido a las graves quemaduras que le provocó un acosador al prenderle fuego en un bus de servicio público en Lima.

El estudio de observación ha sido aplicado sobre una muestra de 80 tweets recolectados en dos etapas: entre el 24 al 27 de abril y entre el 01 al 04 de junio de 2018, utilizando el sistema de búsqueda avanzada que ofrece la red social Twitter. Las palabras claves utilizadas para extraer la información fueron “Eyvi Ágreda” y los hashtags #EyviAgreda y #NiUnaMenos.

La recolección de los tweets se concentra en los días del ataque con fuego a Eyvi Ágreda, como intento de feminicidio (primera etapa), y en los días posteriores a la muerte de la joven, convirtiéndose en un caso de feminicidio (segunda etapa). Para seleccionar los tweets más representativos y con altos grados de participación, se tomó

como muestra los tweets con interacciones (me gusta y retweets) de número mayor a 500. (Figura 1)

Fechas	Hecho Ocurrido	Búsqueda de palabras	Interacción
24 al 27 de Abril 2018	Ataque a Eivy	Eivy Agreda #EyviAgreda #NiUnaMenos	Likes o Retweets mayor a 500
01 al 04 de Junio 2018	Muerte de Eivy	Eivy Agreda #EyviAgreda #NiUnaMenos	Likes o Retweets mayor a 500

Figura 1.

La observación de la muestra obtenida durante los periodos descritos se divide en tres rutas de análisis que corresponden a los tres objetivos planteados para esta investigación: 1) entender a la participación del usuario, 2) profundizar en el análisis del discurso y 3) identificar los mensajes movilizadores.

La primera ruta permitió observar el corpus de análisis en base a la identificación del emisor como usuario, la forma en el que se construyó el mensaje, los temas que se adhieren al caso de feminicidio principal y el grado de interactividad en base a sus retweets, me gusta y menciones.

La segunda ruta permitió entender el lenguaje utilizado para la construcción de la publicación, la forma de discurso utilizado, el tono de comunicación y un análisis a profundidad de los temas que se adhieren al caso de feminicidio principal.

Para la observación de la tercera ruta, el corpus definido no fue suficiente para obtener una unidad de análisis referente al punto principal del objetivo: los mensajes movilizadores. Se observó que estos no tuvieron la acogida esperada (interacción mayor a 500 me gusta y retweets), presentando cifras de interacción de un número menor, a comparación de otros mensajes que comunicaban un punto de vista o compartían una

opinión, por lo que se tuvo que realizar una modificación en los criterios de selección para el desarrollo del objetivo, seleccionando como muestra los tweets con interacciones (me gusta y retweets) de número mayor a 50 que comunicaran y convocaran a una acción offline. (Figura 2). Este nuevo criterio para seleccionar las unidades de análisis permitió recaudar el contenido necesario sobre mensajes movilizadores para observar e identificar al emisor, la forma en la que se construyó el mensaje y el contexto en el que se desarrolló.

Fechas	Hecho Ocurrido	Búsqueda de palabras	Interacción
24 al 27 de Abril 2018	Ataque a Eivy (convocatoria a una acción offline)	Eivy Agreda #EyviAgreda #NiUnaMenos	Likes o Retweets mayor a 50
01 al 04 de Junio 2018	Muerte de Eivy (convocatoria a una acción offline)	Eivy Agreda #EyviAgreda #NiUnaMenos	Likes o Retweets mayor a 50

Figura 2.

El análisis para cada objetivo se desarrolló en base al uso de tablas de observación que permitieron identificar y clasificar la información para cada aspecto planteado en los objetivos.

El procedimiento del análisis se distribuyó de la siguiente manera: para el primer objetivo, se identificó si el emisor es un colectivo o un individuo, incluyendo la identificación de figuras públicas. Se describió la forma en la que construye el mensaje: si utilizaron texto, acompañado de una imagen o video. Se identificó los temas que se adhieren al caso de Eyvi Ágreda, y por último se identificó la interactividad generada por la publicación en base los retweets, me gusta y menciones.

Para el segundo objetivo, se describió el lenguaje utilizado para la publicación: si utilizaron texto, acompañado de una imagen o video. Además se identificó si en la

publicación se hizo mención a otros usuarios de Twitter, si se emplearon hashtags o si se utilizaron emoticones. Se identificó la forma de discurso utilizado en la publicación: narrativo, descriptivo, de diálogo, expositivo o argumentativo, y por último se describió a profundidad los temas que se adhieren al caso de Eyvi Agreda.

Para el tercer objetivo, se identificó si el emisor era una persona o un colectivo, y si estos personajes o instituciones son figuras públicas. Se describió la forma en la que construye el mensaje: si utilizaron texto, acompañado de una imagen o video y por último se identificó y describió si el contexto temporal en que se formula el mensaje es una convocatoria previa al movimiento *offline* o si muestra el desarrollo de la post convocatoria.

c. Resultados

La observación de los tweets fueron obtenidos de la red social Twitter, usando como unidad de análisis el caso de Eyvi Ágreda. La muestra total fue de 80 tweets, identificados de la siguiente forma:

- Primera etapa: 24 al 28 de abril – 21 tweets
- Segunda etapa: 01 al 04 de junio - 59 tweets

Los tres objetivos de estudio permitieron presentar los resultados bajo tres diferentes análisis de observación.

- La participación de los usuarios en base al emisor, mensaje e interacciones
- Construcción de los discursos
- Identificación de los mensajes que hacen mención a una movilización *offline*

De los 80 tweets obtenidos, 65 fueron la muestra seleccionada para analizar en base a los dos primeros objetivos, mientras que los 15 restantes fueron específicamente para desarrollar el tercer objetivo.

De la muestra seleccionada, fueron más de 60 las cuentas que le pertenecían a un individuo, de los cuales la mayoría eran periodistas y figuras públicas, vinculados a las artes y otros a los medios digitales, quienes ya contaban con un número alto de seguidores en la red social. El resto le pertenecía a usuarios colectivos como medios informativos y organizaciones feministas.

De los 15 tweets obtenidos como muestra que hacían referencia a mensajes movilizadores que convocaban a marchas y plantones en la ciudad de Lima contra la violencia hacia la mujer y como respuesta a la muerte de Eyvi Ágreda, 5 se emitieron como parte de la convocatoria, mientras que los otros 10 fueron emitidos como parte de la post convocatoria. Los usuarios que emitieron los tweets respecto a las movilizaciones eran en su mayoría colectivos, como medios informativos y organizaciones; solo fueron 5 los usuarios que eran individuos, que incluía a un periodista y congresista.

Los usuarios se manifestaron en sus tweets utilizando texto, solo 22 usaron una foto y 5 usaron video para complementar sus ideas. Fueron 5 los usuarios que hicieron mención a un tweet y lo complementaron con sus comentarios.

Se pudo identificar que la mayoría de fotos utilizadas por los usuarios en sus tweets representaban el rostro de la víctima. Fueron 2 los usuarios que criticaron el discurso del Presidente del Perú, Martín Vizcarra, publicando la foto de su rostro y una de sus frases escrita en una pared de las calles de Lima. En el caso del uso del video, fueron 2 las figuras públicas que publicaron un video donde se tomaron un momento para comentar sobre la violencia que existe en el Perú y sobre la pasividad del Gobierno

que no hace nada para proteger a las mujeres. Otros dos usuarios mostraron a través de videos la movilización en las calles contra la violencia hacia la mujer como respuesta a lo ocurrido a Eyvi Ágreda.

Respecto a los tweets con mensajes movilizadores, las imágenes compartidas eran fotografías del rostro de Eyvi y otras del desarrollo de la marcha y plantones en las calles, como también se diseñaron imágenes que tenían la finalidad de informar sobre la convocatoria a las movilizaciones. En el caso del uso de videos, los usuarios compartieron videos que mostraban el desarrollo de las marchas y plantones por las calles de Lima.

Un grupo de usuarios seguidores de BTS, grupo de K-pop surcoreano, hicieron mención a la cuenta oficial @BTS_twt en las publicaciones donde lamentaban la muerte de Eyvi, e incluso mencionaron la palabra “army”, inglés para la palabra “ejército”, la cual es utilizada para autodefinirse como el “ejército” del grupo; mientras que otros que criticaban las palabras utilizadas por el presidente del Perú para expresarse sobre la muerte de Eyvi, mencionaron la cuenta oficial @MartinVizcarraC.

Uno de los hashtags más utilizados en las publicaciones fueron los de #EyviAgreda y #NiUnaMenos. En el caso de las mujeres, algunas usuarias utilizaron el hashtag #NosEstanMatando para expresar su indignación ante el caso y hacer énfasis a que los casos de feminicidio continúan en aumento. Fueron solo 5 las cuentas que utilizaron emojis para acompañar sus publicaciones.

El caso de Eyvi Ágreda generó la construcción de discursos argumentativos que mencionaron temas principales como la violencia contra la mujer, la lucha feminista, las exigencias y críticas al gobierno peruano para buscar soluciones que involucren acciones legales para disminuir los casos de violencia y feminicidio, como también las críticas al presidente del Perú por las palabras utilizadas para dar sus condolencias sobre

la muerte de Eyvi. Dentro del grupo observado de mensajes movilizadores, se hizo mención a las convocatorias que se realizaron tras la agresión y muerte de Eyvi, y como parte de la post convocatoria se observó el registro de las manifestaciones en las calles, como también los reclamos contra la Policía del Perú (@PoliciaPeru) respecto a las agresiones por parte de los efectivos policiales hacia las personas que se encontraban participando en las marchas.

Otras cuentas, como los medios informativos y centros públicos, usaron un discurso expositivo para brindar, de forma objetiva, información relevante sobre el desarrollo del caso, la difusión de información sobre las movilizaciones y el estado de salud de Eyvi.

Respecto a las interacciones, el filtro utilizado para seleccionar la muestra (tweets mayores a 500 me gusta o retweets) permitió observar que las cifras de los “me gusta” siempre era mayor a los de “retweet”, identificando a 28 tweets como los que tuvieron una mayor interactividad en las redes, siendo 16 tweets con “me gusta” mayores a 1000 y 12 tweets con “me gusta” mayores a 2000.

Sobre el nivel de interacciones de los mensajes movilizadores, se tuvo que disminuir el número de interacciones para seleccionar la muestra, siendo el promedio entre las cifras de 100 a 300, respecto a retweets y me gusta.

d. Discusión

De la muestra obtenida, se identificó que la mayoría de tweets fueron emitidos por personajes públicos como periodistas, actores, congresistas de la República del Perú, ex candidatos presidenciales, escritores, activistas y usuarios reconocidos como figuras públicas en los medios digitales. Estos usuarios en su mayoría cuentan con una

trayectoria reconocida públicamente, lo que facilita que difundan mensajes en los medios digitales, pues al tener un alto número de seguidores en redes como Twitter, consiguen un amplio alcance.

En el caso de los usuarios que representaban a un colectivo, se observaron a medios masivos informativos como Canal N, Capital, diario La República, quienes cumplen con la función de informar, en este caso, a través de los medios digitales; y organizaciones como Ni Una Menos Perú, PIM Perú, Paremos el Acoso Callejero, MUJERYSOCIEDAD. Este último grupo comparte el mismo objetivo humano: las mujeres, trabajando por disminuir la violencia hacia la mujer y mejorar el desarrollo de las mujeres en la sociedad, por lo que este tipo de casos pone en movimiento su actividad en los medios digitales como Twitter, generando contenido de interés para sus seguidores.

Todos los usuarios de la muestra seleccionada utilizaron la construcción de un texto para manifestarse sobre el caso, lo que demuestra que el usuario aún ve y utiliza Twitter como un medio digital que se comunica –principalmente- a través de palabras expresadas en caracteres, ya sea manteniendo los 140 a los que el usuario estaba acostumbrado o haciendo uso de los 280 caracteres que ahora tiene habilitado. A pesar de las diferentes alternativas visuales que permite la plataforma en la actualidad para la construcción de un mensaje, hubo un grupo de usuarios que solo se manifestaron con texto, expresado tweets como los siguientes:

@arlettecontrers: “Eyvi dejó de ser una sobreviviente, la mató el estado peruano a través de Huallpa, su verdugo. Es el estado que no educa, no sanciona, no previene con enfoque de género, hay quienes filosofan que el

feminicidio es una exageración de las mujeres que no queremos morir.

#NiUnaMenos” - 13:12 - 1 jun. 2018

@malditaternura: “Eyvi fue asesinada por ser mujer. La violencia amenaza mucho más la vida de las MUJERES que la de los hombres pero parece que el Presidente no quiere comprometerse con la causa de las MUJERES y prefiere generalizar y hablar de PERSONAS. Qué pena.” - 13:03 - 1 jun. 2018

Un grupo de usuarios aprovecharon las alternativas visuales que ahora permite Twitter y complementaron sus tweets acompañando el mensaje con un elemento visual, como una fotografía o video. La imagen más utilizada en la construcción de los tweets fue una fotografía del rostro de Eyvi. (Figura 3)



Figura 3.

Las fotografías mostraban las características de una mujer joven y bella. Su asesino trató de quemarle el rostro para desfigurarla y acabar con su belleza, tal y como lo mencionó en sus declaraciones: “Quería hacerle daño a su cara, porque ella se aprovechaba de eso. (...) Ella siempre decía que su cara era bonita, tenía el ego tan

elevado que presumía, entonces yo quería acabar con eso...” - Carlos Hualpa (RPP Noticias, 2018). El uso de esta imagen en Twitter tiene la posibilidad de impactar en otros usuarios, sensibilizándolos con el desenlace de una joven mujer, a través de una fotografía tan simple como un selfie, el cual ella se probablemente se sacó con la finalidad de compartirla con sus amigos, pero ahora está siendo utilizada para comunicar su muerte.

Algunas de estas fotografías fueron acompañadas de un lazo negro, patrón utilizado para denotar luto y respeto.

La fotografía del presidente Martín Vizcarra y la mención a su cuenta de Twitter también fue utilizada por los usuarios para construir una crítica respecto a la descripción de la muerte de Eyvi como un “designio de la vida”.

Dentro de los tweets emitidos por individuos del grupo de figuras públicas, se identificó a la congresista Indira Hiulca y a la periodista Sigrid Bazán, quienes protestaron por el abuso y las agresiones que recibieron las personas que se encontraban en las manifestaciones por parte de la Policía Nacional del Perú. Estas personas públicas compartieron imágenes de un grupo de personas siendo atacadas por los policías y de otro grupo de mujeres violentadas por protestar en las calles, convirtiéndose así en agentes muy activas de la comunicación, al ser el punto de unión entre el poder e influencia del desarrollo de su profesión y la protesta popular. La intervención comunicativa que realizan al comunicar o compartir información relevante de manera online, con la finalidad de provechar su alto número de seguidores, puede llegar a garantizar que en este caso, la protesta, se traslade a un espacio *offline*.

En el caso de las organizaciones feministas, al momento de informar sobre las convocatorias para las manifestaciones, hicieron uso de imágenes previamente diseñadas con la información necesaria respecto a los puntos de encuentro y horas. Para

estos casos, estas organizaciones trabajan en la elaboración de imágenes con la finalidad de que puedan ser viralizadas a través de todos los medios digitales, ya que la imagen organiza la información y permite la viralización, pues concentra en un solo soporte toda la información, la cual incluye imágenes, símbolos, fechas, indicaciones, etc., permitiéndole además al usuario transmitir el mensaje principal de una manera rápida y fácil.

Por otro lado, el video resulta ser una herramienta audiovisual muy útil, ya que le permite al usuario compartir un mensaje más amplio, sin tener la restricción de limitarse a un mensaje que tenga solo 280 caracteres. Los videos en Twitter soportan ahora una duración de 2 minutos y 20 segundos, un tiempo corto pero suficiente para que el usuario tenga la oportunidad de transmitir su mensaje más complejo usando un soporte audiovisual, a través del cual es capaz de transmitir emociones y cercanía con el espectador. Fueron la periodista Mónica Delta y la actriz Stephanie Cayo las figuras públicas que recurrieron al video para tomarse un momento de reflexión y expresar su malestar ante los casos de violencia en el Perú. (Figura 4)



Figura 4.

Twitter también ha demostrado ser el sitio ideal para saber qué es lo que pasa en el mundo, sean noticias de último minuto o grandes eventos en directo, por lo que algunos usuarios recurrieron a los videos en directo para compartir e informar en tiempo real lo que sucedía y cómo se estaban desarrollando las protestas callejeras, siendo además una herramienta de comunicación para convocar un mayor número de usuarios interesados en unirse y participar de las acciones *offline*. Además, desde el espacio online, permite a los usuarios verificar el nivel de éxito de la convocatoria de la acción *offline*, calculada en base al número de participante retratados a través del video en vivo.

Según Montenegro y Hermenegildo (2018), los emoticones se han vuelto una nueva forma de comunicación que permite la proyección de sentimientos, emociones, estados de ánimo, intereses o percepciones particulares de ciertos temas. Los emoticones utilizados en la muestra observada tuvieron el trabajo de enriquecer el mensaje verbal en base a lo que este expresaba, si era una crítica o exigencia, o si se solidarizaban con Eyvi y lamentaban su muerte. Alguno de estos fueron: manos rezando, aplauso, brazo musculoso, una mariposa azul, un lazito azul, una cara furiosa y un corazón negro. (Figura 5)

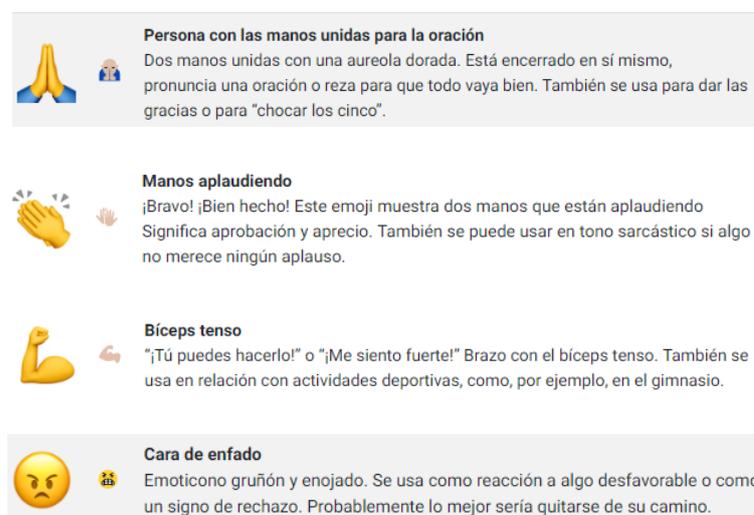


Figura 5.

Fue posible observar la presencia de un grupo de usuarios simpatizantes de BTS, grupo musical del género K-pop surcoreano, quienes se pronunciaron ante la muerte de Eyvi, sin dejar de lado la mención a la banda coreana. Siendo la mayoría de fans del género femenino, es posible señalar que, como grupo, se alinean bajo los estándares de una fuerza femenina que está unida, demostrando un empoderamiento femenino, que a pesar de tener un enfoque principal, en este caso el grupo coreano BTS, no es impedimento para demostrar su solidaridad ante el caso de feminicidio de Eyvi. (Figura 6)



Figura 6.

Incluso, algunas usuarias mencionaron a Eyvi como una “army peruana”, para identificarla como una participante más del ejército de fans de BTS en el Perú o para crear la etiqueta de un personaje que representa la lucha de la mujer peruana que trató de sobrevivir a pesar de las heridas que sufrió, convirtiéndose también en un término que tiene las probabilidades de convertirse en viral gracias a la mención que se haga en la comunidad de usuarios de Twitter fanáticos de la banda BTS.

Fanclubs como estos siempre están pendientes de lo que se dice de sus ídolos en las redes sociales, por lo que los usuarios también mencionaron a la cuenta oficial de BTS en Twitter, con la finalidad de que cuando otras seguidoras en el Perú como en el mundo hagan una búsqueda en la redes utilizando como palabra clave la cuenta oficial de @BTS_twt, pudiesen encontrar los mensajes publicados sobre el caso de Eyvi, haciendo que estos consigan una mayor viralización a través de interacciones y de que el caso pueda ser conocido por más usuarios en la red.

Las declaraciones por los usuarios por el caso de Eyvi dieron pie al desarrollo de *trending topics*. Estas son palabras claves como “*hashtags*”, que hacen referencia sobre las temáticas más discutidas en Twitter durante un tiempo determinado, convirtiéndose, por un lado, en sensores sociales sobre temas con mayor tráfico e importancia en un momento determinado, y por otro, en el algoritmo que va clasificando la información en tiempo real en base a la popularidad de un tema en la red social (40deFiebre, ¿Qué es un Trending Topic?). En el caso de los hashtags, #EyviAgreda y #NiUnaMenos fueron los que más repercusión tuvieron en la red, generando un “activismo de hashtag”, el cual sucede cuando un gran número de publicaciones (en este caso tweets) aparecen bajo la búsqueda de una palabra o frase como hashtag. El uso de hashtags permiten darle al tema una mayor visibilidad más allá de la red de seguidores, además que permite una manera de etiquetar o clasificar los mensajes en Twitter. El hashtag que acompañó también a los anteriores ya mencionados fue #NosEstanMatando, utilizado por las mujeres para alertar que sus vidas siguen estando en mayor riesgo y para recordarle a la sociedad que las mujeres continúan siendo agredidas por sus parejas o ex parejas, en el marco de las sociedades machistas. Al hacer mención a este hashtag en primera persona, las mujeres se muestran identificadas con el caso de Eyvi y se expresan como víctimas potenciales o reales. Este *hashtag* también es usado para mostrar una alerta de la

realidad que aún se vive en el país y hacer un llamado de atención a las autoridades para que empiecen a tomar medidas y acciones legales, con el fin de evitar la suma de más casos de agresiones y, sobretodo, de feminicidios. El uso de este hashtag en Twitter le permite al usuario conocer un poco más de lo que se está diciendo sobre el tema, dejando a total libertad la oportunidad que puede aportar una idea u opinión al caso que se está desarrollando.

El discurso argumentativo fue utilizado por la mayoría de usuarios que se manifestaron sobre el caso de Eyvi, con la finalidad de expresarse a través de ideas. Estas, sin embargo, resultaron repetitivas, pero se complementaban con el aporte de hechos y datos sobre el mismo caso o temas referenciales. Los temas principales identificados para la construcción de los argumentos fueron la violencia hacia la mujer, la unión y lucha feminista, exigencias y críticas al gobierno, y las movilizaciones en las calles. Los discursos observados se construyen en su mayoría en base a esos temas, generando mensajes que expresan una misma idea, pero desde diferentes puntos de vista, confirmando que Twitter al ser una red libre, permite el contacto entre todo tipo de personas y le da la oportunidad al usuario de construir su mensaje bajo sus propios términos y condiciones.

El caso de Eyvi también generó que se mencionaran otros casos de feminicidio ocurridos anteriormente, para demostrar que lo acontecido no era algo nuevo, sino un hecho que se repite constantemente, y que no solo sucede en Lima, sino también en todo el país. Evidencian en su discusión pública que el tema constituye un problema estructural de la sociedad peruana, que entiende a la mujer como un actor social supeditado a las necesidades masculinas. El colectivo solicitaba a la sociedad que no olvide los miles de casos ya ocurridos y que hasta el momento siguen esperando por justicia. En este sentido, el caso de Eyvi Ágreda se constituyó como un símbolo de las

consecuencias de la violencia sistemática que reciben las peruanas en su sociedad. Estos comentarios generados a consecuencia del caso desarrollado de feminicidio son evidencia que de que el activismo digital hace de los medios digitales como Twitter un canal de expresión donde se exponen las verdaderas inquietudes y preocupaciones de la sociedad (García, 2017).

Dentro del grupo de mensajes que se refieren a la violencia hacia la mujer, el uso de palabras como hermana, madre, hija, esposa, amiga, en referencia a los diferentes papeles de la mujer en la sociedad, hacen que el usuario vea el caso de Eyvi como uno que puede ocurrirle a una mujer que asume uno de esos roles en su entorno, ya que la exposición de esas palabras en los tweets genera un grado de empatía entre los usuarios y el caso de Eyvi.

En el caso de los usuarios identificados como mujeres, ellas respondieron a la muerte de Eyvi agregando un llamado a la unión para seguir luchando por todas las mujeres que fueron agredidas y asesinadas, y se ven en la necesidad de utilizar Twitter como el espacio para dar a conocer sus experiencias, su continua lucha contra la violencia hacia la mujer, con la esperanza de ser finalmente escuchadas para generar o contagiar algún impacto o cambio en la sociedad.

@21Cordeliamar: Eyvi Agreda tu muerte no quedará impune. En tu nombre, el de las desaparecidas y las que están desapareciendo ya, seguiremos luchando.

Descansa en paz . Aquí la batalla continúa y solo queda resistir e insistir. -

16:16 - 1 jun. 2018

La muerte de Eyvi se convirtió en el dispositivo detonador que motivó a un movimiento femenino a alzar su voz y apoyarse mutuamente para luchar en contra de

las expresiones más crueles de la violencia de género. La ira e indignación lleva al usuario a buscar culpables al problema estructural, señalando a una institución, como el gobierno peruano, que poco ha hecho para trabajar en leyes y proyectos que disminuyan los casos de violencia hacia la mujer. Para los usuarios es complicado lograr que sus mensajes o ideas sean escuchados por los representantes políticos, por lo que recurren a Twitter como el medio para contactarlos, comentarles sus ideas e incluso recriminar su trabajo y su falta de interés en este tipo de casos.

Uno de los temas que se extendió fue el de implementar una educación con un enfoque de género para así acabar con una cultura machista. Este evitaría futuros casos de violencia y feminicidio; no obstante, una parte de la población peruana y algunos representantes del congreso peruano han expresado su total rechazo ante las propuestas del Ministerio de Educación sobre el enfoque de género en el currículum nacional de educación. Incluso, ese mismo congreso ha rechazado diversos proyectos de ley que defienden la violencia hacia la mujer solo por el hecho de llevar la palabra “género”.

@AlbertoBelaunde: Lamento profundamente la partida de Eivy Ágreda. Esta crisis no se soluciona con incremento de penas. Se incrementa penas hace años sin resultados. Hay que acabar con la cultura machista. Y una de las acciones claves para ello es el enfoque de género en el currículo escolar. - 12:46 - 1 jun. 2018

El ataque a Eyvi y su posterior muerte llevaron a la difusión de diferentes convocatorias por parte de las organizaciones feministas para llevar trasladar la protesta al espacio *offline*. Se enfocaron en compartir información como lugar, hora, fecha sobre las diferentes convocatorias para las movilizaciones en las calles (Figura 7). Esto demuestra que las mujeres han ido formando grupos, colectivos, tribus, organizaciones

que no solo circulan digitalmente, sino que también repercuten en acciones concretas como la divulgación de eventos, marchas, manifestaciones y creaciones colectivas (Bonavita, Hernandez y Camacho, 2015) gracias al uso de medios digitales como en este caso, Twitter.

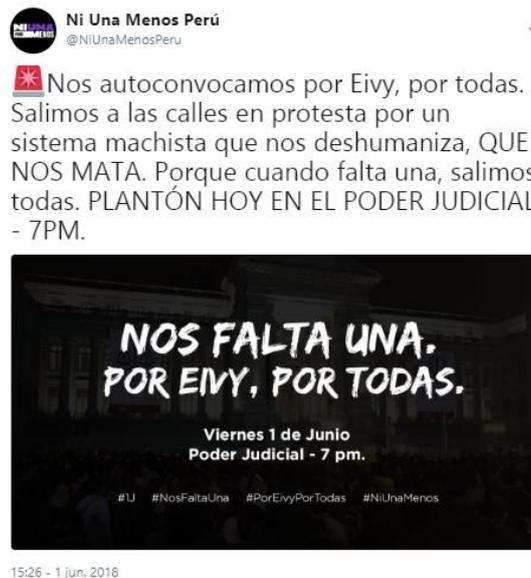


Figura 7.

Estas convocatorias generaron que las manifestaciones no tuvieran un solo punto de concentración, si no fue todo un movimiento que estuvo presente en diversos escenarios de la ciudad de Lima, empezando con la vigilia que se hizo por Eyvi en los exteriores del Hospital Almenara tras sufrir las quemaduras, hasta los platonés en los exteriores del Poder Judicial y marchas por las calles del Lima tras su muerte.

@paramujeresperu: #DIFUNDIR Hoy nos autoconvocamos a una vigilia de amor, solidaridad y apoyo a Eyvi Agreda. Acompáñanos con flores o una prenda lila y gritemos juntas ¡Tocan a una: tocan a todas! ¡Estamos contigo, Eyvi! - 8:51 - 26 abr. 2018

A comparación de los tweets que se emitieron como parte de la convocatoria para estas movilizaciones, se observó un número mayor de tweets emitidos como parte de la post convocatoria, que daban cuenta del desarrollo de las movilizaciones y plantones tras la muerte de Eyvi en tiempo real, a través de fotografías y videos. Este tipo de mensajes no solo fueron emitidos por un solo día, ya que días posteriores también se evidenciaron en las redes el desarrollo de marchas en diferentes distritos de la ciudad de Lima. (Figura 8).

La continuación del uso de los hashtags como #NiUnaMenos y #EivyAgreda permitió una ilación entre los tweets sobre las movilizaciones desarrolladas en Lima y otras ciudades, lo que facilitó ver el desarrollo de las diferentes marchas en el transcurso de los días.



Figura 8.

Otra forma del discurso identificada en los tweets fue la expositiva, a través de la cual los medios masivos como la prensa tuvieron la tarea de transmitir información de forma objetiva y ordenada respecto al desarrollo del caso de Eyvi y todo el movimiento

que generó tras su muerte. La prensa recurre a Twitter como uno de sus medios digitales para cumplir con informar a sus lectores y seguidores a tiempo real lo que está sucediendo sobre el hecho. Esta ventaja digital le permite al usuario no tener que esperar hasta el día siguiente para poder informarse a través de un medio escrito o esperar conectarse a la tv o radio para conocer lo que se está desarrollando.

De la misma manera, la comunicación digital de los centros públicos (tales como la Defensoría del Pueblo y Essalud) permaneció al tanto del estado de salud de Eyvi Ágreda y solicitaron la ayuda del público. El grado de urgencia de estos mensajes necesita de una rápida difusión, por lo que estos centros recurren a las redes sociales como Twitter.

@WaykaPeru: #Ahora #ÚltimoMinuto Mujeres salen a las calles a protestar y exigir justicia para Eyvi Liset Agreda #NosEstánMatando #NiUnaMenos - 20:28 - 25 abr. 2018

El alto nivel de interacciones encontrado en la muestra observada es evidencia de que los usuarios –de una u otra forma– comparten ideas respecto a los tweets publicados. Mencionaron temas como la violencia hacia la mujer, la lucha feminista, las exigencias al gobierno, y el desarrollo de toda la movilización online y *offline* que generó el caso de Eyvi. La actividad de darle “retweet” a un tweet permite que, incluso en diferentes países, puedan informarse de lo que está sucediendo y se animen también a ser participantes del activismo digital. La acción de compartir, darle me gusta o hacer una mención a otro tweet, le evita además al usuario la construcción de un nuevo mensaje; afirmando también que estas acciones funcionan como un método expresivo de aprecio y sintonía del contenido, o también como una denuncia del contenido que se está republicando de otro perfil (Castaño, 2015). Estas acciones se consideran también

como activismo digital, ya que cumple con una de sus principales características: la capacidad de difusión de información a una comunidad.

Respecto a los tweets que comunicaban sobre las movilizaciones en las calles tras el caso de Eyvi, dentro de la observación de la muestra seleccionada para toda la investigación, no se obtuvo el número esperado de tweets que correspondan a mensajes movilizadores. Los criterios de selección fueron modificados, seleccionando los tweets que transmitan un mensaje movilizador con una interacción mayor a 50 retweets o me gusta. Esta modificación permitió observar que el alcance y viralización de los tweets que contenían un mensaje movilizador en Twitter no fue el mismo que el de los tweets que contenían mensajes argumentativos y expositivos sobre el caso de Eyvi Ágreda. El contenido emitido dentro del grupo observado mostraba las diferentes etapas del movimiento online y *offline* que generó el caso de Eyvi, como las diferentes convocatorias que se organizaron para los plantones y marchas en la calle, el desarrollo de estas y los momentos que más resaltaron durante las movilizaciones. Estas convocatorias y el desarrollo de las mismas también estuvieron presentes en otros medios como Facebook, donde se crearon eventos como “Plantón: Por Eivy, Por Todas. #1j”, de la organización Ni Una Menos Perú. Este tipo de eventos permite observar los detalles de la convocatoria, sus actividades y la cantidad de participantes, por lo que el usuario opta por informarse y seguir el evento a través del mismo; pero su acogida no fue un obstáculo para que las convocatorias organizadas por los diferentes grupos que se manifestaban ante el caso de Eyvi también recurran a Twitter para llegar a conseguir una gran difusión y la participación del público esperado, lo cual se logra comprobar a través de las evidencias de material visual que se presentan en los tweets que fueron parte de la post convocatoria.

e. Conclusión

Usar las redes sociales para crear un movimiento digital se ha convertido en la estrategia ideal para difundir hechos, acontecimientos o la información que se quiere comunicar. Estudios realizados han demostrado la importancia de las redes sociales para expresar un reclamo o una crítica que, dependiendo del grado y la coyuntura del problema, termina convirtiéndose en un movimiento que se traslada de los medios digitales a las calles. A pesar de que las redes sociales, como Twitter, le permiten al usuario expresarse libremente sobre un caso de feminicidio, las opiniones que se reflejaron en los discursos publicados sobre el caso de Eyvi fueron ideas repetitivas que giraban en torno a los temas principales identificados: la violencia hacia la mujer, la unión y lucha feminista, el rol del Estado (exigencias y críticas al gobierno), y las movilizaciones en las calles. Cada usuario utilizó los recursos que consideró conveniente para construir su propio discurso, que fueron desde un simple texto o hasta una imagen o video previamente diseñado, con las características que se quiso resaltar pero bajo las mismas ideas principales; lo que demuestra que ante estos movimientos digitales, Twitter se vuelve una plataforma para hacer ruido y construir una fuerte presencia sobre un problema social, esperando que se vuelva tendencia y genere una gran difusión, gracias a las herramientas de interacción que te ofrece Twitter para viralizar la información.

El caso de Eyvi generó un activismo digital que logró una convocatoria para convertirlo en marchas y protestas que se desarrollaron en las calles de Lima, pese a que terminó como un movimiento pasajero y su presencia en los medios digitales no fue el factor que llevó a “solucionar” el problema social. Esto lleva a concluir que quizás Twitter no es considerado el medio digital adecuado para llegar a las personas que son las responsables de trabajar en atender las consternaciones de la población sobre casos

de feminicidio. A pesar que personajes públicos como congresistas del Estado Peruano, quienes tienen la responsabilidad de trabajar para atender las necesidades de la población peruana, tienen una cuenta en Twitter y usan este medio para comunicarse con la población, no resulta ser del todo efectiva, ya que solo utilizan este medio para emitir un mensaje y no toman en cuenta todo el feedback que este pueda generar, el cual puede contribuir al trabajo de leyes y sanciones que trabajen en disminuir los casos de feminicidio.

El activismo digital que se desarrolló en Twitter ante el caso de Eyvi permitió observar la preocupación de una población por un problema social que continúa sumando víctimas y además le ha permitido a la mujer que en algún momento fue o es víctima de un atento de feminicidio, contar con el apoyo y respaldo de otros usuarios que también fueron víctimas o se solidarizan con ellas. Este activismo digital en Twitter sobre el caso de Eyvi, la convirtió en una representante más de la tendencia de lucha #NiUnaMenos, y no sólo a ella, sino también a todos los otros casos de víctimas de feminicidio que se dan a conocer por este medio. Esto nos demuestra que estos movimientos podrán generar tendencias populares pero no son la respuesta para erradicar el problema.

f. Referencias Bibliográficas

Bonavitta, P., De Garay Hernández, J., & Camacho Becerra, J. (2015). Mujeres, feminismos y redes sociales: acceso, censura y potencialización. *Question*, 1(48), 33-44.

Castaño, L. C. (2015). Construir y comunicar un “nosotras” feminista desde los medios sociales. Una reflexión acerca del “feminismo del hashtag”. *Commons. Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, 4(2).

García-Estévez, N. (2018). Origen, evolución y estado actual del activismo digital y su compromiso social. Ciberactivismo, hacktivismo y slacktivismo. In II Congreso Internacional Move.net sobre Movimientos Sociales y TIC (2018), p 139-156 (pp. 139-156). Grupo Interdisciplinario de Estudios en Comunicación, Política y Cambio Social de la Universidad de Sevilla (COMPOLÍTICAS).

García, M.C., del Hoyo, M. & Fernández, C. (2014). Engaged Youth in Internet. The Role of Social Networks in Social Active Participation. [Jóvenes comprometidos en la Red: el papel de las redes sociales en la participación social activa]. *Comunicar*, 43, 35-43.

Giraldo-Luque, S., Fernández-García, N., & Pérez-Arce, J. C. (2018). LA CENTRALIDAD TEMÁTICA DE LA MOVILIZACIÓN #NIUNAMENOS EN TWITTER. *El profesional de la información*, 27(1).

González-Lizárraga, M. G. (2016). Ciberactivismo: nueva forma de participación para estudiantes universitarios/Cyberactivism: A new form of participation for University Students. *Comunicar*, 24(46), 47-54.

Gualda, E., & Borrero, J. D. (2015). La'Spanish Revolution en Twitter (2): Redes de hashtags y actores individuales y colectivos respecto a los desahucios en España. *Redes. Revista hispana para el análisis de redes sociales*, 26(1).

INEI. (2017). *Perú: Estadísticas de Femicidios Registros Administrativos*. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin_femicidio.pdf

INEI. (2018). *Primera encuesta virtual para personas LGBTI*. Recuperado de <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/lgbti.pdf>

Ministerio de La Mujer y Poblaciones Vulnerables. (2016). *Violencia basada en género*. Recuperado de <https://www.mimp.gob.pe/files/direcciones/dgcvg/mimp-marco-conceptual-violencia-basada-en-genero.pdf>

Ministerio de La Mujer y Poblaciones Vulnerables. (2018). Programa Nacional contra la violencia familiar y sexual. Boletín Estadístico Diciembre 2018. Recuperado de https://www.mimp.gob.pe/files/programas_nacionales/pncvfs/estadistica/boletin_diciembre_2018/BV_Diciembre_2018.pdf

Ministerio de Justicia y Derechos Humanos. (2018). Código Penal Decreto Legislativo N° 635. Recuperado de

[http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con5_uibd.nsf/001CD7E618605745052583280052F800/\\$FILE/COD-PENAL_actualizado_16-09-2018.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con5_uibd.nsf/001CD7E618605745052583280052F800/$FILE/COD-PENAL_actualizado_16-09-2018.pdf)

Montenegro, D. & Hermenegildo, E. (2018) Características del uso de emojis en la comunicación por el chat de WhatsApp. *Hamut'ay*, 5 (1), 36-52.

Núñez, S., Vázquez, S., & Fernández, D. (2016). Ciberfeminismo contra la violencia de género: análisis del activismo online-offline y de la representación discursiva de la víctima. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 22, 861-877.

Observatorio de Igualdad de Género de América Latina y El Caribe. Femicidio. Recuperado de <https://oig.cepal.org/es/indicadores/femicidio>

Otero, T. P., & Sánchez, C. C. (2012). Ciberactivismo y redes sociales. El uso de Facebook por uno de los colectivos impulsores de la 'spanish revolution', Democracia Real Ya (DRY). *Observatorio (OBS*)*, 6(3), 089-104.

Piñero-Otero, T., & Martínez-Rolán, X. (2016). Los memes en el activismo feminista en la Red: # ViajoSola como ejemplo de movilización transnacional. *Cuadernos. info*, (39), 17-37.

Redacción EC. (22 de junio del 2018). Femicidios en el Perú: entre enero y mayo cifra se incrementó en 41%. *El Comercio*. Recuperado de <https://elcomercio.pe/peru/femicidios-peru-enero-mayo-cifra-incremento-noticia-529249>

Redacción. (22 de mayo del 2018). Ministerio de la Mujer reportó 43 casos de feminicidios en lo que va del 2018. *RPP Noticias*. Recuperado de <http://rpp.pe/peru/actualidad/ministerio-de-la-mujer-reporto-43-casos-de-feminicidios-en-lo-que-va-del-2018-noticia-1124263>

Twitter. (2018) Cómo utilizar la búsqueda avanzada. Recuperado de <https://help.twitter.com/es/using-twitter/twitter-advanced-search>

40defiebre. (sin fecha) ¿Qué es un Trending Topic? Recuperado de <https://www.40defiebre.com/que-es/trending-topic-tt>

SignificadoEmojis. (sin fecha) Emoticones y emojis de personas con significado. Recuperado de <https://www.significadoemojis.es/lista-emoticonos-personas-whatsapp>

Redacción Perú 21. (05 de febrero del 2018) Padre de niña asesinada en SJL pide apoyo para marcha nacional por su hija. *Perú 21*. Recuperado de <https://peru21.pe/lima/padre-nina-asesinada-sjl-convoca-marcha-pedir-justicia-394628>

Redacción. (29 de abril del 2018). Carlos Hualpa: "Ella tenía que recibir un escarmiento". *RPP Noticias*. Recuperado de <https://rpp.pe/lima/policiales-crimeenes/video-carlos-hualpa-ella-tenia-que-recibir-un-escarmiento-noticia-1119627>

Redacción. (31 de diciembre del 2018) Poder Judicial dicta cadena perpetua para César Alva Mendoza, asesino de la niña Jimena. *RPP Noticias*. Recuperado de

<https://rpp.pe/lima/policiales-crimeles/jimenita-cadena-perpetua-para-cesar-alva-mendoza-asesino-de-nina-en-sjl-noticia-1172520>

Redacción Perú 21. (19 de marzo del 2019) Fiscalía pide 33 años y 4 meses de prisión para agresor de Eyvi Ágreda en juicio oral. *Perú 21*. Recuperado de <https://peru21.pe/lima/fiscalia-pide-33-anos-4-meses-prision-agresor-eyvi-agreda-juicio-oral-466704>

Redacción Perú 21. (27 de marzo del 2019) Carlos Hualpa, asesino de Eyvi Agreda: "No sabía que otras personas se accidentaron por mi culpa". *Perú 21*. Recuperado de <https://peru21.pe/lima/carlos-hualpa-sabia-habia-personas-accidentaron-mi-culpa-468326>

Anexos

Evidencia del envío a revista científica:

9/1/2020

Gmail - [RC] Acuse de recibo del envío



Daysi Valverde <dayvalverde21@gmail.com>

[RC] Acuse de recibo del envío

1 mensaje

Revista de Comunicación <rcom@udep.edu.pe>

9 de enero de 2020, 15:49

Para: Daysi Nerea Valverde <dayvalverde21@gmail.com>

Daysi Nerea Valverde:

Gracias por enviar el manuscrito "ACTIVISMO DIGITAL EN TWITTER ANTE CASOS DE FEMINICIDIO" a Revista de Comunicación. Con el sistema de gestión de publicaciones en línea que utilizamos podrá seguir el progreso a través del proceso editorial tras iniciar sesión en el sitio web de la publicación:

URL del manuscrito: <https://revistadecomunicacion.com/authorDashboard/submission/1629>

Nombre de usuario/a: dayvalverde

Si tiene alguna duda puede ponerse en contacto conmigo. Gracias por elegir esta editorial para mostrar su trabajo.

Revista de Comunicación

Consejo editorial

Revista de Comunicación

rcom@udep.pe



Copia de carta de aprobación académica:

INFORME N° 011-DAFCH-U.CIENTÍFICA-2018

ASUNTO: INFORME SOBRE LA REVISIÓN INDEPENDIENTE ACADÉMICA

La Coordinación Académica de Investigación de la Dirección Académica de la Facultad de Ciencias Humanas da constancia que el proyecto de investigación, cuyos datos se registran a continuación, es el resultado de una experiencia formativa que brindó a la investigadora los lineamientos necesarios para el planteamiento y desarrollo temático y el abordaje metodológico, en el marco de un Taller de Diseño y Elaboración de Tesis.

Código de registro: N° 096-2018-PRE5

Título: **Ciberactivismo en Twitter ante casos de feminicidio en Lima**

Investigador principal: **Daysi Nerea Valverde Ysuiza**

El acompañamiento y la evaluación constante brindados por la experiencia formativa del Taller aludido equivalen a la revisión independiente académica que se constituye en uno de los requisitos para la aprobación del proyecto de tesis por parte de la Carrera correspondiente.

Villa El Salvador, 27 de agosto de 2018.



Mg. Alex Morillo Sotomayor
Coordinador Académico de Investigación
Facultad de Ciencias Humanas

Copia de documento de aprobación de comité de ética:

COMITÉ INSTITUCIONAL DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN

CIENTÍFICA
UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL SUR

CONSTANCIA N° 20-CIEI-CIENTÍFICA-2018

El presidente del Comité Institucional de Ética en Investigación de la Universidad Científica del Sur (CIEI-CIENTÍFICA) da constancia que el proyecto de investigación, cuyos datos se registran a continuación, ha sido **aprobado** por el CIEI-CIENTÍFICA.

Código de registro: **096-2018-PRE5**
 Título: **Ciberactivismo en twitter ante casos de feminicidio en Lima**
 Investigador principal: **Daysi Nerea Valverde Ysuiza**

La aprobación del proyecto de investigación implica que el documento presentado a evaluación cumple con los lineamientos de Universidad en materia de investigación y ética, los cuales se sustentan en la normativa internacional vigente.

En tal sentido, esta aprobación carecerá de valor si es que el proyecto de investigación arriba indicado es modificado de cualquier forma. Toda enmienda, añadido, eliminación o eventualidad (eventos adversos, etc.) posterior a la fecha de aprobación debe ser reportado al CIEI-CIENTÍFICA.

La vigencia de la aprobación de este documento es de dieciocho (18) meses (**hasta el 28 de febrero del 2020**), periodo en el que puede desarrollarse el proyecto. Cualquier trámite para su renovación deberá ser enviado antes del término de la vigencia de este documento, debiendo suspenderse todo desarrollo hasta que la renovación sea aprobada.

Villa El Salvador, 29 de agosto de 2018




Méd. Fernando M. Runzer Colmenares
 Presidente
 Comité Institucional de Ética en Investigación

T // (51) 610 6400
 opción 3
www.cientifica.edu.pe

Campus
 Panamericana Sur
 km 19 - Lima 42

Copia de resolución de aprobación del proyecto de tesis:



**UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL SUR
RESOLUCIÓN DIRECTORAL DE CARRERA N° 032-DACCP-DAFCH-U.CIENTÍFICA-2019**

Lima, 28 de agosto de 2019

VISTO:

El informe de revisión independiente académica y la aprobación de un Comité de Ética del proyecto de tesis titulado: "Activismo digital en twitter ante casos de feminicidio: caso Eyvi Agreda", presentado por:

DAYSI NEREA VALVERDE YSUIZA

CONSIDERANDO:

- o Que, de acuerdo al Reglamento General de la Universidad Científica del Sur y los reglamentos de pregrado para obtener el título profesional en la Facultad de Ciencias Humanas, se debe desarrollar un trabajo de investigación;
- o Que, de acuerdo a la normativa vigente de la Universidad Científica del Sur, en uso de las atribuciones conferidas al Director Académico de Carrera.

SE RESUELVE:

- 1°. **APROBAR** e inscribir el proyecto de tesis titulado: "ACTIVISMO DIGITAL EN TWITTER ANTE CASOS DE FEMINICIDIO: CASO EYVI AGREDA", con N° de registro: 096-2018-PRE5, y establecer el inicio del periodo de ejecución del mencionado proyecto.
- 2°. **NOMBRAR** al Mg. Alex Morillo Sotomayor como asesor para el desarrollo de la tesis en cuestión.

Regístrese, comuníquese y archívese,


Mg. Raúl Castro Pérez
 Director Académico
 Carrera Comunicación y Publicidad