

Universidad de Lima
Facultad de Comunicación
Carrera de Comunicación



#EligeCreer: Campaña de comunicación contra el escepticismo juvenil a la democracia

Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título Profesional de Licenciado en
Comunicación

Brisa Marina Ocampo Montoya

Código 20183502

Xiomara Shantal Sotomayor Camiloaga

Código 20181838


Asesor

Rodolfo Alejandro Herrera Santamaría

Lima – Perú

Octubre, 2024





#EligeCreer: Campaña de comunicación contra el escepticismo juvenil hacia la democracia

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	
ABSTRACT	
1. PRESENTACIÓN	
1.1 Material 1: Video TikTok.....	
1.2 Material 2: Post carrusel.....	
2. ANTECEDENTES	
2.1 Diagnóstico.....	
2.1.1 Definición de la problemática y contexto.....	
2.1.2 Causas y consecuencias.....	
2.2 Público objetivo.....	
2.2.1 Segmentación.....	
2.2.2 Mentalidades respecto a la democracia.....	
2.2.3 Análisis de comportamientos.....	
2.3 Análisis de la organización.....	
2.3.1 Descripción.....	
2.3.2 Estrategias de comunicación.....	
2.4 Casos referenciales.....	
3. PROPUESTA DE COMUNICACIÓN	
3.1 Planteamiento de la propuesta.....	
3.2 Objetivos.....	
3.3 Mensaje clave.....	
3.4 Estrategia de contenidos.....	
3.5 Plan de medios.....	
3.6 Plan de evaluación.....	
4. FUNDAMENTACIÓN PROFESIONAL	
5. LECCIONES APRENDIDAS	
REFERENCIAS	
ANEXOS	

ÍNDICE DE FIGURAS

Anexo 1: Encuestas a público objetivo	
Anexo 2: Validación con especialista de REDES	
Anexo 3: Validación con público objetivo.....	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1 Comportamientos, actitudes y prácticas.....	
Tabla 1.2 Hallazgos CAP.....	
Tabla 3.1 Estrategia de contenidos.....	
Tabla 3.2 KPIs en redes sociales	

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Encuestas a público objetivo	
Anexo 2: Validación con especialista de REDES	
Anexo 3: Validación con público objetivo.....	

RESUMEN

El propósito del informe es desarrollar la campaña de comunicación **#EligeCreer** que busca enfrentar el escepticismo de los jóvenes hacia la democracia en Perú, centrándose en aquellos de entre 18 y 25 años de los niveles socioeconómicos B- y C. La estrategia de contenidos incluye piezas en redes sociales principalmente, como videos de Tik Tok y publicaciones carrusel. Las principales cualidades de la campaña son su enfoque en recuperar la confianza en la democracia, el uso de un concepto creativo novedoso, la inclusión de estadísticas, y la creación de contenido accesible y atractivo para los jóvenes. Ello con el objetivo de posicionar la democracia como un sistema esencial que permite que los mismos jóvenes tengan la posibilidad de incidir en los problemas sociales, económicos y políticos del país. Asimismo, a través de la campaña se busca afianzar el conocimiento de la importancia de la democracia como sistema político que, a pesar de no ser un sistema perfecto, funciona a través del involucramiento de todos los ciudadanos.

Palabras clave:

Democracia, Juventud, Campaña de comunicación digital, Redes Sociales, Participación Política

ABSTRACT

The purpose of the report is to develop the communication campaign **#EligeCreer**, which seeks to address the scepticism of young people towards democracy in Peru, focusing on those between 18 and 25 years old from socio-economic levels B- and C. The content strategy includes mainly social media pieces, such as video reels and carousel posts. The main qualities of the campaign are its focus on regaining trust in democracy, the use of a novel creative concept, the inclusion of statistics, and the creation of accessible and attractive content for young people with the aim of positioning democracy as an essential system that gives them the possibility to influence the social, economic and political problems of the country. The campaign also seeks to raise awareness of the importance of democracy as a political system that works through the involvement of all citizens, despite not being the perfect system.

Keywords:

Democracy, Youth participation, Digital Communication campaign, Social media, Political engagement

1. PRESENTACIÓN

El presente trabajo tiene como propósito enfrentar la problemática del escepticismo juvenil hacia la democracia en Perú, en jóvenes entre 18 y 25 años de los niveles socioeconómicos B y C de Lima Metropolitana. El proyecto se enfoca en una **campaña digital** que sensibiliza a los jóvenes sobre la importancia de tener un sistema democrático siguiendo los siguientes objetivos:

Primario:

- Persuadir a los jóvenes peruanos, de 18 a 25 años, del nivel socioeconómico B- y C en Lima Metropolitana, a confiar en que la democracia, aún siendo imperfecta, es un sistema esencial que les da la posibilidad de incidir en los problemas sociales, económicos y políticos del país.

Secundarios:

- Reforzar el conocimiento de la democracia como un sistema que funciona a través del involucramiento de todos los ciudadanos.
- Fomentar el desarrollo de un sentido de responsabilidad cívica entre los jóvenes, resaltando el poder que tienen para generar cambios.
- Impulsar la credibilidad y la confianza en la democracia como sistema político entre los jóvenes.

A continuación las piezas producidas:

1.1 Material #1: Video TiTok

Un video de Tik Tok de menos de 1 minuto de duración donde, a través de una situación de inseguridad cotidiana, y a través del concepto creativo de la democracia como una herramienta que no es magia, se desarrolla la idea que esta no es perfecta ni inmediata pero es la única herramienta que da el poder a las personas para influir en la toma de decisiones para su futuro. Este video es una de las piezas iniciales de la campaña siguiendo un estilo de comunicación juvenil, llamativo e incluso cómico, que busca

captar la atención del público objetivo. Sería compartido en Tik Tok, Instagram, Facebook y YouTube.

Ubicación:

https://drive.google.com/drive/folders/1a9_L8I0jwU3x6yfYv0sD3ktAHUDzOVub?usp=sharing

1.2 Material #2: Post carrusel

Publicación en formato carrusel donde se profundiza de manera más explicativa en el mensaje de la campaña, reforzando el contenido con cifras sobre la situación actual del país. El propósito es compartir información sobre la importancia de impulsar la democracia como sistema que habilita derechos y condiciones necesarias para generar cambios a futuro. Esta pieza además, busca impulsar la credibilidad en la democracia como sistema político entre los jóvenes y desarrollar en ellos un sentido de responsabilidad cívica. Esta pieza será compartida en Instagram y Facebook.

Ubicación:

https://drive.google.com/drive/folders/1xOinwvF42X6tdS06zX2kmVUgD0SGHYeE?usp=drive_link

2. ANTECEDENTES

2.1 Diagnóstico

2.1.1 Definición de la problemática y contexto

La democracia es entendida como “la libre expresión de la voluntad del pueblo para decidir su propio sistema político, económico y social; así como su plena participación en todos los aspectos de la vida” (ONU, 1948). En las últimas décadas, este modelo - pese a ser uno de los sistemas políticos más valorados y promovidos en todo el mundo - ha comenzado a mostrar signos de debilidad al generar desconfianza y escepticismo en la población, especialmente en los más jóvenes. A nivel global, una encuesta mundial anual de Open Society Foundation (2023), concluye que los jóvenes de la Generación Z y Millennials, son los que menos fe tienen en la democracia de todos los otros grupos de edad. El 86% de los encuestados de todas las edades prefiere vivir bajo la democracia, pero el 35% de encuestados entre 18 y 35 años de edad cree que tener un líder fuerte que no se moleste en realizar elecciones o consultar a las legislaturas es una buena forma de gobierno. Y 42% de los jóvenes considera que un régimen militar es también una buena vía para gobernar un país.

De acuerdo a la encuesta global WVS Wave 7 (2022), en las democracias de América Latina, África y el sur de Europa, hay una decepción en los jóvenes sobre el desempeño de la democracia debido a la falta de acceso a educación de calidad y la escasez de empleo y oportunidades.

Una encuesta global de la ONU (2024) a personas menores de 30 años, descubrió que los jóvenes tienen la percepción de que no son escuchados por los políticos y se sienten excluidos de la escena política, ya que en muchos países hay restricciones de edad para que puedan ejercer cargos públicos teniendo ya la edad legal. Aquello puede influir en su percepción sobre la democracia, ya que observan que no se dan las condiciones para su participación digna en la política, a pesar de que este modelo abogue por el ejercicio político igualitario.

América Latina tuvo un largo proceso de independencia y luchó por las repúblicas, en favor de la democracia por años. Sin embargo, al día de hoy, Nicaragua y Venezuela viven dictaduras, mientras que Haití y Honduras son regímenes considerados híbridos. Muchos jóvenes emigran de sus países buscando nuevas oportunidades en países aledaños, lo cual genera un clima de tensión respecto a la visión política de las juventudes de la región. Sin embargo, a pesar de que América Latina está sufriendo un deterioro democrático y muchos países, como el Perú, sufren crisis continuas de institucionalidad y corrupción, se han observado protestas en los últimos años en Chile, Colombia, Venezuela, Perú, Argentina, etc., lo cual es un “síntoma de descontento y de desafección respecto de las instituciones de representación política y al mismo tiempo es un signo de que existe una ciudadanía activa y preocupada por sus intereses y los de su país” (IDEA, 2021).

A pesar de esto, las manifestaciones han cesado, como en Colombia y Perú, por violencia policial. Debido a ello, a las continuas olas de crisis políticas y presiones socioeconómicas, muchos jóvenes pueden perder la fe en la democracia como un modelo que vaya a mejorar su país.

En la misma encuesta mencionada anteriormente, el Open Society Barometer (2023), el 47% de jóvenes mexicanos, el 39% de colombianos, el 35% de argentinos y el 21% de jóvenes brasileños, prefieren ser gobernados por un líder que prescindiera de las elecciones y el parlamento. Este rechazo parece estar impulsado por la percepción de que la democracia ha sido ineficaz para resolver problemas estructurales como la corrupción, la desigualdad y la falta de oportunidades.

Muchos jóvenes en América Latina desconfían de la capacidad de la democracia para abordar los grandes retos de la sociedad, como la pobreza, la desigualdad, el cambio climático, las disrupciones tecnológicas, la seguridad y la corrupción (Mas de Xaxás, 2023). Además, existe un creciente temor de que la violencia política pueda intensificarse en las calles de sus ciudades en el próximo año. Los desafíos socioeconómicos que enfrentan son abrumadores, y perciben que sus líderes no están preparados para resolverlos de manera efectiva. Más del 60% de estos jóvenes cree que las leyes no les garantizan seguridad personal, mientras que uno de cada tres opina que sus representantes no actúan en favor del bien común.

A nivel nacional, el apoyo de los jóvenes peruanos a la democracia se ha reducido considerablemente. De acuerdo a la encuesta, el Barómetro de las Américas, citado por el estudio Bicentenario: Democracia y Juventud (Campos, 2020), el porcentaje de peruanos que consideran la democracia como el mejor sistema de gobierno ha caído desde un 60% en 2012 a solo el 53% en 2017, ubicando a Perú entre los países con menor respaldo democrático en la región.

2.1.2 Causas y consecuencias

La problemática identificada se origina a partir de las siguientes **causas**:

A. Desigualdad socioeconómica

El World Inequality Database (2023) identifica al Perú como la cuarta economía más desigual del mundo. La desigualdad socioeconómica es uno de los principales factores de la desconfianza; generando tensiones en las democracias donde las personas de NSE bajos acceden a peores condiciones de vida y, por tanto, presentan mayor oposición con el sistema (Flores, 2023). Esto aumenta el descontento especialmente en los jóvenes, quienes se enfrentan a un sistema que no responde a sus necesidades y no les otorga las condiciones necesarias para mejorar su calidad de vida. De acuerdo a la encuesta realizada por el IEP (2020) existe una percepción generalizada de desigualdad en el Perú, donde el 72% de la población considera muy grave la inequidad entre ricos y pobres. En promedio el 34% de peruanos señala que sus ingresos no son suficientes, cifra que crece a 70% en áreas rurales y fuera de Lima y a 90% en personas pertenecientes a los niveles socioeconómicos D y E (IEP, 2024).

B. Corrupción

La corrupción debilita la confianza en las instituciones y limita el desarrollo social, poniendo en riesgo pilares fundamentales de la democracia (Buleje, 2023). Su presencia resulta un indicador de la no efectividad del sistema, generando una percepción de que las políticas públicas actuales no son suficientes (Aguilar, 2016; Buleje, 2023). Esto se relaciona además con la memoria colectiva, pues los ciudadanos jóvenes valoran no solo los hechos actuales sino también los antecedentes de corrupción en las instituciones y políticos (Rothstein, 2000). Existe una percepción generalizada de que las autoridades e

instituciones están interesados en sus propios beneficios por encima del bienestar de la sociedad, lo cual disminuye la confianza en la democracia. En Perú, esta percepción va en aumento pasando de 23,8% en 2010 al 52,3% en 2023 (Observatorio CEPLAN, 2024), donde el 53% de peruanos estima que continuará aumentando en los próximos 5 años (Proética, 2024). Además, más del 70% no confía en instituciones como la Procuraduría Anticorrupción o la Comisión de Alto Nivel Anticorrupción (INEI, 2020).

C. Ineficiencia gubernamental

La ineficiencia gubernamental es entendida como “la incapacidad o deficiencia en el sistema de gobierno de un país para ejercer una gestión eficiente, transparente y responsable” (Observatorio CEPLAN, 2023). En los últimos 40 años la inversión pública ha aumentado en un 50% en promedio a nivel mundial, mientras que en América Latina solo avanzó un 5% (BID, 2018). Ante una inversión pública insuficiente, la población percibe incapacidad en el sistema viendo a la democracia como lenta y poco efectiva. Asimismo, esta ineficiencia se traduce en una baja calidad de servicios públicos, lo que origina mayor descontento y desconfianza en el gobierno (Morales, Bustos y Silva, 2017). En un contexto de cambio cultural y de mentalidades, donde poblaciones jóvenes destacan por su preocupación en cuestiones como la calidad educativa, derechos humanos, igualdad de género, cambio climático, salud mental o justicia social; la ineficiente respuesta del estado genera que otros tipos de liderazgo más autoritarios ganen popularidad (Malamud y Nuñez, 2021; UNICEF, 2023). Algunos de los factores que generan esta inefectividad se ven relacionados a la falta de personal capacitado, sistemas de gestión inadecuados y presupuestos insuficientes, lo cual disminuye la capacidad del estado de atender efectivamente las necesidades de la sociedad (Observatorio CEPLAN, 2023). Es así que, la incapacidad del gobierno para dar respuesta a problemáticas importantes representa un catalizador de la desconfianza en la población; y a su vez la presencia de desconfianza limita la efectividad de las instituciones (Newton y Norris, 1999).

D. Crisis de representatividad

La crisis de representatividad se refiere a “la falta de conexión y representación efectiva entre los líderes políticos y la ciudadanía, que resulta en una pérdida de confianza,

legitimidad y participación en el sistema político” (Observatorio CEPAL, 2023). Esta se distingue por generar distancia entre el gobierno y las demandas de la población, lo cual genera pérdida de legitimidad, desinterés en política y finalmente desconfianza en la democracia (Observatorio CEPAL, 2023; Portugal, 2016). El 80% de los jóvenes no se siente identificado ni escuchado por las autoridades políticas, lo cual resulta también en la pérdida de interés en ejercer su ciudadanía como actor social (Fundación Areces, 2023). Asimismo, esta crisis se ve impulsada por el avance de la tecnología de la información que permite mayores flujos de comunicación para que la población pueda expresar sus demandas al gobierno y poner en evidencia la brecha existente entre las acciones del estado y las necesidades no atendidas (Observatorio CEPAL, 2023).

E. Desinformación

La desinformación es otro de los factores que pone en riesgo la confianza en las instituciones y amenaza la democracia, pues la difusión de información no certera o que busca polarizar opiniones puede generar una percepción pública errada o distorsionada de la democracia (Waisbord, 2021). De esta manera, ante una sociedad donde los jóvenes están cada vez más conectados en diversos medios y donde abunda la desinformación, se hace más complejo el proceso de tomar decisiones y ejercer ciudadanía. La desinformación cobra mayor relevancia en periodos electorales o momentos clave para la política de un país, más aún en América Latina donde es muy común que se presenten campañas con narrativas que promueven la polarización y la desconfianza hacia cierto partido político o ideología (Guevara, 2023). De acuerdo a la Cumbre Global sobre Desinformación 2023, la desinformación toma protagonismo en temas que resultan controversiales o sensibles para la sociedad (López, 2023). Asimismo, un factor relacionado es la presencia de sesgos en los medios de comunicación tradicionales. En Perú esto se origina por factores como la concentración de propiedad, intereses económicos y alianzas políticas; lo cual resulta en narrativas alineadas a ciertos intereses y limita el acceso a información objetiva de la realidad nacional; lo cual a su vez pone en riesgo la legitimidad y confianza en la democracia (García-Sayan, 2021).

La presencia de estos factores agrava la desconfianza en la democracia como sistema de gobierno, lo cual a su vez desencadena en una serie de **consecuencias** que se presentan a continuación:

A. Baja participación y ejercicio de ciudadanía

La desconfianza en la democracia genera escepticismo y desinterés en la política lo cual se evidencia en consecuencias como la baja participación ciudadana. En Perú la mayoría se define como apolíticos y solo el 5.79% de jóvenes entre 15 y 29 años participa en alguna organización o asociación civil (SENAJU, 2022; Montero, 2022) y el índice de participación ciudadana en el país se encuentra por debajo del promedio latinoamericano según un estudio de The Economist (RPP, 2022). En las últimas elecciones presidenciales el ausentismo electoral llegó al 30% en la primera vuelta, llegando a los niveles más bajos de participación en las últimas dos décadas (Observatorio CEPLAN, 2023).

Sin embargo, existe una gran oportunidad de generar un cambio de comportamiento para fomentar mayor participación en las generaciones más jóvenes, puesto que el 68% de jóvenes en Perú señala que tiene cierto interés en política y un tercio de ellos son voluntarios o abogan por diversas iniciativas sociales (PNUD, 2022).

B. Debilitamiento de las instituciones democráticas

Otra consecuencia directamente relacionada a la creciente desconfianza es el debilitamiento del sistema democrático y sus instituciones. El Bertelsmann Transformation Index (2024) - que evalúa la calidad de la democracia y la gobernanza a nivel global - clasifica a Perú como una democracia "altamente defectuosa" señalando que "los derechos y las instituciones políticas se han debilitado y la democracia está en camino a ser socavada". Es evidente la constante crisis política que atraviesa en el país, donde la corrupción y polarización han conllevado a instituciones que carecen de legitimidad y respaldo ciudadano (Benites y Valverde, 2023). Ante este debilitamiento se presentan mecanismos de respuesta extrema por parte del estado que representan un retroceso en la democracia. Esto se evidencia en la inestabilidad política pues en los últimos 6 años el país ha tenido seis presidentes, ocho intentos de vacancia presidencial, un golpe de Estado, una disolución del Congreso, diversos casos de re represión violenta ante protestas sociales y violación de derechos humanos, y un notable aumento de candidatos con posturas radicales (Benites y Valverde, 2023; Barrenechea y Vergara, 2023; Melgar, 2024).

C. Fragmentación social y política

La desconfianza en el sistema y debilidad de los partidos políticos ha llevado a una crisis de gobernabilidad en Perú, con muchos partidos políticos y candidatos poco representativos en un sistema inestable. Ejemplo de ello es el hecho de que en las últimas elecciones presidenciales han llegado a segunda vuelta candidatos que no han superado el 20% de los votos en la primera etapa (Ortiz, 2024). En línea con ello, la inestabilidad política ha provocado que los últimos presidentes no logren concluir sus mandatos, situación que genera un impacto negativo en el desarrollo del país afectando tanto la gobernabilidad como el avance económico y social pues esta crisis dificulta el avance de proyectos a largo plazo (Ortiz, 2024). Una evidencia de la fragmentación social y política que atraviesa el país es el notable aumento de las protestas por parte de la población. Ante esto, el gobierno decidió aumentar el presupuesto destinado a la disminución de la incidencia de los conflictos, protestas y movilizaciones sociales violentas a 635.1 millones de soles para el 2024, 36.91 % más que el año anterior (Silva, 2024). Asimismo, la fragmentación socioeconómica latente es producto de la desconfianza que genera la desigualdad, que últimamente termina produciendo una mayor oposición al sistema político vigente (Flores, 2023).

D. Fuga de talentos

Se presenta la tendencia de que cada vez más profesionales capacitados deciden emigrar en busca de mejores oportunidades laborales y de condiciones de vida en el extranjero, siendo una consecuencia de la inestabilidad política y social que enfrenta el país y la desconfianza en el actual sistema (Vinatea & Toyama, 2024; Forbes, 2023). Asimismo, el 42% de peruanos tiene intenciones de mudarse a otro país en los próximos tres años y la cifra aumenta a 60% en jóvenes de 18 a 24 años (IPE, 2024). Esta situación representa un riesgo para el desarrollo económico del país urgente de atender, pues la fuga de talento calificado representa una menor productividad y producción para el país (Forbes, 2023; Trigoso, 2024).

E. Apoyo a modelo populistas o autoritarios

Se presenta una tendencia general en América Latina donde surgen nuevas formas de liderazgo basado en populismo y donde los gobiernos autoritarios van ganando protagonismo ante la desconfianza en la democracia (Flores, 2023). En ese contexto el populismo se basa en un “discurso anti-sistema” donde se pretende “devolver el poder al pueblo”; sin embargo esto puede llevar a la formación de gobiernos autoritarios en contra de derechos individuales (Flores, 2023). Asimismo, diversos investigadores coinciden en que la baja confianza en la política democrática y el populismo se refuerzan, siendo ambas causa y consecuencia una de la otra.

2.2 Público objetivo

2.2.1 Segmentación

Como público objetivo se seleccionó a jóvenes universitarios entre 18 y 25 años, hombres y/o mujeres, del nivel socioeconómico B- y C en Lima Metropolitana, que estén cursando los primeros ciclos de universidad.

En América Latina, los jóvenes de hoy en día se encuentran, en su mayoría, inmersos en el entorno digital, donde las redes sociales juegan un rol fundamental en la forma en que perciben la realidad y por ende, la política. La política los alcanza por medio de noticias formales en sus dispositivos, pero principalmente se manifiesta en comentarios, reacciones y debates en línea. Por el mismo algoritmo de las redes sociales y el tipo de interacción, se tiende a generar en los jóvenes una visión polarizada y encapsulada de la agenda política (Solano et al, 2022). Por ejemplo, Twitter es una de las plataformas más politizadas de la red, consiguiendo en los jóvenes que la política sea percibida como divisiva. Adicionalmente a la información compartida en redes sociales por medios de comunicación digitales, los jóvenes también reciben información de influencers o personajes, que median opiniones políticas o comparten información al respecto (Solano et al, 2022).

Algunos de los medios de comunicación juveniles en redes sociales son:

- Wayka: Medio digital independiente peruano que se enfoca en derechos humanos, justicia social y medio ambiente. Destaca por su periodismo de investigación y denuncia de casos de corrupción y abusos de poder, además de dar voz a comunidades marginadas.
- Dilo Fuerte: es una plataforma digital que empodera a los jóvenes, enfocándose en temas sociales, políticos y culturales. A través de contenido educativo y atractivo en redes sociales, promueve la participación juvenil y el debate sobre problemas actuales, como derechos humanos y democracia.
- Ahora Ya lo Sabes: plataforma digital con una identidad visual y comunicativa muy juvenil, que se enfoca en compartir información relevante internacional.
- Actua.pe: Medio digital que sigue un estilo minimalista y que emplea el humor para compartir noticias de actualidad en el país y expresar una crítica política. Dentro de las estrategias de contenido, utilizan memes y caricaturas.

2.2.2 Mentalidades respecto a la democracia

El 68% de jóvenes en Perú señala que tiene cierto interés en la política y un tercio de ellos son voluntarios o abogan por diversas iniciativas sociales (PNUD Perú, 2022). Ello se evidencia en las protestas que enfrentó Manuel Merino en 2020. Los jóvenes universitarios peruanos de la llamada "Generación del Bicentenario" salieron masivamente a las calles en defensa de sus derechos y de un sistema político que percibían cada vez más corrupto y alejado de la ciudadanía. Las redes sociales fueron su principal herramienta de organización y difusión, donde no solo convocaron a marchas, sino que también visibilizaron abusos policiales y amplificaron su voz a nivel nacional e internacional. Para esta generación, las protestas no solo fueron un acto de resistencia política, sino una reafirmación de su rol como ciudadanos comprometidos, exigiendo transparencia, justicia y un gobierno que respete la voluntad popular (RPP, 2020).

Asimismo, la Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM) enfrentó una crisis interna debido a la toma de sus instalaciones por parte de los estudiantes, quienes denuncian serias irregularidades en las elecciones internas, este octubre del 2024. Los alumnos bloquearon las puertas del campus como protesta, un día antes de las elecciones, debido a la falta de transparencia en el proceso electoral de la universidad y exigen

recuperar la autonomía gremial, así como la dimisión de la rectora Jerí Ramón, a la que acusan de controlar el Comité Electoral para mantenerse en el poder. Ello ha generado rechazo entre los estudiantes, quienes consideran que se está violando la democracia interna de la universidad (Calderón, 2024).

Por otro lado, este año se desarrollaron una serie de protestas juveniles, de acuerdo a Paucar (2024):

- Los estudiantes de la Universidad Nacional de Huancavelica salieron a las calles para manifestarse en defensa de la educación pública, exigiendo mejoras en las facultades de Ingeniería de Minas, Civil, Ambiental e Ingeniería Electrónica y expresaron su rechazo al gobierno debido a las víctimas que resultaron de las protestas.
- En La Merced, Junín, los estudiantes de la Universidad Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa llevaron a cabo una huelga y marchas, demandando la renuncia de la Comisión Organizadora y una mesa de diálogo con el Ministerio de Educación.
- Estudiantes de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos y de la PUCP organizaron acampadas en sus campus para mostrar su solidaridad con Palestina y exigir el cese del fuego.
- Además, los jóvenes de la Coalición Ciudadana, que agrupa a más de 300 organizaciones, han lanzado una campaña contra la intención del Congreso de disolver la Junta Nacional de Justicia (JNJ). A través de videos en redes sociales, argumentan a favor de la JNJ, en contra de Patricia Benavides y el Congreso.

De acuerdo al Proyecto Bicentenario (2020), estos jóvenes están marcados por una conexión emocional fuerte con su entorno cercano y por un sentido de libertad y sociabilidad que impulsa sus acciones. Sin embargo, pese a su desconfianza hacia las instituciones, mantienen la esperanza de un cambio si existe un objetivo común. Mientras que, de acuerdo a la politóloga Omayra Peña, citada por Paucar (2024), el interés juvenil en política no se diferencia significativamente del de otros grupos etarios, pero se manifiesta de manera no institucionalizada, lo que refleja una desconfianza en las instituciones y partidos políticos. Esto se evidencia en la participación activa de jóvenes en protestas.

El contexto político y social actual ha llevado a los jóvenes a expresar sus demandas en espacios alternativos, aunque carezcan de una organización sólida. Esto sugiere que, si bien pueden no estar involucrados en la política tradicional, los jóvenes peruanos están comprometidos con los problemas sociales y políticos que les afectan (Paucar, 2024).

Ahora muchos jóvenes leen noticias políticas e interactúan políticamente en redes sociales. Ello se evidencia en el aumento de los políticos peruanos en redes sociales, ya que al intentar alcanzar a un público joven, los actores políticos amplían su presencia en diversas plataformas, de las cuales Tik Tok se ha vuelto una herramienta clave (Montúfar et al, 2021). Incluso, se están observando los llamados movimientos prodemocráticos, impulsados por las nuevas generaciones, que están aprovechando las herramientas tecnológicas para promover la democracia y generar conciencia sobre su importancia en todo el mundo. Estos movimientos se dan en redes sociales, utilizando la tecnología y la comunicación para difundir y reforzar valores democráticos a escala global (Flores, 2023).

Según un colaborador anónimo de REDES (2024) (Anexo 2), los jóvenes valoran recibir información basada en datos objetivos y presentada en un tono informativo, evitando la sensación de que se les intenta imponer una postura. Asimismo, más allá de la plataforma utilizada, la clave es que la comunicación se sienta como una conversación entre jóvenes, en lugar de algo rígidamente estructurado. Además, señala que “uno de los principales retos es la constante presencia de temas como la corrupción y la desconfianza en las autoridades, lo que refuerza la necesidad de una estrategia de comunicación que destaque la acción individual de los jóvenes como una vía efectiva para generar cambios”.

Sin embargo, aunque la mayoría de los jóvenes defiende la democracia como un valor importante, muchos de estos jóvenes perciben a los líderes como corruptos, distantes y poco receptivos a su participación activa. De acuerdo al Barómetro de Américas (IEP, 2024), son los jóvenes quienes muestran mayor tolerancia hacia la idea de un golpe militar en situaciones de crisis, con el 59% de los encuestados entre 18 y 25 años justificando esta medida en casos de alta delincuencia o corrupción. Este declive en la confianza está relacionado con la insatisfacción generalizada debido a la corrupción, la desigualdad y la baja calidad de los servicios públicos, además de una frustración con las

instituciones democráticas y una falta de fe en su capacidad para mejorar las condiciones de vida.

2.2.3 Análisis de comportamientos

Se realizó una encuesta virtual que consta de 12 preguntas a una muestra de 25 jóvenes que forman parte de nuestro público objetivo. A partir de las respuestas al formulario (Anexo 1), así como de la revisión de investigaciones previas, logramos validar la pertinencia de la problemática e identificar los comportamientos del público objetivo con respecto al tema del escepticismo hacia la democracia. En base a los hallazgos y comentarios recibidos, logramos identificar los siguientes conocimientos, actitudes y prácticas en el público objetivo:

Tabla 1.1 - Conocimientos, actitudes y prácticas

Conocimientos	Actitudes	Prácticas
La democracia es un sistema político que aboga por la igualdad de derechos y la participación (Encuesta 1).	La democracia no funciona, las autoridades no solucionan los problemas que afectan a mi familia, amigos y a la sociedad de hoy	Trato de mantenerme informado/a de la política en el país, pero pienso que para que haya un cambio real el sistema debe cambiar.
	La democracia no atiende los problemas urgentes que tenemos, no da una solución real y rápida como es necesario.	
En una democracia se permite la opinión y la participación política de los ciudadanos, pero eso no siempre es así (Encuesta 1).	La democracia no funciona porque no puede solucionar problemas relevantes como la pobreza, desigualdad, crisis climática, seguridad y corrupción (Open Society Foundations, 2023).	Quisiera participar en protestas y manifestaciones en las calles, pero temo a la represión y violencia política (Open Society Foundations, 2023).
Es mejor que un solo partido político tenga mayoría para que las decisiones se tomen de	Las autoridades, además de ser corruptas, son incapaces de dar respuestas efectivas ante los problemas de la	

manera más rápida (Salcedo, 2024).	población (Open Society Foundations, 2023).	
	Las leyes no sirven, no garantizan la seguridad personal (Open Society Foundations, 2023).	
	Las autoridades trabajan por interés personal, no por el bien común (Open Society Foundations, 2023).	

A partir de ello, identificamos el siguiente análisis de comportamientos:

Tabla 1.2 - Hallazgos CAP

Grupo Social	Problemática	Comportamientos identificados	Instrumentos utilizados
Jóvenes universitarios de 18 a 24 años, hombres y mujeres, pertenecientes al NSE B- y C.	Disminución del apoyo a la democracia como modelo político y económico en Perú.	Definen correctamente el concepto de democracia	Formulario online
		Identifican las consecuencias de un sistema antidemocrático	Formulario online
		No identifican con claridad la importancia de la democracia	Formulario online Revisión de fuentes secundarias
		Desinterés y baja participación en política local	Formulario online Revisión de fuentes secundarias
		Rechazo y no aceptación a las autoridades	Formulario online Revisión de fuentes secundarias
		Resignación a que el sistema/el país	Formulario online Revisión de fuentes

		no puede cambiar	secundarias
--	--	------------------	-------------

El análisis CAP de los jóvenes universitarios revela una comprensión clara del concepto de democracia, pero su actitud está marcada por una profunda desconfianza hacia las instituciones democráticas, ya que las perciben incapaces de solucionar problemas urgentes como la pobreza, la corrupción y la seguridad. Según la **perspectiva ecológica** del comportamiento, las actitudes de los jóvenes están influenciadas por factores individuales, sociales y contextuales, lo que refleja que, aunque tengan conocimiento sobre la democracia, su entorno sociopolítico los lleva a una resignación y falta de participación (Cambio Comportamental, 2020). Aunque los jóvenes desean involucrarse, el temor a la represión y la percepción de ineficacia del sistema refuerzan las barreras que limitan su participación política.

2.3 Análisis de la organización

2.3.1 Descripción

La organización elegida para la presente propuesta de comunicación es la **Red de Estudios para el Desarrollo (REDES)**, una organización dedicada a la investigación y el análisis en el campo del desarrollo económico y social. Su propósito es “servir de puente entre los actores clave para las políticas públicas y el desarrollo social del Perú” (REDES, s.f). REDES busca generar conocimiento relevante y basado en evidencia para informar y mejorar las políticas y prácticas relacionadas con el desarrollo del Perú. Para lograrlo generan soluciones que atiendan desafíos actuales y futuros del país a través de investigación, diálogo, incidencia pública, capacitación y construcción de ciudadanía. Cuentan con un equipo multidisciplinario con áreas especializadas en temas relacionados al desarrollo social, instituciones y gobernanza, y macroeconomía. La estrategia de comunicación que se propone en el siguiente informe será desarrollada específicamente con el **área de Gobernabilidad**, y en coordinación con el **área de Marca** al incluir acciones de comunicación digital.

2.4.2 Medios y estrategias de comunicación

REDES combina estrategias de comunicación en canales digitales y tradicionales para promover sus investigaciones, difundir información relevante y transmitir mensajes que fortalezcan el ejercicio de la democracia y ciudadanía por parte de su público objetivo. A través de sus canales de comunicación, busca conectar a la ciudadanía con debates públicos relevantes y soluciones basadas en evidencia. Asimismo, sus comunicaciones siguen un enfoque centrado en traducir investigaciones complejas en contenido accesible para la audiencia juvenil. REDES utiliza un tono de comunicación claro, objetivo y centrado en la divulgación de cifras como evidencia que respalde la información que comparten. Sigue un estilo profesional pero que se siente cercano e informal.

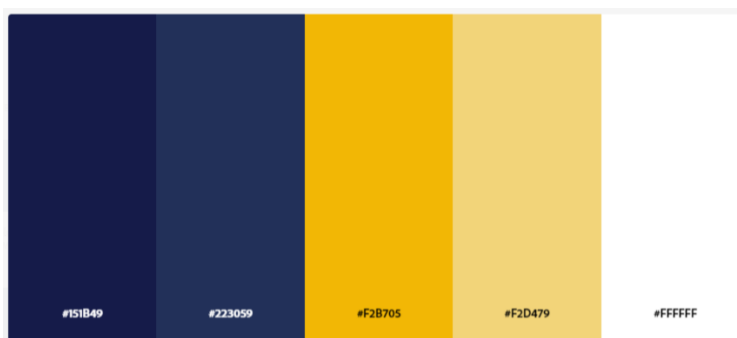
Como parte de su ecosistema de medios se encuentran:

- **Página web.** Canal donde comparten información general de la organización. Además, cuentan con secciones que brindan acceso a información pública relevante en temas relacionados a política, macroeconomía y desarrollo social: publicaciones con resultados de investigaciones realizadas por REDES, noticias con información de interés de la opinión pública, calendario de eventos, y columnas de opinión. Sin embargo, estas secciones son actualizadas con menor frecuencia e incluso algunas no tienen contenido nuevo desde el año 2021.
- **Instagram.** Principal canal de comunicación donde cuentan con 60,200 seguidores y con una alta frecuencia de publicación, realizando entre 7 y 10 publicaciones a la semana. Sus comunicaciones se caracterizan por seguir un estilo informativo basado en evidencia, con tono informal y cercano a su público objetivo. Dentro de su contenido realizan publicaciones, reels y transmisiones en vivo. Utilizan recursos como infografías y publicaciones que buscan fomentar la interacción.
- **TikTok.** Canal de comunicación donde cuentan con 53,300 seguidores y 531,200 likes. Tienen una frecuencia de publicación media, con hasta 3 publicaciones a la semana. Sus comunicaciones se caracterizan por seguir un estilo informativo con videos donde jóvenes parte del público objetivo explican los temas, conceptos y comparten cifras en un lenguaje sencillo y cercano. Su contenido en esta plataforma se caracteriza por ser ágil, dinámico, seguir *trends* y usar transiciones.

- Facebook. Canal de comunicación donde cuentan con 90,000 seguidores. Siguen el mismo estilo, tono y frecuencia de comunicación que en Instagram, replicando los mismos contenidos en ambas redes sociales. Una característica diferencial de esta plataforma es que permite compartir enlaces como parte del copy, por lo que muchas las publicaciones van acompañadas de enlaces a la página web de REDES, de sus aliados o de publicaciones de investigaciones.
- LinkedIn. Canal de comunicación donde cuentan con 14,000 seguidores. En esta plataforma comparten resultados de investigaciones, eventos relevantes y noticias institucionales. Siguen un estilo y tono de comunicación más profesional y serio, manteniendo contenidos similares a los que comparten en otras redes sociales. Un contenido diferencial que se comparte en esta plataforma son noticias respecto a organizaciones aliadas de REDES y columnas de opinión en medios tradicionales.
- YouTube. Canal de comunicación donde cuentan con 8,000 suscriptores. En esta plataforma comparten videos institucionales, grabaciones de transmisiones en vivo en redes sociales y grabaciones de la participación de representantes de REDES en medios tradicionales como en programas de televisión.

Como parte de su identidad visual, sus gráficas siguen un estilo limpio y profesional pero que utiliza iconos e ilustraciones animadas. Los **colores** predominantes son el azul, el amarillo y blanco, pero complementan sus piezas en redes sociales con tonos más encendidos. Las tipografías son sencillas y legibles, enfocándose en transmitir el mensaje de manera directa. Además, las piezas gráficas tienden a usar elementos visuales minimalistas, priorizando la claridad por encima de la saturación, lo que permite que los mensajes clave sean los protagonistas. A continuación su paleta de colores:

Figura 2.1 - Colores principales



2.5 Casos referenciales

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (n.d.). **Redpública:**

Participación ciudadana por el Perú que queremos. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. <https://www.undp.org/es/peru/publications/redp%C3%BAblica-participaci%C3%B3n-ciudadana-por-el-per%C3%BA-que-queremos>

United Nations Information Service. (n.d.). **Be Seen, Be Heard: Campaign to amplify youth voices in public life.** United Nations.

<https://unis.unvienna.org/unis/en/campaigns/be-seen-be-heard.html>

Organización de Estados Iberoamericanos. (2023). **Llega "Un futuro para lo que importa", una campaña de la OEI para concienciar sobre los riesgos de la desafección democrática en Iberoamérica.** Organización de Estados Iberoamericanos. <https://oei.int/oficinas/secretaria-general/noticias/llega-un-futuro-para-lo-que-importa-una-campana-de-la-oei-para-concienciar-sobre-los-riesgos-de-la-desafeccion-democratica-en-iberoamerica>

Instituto de Estudios Peruanos. (2023). **IX Ronda del Barómetro de las Américas en Perú.** Instituto de Estudios Peruanos. <https://iep.org.pe/noticias/2023-ix-ronda-del-barometro-de-las-americas-en-peru-dossier>

3. PROPUESTA DE COMUNICACIÓN

3.1 Planteamiento de la propuesta

La presente propuesta busca abordar la problemática del escepticismo de los jóvenes hacia la democracia a través de una campaña de comunicación a realizarse principalmente en medios digitales. La campaña buscará abordar el cambio de comportamiento en el nivel **actitudinal**, para lo cual tomará la siguiente barrera identificada en el diagnóstico: “La democracia no funciona, las autoridades no solucionan los problemas que afectan a mi familia, amigos y a la sociedad de hoy.”

3.2 Objetivos

Se plantean los siguientes objetivos:

Primario:

- Persuadir a los jóvenes peruanos, de 18 a 25 años, del nivel socioeconómico B- y C en Lima Metropolitana, a confiar en que la democracia, aún siendo imperfecta, es un sistema esencial que les da la posibilidad de incidir en los problemas sociales, económicos y políticos del país.

Secundarios:

- Reforzar el conocimiento de la democracia como un sistema que funciona a través del involucramiento de todos los ciudadanos.
- Fomentar el desarrollo de un sentido de responsabilidad cívica entre los jóvenes, resaltando el poder que tienen para generar cambios.
- Impulsar la credibilidad y la confianza en la democracia como sistema político entre los jóvenes.

3.3 Mensaje clave

A partir de los objetivos establecidos previamente se plantea un mensaje que incluya contenido que apela principalmente al cambio actitudinal respecto al escepticismo hacia la democracia como un sistema que no funciona y no genera cambios visibles para los

jóvenes. Pero también contenido conceptual como una manera de recordar la importancia de la democracia como sistema que otorga la posibilidad al ciudadano de incidir en las problemáticas sociales. Este mensaje será incluido como parte integral de la campaña con un *call to action* presente en todas las piezas, resaltando algunos de los contenidos en momentos estratégicos y de acuerdo a las piezas y plataformas a utilizar.

A continuación el mensaje:

Sabemos que la democracia no es perfecta: a veces parece que no funciona. Pero la democracia no se trata de los líderes de ahora, sino de poder exigir los cambios que necesitamos para construir un mejor futuro.

*Y eso no se logra con un solo truco. La democracia no es una **varita mágica**, es la única herramienta que pone el poder en nuestras manos.*

Y aunque la magia no sea real, el cambio sí puede serlo.

#EligeCreer en la democracia.

El concepto creativo se basa en que la democracia no es magia, metáfora que se utiliza para ilustrar que el cambio que se anhela no es un proceso inmediato, sino uno que requiere la participación y una mejora continua. Se juega con la idea de que muchas personas, especialmente los jóvenes, pueden sentir que la democracia debería ser una solución instantánea y perfecta para los problemas que enfrentan, pero se les recuerda que la democracia no funciona de manera mágica o automática. Al mismo tiempo, la "varita mágica" simboliza una expectativa de soluciones rápidas, mientras que el mensaje subraya que el verdadero cambio, aunque no inmediato, es posible y depende de la participación activa de los ciudadanos.

El contraste entre la magia y la democracia permite abordar el escepticismo juvenil, ya que se reconoce que la democracia es imperfecta, pero se enfatiza que es la única herramienta efectiva que pone el poder en manos de las personas para generar el cambio real y sostenible que desean.

El call to action **#EligeCreer** refuerza esta idea, invitando a los jóvenes a tener fe en la democracia como un sistema que, aunque no resuelve todo de inmediato, sí puede hacerlo

cuando se utiliza con participación consciente y constante. Es un concepto que busca romper la pasividad y resignación, alentando a los jóvenes a tomar acción.

3.4 Estrategia de contenidos

Como parte de la estrategia de contenidos proponemos la realización de una serie de piezas de comunicación que serán publicadas en las diferentes plataformas digitales de REDES. Estos contenidos serán publicados de manera orgánica y además contarán con pauta de acuerdo a la segmentación del PO.

A continuación, los contenidos que se plantean como parte de la campaña digital:

Tabla 3.1 - Estrategia de contenidos

Tipo de pieza	Contenido	Canales
Video preguntas y respuestas en universidad	<p>Una entrevistadora, disfrazada de mago, realiza la pregunta: ¿Si pudieras pedir un deseo para que el país mejore, cuál sería?.</p> <p>El propósito es captar la atención de la audiencia con deseos con los cuales se sientan identificados y abrir la conversación a si es posible convertir esos deseos en realidad. Esta pieza cerraría con un mensaje que alude a que los jóvenes son parte de una realidad compartida, reforzando la idea de que estas experiencias no deben ser ignoradas para poder generar los cambios que desean.</p>	<p>TikTok Instagram Facebook YouTube</p>
Activación + Video	<p>Se realizará una activación en una universidad en Lima donde se utilizará la figura de un mago para ilustrar las ilusiones que existen alrededor de la democracia a través de la magia.</p> <p>Se realizará un truco de magia donde, en un primero momento, un mago intentará dar una solución inmediata a un problema, pero fallará en el intento. Luego, en un segundo intento buscará una solución más elaborada y donde cuente con la participación de la audiencia. A partir de ello, se demostrará que así como en el truco de magia, para abordar problemas reales en la sociedad la democracia no actúa de inmediato y requiere la participación ciudadana.</p> <p>La activación incluye una serie de trucos de magia</p>	<p>TikTok Instagram Facebook YouTube</p>

	<p>con un truco final fallido que consistirá en:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. El mago está sacando un pañuelo de una caja hasta que se detiene y no puede continuar. 2. Pide la ayuda de una persona del público, quien intenta jalar el pañuelo pero tampoco puede sacarlo. 3. Va por una segunda persona y esta tampoco tiene éxito. 4. El mago llama a dos personas más y da la idea que todos jalen el pañuelo a la vez. 5. Esta vez sí logran sacar todo el pañuelo (que es rojo y blanco) y al estirar la tela se lee la frase “La Democracia No es Magia” 6. El animador explica como la democracia sí puede existir si creemos en ella y nos involucramos. <p>La activación será grabada y compartida luego en redes sociales.</p>	
Post carrusel	<p>Publicación en formato carrusel donde se profundice en la importancia de la democracia que forma parte del mensaje de esta campaña: <i>Elige Creer</i></p> <p>El propósito es compartir información acompañada de cifras sobre cómo la democracia, aunque es imperfecta, brinda la posibilidad de que los jóvenes puedan abordar las problemáticas que enfrentan.</p>	Instagram Facebook
Stories	<p>Se realizarán una serie de historias durante toda la campaña como contenido de mantenimiento y que permita reforzar los mensajes que se compartirán en las demás piezas. Estas historias serán interactivas e incluirán:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cajas de preguntas y respuestas sobre por qué es importante la democracia (contenido conceptual) - Quiz encuestas hacia el cierre de la campaña para medir el impacto en el cambio de comportamiento de la audiencia respecto a su percepción sobre la democracia (actitudinal y conceptual). 	Instagram Facebook
Transmisión en vivo	<p>Transmisión en vivo en formato entrevista con la participación de un especialista en democracia y un entrevistador/a que forme parte del PO. Se</p>	Instagram Facebook YouTube

	<p>discutirán cuáles son los principales desafíos que enfrentan los jóvenes en Perú y el rol de la democracia para atender esas problemáticas.</p> <p>Asimismo, se podrá profundizar y absolver dudas de la audiencia reforzando que el mensaje de la campaña que la democracia no es magia. Esta entrevista será grabada y compartida en las diversas plataformas.</p>	LinkedIn
Video "Elige Creer"	Video de Tik Tok de menos de 1 minuto de duración donde, a través de una situación de inseguridad cotidiana, y a través del concepto creativo, se desarrolla la idea que la democracia no es perfecta ni inmediata pero es la única herramienta que da el poder a las personas para influir en la toma de decisiones para su futuro.	TikTok Instagram Facebook YouTube
Post carrusel de cierre	Reel de cierre de campaña en el marco de las Fiestas Patrias donde se resalte la importancia de la democracia para el desarrollo de un mejor país para las futuras generaciones. Incluirá información con cifras relacionando la historia del Perú con el avance de la democracia.	Instagram Facebook

3.5 Plan de medios

El [plan de medios](#) está enfocado en una estrategia digital para promocionar diversas piezas comunicacionales a través de las plataformas TikTok, Instagram, Facebook y Youtube, así como de forma presencial en una universidad. Las acciones están organizadas por semanas, abarcando los meses de mayo, junio y julio, y se destacan contenidos como videos promocionales y activaciones en formato de historias. Este enfoque permite mantener una presencia continua en las redes sociales clave para la campaña.

3.6 Plan de evaluación

Luego de que se reproduzcan los videos de TikTok, Instagram y Facebook, se colocará un link hacia una [encuesta](#) destinada a medir el impacto del video y a comprender mejor

su efecto en la percepción de la democracia. Esperamos alcanzar al menos al 5% de los seguidores de REDES en Instagram, Facebook y Tik Tok con dicha encuesta.

Además de la encuesta, se llevarán a cabo encuestas (polls) en las historias de Instagram durante la última semana de la campaña. Estas encuestas tienen como objetivo generar una mayor participación entre los jóvenes y recoger opiniones sobre la democracia de manera más dinámica y accesible y llegando a una mayor audiencia.

Algunas de las preguntas que se plantearán en las encuestas de los polls incluyen:

1. **¿Crees que la democracia puede llegar a funcionar en Perú?**
 - Sí
 - No
2. **¿Consideras que la democracia te permite participar en las soluciones de los problemas del país?**
 - Sí
 - No
3. **¿Crees que si todos nos esforzamos por participar políticamente se podría dar algún cambio en el país?**
 - Sí
 - No
4. **¿Crees que el Perú puede mejorar si hay mayor participación juvenil en la política?**
 - Sí
 - No

Además de evaluar las percepciones y actitudes del público objetivo, la campaña se implementará bajo un sistema de monitoreo en KPIs de redes sociales, basados en el alcance del hashtag de la campaña, el aumento de los seguidores, los likes y comentarios. Ello mostrará si la campaña realizada tuvo tráfico y engagement significativo en redes sociales.

Tabla 3.2 - KPIs en redes sociales

MES/ KPIs	Impacto de la campaña digital	Nº de me gusta	Nº de comentarios	Nº de compartidos
--------------	----------------------------------	----------------	-------------------	-------------------

MAYO	Alcance de 8,000 personas	300 me gusta por post	10 comentarios por post	80 compartidos por post
JUNIO	Alcance de 12,000 personas	400 me gusta por post	15 comentarios por post	120 compartidos por post
JULIO	Alcance de 16,000 personas	500 me gusta por post	20 comentarios por post	160 compartidos por post

Por otro lado, la activación BTL también se medirá a través de:

- Asistencia de al menos 100 estudiantes.
- Mención a REDES en al menos 10 historias de estudiantes.
- Al menos 1,500 visualizaciones en las historias publicadas por REDES.



4. FUNDAMENTACIÓN PROFESIONAL

Las razones principales del trabajo profesional radican en la necesidad de abordar el creciente escepticismo hacia la democracia entre los jóvenes peruanos, una problemática identificada a partir de estudios que muestran una disminución en la confianza de este grupo etario en el sistema democrático. Se seleccionó como público objetivo a jóvenes de entre 18 y 25 años, que están cursando los primeros ciclos de universidad en Lima Metropolitana, de niveles socioeconómicos B- y C.

Las características clave del proyecto incluyen el uso de contenido digital, como videos y publicaciones en redes sociales, diseñado para ser accesible, informativo y atractivo para el público joven. Se optó por plataformas como Instagram, TikTok y Facebook, dada la alta penetración de estas redes entre los jóvenes. Asimismo, se emplearon formatos interactivos, como reels y carruseles, para captar la atención y fomentar la participación.

Las pruebas realizadas para validar el enfoque incluyen encuestas previas al público objetivo, que permitieron identificar actitudes y comportamientos en torno a la democracia. Además, se analizaron casos referenciales de campañas similares para asegurar que el contenido y los mensajes fueran relevantes y efectivos.

La **perspectiva ecológica** del comportamiento ofrece un marco comprensivo para analizar cómo diversos factores interactúan para moldear las decisiones y actitudes de las personas. Este enfoque propone que los comportamientos están influenciados por múltiples niveles de interacción entre las personas y su entorno físico, social y cultural (Cambio Comportamental, 2020). Según la Organización Mundial de la Salud, las acciones de las personas dependen de "elementos individuales, socioculturales y del contexto político y socioeconómico" (Organización Mundial de la Salud, como se cita en Cambio Comportamental, 2020, p. 12). La **perspectiva ecológica** organiza estas influencias en tres niveles clave: el **nivel intrapersonal**, que abarca factores individuales como las creencias, actitudes, conocimientos y motivaciones; el **nivel interpersonal**, que incluye las relaciones sociales y normas dentro de grupos, como la familia, amigos y la comunidad; y el **nivel comunitario**, que engloba factores organizacionales, el entorno físico y las políticas públicas (Cambio Comportamental, 2020).

En el contexto de la percepción de los jóvenes hacia la democracia, estas influencias ecológicas son esenciales para comprender por qué los jóvenes peruanos, en particular, han desarrollado un escepticismo hacia el sistema democrático. A nivel **intrapersonal**, creencias personales y experiencias previas con el sistema político pueden influir en sus actitudes hacia la democracia. A nivel **interpersonal**, las conversaciones con pares y la influencia de grupos sociales también juegan un papel fundamental en la formación de opiniones. Finalmente, en el nivel **comunitario**, los problemas estructurales como la calidad de la educación, la falta de oportunidades laborales y la percepción de corrupción en las instituciones políticas son factores clave que moldean la visión que los jóvenes tienen de su entorno político.

Entendiendo cómo se forman los comportamientos, la campaña se apoya en modelos participativos de comunicación con piezas que permiten a los jóvenes interactuar y formar parte activa del proceso de comunicación, lo que resulta fundamental para modificar sus actitudes hacia la democracia.

Según Jan Servaes (2000), la **comunicación participativa** es esencial para fomentar el cambio social. La campaña aprovecha herramientas interactivas como las **historias** y la **caja de comentarios** de Instagram, Facebook y Tik Tok, donde los jóvenes pueden compartir sus opiniones, participar en encuestas y debates, lo que les permite no sólo recibir información, sino también ser parte activa del diálogo sobre democracia. Esto fomenta un espacio en el que los jóvenes perciben que su voz es escuchada, lo que refuerza su confianza.

Además, la activación en la universidad sirve como un espacio para la interacción cara a cara, reforzando el componente **interpersonal** que Servaes destaca como crucial para el cambio de actitudes. A través de esto, los jóvenes pueden inspirarse para participar en discusiones y reflexiones colectivas sobre la importancia de la democracia, en un entorno que les permita cuestionar y replantear sus ideas. Estos encuentros interpersonales son clave para **persuadir** a los jóvenes de que la democracia es un sistema que, aunque imperfecto, les ofrece una plataforma para expresar sus necesidades y luchar por cambios que impacten en su vida diaria.

Para alcanzar el cambio de comportamiento deseado, se reconoce la importancia de que la campaña transmita el mensaje de manera efectiva logrando que este no solo sea

comprendido, sino también sea recordado por el público objetivo. Gil de la Piedra (2020) resalta que una estrategia clave para diseñar **procesos de enseñanza-aprendizaje significativos** para jóvenes es el *storytelling*. Este permite reforzar los contenidos del mensaje de manera lúdica, facilitando el proceso de retención de conceptos y estimulando la identificación del público con la situación que se presente (Gil de la Piedra, 2020; Peris, 2024). La campaña #EligeCreer emplea el *storytelling* en piezas como el video TikTok; el cual muestra una situación cotidiana con la que los jóvenes del público objetivo pueden sentirse identificados. La narrativa sigue un estilo lúdico que capta la atención en un primer momento para luego pasar a la comunicación del mensaje central y llamado a la acción.

Asimismo, utilizar narrativas que generan identificación con un personaje activa la **empatía**; lo cual apela a un **abordaje emocional del mensaje**, que resulta en mayores probabilidades de que este cale en el público (Peris, 2024; Gonzáles, Vásquez y Farrán, 2019). Las piezas audiovisuales de la campaña, como el TikTok y video de preguntas y respuestas, apelan a ese contenido más emocional dando visibilidad a los sueños y las frustraciones que tienen los jóvenes con respecto a la democracia y el desarrollo del país. Es por ello que estas piezas están calendarizadas dentro de las primeras semanas de la campaña, buscando posicionar el mensaje primero desde lo emocional para luego complementarlo con cifras y data que respalden el mensaje desde una **perspectiva objetiva y racional del mensaje**.

Otra estrategia comunicacional empleada en la campaña es el uso de conocimientos previos o **'preconceptos'** para relacionar el mensaje con la experiencia y/o el conocimiento que ya posee la audiencia. En la presente campaña identificamos como preconcepto la mentalidad que tienen los jóvenes de que "la democracia no funciona, las autoridades no solucionan los problemas que afectan a la sociedad de hoy". Esto se sustenta en que incluir mentalidades con las que el público se sienta identificado facilita también la comprensión y recordación del mensaje.

A modo de comprobación de que las piezas cumplen con estos criterios de efectividad en el mensaje y estrategia, realizamos una **validación** con 12 personas del público objetivo a través del llenado de una [encuesta](#) (Anexo 3). A continuación algunos de los principales hallazgos:

- Los 12 encuestados identificaron el mensaje como claro o muy claro.
 - Todos reconocieron correctamente al menos un elemento del mensaje:
 - “*Que los jóvenes escojan la democracia*”
 - “*La democracia es el único sistema que pone el poder en nuestras manos*”

- Los 12 encuestados identificaron el mensaje como atractivo para jóvenes.
 - Se resalta como fortalezas el concepto creativo llamativo, la duración y ritmo ágil del video y que el estilo en formato Tik Tok:
 - “*Por que es corto va al grano y parece un tik tok*”
 - “*Porque es fácil de entender y es llamativo para los jóvenes de mi edad*”

- 7 de los 12 encuestados sienten que su percepción sobre la democracia ha cambiado después de ver el video Tik Tok.
 - 3 de los 12 encuestados señalan que su percepción no ha cambiado porque ya apoyaban la democracia, pero mencionan que les recuerda los beneficios de la democracia.
 - “*No ha cambiado porque yo ya pensaba así pero me hace acordarme de que tengo poder o me inspira más bien*”
 - “*Me hace pensar en la democracia en positivo y que si funciona*”

- 6 de los 12 encuestados afirman que sería probable o muy probable que compartan el video en sus redes sociales.
 - 5 encuestados señalan su posición como neutral y 1 como poco probable.

- 10 de los 12 encuestados reconocen la información presentada como relevante.

- 10 de los 12 encuestados afirman que comprenden mejor la importancia de vivir en un régimen democrático a partir de la información presentada.
 - 2 encuestados señalan su posición como neutral.

A partir del diagnóstico y validación, se evidencia que los jóvenes peruanos se encuentran en un escenario de creciente participación política y social donde sus demandas se expresan principalmente en espacios alternativos como las redes sociales y a través de

protestas, movilizaciones y campañas. Aunque los jóvenes muestran desconfianza hacia las instituciones tradicionales, también siguen defendiendo la democracia como un valor esencial. Las redes sociales han sido cruciales para esta generación, permitiéndoles organizarse y amplificar su voz, demostrando que, a pesar de la frustración hacia el sistema, existe un deseo profundo de generar un cambio significativo a través de la acción colectiva. Sin embargo, el desafío radica en canalizar este compromiso juvenil hacia estructuras políticas más institucionalizadas, mientras se asegura que los jóvenes perciban un espacio real para su participación y liderazgo en la construcción de una sociedad más justa y democrática

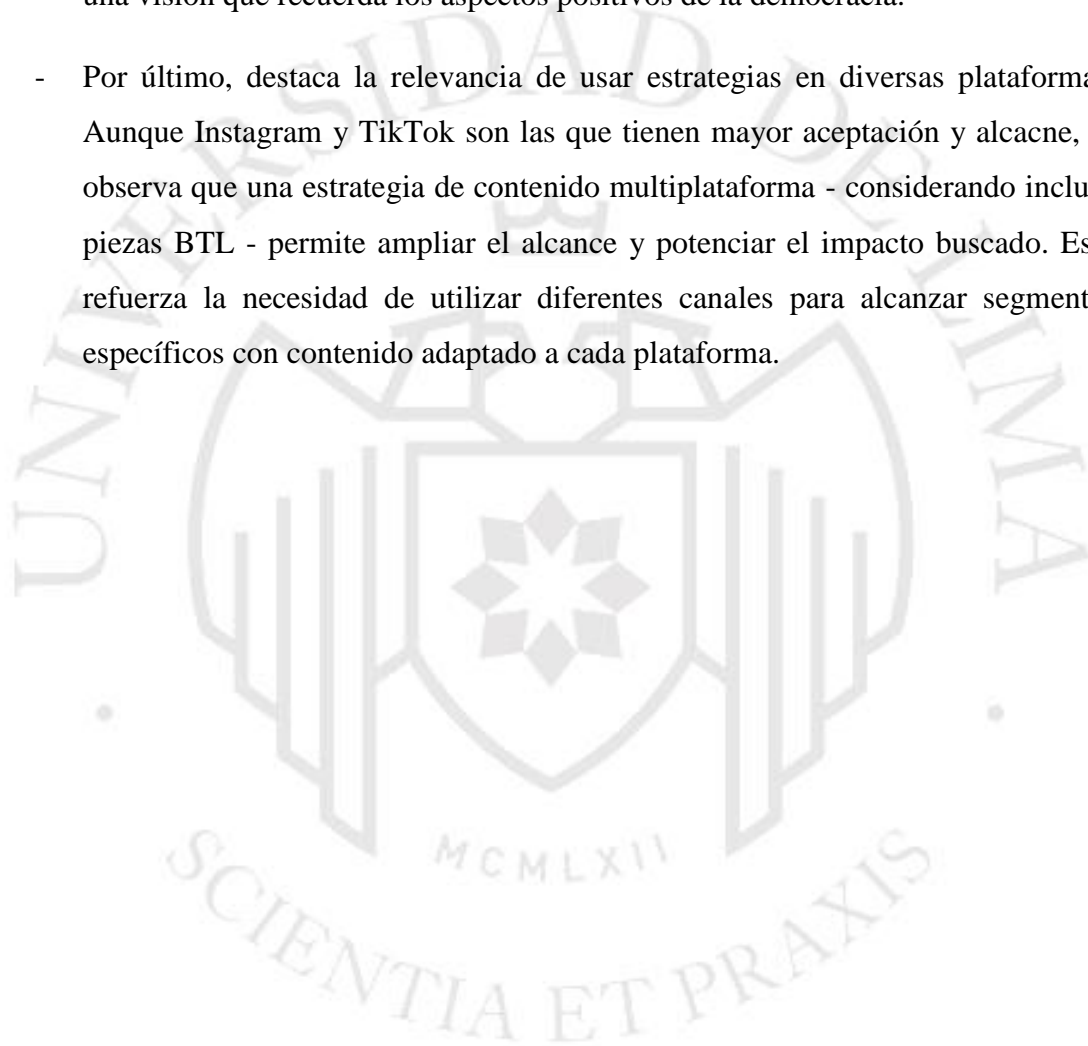


4. LECCIONES APRENDIDAS

Como parte del desarrollo del proyecto, obtuvimos *insights* relevantes que nos permitieron desarrollar la estrategia de comunicación presentada. Como lecciones aprendidas y oportunidades de mejora identificamos:

- En base a la validación con el público objetivo, un elemento que funciona y podría ser mejor desarrollado es el humor; sobre todo en plataformas como Tik Tok. Esto representa una oportunidad para crear otros videos que sigan el mismo estilo de comunicación y puedan tener gran alcance entre el público.
- Otra oportunidad de mejora identificada en la validación es con respecto a la incluir información que explique los impactos negativos de no llevar un régimen democrático y mostrar casos de cómo funcionan otros sistemas. Esto es algo que podría implementarse en una campaña educativa más amplia y que tenga como objetivo explicar los diversos sistemas políticos que existen desde una postura más objetiva e informativa.
- Asimismo, un contenido que reconocemos que es muy valorado por el público objetivo es contar con voces reales dentro de las piezas de comunicación. Esto puede ser a modo de testimonios u opiniones de jóvenes. Este tipo de contenido es adaptable a diversos formatos y lo incluimos dentro de la campaña en el video de preguntas y respuestas; lo cual generaría alta aceptación en los jóvenes al verse reflejados en testimonios reales y no solo en dramatizaciones.
- En línea con lo anterior, un reto y lección que surgió como parte del proceso creativo fue ser conscientes de la importancia de generar piezas que si bien siguen un guión establecido puedan ser verosímiles y transmitir naturalidad sin que se sienta como algo idealizado o que busca manipular la percepción del público. Asimismo, es importante cuidar que al comunicar sobre temas que pueden generar opiniones polarizadas se busque siempre respaldar la información con cifras, así como usar un tono de comunicación objetivo. Es por ello que dentro de la campaña se reconoce que la democracia no es perfecta, que falla y que existe un descontento general; pero a la vez se exponen los beneficios que otorga sin ánimo de idealizarla.

- Por otro lado, identificamos que de haberse implementado el proyecto, los logros o resultados podrían haberse evaluado a través de métricas clave en redes sociales, como el alcance, la cantidad de interacciones y encuestas posteriores para medir el cambio en la percepción de la democracia entre los jóvenes. Estos indicadores habrían permitido medir el impacto de la campaña en la sensibilización y participación juvenil. Sin embargo, la encuesta de validación indica desde ya que existe potencial para generar el cambio de comportamiento buscado al transmitir una visión que recuerda los aspectos positivos de la democracia.
- Por último, destaca la relevancia de usar estrategias en diversas plataformas. Aunque Instagram y TikTok son las que tienen mayor aceptación y alcance, se observa que una estrategia de contenido multiplataforma - considerando incluso piezas BTL - permite ampliar el alcance y potenciar el impacto buscado. Esto refuerza la necesidad de utilizar diferentes canales para alcanzar segmentos específicos con contenido adaptado a cada plataforma.



Cambio Comportamental. (2020). *Teorías y modelos para el cambio comportamental*. UNICEF.

Campos, M. (2020). Bicentenario: Democracia y Juventud. [dd29f662-24d5-2fe3-0dc8-3d1b77c019be](https://doi.org/10.29025/2424-2445-2fe3-0dc8-3d1b77c019be) (kas.de)

CEPLAN. (2023). Ficha R27 - 2023. Observatorio de Políticas Públicas. Centro Nacional de Planeamiento Estratégico.

https://observatorio.ceplan.gob.pe/ficha/r27_2023

CEPLAN. (2023). Ficha T45. Observatorio de Políticas Públicas. Centro Nacional de Planeamiento Estratégico. <https://observatorio.ceplan.gob.pe/ficha/t45>

Forbes. (2023, septiembre 27). Fuga de talentos: seis de cada diez jóvenes peruanos consideran dejar el país. <https://forbes.pe/capital-humano/2023-09-27/fuga-de-talentos-seis-de-cada-diez-jovenes-peruanos-consideran-dejar-el-pais/>

García-Sayan, D. (2023, octubre 19). García Sayán: Los sesgos mediáticos afectan aspectos del proceso democrático y generan ilegitimidad en la prensa. Ideeleradio. <https://www.ideeleradio.pe/lo-mas-visto/garcia-sayan-los-sesgos-mediaticos-afectan-aspectos-del-proceso-democratico-y-genera-ilegitimidad-en-la-prensa/>

Gil de la Piedra, C. (2020). Storytelling, una estrategia para un aprendizaje significativo mediante la comunicación tecnológica. *Revista Lengua y Cultura - Biannual Publication*, 2(3), 13-21.

<https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/lc/issue/archive>

González, P., Vásquez, C. y Farrán, E. (2019). Modelos de comunicación eficaces en las campañas de publicidad. Un análisis estratégico para la búsqueda de la eficacia. *Communication & Society*, 32(4), 109-124.

<https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/58277/2/36739-108980-1-PB.pdf>

Guevara, T. (2023, octubre 18). La desinformación en contextos electorales alienta ataque a la democracia. *Voz de América*. <https://www.vozdeamerica.com/a/la-desinformacion-en-contextos-electorales-alienta-ataque-a-la-democracia-/7287719.html>

IDEA. (2021). Las Américas: Democracia en Tiempos de Crisis. [Las Américas Report](https://www.idea.org/publications/las-americas-democracia-en-tiempos-de-crisis) | [IDEA Global State of Democracy Report](https://www.idea.org/publications/las-americas-democracia-en-tiempos-de-crisis).

IEP. (2020, diciembre). Encuesta de opinión - Diciembre 2020. Instituto de Estudios Peruanos. <https://iep.org.pe/noticias/encuesta-de-opinion-diciembre-2020/>

IEP. (2024). IX RONDA DEL BARÓMETRO DE LAS AMÉRICAS EN PERÚ. [2023] IX Ronda del Barómetro de las Américas en Perú | DOSSIER Instituto de Estudios Peruanos (iep.org.pe)

IEP. (2024, mayo). Informe de opinión - Mayo de 2024. Instituto de Estudios Peruanos. <https://iep.org.pe/wp-content/uploads/2024/05/IEP-Informe-de-opinion-mayo-de-2024-informe-completo-v2.pdf>

IEP. IX RONDA DEL BARÓMETRO DE LAS AMÉRICAS EN PERÚ. 2024. [2023] IX Ronda del Barómetro de las Américas en Perú | DOSSIER Instituto de Estudios Peruanos (iep.org.pe)

INE. (2023). Democracia y confianza. Instituto Nacional Electoral. <https://www.ine.mx/wp-content/uploads/2023/11/democracia-y-confianza.pdf>

INEI. (2020, febrero). Boletín de gobernabilidad. Instituto Nacional de Estadística e Informática. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin_gobernabilidad_febrero2020.pdf

Ipsos Perú. (2023, octubre 18). Casi ocho de cada diez peruanos se sienten más inseguros al salir de sus casas. Ipsos. <https://www.ipsos.com/es-pe/casi-ocho-de-cada-diez-peruanos-se-sienten-mas-inseguros-al-salir-de-sus-casas>

López. (2023, octubre 19). Expertos discuten en cumbre cómo la desinformación impacta en la democracia, la migración, la salud y los temas de género en América Latina. Latam Journalism Review. <https://latamjournalismreview.org/es/articles/expertos-discuten-en-cumbre-como-la-desinformacion-impacta-en-la-democracia-la-migracion-la-salud-y-los-temas-de-genero-en-america-latina/>

Malamud, C. y Nuñez, R. (2021). La democracia latinoamericana tras un año de pandemia. Análisis del Real Instituto Elcano (ARI), 42, 1-13. <https://dialnet.unirioja.es/metricas/documentos/ARTREV/7846442>

Melgar, P. (2024). La democracia en el Perú es altamente defectuosa, según estudio internacional. RPP Noticias. <https://rpp.pe/politica/actualidad/la-democracia-en-el-peru-es-altamente-defectuosa-segun-estudio-internacional-noticia-1548820?ref=rpp>

Montero, R. (2022, agosto 02). Desinterés en la política, fe en la democracia. El Peruano. <https://elperuano.pe/noticia/174893-desinteres-en-la-politica-fe-en-la-democracia>

Montújar, A. Atarama, T. Saavedra, G. (2021). Análisis de la actividad política en redes sociales durante la primera vuelta electoral de las elecciones generales 2021 en Perú. Scielo Perú. [Análisis de la actividad política en redes sociales durante la primera vuelta electoral de las elecciones generales 2021 en Perú](#)

Noriega Guevara, J. (2021). El enfoque estratégico de la seguridad y defensa nacional del Perú. *Revista Científica de Investigación del Centro de Altos Estudios Nacionales (RECIDE)*, 6(1). <https://recide.caen.edu.pe/index.php/recide/article/view/108>

Observatorio CEPLAN. (2023). Ficha R29 - 2023. Observatorio de Políticas Públicas. Centro Nacional de Planeamiento Estratégico. https://observatorio.ceplan.gob.pe/ficha/r29_2023

Observatorio CEPLAN. (2023). Ficha T80. Observatorio de Políticas Públicas. Centro Nacional de Planeamiento Estratégico. <https://observatorio.ceplan.gob.pe/ficha/t80>

Open Society Foundations. (2023). Generational shift: New global poll reveals large minorities of young people lack faith in democracy to deliver on their priorities. <https://www.opensocietyfoundations.org/newsroom/generational-shift-new-global-poll-reveals-large-minorities-of-young-people-lack-faith-in-democracy-to-deliver-on-their-priorities>

Ortiz, O. (2024, junio 25). Fragmentación política: Lecciones del Perú. <https://www.lostiempos.com/actualidad/opinion/20240625/columna/fragmentacion-politica-lecciones-peru>

Paucar, C. (2024). *Los jóvenes y la política en el Perú: participación o indiferencia*. La República. <https://larepublica.pe/politica/2024/05/19/los-jovenes-y-la-politica-en-el-peru-participacion-o-indiferencia-803754>

- Peris, A. (2024). Estrategias de comunicación en campañas de sensibilización. <https://www.nouscims.com/estrategias-de-comunicacion-en-campanas-de-sensibilizacion/>
- PNUD. (2022). En el Perú, la tecnología acerca la democracia a los jóvenes. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. <https://www.undp.org/es/historias/en-el-peru-la-tecnologia-acerca-la-democracia-los-jovenes>
- Portugal, F. (2016). Material de lectura para el curso de capacitación. Congreso de la República del Perú. <https://www.congreso.gob.pe/Docs/DGP/CCEP/files/cursos/2016/files/material-lectura.pdf>
- Proética. (2023, diciembre 12). Corrupción es principal problema de Perú, dice estudio. <https://www.proetica.org.pe/noticias/corrupcion-es-principal-problema-de-peru-dice-estudio-2/>
- Proyecto Bicentenario. (2019). *Generación del Bicentenario: ¿Cómo son los jóvenes peruanos y qué aspectos impactan en su conducta?* <https://bicentenario.gob.pe/generacion-del-bicentenario-como-son-los-jovenes-peruanos-y-que-aspectos-impactan-en-su-conducta/>
- Rojas, C. M. (2021). Reflexiones sobre la pobreza en el Perú: Un enfoque multidimensional. *Revista de Estudios Sociales*, 17(1), 39-56. <https://www.redalyc.org/journal/3575/357559213001/html/>
- Rojas, C. M. (2021). Reflexiones sobre la pobreza en el Perú: Un enfoque multidimensional. *Revista de Estudios Sociales*, 17(1), 39-56. <https://www.redalyc.org/journal/3575/357559213001/html/>
- RPP Noticias. (2021, noviembre 15). La generación del Bicentenario que rompió el cristal y derribó al gobierno de Manuel Merino. <https://rpp.pe/politica/gobierno/la-generacion-del-bicentenario-que-rompio-el-cristal-y-derribo-al-gobierno-de-manuel-merino-noticia-1306984#:~:text=La%20etiqueta%20%22Generaci%C3%B3n%20del%20Bicentenario%20...%20las%20encuestas%20apuntan%20que>

RPP Noticias. (2022, febrero 7). Índice de participación ciudadana en el Perú está por debajo del promedio latinoamericano. <https://rpp.pe/campanas/valor-compartido/indice-de-participacion-ciudadana-en-el-peru-esta-por-debajo-del-promedio-latinoamericano-noticia-1380079>

RPP. (2020, 18 de noviembre). *La generación del bicentenario que rompió el cristal y derribó al gobierno de Manuel Merino*. RPP. <https://rpp.pe/politica/gobierno/la-generacion-del-bicentenario-que-rompio-el-cristal-y-derribo-al-gobierno-de-manuel-merino-noticia-1306984>

SENAJU. (2023, diciembre). Conoce la situación actual de los más de 7 millones de jóvenes peruanos de 15 a 29 años. Secretaría Nacional de la Juventud. [https://juventud.gob.pe/2023/12/senaju-conoce-la-situacion-actual-de-los-mas-de-7-millones-de-jovenes-peruanos-de-15-a-29-anos/#:~:text=En%20el%20Per%C3%BA%2C%20el%20porcentaje,un%20ligero%20aumentamiento%20\(5.79%25\)](https://juventud.gob.pe/2023/12/senaju-conoce-la-situacion-actual-de-los-mas-de-7-millones-de-jovenes-peruanos-de-15-a-29-anos/#:~:text=En%20el%20Per%C3%BA%2C%20el%20porcentaje,un%20ligero%20aumentamiento%20(5.79%25))

Servaes, J. (2000). *Comunicación para el desarrollo: Tres paradigmas, dos modelos*. Universidad Nacional de Río Cuarto.

Silva, R. (2024, septiembre 1). Gobierno de Dina Boluarte aumentó el presupuesto para controlar protestas y dio menos a la lucha contra el narcotráfico. <https://www.infobae.com/peru/2024/09/01/gobierno-de-dina-boluarte-aumento-el-presupuesto-para-controlar-protestas-y-dio-menos-a-la-lucha-contr-el-narcotrafico/>

Solano, E. Rocha, C. (2022). *Juventudes y Democracia en América Latina*. Luminare. [ES Youth Democracy Latin America.pdf \(luminaregroup.com\)](https://www.luminaregroup.com/ES_Youth_Democracy_Latin_America.pdf)

Trigoso, M. (2024). Perú y la fuga de talentos: su impacto y las medidas que deben tomarse para evitarlo. La Cámara. <https://lacamara.pe/peru-y-la-fuga-de-talentos-su-impacto-y-las-medidas-que-deben-tomarse-para-evitarlo/>

UNICEF. (2023, octubre 20). Jóvenes advierten sobre la falta de representación política. <https://www.unicef.org/argentina/comunicados-prensa/jovenes-advierten-sobre-la-falta-de-representacion-politica>

Universidad Pontificia Comillas. (2023, septiembre 14). El 80% de los jóvenes no se siente escuchado por los políticos y es una de las razones de la desafección social hacia la política y de erosión democrática. <https://www.comillas.edu/notas-de-prensa/el-80-de-los-jovenes-no-se-siente-escuchado-por-los-politicos-y-es-una-de-las-razones-de-la-desafeccion-social-hacia-la-politica-y-de-erosion-democratica/>

Vinatea & Tomaya. (2024). Fuga de talentos en Perú. <https://vinateatoyama.com/fuga-talentos-peru/>

Waisbord, S. (2021). ¿Por qué la desinformación es una amenaza para la democracia?. Revista Ciendias. <https://www.revistaciendiascinep.com/home/por-que-la-desinformacion-es-una-amenaza-para-la-democracia/>

World Inequality Database. (2023). Income share of the top 1% in Peru. WID.world. https://wid.world/world/#sptinc_p99p100_z/PE/last/eu/k/p/yearly/s/false/19.159000000000002/35/curve/false/country

WVS Wave 7. (2022). World Values Survey Documentation. <https://www.worldvaluessurvey.org/WVSDocumentationWV7.jsp>

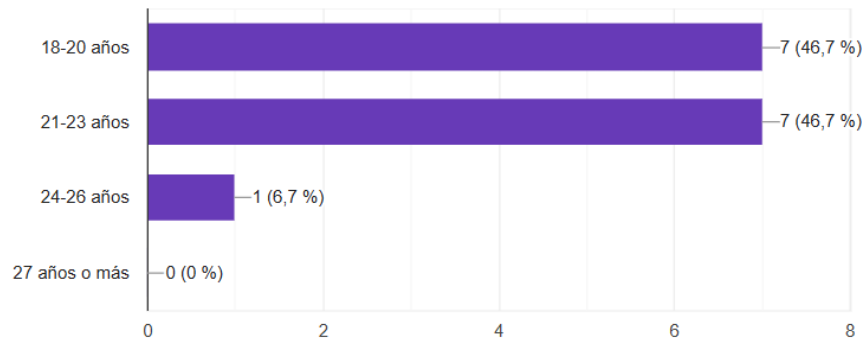
ANEXOS

Anexo 1: Encuestas a público objetivo

Edad

[Copiar](#)

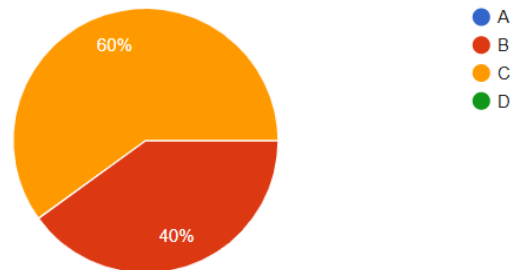
15 respuestas



¿A qué nivel socioeconómico consideras que es parte tu familia?

[Copiar](#)

15 respuestas



¿Cómo definirías la democracia?

15 respuestas

La democracia es un sistema de gobierno que idealmente aspira a la representación y la participación de todos

es un modelo de gobierno donde todos participamos votando, donde todos tenemos igualdad de derechos y podemos elegir y actuar políticamente

La democracia es un sistema político donde el pueblo puede influir - todos

un sistema en el que el poder debería estar en manos de la gente, permitiendo que los ciudadanos participen en las decisiones que afectan sus vidas, pero no es así.

Un modelo político que sirve para que todos tengan derechos e igualdad en política

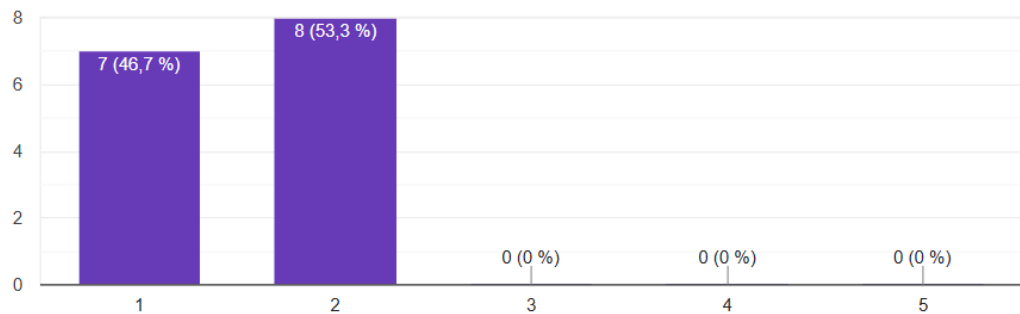
a democracia es un sistema político en el que se busca que el poder sea ejercido por el pueblo, a través de mecanismos que permiten la participación ciudadana en la toma de decisiones, como las elecciones

un sistema por el cual tenemos derecho a votar y decidir sobre nuestras vidas respecto a la política

 Copiar

En una escala del 1 al 5, donde 1 es "muy insatisfecho" y 5 es "muy satisfecho", ¿cómo te sientes con el funcionamiento de la democracia en tu país?

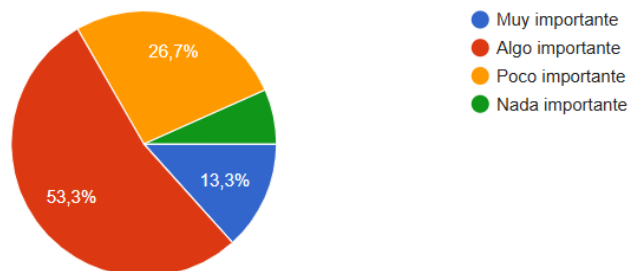
15 respuestas



 Copiar

¿Qué tan importante consideras la democracia para el desarrollo de tu país?

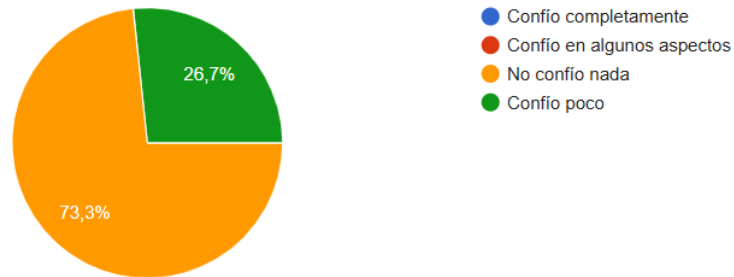
15 respuestas



¿Qué tanto confías en que los líderes políticos actuales respeten los principios democráticos?

[Copiar](#)

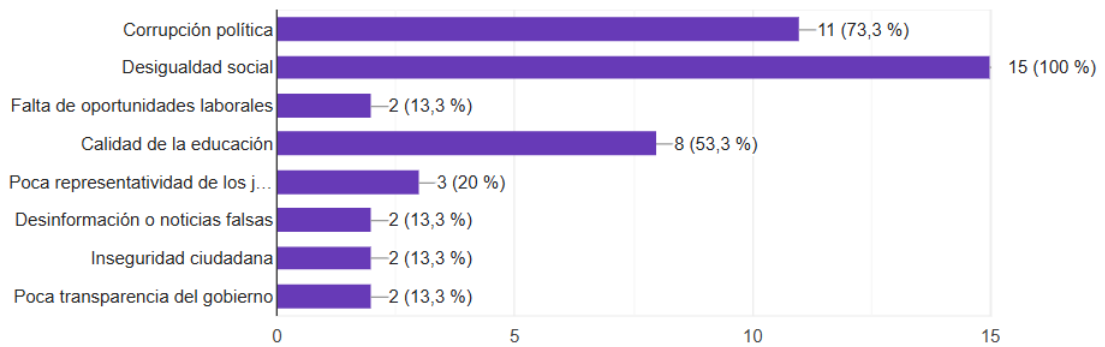
15 respuestas



En tu opinión, ¿cuáles de los siguientes factores influyen más en la desconfianza hacia la democracia? (Selecciona hasta 3 opciones):

[Copiar](#)

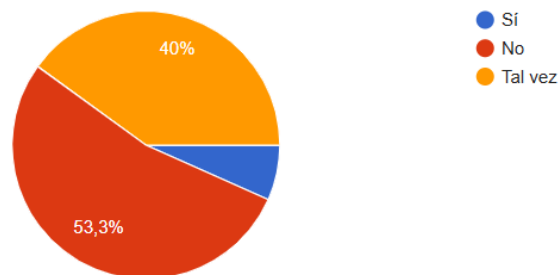
15 respuestas



¿Consideras que la democracia es capaz de resolver los problemas actuales de tu país?

[Copiar](#)

15 respuestas



¿Por qué?

15 respuestas

Si bien la idea de la democracia suena bien en papel (que todos tengamos voz y voto), la realidad es que siento que no está funcionando como debería. Los problemas que enfrentamos, como la corrupción, la desigualdad y la falta de oportunidades, parecen ser ignorados por los que están en el poder.

A menudo, las decisiones que se toman no reflejan lo que realmente necesitamos como jóvenes; parece que los políticos están más preocupados por mantener sus posiciones y favorecer a ciertos grupos.

No creo que la democracia cómo funciona ahora pueda atender problemas relevante del país

la democraciatiene limitaciones inherentes que dificultan su capacidad para resolver problemas sociales y políticos, genera disputas, polarización y no todos pueden tener "votos informados"

Tengo mis dudas pero al final es el unic omodelo viable, que respete la voz y el derecho de todos

No sé, por un lado sí porque desde el pueblo podemos hablar y participar en la política pero las estructuras de poder están contaminadas desde la raíz

Es un sistema fallido que desde sus cimientos está condenado, no puedes hacer que todos estén de

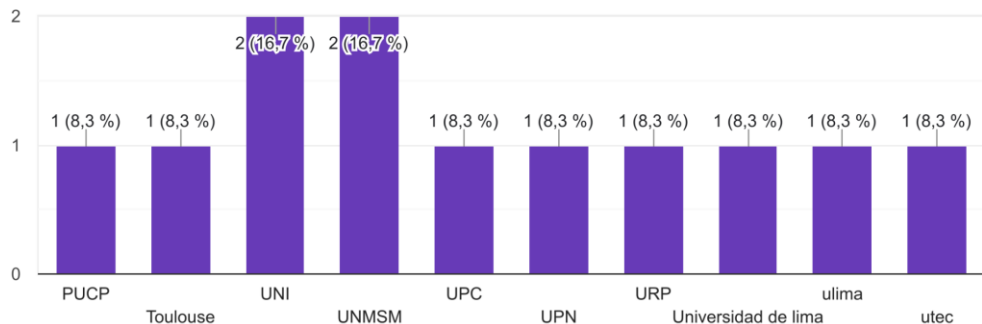
Anexo 2: Validación con especialista de REDES

https://drive.google.com/drive/folders/1uRiyYxGqaMpww4lk1Am6WxsbaiRLNNJ?usp=drive_link

Anexo 3: Validación de piezas con público objetivo

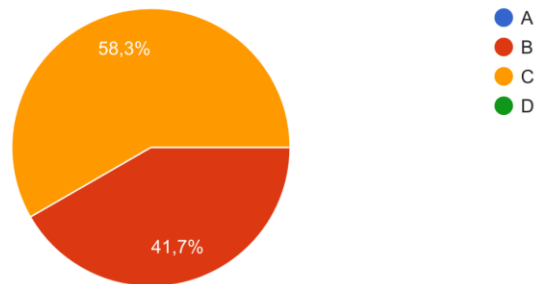
Universidad en la que estudias

12 respuestas



¿A qué nivel socioeconómico consideras que pertenece tu familia?

12 respuestas



¿Cuál es el mensaje principal del video?

12 respuestas

Que los jóvenes escojan la democracia

la democracia es la mejor opción para los jovenes

La democracia es el único sistema que pone el poder en nuestras manos

la democracia te da el poder

La democracia es un sistema imperfecto, pero que pone parte del poder en manos de la ciudadanía

creer en la democracia

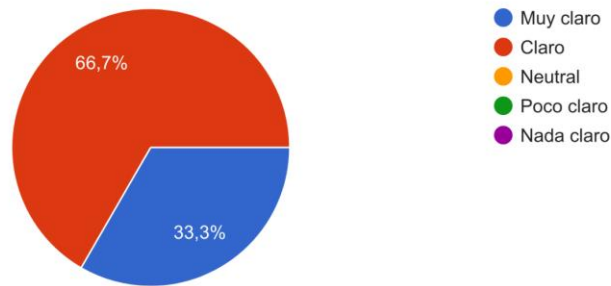
la democracia funciona

Que la democracia nos da el poder a los ciudadanos

Que la democracia te da poder

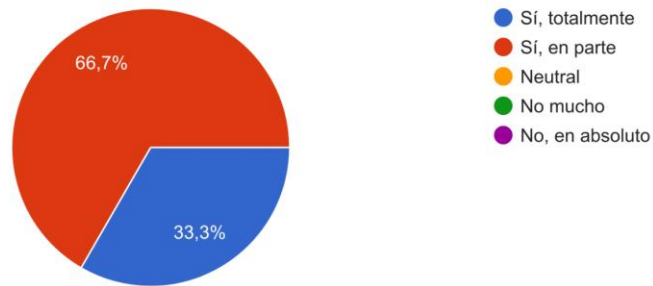
¿Qué tan claro te pareció el mensaje del video?

12 respuestas



¿Crees que este video es atractivo para jóvenes como tú?

12 respuestas



¿Por qué?

12 respuestas

porque es entretenido y corto

Porque es en formato de tiktok y utiliza un concepto que llama la atención

xq estmos viviendo momentos caldeados en terminos de politica

Porque es corto y está tiktokficado

Por que es corto va al grano y parecen tikok

Los jóvenes tienden a ver videos cortos, directos, con transiciones, efectos, etc.

Porque tiene un concepto mágico y usa palabras simples y entendibles

es corto y a modo tiktok

Es un video novedoso que llama la atención y es fácil de entender

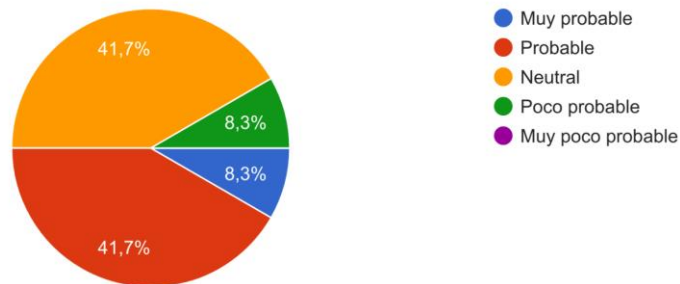
¿Después de ver el video, sientes que tu percepción sobre la democracia ha cambiado? ¿Por qué?

12 respuestas

Me hizo sentir más a gusto con la democracia
no ha cambiado porque yo ya pensaba así pero me hace acordarme de qu tengo poder o me inspira mas bien
No
Por que te hace qerer hacer algo al respecto
no
sí porque no tenia la percepcion de que hay espacio de mejora en el mismo sistema
no tanto porqe yo ya era democrata
No ha cambiado pero hace recordar los beneficios que tiene la democracia
Me hace pensar que la democracia si funciona parcialmente para fomentar la participación de las




¿Qué tan probable es que compartas este video en tus redes sociales?

12 respuestas



Ocampo Montoya_ Sotomayor Camiloaga

Informe Turnitin

 C.F. julio
 GyT2024
 Universidad de Lima

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::1:3084532675

Fecha de entrega

18 nov 2024, 7:57 p.m. GMT-5

Fecha de descarga

18 nov 2024, 8:07 p.m. GMT-5

Nombre de archivo

T018_77243813_T.pdf

Tamaño de archivo

1.1 MB

54 Páginas

11,843 Palabras

67,918 Caracteres




6% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado

Fuentes principales

- 5%  Fuentes de Internet
- 0%  Publicaciones
- 1%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Fuentes principales

- 5% Fuentes de Internet
- 0% Publicaciones
- 1% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Fuentes principales

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	Internet	cdn.www.gob.pe	1%
2	Trabajos del estudiante	Corporación Universitaria Iberoamericana	0%
3	Internet	upc.aws.openrepository.com	0%
4	Internet	rpp.pe	0%
5	Internet	repositorioacademico.upc.edu.pe	0%
6	Internet	www.funredes.org	0%
7	Trabajos del estudiante	Universidad de Lima	0%
8	Internet	hdl.handle.net	0%
9	Internet	www.iae.edu.ar	0%
10	Internet	www.elvalledigital.com	0%
11	Internet	virtual.urbe.edu	0%

12	Internet	www.diarioelsur.cl	0%
13	Internet	www.undp.org	0%
14	Internet	juventud.gob.pe	0%
15	Internet	www.mef.gob.pe	0%
16	Internet	www.researchgate.net	0%
17	Internet	fannyjemwongm.wordpress.com	0%
18	Internet	uniscjsa.edu.pe	0%
19	Internet	elartu.tntu.edu.ua	0%
20	Internet	elbuho.pe	0%
21	Internet	issuu.com	0%
22	Internet	orlandoms.com	0%
23	Internet	repositorio.ulima.edu.pe	0%
24	Internet	revistadecomunicacion.com	0%
25	Internet	stakeholders.com.pe	0%

26	Internet	wiki2.org	0%
27	Internet	www.canalsolidario.org	0%
28	Internet	www.grafiati.com	0%
29	Internet	www.guiasenor.com	0%
30	Internet	www.munimacul.cl	0%
31	Internet	www.scribd.com	0%
32	Internet	www.sre.hn	0%
33	Internet	www.tandfonline.com	0%