

ACTIVISMO POLÍTICO EN REDES SOCIALES

Desafección, oportunidades y retos

Mayo 2025



INVOLUCRAMIENTO POLÍTICO EN REDES SOCIALES

Panorama general



Durante los últimos años, las redes sociales se han configurado para canalizar resonancia política. A través de estas plataformas se han convocado marchas ciudadanas en medio de escenarios de crisis política en el Estado. Sin embargo, existen otro tipo de interacciones donde se ejerce este tipo de participación, ya sea publicando o compartiendo contenido, comentando o siguiendo perfiles, todo de corte político. El espacio digital abre las puertas a un sin número de posibilidades que pueden dar continuidad a la participación política e incluso tener impacto en actividades presenciales.

Situaciones como esta llevan a preguntarse ¿Cómo se canaliza la participación política en las redes sociales? ¿Qué influencia tienen las redes sociales para canalizar la participación políticas de las personas? ¿Las redes sociales ayudan a generar participación política, ya sea tanto presencial como virtualmente?

Este informe muestra, a partir de los resultados de una encuesta (nacional, realizada en setiembre 2024, con 1211 ciudadanos) cómo la participación política en el Perú se manifiesta -y a veces se retrae- en el ámbito digital, en un contexto marcado por la desconfianza hacia la clase política y una fuerte desafección ciudadana pero al mismo tiempo con la existencia de formas emergentes de activismo digital, entre ciudadanía y política.

A partir de las actitudes que muestran el acercamiento de los encuestados con los temas políticos a través de las redes sociales se elaboró un **índice** para el presente año **que mide el nivel de activismo político** en redes sociales a nivel nacional, siendo este de **18.9**.

RESULTADOS

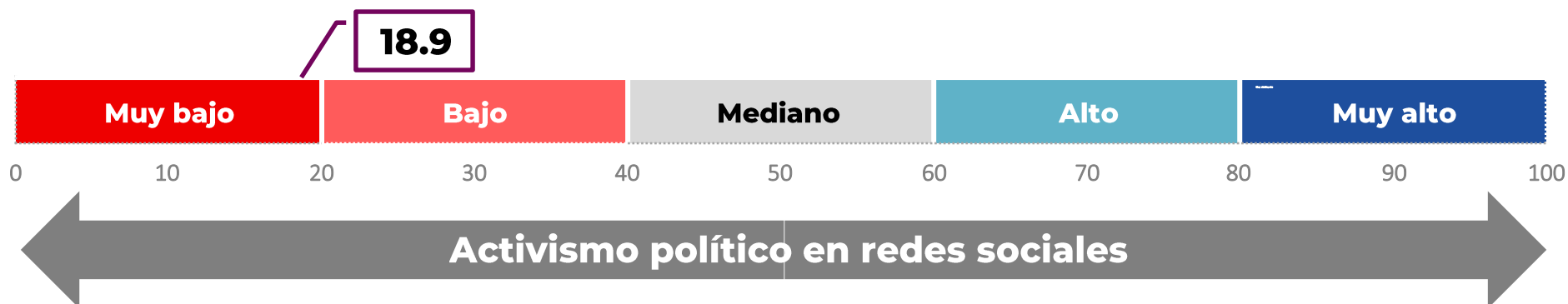


INVOLUCRAMIENTO POLÍTICO EN REDES SOCIALES

Índice de activismo

El **índice de activismo político en redes sociales**; es decir, el involucramiento político de los peruanos en estos medios digitales, **es bajo**.

Esta actitud responde, en parte, a una percepción generalizada de que la política no ofrece garantías ni caminos efectivos de transformación, lo que refuerza el desinterés hacia ella.



El **índice de activismo político en redes sociales** mide cuánto se involucran las personas en temas políticos a través de redes sociales. Se construye a partir de las respuestas afirmativas a seis comportamientos concretos*.

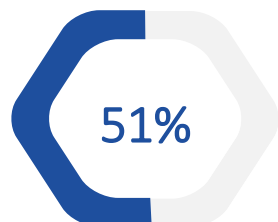
* Lectura sobre temas políticos, posteo de comentarios sobre política, seguimiento a un político, posteo de comentarios políticos en un diario o medio, participación en un grupo político y en una manifestación política, todos ellos generados en las redes sociales

INVOLUCRAMIENTO POLÍTICO EN REDES SOCIALES

Comportamiento

Las personas usan las redes sociales para observar publicaciones de temas sociales/políticos, pero no necesariamente para interactuar mediante comentarios u otras opciones para responder a estos mismos. Este patrón de comportamiento puede explicarse por una desafección política, Es decir, por un estado de desinterés y desconfianza de los procesos, personajes e instituciones políticas, pero sin cuestionar el régimen político

Dígame ¿En los últimos 12 meses...?



SÍ HA LEÍDO
sobre temas políticos en
redes sociales



NO HA POSTEADO
comentarios sobre temas
políticos en redes sociales



NO HA SEGUIDO
a un político en una red social



NO HA POSTEADO
comentarios sobre política en
un diario online



NO SE UNIÓ
a un grupo político en una red
social



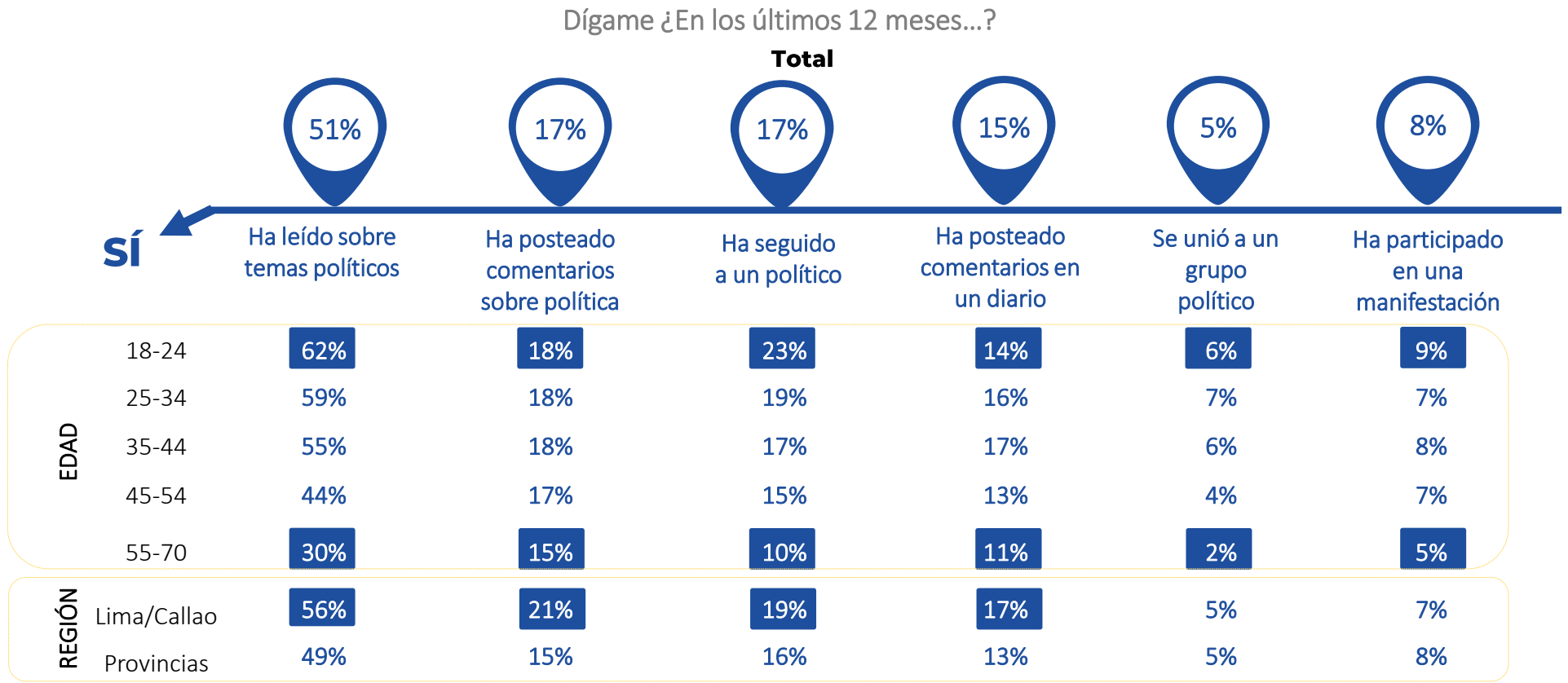
NO HA PARTICIPADO
en una manifestación convocada
en una red social

8% de peruanos
ha mostrado
activismo político,
de alguna manera

INVOLUCRAMIENTO POLÍTICO EN REDES SOCIALES

Énfasis en edad y región

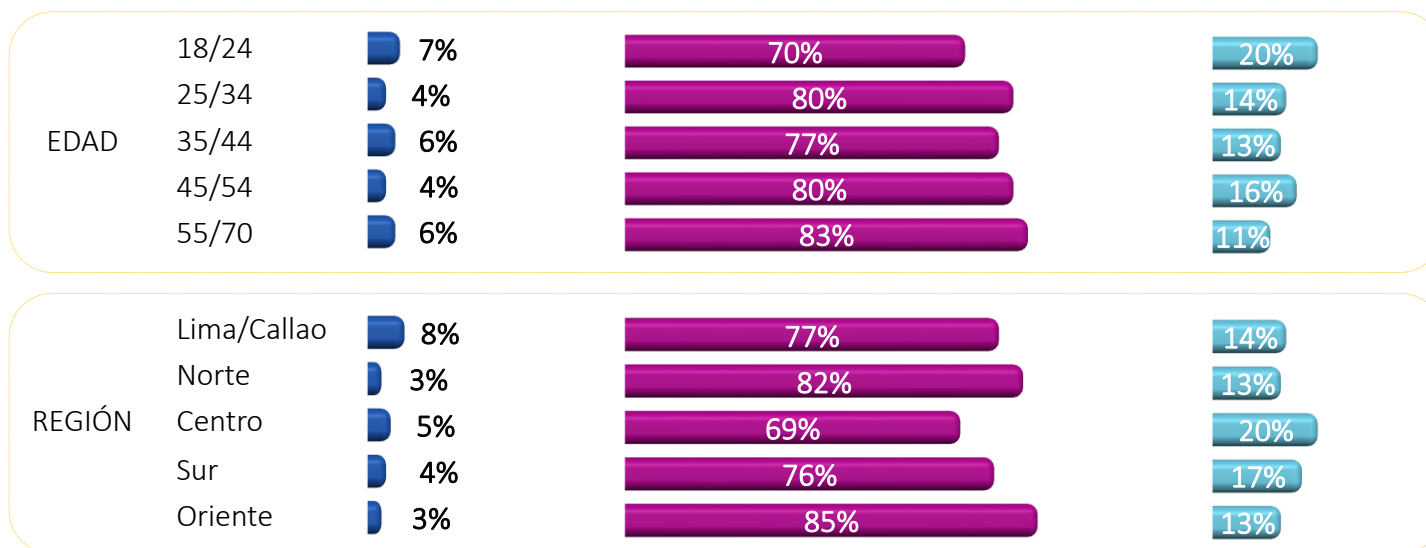
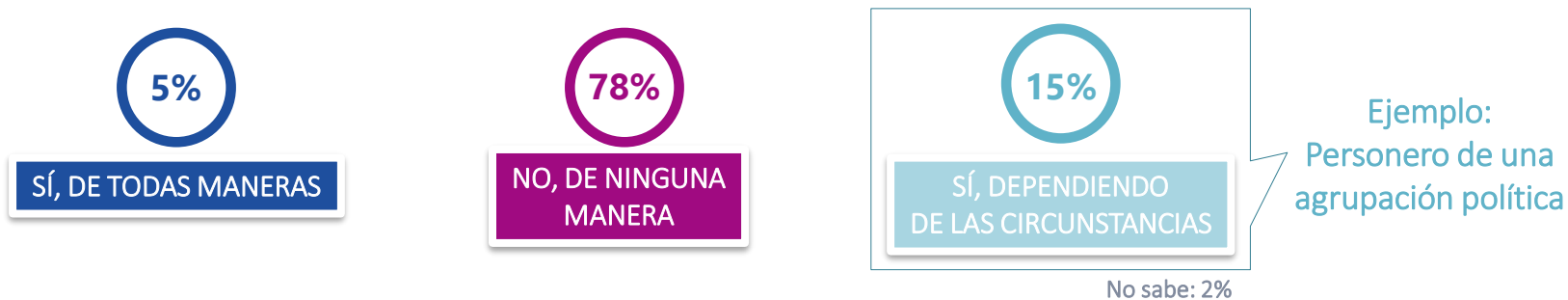
Los jóvenes, a comparación de los adultos mayores, muestran una participación mucho más alta en la lectura de temas políticos en redes sociales (62% frente a 30%), lo mismo ocurre cuando comparamos a Lima/Callao con el interior del país (56% versus 49%). Por otro lado, a pesar de la pequeña diferencia en la “participación en manifestaciones” entre la capital y las provincias, se percibe que, el vínculo entre política y territorio puede ser más fuerte fuera de Lima.



INVOLUCRAMIENTO POLÍTICO EN REDES SOCIALES

Énfasis en edad y región

Si se lo proponen o se anima, ¿Ud. participaría o no participaría en política?



El rechazo de las personas a participar en política es elevado (78%). Incluso, si estas aceptaran un acercamiento, se haría parcialmente, bajo una situación específica. Por ejemplo, mediante la participación como personero de una agrupación política, en procesos electorales.

INVOLUCRAMIENTO POLÍTICO EN REDES SOCIALES

Aspectos para recuperar la confianza del ciudadano



PRINCIPALES EJES TEMÁTICOS

- 1

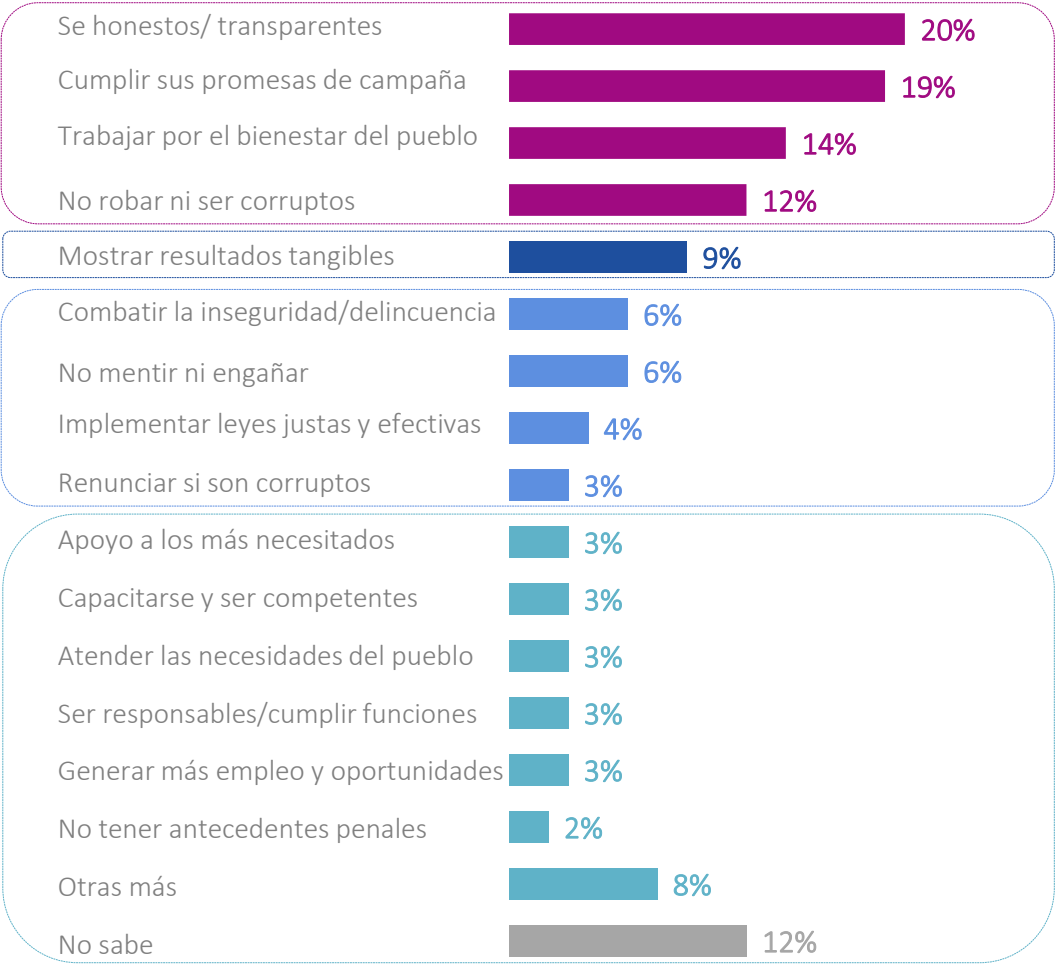
TRANSPARENCIA
Cumplimiento
Lealtad
Compromiso
- 2

ACCIONES
CONCRETAS
- 3

SEGURIDAD
Confianza
Rectitud
Coherencia

COMPROMISO
SOCIAL
Empatía
Funcionalidad
Inclusión

¿Qué deberían hacer los políticos para recuperar la confianza de las personas?



Los dos principales aspectos son la honestidad y el cumplimiento de promesas de campaña. ¿Qué está detrás de este insight?

Este interés por la integridad de la autoridad refleja una profunda desconfianza de los ciudadanos hacia las instituciones políticas. Pero al mismo tiempo, señala la consigna de que las personas desean que se muestren resultados palpables.

Es decir, lo que se valora es la coherencia entre lo que se dice y lo que se hace, lo cual obliga a los políticos a mostrar logros concretos.

PRINCIPALES HALLAZGOS

■ DESAFECCIÓN POLÍTICA Y ROL DE LAS REDES SOCIALES

Aunque las redes sociales se han consolidado como espacios clave para canalizar demandas y expresar malestar, la mayoría de los usuarios se limita a observar sin involucrarse activamente. Esta actitud responde, en parte, a una percepción generalizada de que la política no ofrece garantías ni caminos efectivos de transformación, lo que refuerza el desinterés. Sin embargo, también se ha mostrado que existen formas emergentes de activismo digital, entre ciudadanía y política.

■ BRECHAS GENERACIONALES

La edad es una variable clave para entender el vínculo entre política y redes sociales. Los jóvenes (18-24 años) muestran una mayor exposición e interacción política online frente a los adultos mayores (55-70), quienes participan menos. Sin embargo, ambos grupos comparten un patrón de baja participación activa, lo que revela una desafección transversal, aunque con distintos niveles de consumo político.

■ BRECHAS TERRITORIALES

Aunque el uso de redes sociales con fines políticos es similar entre Lima/Callao y el interior del país, hay diferencias importantes. En Lima, el consumo político digital es más alto; sin embargo, se percibe que en provincias la participación presencial convocada por redes es ligeramente mayor, evidenciando un vínculo más directo entre política y demandas territoriales, especialmente donde el Estado se percibe como distante o indiferente.

■ RECUPERAR LA CONFIANZA: ENTRE ÉTICA Y RESULTADOS

La ciudadanía demanda de los políticos honestidad, cumplimiento de promesas y resultados tangibles como condiciones para restablecer la confianza. Esta expectativa revela que no solo se cuestiona la moral individual de los representantes, sino también la eficiencia institucional. La coherencia entre el discurso y la acción política se posiciona como el criterio principal para legitimar el ejercicio del poder.



www.datum.com.pe