



Universidad de Chile

Instituto de la Comunicación e Imagen

Escuela de Periodismo

**CAMPAÑA COMUNICACIONAL
#TENEMOSJÓVENES**

**JAVIERA PAZ JAÑA CÁNEPA
KARLA BELÉN RAMÍREZ JULIÁ**

**MEMORIA PARA OPTAR AL TÍTULO DE PERIODISTA
Modalidad: Plan de Comunicaciones**

PROFESORA GUÍA: KARLA PALMA

**SANTIAGO DE CHILE
DICIEMBRE 2021**

*“¡Que vivan los estudiantes
Jardín de nuestra alegría!
Son aves que no se asustan
De animal ni policía
Y no le asustan las balas
Ni el ladrar de la jauría (...)”*

Violeta Parra

Agradecimientos

A nuestras madres, padres, abuelxs y hermana, que nos han apoyado y brindado tanto amor incondicional durante nuestras vidas y experiencia universitaria.

A Ignacio, por su confianza y amor que vuelven toda carga más liviana.

A Rita, Wanda y Sasha, por ser una fuente de alegría y cariño constantes durante los días de trabajo.

A Isabella Villanueva y el equipo de CEUS Chile, quienes trabajan en pos de una realidad mejor y más justa para nuestro país, por entregarnos su confianza, respeto y empatía en la construcción de este proyecto en conjunto.

A la profesora Karla Palma, quien nos guió y acompañó a lo largo de este proceso con su sabiduría y experiencia en torno al tema que decidimos trabajar. Y al profesor Laureano Checa, quien siempre tuvo la disposición de ayudarnos y entregarnos herramientas para desarrollar esta memoria de título correctamente.

A los amigos que han formado parte de este camino, por los momentos que hemos compartido juntxs durante la carrera y los que se vienen más adelante.

Al Instituto de la Comunicación e Imagen, por proporcionar un espacio donde pudimos formarnos profesionalmente con una perspectiva de las comunicaciones plural, inclusiva e intercultural.

A todos los y las jóvenes del mundo, por permitirnos soñar con la construcción de un presente y futuro más esperanzadores.

Índice

I Introducción	5
II CEUS Chile	6
III Tenemos Jóvenes	23
IV Estrategia digital	30
V Análisis de desempeño	56
VI Conclusiones	63
VII Anexos	65
VIII Bibliografía	68

Introducción

Las juventudes han tenido un rol fundamental a la hora de promover procesos políticos y cambios sociales a lo largo de la historia, habiendo en numerosas ocasiones “participado, contribuido e incluso catalizado importantes cambios en sistemas políticos, repartos de poderes y oportunidades económicas” (Naciones Unidas, 2013. Youth and Political Participation). En la actualidad han nacido grandes movimientos a partir del liderazgo de actores juveniles en distintos países del mundo, lo que ha demostrado su interés en ser parte de las decisiones que permiten transformar las sociedades.

En Chile, el involucramiento masivo de jóvenes en las manifestaciones de octubre de 2019 fue determinante para la institucionalización de las demandas sociales y la creación de una nueva agenda política, en la que destaca el inicio de un Proceso Constituyente en el que se abordará desde un punto de vista legislativo la problemática ecológica. Según el estudio “Jóvenes y nueva Constitución” (2021), realizado por el Programa de Estudios Sociales y Desarrollo de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, un 74% de los jóvenes encuestados considera que cuidar y respetar el medioambiente es el deber más importante para ser incluido en la nueva Constitución.

A pesar del evidente potencial y motivación de la población juvenil de ser parte de las decisiones políticas del país, su participación electoral continúa siendo baja de acuerdo a datos registrados en los últimos años. El estudio “Estadísticas de participación por rango de edad y sexo” (2018) del Servicio Electoral de Chile reveló que un 35% de la población entre 18 y 24 años sufragó en la segunda vuelta de las elecciones presidenciales del 2017, cifra que aumenta levemente a 37% en jóvenes entre 25 y 29 años.

Existen varias iniciativas y entidades de la población civil que buscan aumentar la participación juvenil, tanto democrática como en espacios de diálogo político. Una de ellas es la organización no gubernamental CEUS Chile, que empodera y capacita a jóvenes en cuanto a temáticas medioambientales, crisis climática y sustentabilidad; materias que se han insertado en la agenda pública y se han convertido en puntos determinantes de la contingencia política mundial. La

convergencia entre estas dos relevantes problemáticas en el trabajo de CEUS Chile motivó la decisión de colaborar con dicha organización y desarrollar un plan de comunicaciones que permita el posicionamiento de este importante mensaje.

En este marco, se elaborará una estrategia digital que tendrá la misión de visibilizar y demostrar que la participación de los jóvenes es fundamental para el buen desarrollo de la democracia de nuestro país, así como también su involucramiento en la creación de políticas que protejan el medioambiente y promuevan una cultura que se preocupe de las futuras generaciones.

La estrategia se llevará a cabo en las siguientes fases: diagnóstico de la organización; construcción del problema comunicacional; identificación de los públicos y objetivos del plan de comunicaciones; desarrollo de la estrategia como tal; y evaluación de su impacto en los públicos y la organización.

CEUS Chile

Historia

La crisis climática ha alcanzado niveles críticos durante las últimas décadas, y hoy continúa empeorando rápidamente. La gravedad de esta problemática queda demostrada en aspectos como la liberación anual de miles de millones de toneladas de CO₂ en la atmósfera, como resultado de la producción de carbón, petróleo y gas, que ha provocado que los últimos cuatro años hayan sido los cuatro más cálidos de la historia¹. A esta grave situación se suman también problemáticas como la crisis hídrica, que particularmente en Chile tendrá consecuencias como la reducción de los caudales medios anuales en un 25%, según indica el estudio “Actualización del Balance Hídrico Nacional” (2017) publicado por investigadores de la Universidad de Chile y de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

Este fenómeno ha generado la preocupación y movilización de jóvenes empoderados en nuestro país, que se han organizado para combatir la crisis climática desde los distintos espacios en los que se desenvuelven. En este contexto nace CEUS Chile, una organización no gubernamental (ONG) ambientalista que se constituye de jóvenes voluntarios, tanto estudiantes secundarios y universitarios como profesionales.

Los hitos que permitieron la creación de la ONG se desarrollaron a partir de una iniciativa organizada el 2016 por integrantes de la Comisión Sustentabilidad del Centro de Estudiantes de la Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas de la Universidad de Chile, en busca de generar nuevos espacios de conversación estudiantil en torno a temáticas medioambientales. Se desarrollaron una serie de actividades que permitieron realizar a fines del mismo año el primer Congreso Estudiantil Universitario de Sustentabilidad (CEUS), en el que se llevaron a cabo foros, conversatorios, mesas redondas y actividades con la participación de estudiantes de distintas universidades.

¹ “La crisis climática - una carrera que podemos ganar”. Sitio web oficial de las Naciones Unidas.
<https://www.un.org/es/un75/climate-crisis-race-we-can-win>

El éxito de este evento permitió que desde ese año el Congreso se convirtiera en una actividad anual, y tras su segunda realización, una parte del equipo coordinador decidió convertirse en una ONG, que finalmente se fundó como CEUS Chile en marzo de 2018.

Durante los años siguientes, la organización comenzó a involucrarse en actividades externas relacionadas a medioambiente. Algunas de ellas consistieron en participar activamente en la delegación de jóvenes COP25, en pasantías sociales sobre energía social en Haití, y en gestionar iniciativas como la Escuela Ecológica Constituyente: Líderes Jóvenes por una Constitución Ecológica y la Escuela de Formación de Líderes Jóvenes: Territorio y Economía Circular (TEC).

Trabajo actual

Durante el último año, CEUS Chile ha trabajado para incidir en la creación de políticas públicas relacionadas a sustentabilidad y medioambiente, y en abrir espacios de diálogo en los que los jóvenes puedan participar activamente.

En el marco de la redacción de la nueva Constitución, la ONG organizó el proyecto “Voces Juveniles: Hacia una Constitución Ecológica”, que consistió en una serie de cabildos virtuales a lo largo de todo el país en busca de conocer las opiniones y propuestas de los jóvenes en torno a la visión medioambiental que tendrá la futura Carta Magna que nos regirá.

A su vez, CEUS Chile fue una de las tres organizaciones chilenas catalogadas como ONG Observadora de la vigésimosexta Conferencia de las Partes de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre Cambio Climático (COP26) por la Secretaría de las Naciones Unidas para el Cambio Climático. Por lo mismo, parte de sus voluntarios/as serán parte de la delegación del evento y viajarán hasta Glasgow para seguir las negociaciones, articularse como sociedad civil, y demandar más espacio de participación juvenil activa y vinculante.

Perfil organizacional

El trabajo de desarrollo de la estrategia comunicacional comenzó con la realización de un estudio de CEUS Chile, con el objetivo de desarrollar un diagnóstico general de la organización. Este proceso de investigación contempló la revisión de sus estatutos, sitio web y redes sociales.

Los resultados del estudio permitieron determinar que la ONG no indicaba claramente su misión, visión y valores en ninguna plataforma. Debido a esto, y para poder elaborar el plan de comunicaciones de manera óptima, se coordinó una reunión con la presidenta de la organización, Isabella Villanueva, en la que se recopiló la información necesaria para formular una misión, visión y valores de la organización. Posteriormente, se hizo una propuesta con la definición de estos nuevos elementos que fueron aprobados por el directorio y actualizados en el sitio web de CEUS Chile.

Misión

Formar y empoderar a jóvenes mediante la entrega de herramientas, creación de capacidades y difusión de información, para contribuir a la creación de políticas públicas que permitan su participación e incidencia activa en temas relacionados a medioambiente y sustentabilidad.

Visión

Ser una organización líder en la apertura de espacios y la creación de mecanismos que aseguren de manera efectiva la participación juvenil en políticas públicas medioambientales.

Valores

- **Respeto:** CEUS Chile considera que el respeto, tanto entre sus voluntarias/os como con el medioambiente, es determinante en el desarrollo de sus tareas.

- **Responsabilidad:** Las/os integrantes de la organización deben ser responsables en sus respectivas tareas y cargos para lograr los objetivos de manera correcta.
- **Inclusión:** La organización considera fundamental trabajar de forma inclusiva, estando en contra de cualquier forma de discriminación.
- **Justicia:** CEUS Chile se opone ante cualquier hecho o situación que dañe, tanto al medioambiente y sus ecosistemas, como a quienes actúan en pos de su protección y conservación.

Áreas prioritarias

A partir de los valores de la organización, se definieron cuatro áreas prioritarias con las que CEUS Chile enfoca su trabajo y da dirección a sus proyectos:

- Creación de capacidades en jóvenes
- Incidencia política en temáticas medioambientales
- Empoderamiento juvenil
- Fomento de la sustentabilidad y cuidado del medioambiente

Organigrama

La organización está compuesta, en primer lugar, por el directorio; que incluye la presidencia, secretaria, tesorería, dirección ejecutiva y cinco directores/as. Luego existe una mesa ejecutiva, compuesta por la dirección ejecutiva, cuyo cargo rota anualmente y está representado por una persona, y a su vez se encarga de cuatro direcciones: finanzas, contenido, comunicaciones y proyectos. Esta última, además, asigna directores/as por proyecto. Finalmente, se encuentran los/as voluntarios/as y colaboradoras/es, a quienes se les asignan tareas según los distintos proyectos y necesidades de la organización.



Diagnóstico

A través de un diagnóstico general de la organización, se emplearon distintas herramientas de observación: identificación de stakeholders; benchmarking; análisis 7S, PESTEL y FODA. Estos serán desarrollados con mayor detalle posteriormente, con el fin de elaborar la estrategia de este plan de comunicaciones.

En primer lugar, para profundizar en el entorno de CEUS Chile, se realizó un estudio de sus principales stakeholders en distintas áreas de interés relevantes para la organización, así como también un benchmarking de los mismos, a través de una evaluación y análisis de tres organizaciones similares a CEUS Chile: Greenpeace Chile, Uno.Cinco y FIMA. Los criterios establecidos para tener en cuenta en esta comparación son la retención de integrantes, su desempeño en redes sociales y el contenido externo publicado por la organización.

A su vez, se llevaron a cabo distintos análisis para conocer el funcionamiento de CEUS Chile en distintas áreas y aspectos. En primer lugar, empleamos las 7S de McKinsey, modelo que consiste en profundizar, mediante un cuadro expositivo, sobre los siete factores básicos que estructuran la organización: estrategia, estructura, sistema, personal, capacidades, estilo y valores compartidos. Se escogió este modelo ya que su formato fue favorable para poder reconocer las fortalezas y debilidades de la organización en cuanto a comunicación interna, para así crear una estrategia acorde a la cultura organizacional de CEUS Chile.

Luego, se llevó a cabo a través de un segundo cuadro expositivo un análisis PESTEL de la organización, que permitirá identificar los principales factores de su entorno: políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales. La elección de este modelo se debe a la importancia que tienen estos criterios que influyen en el trabajo de la ONG a través de diversas amenazas y oportunidades en contextos determinados.

A partir de los resultados obtenidos de ambos instrumentos mencionados, se determinarán las principales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la organización mediante la aplicación de un análisis FODA, herramienta de planificación que reconoce dichos factores,

evalúa cómo afectan a la organización y permite formular una estrategia. En este caso, la estrategia comunicacional que será empleada en el plan de comunicaciones.

Stakeholders

Se estudió el entorno general de CEUS Chile para determinar cuáles son sus principales organizaciones competitivas y cercanas; colaboradores académicos y económicos; y finalmente su público objetivo. Este análisis se llevó a cabo a través de la revisión de instituciones y entidades que han apoyado proyectos anteriores de la ONG, reuniones con representantes del directorio para conocer qué stakeholders consideran más relevantes, y un sondeo de las redes sociales y página oficial de CEUS Chile.

En la siguiente tabla se expondrán los stakeholders más relevantes de la ONG en la actualidad.

²Stakeholder 1: Instituciones públicas dedicadas al medioambiente y la juventud.
Ministerio de Medio Ambiente (MMA) e Instituto Nacional de la Juventud (INJUV).
Stakeholder 2: Organizaciones juveniles medioambientales que cumplen un rol similar a CEUS Chile.
Tremendas, CVerde, Uno.Cinco, Motum.
Stakeholder 3: Organizaciones medioambientales.
FIMA, Fundación Friedrich Ebert (FES Chile), Chile Sustentable, Greenpeace Chile.
Stakeholder 4: Empresas del sector privado que apoyan proyectos de la organización.
Entel Chile y ACCIONA Chile.
Stakeholder 5: Instituciones académicas que han colaborado con la organización.
Universidad de Chile, Universidad Técnica Federico Santa María y Pontificia Universidad Católica de Chile.
Stakeholder 6: Organizaciones que financian a la organización.
Fundación Friedrich Ebert (FES Chile) y The North American Association for Environmental Education (NAAEE).
Stakeholder 7: Público objetivo de la organización.
Jóvenes interesados en temáticas medioambientales.

² Tabla extraída del ramo “Comunicación Estratégica”, impartido por el profesor Laureano Checa.

Benchmarking

Se reconocieron tres principales entidades similares a CEUS Chile para comparar su desempeño en tres áreas diferentes: integrantes, redes sociales y contenido; con el fin de fijar parámetros positivos que la organización pueda replicar a través de la estrategia propuesta en el plan de comunicaciones.

A continuación, se identifican las entidades seleccionadas:

→ Greenpeace Chile

Organización ecologista internacional con presencia en Chile, involucrada en la toma de acciones ligadas a la lucha socioambiental a través de campañas, movilizaciones y difusión de información.

→ Uno.Cinco

Empresa dedicada a potenciar y facilitar la educación ambiental en América Latina y el Caribe.

→ FIMA

Organización no gubernamental que trabaja temáticas relacionadas a la justicia ambiental, a través de la capacitación, investigación, litigación y difusión de información ligada al área legislativa medioambiental.

Como parte del análisis, se realizaron cuadros comparativos para visualizar las principales diferencias en las tres áreas de interés mencionadas.

a) Análisis Integrantes

Se buscaron las fechas de publicación de convocatorias de voluntarios o pasantes a través de redes sociales para determinar la frecuencia de realización de cada una de ellas. Además, se destacaron ámbitos característicos de cada entidad con respecto a sus integrantes.

CEUS Chile	Greenpeace	Uno.Cinco	FIMA
<ul style="list-style-type: none"> - Se abren convocatorias una vez al año, que son difundidas a través de redes sociales. - Contacto informal a través de WhatsApp para coordinar proyectos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Convocatoria abierta durante todo el año. - Contacto constante con líderes regionales. - Se realizan capacitaciones a los voluntarios sobre temas relevantes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Se realizan llamados de manera semestral, y según las necesidades de la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> - No hay voluntarios. Se realizan convocatorias a pasantías de manera trimestral.

b) Análisis Redes Sociales

Se llevó a cabo una revisión de las cuentas oficiales de cada entidad en redes sociales, para determinar factores como su alcance, interacciones y periodicidad de publicación.

CEUS Chile	Greenpeace	Uno.Cinco	FIMA
<ul style="list-style-type: none"> - Alto alcance en cuenta de Instagram. - No existe una periodicidad de publicación. - Falta de planificación y análisis estadístico sobre algoritmos de las redes sociales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Cuentas de Instagram, Facebook y Twitter activas. - Coherencia entre sus redes sociales y autopromoción. 	<ul style="list-style-type: none"> - Activos en Instagram, Facebook, Twitter, TikTok y Youtube. - Bajas interacciones en todas las cuentas excepto Instagram. 	<ul style="list-style-type: none"> - Presencia en Instagram, Facebook, Twitter, TikTok, Youtube y LinkedIn. - Falta de una periodicidad en las publicaciones. - Bajas interacciones.

c) Análisis Contenido

Se estudió la manera en que CEUS Chile, Greenpeace Chile, Uno.Cinco y FIMA plasman su identidad a través del contenido emitido en sus plataformas de difusión, tales como sus redes sociales y otros proyectos digitales.

CEUS Chile	Greenpeace	Uno.Cinco	FIMA
<ul style="list-style-type: none"> - Falta de una identidad propia plasmada en las publicaciones. - Proyectos no renovables. - Mensaje no acorde al público objetivo de la organización. 	<ul style="list-style-type: none"> - Contenido llamativo y periódico. - Publicaciones acorde a la identidad de la organización. 	<ul style="list-style-type: none"> - Contenido educativo replicado en todas las cuentas. - Identidad consistente en las distintas publicaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> - Contenido amigable y explicativo. - Podcast en el que se profundizan los temas. - Identidad propia.

Análisis 7S

Se conversó con el director de Comunicaciones, Marco Jiménez, y un grupo de voluntarios de la organización para conocer su percepción del funcionamiento interno de CEUS Chile, con el fin de realizar un análisis sobre las fortalezas y debilidades en los valores compartidos, estrategia, estructura, sistemas, estilo, personal y capacidades de la ONG. Además, se revisaron los estatutos y la información expuesta en el sitio web de la organización.

	Fortalezas (+)	Debilidades (-)
³Valores Compartidos	<ul style="list-style-type: none"> - Los valores tienen coherencia con la misión y visión de la organización, lo que conduce a una homogeneidad en el trabajo de sus integrantes. - Existe una convicción en torno a los valores de la ONG, dado que es voluntaria. 	No existe un fácil acceso al conocimiento de estos valores dentro de la organización.
Estrategia	Los proyectos que CEUS Chile realiza durante el año tienen un carácter político y serio, lo que permite que se cumpla la misión de la organización y así se genere un alcance mayor de público.	Disminuyó la participación de voluntarios/as en los proyectos, ya que las tareas recaen principalmente en los directorios de cada área.
Estructura	Cada área cumple una función específica, lo que asegura mayor eficacia en el cumplimiento de tareas designadas.	La cantidad de subdivisiones dificulta el flujo de la comunicación entre cargos directivos y voluntarios.

³ Tabla extraída del ramo “Comunicación Estratégica”, impartido por el profesor Laureano Checa.

	Fortalezas (+)	Debilidades (-)
Sistemas	Existe un calendario que le otorga periodicidad y ritmo a los eventos de la organización.	No hay un canal oficial por el que se informen todas las instancias en las que los integrantes de CEUS Chile participan.
Estilo	Se permite que exista una tonalidad cercana entre los integrantes de la organización.	Se pierde alguna información dada la informalidad del canal por el que esta se comunica.
Personal	<ul style="list-style-type: none"> - La organización cuenta con un número importante de voluntarios/as. - La cercanía generacional entre los integrantes permite un ambiente positivo y dinámico dentro de CEUS Chile. 	La mayoría de los integrantes realiza actividades académicas y/o laborales en paralelo a su trabajo en la ONG, lo que puede retrasar las tareas y provocar la renuncia temprana de varios de ellos.
Capacidades	<ul style="list-style-type: none"> - Buena relación con sus stakeholders. - Los/as voluntarios/as poseen herramientas académicas que permiten crear un entorno en el que todos se desenvuelven de manera exitosa. 	El nicho ambientalista en que se desenvuelven todos los integrantes de la organización provoca que no se distingan las características representativas de su rol en la organización.

Análisis PESTEL

Se hizo una revisión de la contingencia a nivel nacional y mundial para contar con una base contextual para complementar la visión de CEUS Chile sobre los aspectos políticos, económicos, socioculturales, tecnológicos, ecológicos y legales de su entorno, se realizó un cuadro expositivo en el que se ilustraron las oportunidades y amenazas más relevantes para la organización en cuanto a los ámbitos mencionados, considerando la opinión de la presidenta Isabella Villanueva y la directora ejecutiva Javiera Lecourt.

	Oportunidades (+)	Amenazas (-)
⁴ Políticos	En los últimos años se han desarrollado varios procesos políticos y ambientales, en los que CEUS Chile tiene la oportunidad de participar activamente a través del desarrollo de proyectos e iniciativas.	<ul style="list-style-type: none">- Dada la relevancia de dichos procesos políticos, organizaciones similares a CEUS Chile también se han involucrado de manera activa, provocando similitud en los proyectos y contenidos.- La intensidad y frecuencia de estos procesos genera desgaste en los integrantes de la organización.
Económicos	La crisis sanitaria ha llevado a que se fortalezca la relación entre CEUS Chile y organizaciones internacionales, lo que ha significado un aporte en términos financieros.	La pandemia ha llevado a que no exista la cantidad necesaria de socios donantes en la organización.

⁴ Tabla extraída del ramo “Comunicación Estratégica”, impartido por el profesor Laureano Checa.

	Oportunidades (+)	Amenazas (-)
Socioculturales	La última década ha aumentado la preocupación y la toma de acciones por parte de la ciudadanía con respecto a la crisis climática y el medioambiente.	La pandemia ha provocado un estancamiento del movimiento ecologista, dadas las restricciones sanitarias y la prohibición de reuniones masivas.
Tecnológicos	Las medidas sanitarias tomadas los últimos dos años produjeron un alza del uso de plataformas virtuales, lo que ha permitido la participación de personas de todos los lugares del mundo en actividades que solían ser locales.	El acceso a internet y la calidad de conexión continúan siendo desiguales en la población, por lo que existe una brecha de accesibilidad en las iniciativas virtuales de la organización.
Ecológicos	El área ecológica abarca una amplia cantidad de problemáticas y situaciones, en las cuales CEUS Chile tiene la oportunidad de involucrarse.	La falta de compromiso de las autoridades en materia ecológica estanca el trabajo de las organizaciones medioambientales.
Legales	La escasez de políticas públicas que promuevan y protejan el cuidado del medioambiente, y el avance de proyectos dañinos en materia ecológica, incentivan la lucha en torno a esta temática.	Una cantidad importante de las leyes vigentes en la actualidad van en contra del respeto y cuidado del medioambiente.

Análisis FODA

En relación a los cuadros expositivos anteriores, se hizo una selección de los aspectos internos y externos de CEUS Chile que deben ser trabajados con urgencia, para mejorar el desempeño general de la organización.

	Interno	Externo
⁵Positivo	<p style="text-align: center;">F</p> <ul style="list-style-type: none"> - Convicción en los valores. - Cercanía generacional entre los integrantes. - Variedad de capacidades y herramientas por parte de los voluntarios. 	<p style="text-align: center;">O</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ambiente político activo. - Nuevos aportes económicos a partir del fortalecimiento de relaciones internacionales. - Aumento de la preocupación por temáticas socioambientales en la última década.
Negativo	<p style="text-align: center;">D</p> <ul style="list-style-type: none"> - Comunicación deficiente producto de la falta de un canal oficial, y la cantidad de subdivisiones. - Retraso en tareas por el compromiso de los integrantes con responsabilidades académicas y/o laborales. 	<p style="text-align: center;">A</p> <ul style="list-style-type: none"> - Falta de diferenciación en proyectos y contenidos, dado el dinámico escenario político actual. - Déficit de socios donantes que colaboren económicamente a CEUS Chile. - Estancamiento del movimiento ecológico durante la pandemia, dadas las restricciones sanitarias.

⁵ Tabla extraída del ramo “Comunicación Estratégica”, impartido por el profesor Laureano Checa.

Identificación del problema

A partir de los resultados de los análisis 7S y PESTEL, podemos concluir que para que CEUS Chile pueda mejorar su desempeño en las categorías analizadas en el diagnóstico, se deben emplear nuevas estrategias que le permitan posicionarse de mejor manera como organización.

Las conclusiones obtenidas a través del análisis FODA muestran déficits comunicativos importantes dentro de la organización. Los principales son la falta de un canal oficial por el cual informar a los voluntarios sobre el trabajo de la ONG, sumado al poco tiempo que los mismos disponen para participar en las actividades de CEUS Chile.

Los factores externos que impactan negativamente a la organización actualmente tienen relación, en primer lugar, con el dinámico escenario político actual que provoca que los contenidos publicados no se diferencien ni destaquen en relación a los contenidos de otras organizaciones. Por otro lado, la poca visibilización de proyectos anteriores de la ONG produce que posibles socios donantes no conozcan el trabajo de CEUS Chile y no aporten. Un último problema identificado son las restricciones sanitarias impuestas durante la pandemia, que han impedido las reuniones presenciales y han limitado el movimiento ecológico.

Por otro lado, de acuerdo a las comparaciones expuestas en el benchmarking, se determinó que resultaría beneficioso para la ONG realizar campañas semestrales que contengan actividades que logren construir y mantener una relación entre los voluntarios, sus proyectos y equipos respectivos, para evitar la deserción indeseada.

Además, se consideró necesario contar con una planificación de publicación para generar continuidad y presencia en redes sociales; estudiar las estadísticas de desempeño en redes sociales para determinar horarios de publicación positivos; y generar coherencia en el feed para atraer nuevos seguidores. CEUS Chile obtendrá resultados positivos si se genera contenido acorde con su público objetivo; se construye una identidad propia a través de sus publicaciones que sea fácilmente reconocible; y desarrollar proyectos que sean renovables y tengan continuidad en el tiempo.

Con el objetivo de implementar estas propuestas y situar de manera positiva a la organización CEUS Chile en la agenda pública, se diseñará una campaña digital considerando las problemáticas expuestas anteriormente relacionadas a: la falta de diferenciación con respecto a contenidos de otras organizaciones dado el agitado escenario político, la baja visibilización de proyectos anteriores traducida en la falta de socios donantes, la inexistente planificación y análisis de las estadísticas en redes sociales, y falta de una identidad propia en las distintas plataformas digitales. #TenemosJóvenes busca resolver estas deficiencias a través de una estrategia comunicacional que desencadenará un mejor desempeño de la organización.

Tenemos Jóvenes

¿Qué es Tenemos Jóvenes?

Para resolver los problemas de la organización en cuanto a integrantes, redes sociales, contenido, y factores externos e internos, diseñamos la campaña comunicacional #TenemosJóvenes, que busca posicionar el mensaje de la organización ambientalista CEUS Chile y visibilizar la importancia de la participación activa y vinculante de las juventudes en la creación de políticas públicas medioambientales nacionales.

A través de la creación de una estrategia digital, que incluirá la publicación de contenido relacionado a la temática expuesta en redes sociales y la elaboración de un podcast, se buscará aumentar el interés y conocimiento de los jóvenes en el trabajo de la ONG y en la información que será publicada sobre medioambiente, políticas ambientales y participación ciudadana juvenil.

Objetivos

El objetivo principal de la campaña comunicacional #TenemosJóvenes es posicionar el mensaje de la ONG CEUS con respecto a la visibilización de la importancia de la participación juvenil en los procesos democráticos y la creación de políticas públicas relacionadas a sustentabilidad, crisis climática y medioambiente.

Objetivos específicos:

1. Otorgar una identidad propia a la campaña Tenemos Jóvenes que la posicione en la agenda pública.
2. Generar contenido accesible y atractivo.
3. Informar a jóvenes y visibilizar espacios de discusión juvenil en torno a temáticas medioambientales.

Antecedentes y contexto

No cabe duda que los jóvenes son agentes de cambio y han asumido el liderazgo de diversos movimientos sociales que han cambiado el curso de la historia. Particularmente en Chile, la toma de acción relevada en octubre de 2019 por estudiantes secundarios contra el alza en la tarifa del sistema de transporte público, fue el detonante que movilizó al país y llevó al inicio del Proceso Constituyente.

El mismo año también se desarrolló en Chile una masiva convocatoria en la Huelga Mundial por el Clima organizada por Fridays For Future, movimiento ambientalista e internacional encabezado por jóvenes que exige la acción gubernamental en la lucha contra el cambio climático. El evento fue liderado en su mayor parte por activistas juveniles y sus respectivas organizaciones, demostrando su preocupación por esta problemática.

A pesar del interés e involucramiento de los jóvenes en estas temáticas, actualmente no se garantiza su participación efectiva en espacios de conversación y formulación de ideas que presiden proyectos que apuntan a la creación de políticas públicas relacionadas con sustentabilidad, crisis climática y medioambiente, situación que se genera como consecuencia del poco conocimiento público que se tiene de estas instancias.

Esto provoca que los derechos de participación juvenil en procesos políticos y sociales se vean vulnerados. Algunos de estos son los que proclama la Convención sobre los Derechos del Niño (CDN)⁶, que afirman que “todas las personas menores de 18 años tienen derecho a participar en los procesos de toma de decisiones que las afectan”, y que “todos los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a expresarse libremente, a ser escuchados y a que su opinión sea tomada en cuenta”.

⁶ “Los niños, niñas y adolescentes tienen derechos”. Sitio web oficial de Unesco. <https://www.unicef.org/chile/los-ni%C3%B1os-ni%C3%B1as-y-adolescentes-tienen-derechos>

Por otro lado, la opinión de niños/as y jóvenes sobre los proyectos que impactan al medioambiente debe ser resguardado, ya que tienen el derecho humano a un medio ambiente limpio, saludable y sostenible, según reconoció recientemente la Organización de las Naciones Unidas (ONU). Así también, el Artículo 19 N°8 de la Constitución de Chile y la Ley de Bases del Medio Ambiente reconoce el derecho a vivir en un medio ambiente libre de contaminación. Por lo tanto, todo proyecto que pueda tener un impacto ambiental debe ser evaluado por el Servicio de Evaluación Ambiental, organismo que recibe observaciones ciudadanas por parte de la comunidad afectada.

De esta manera, para que se cumplan los derechos mencionados, es necesario que las leyes ambientales que continúan en proceso de tramitación avancen en pos de garantizar un medioambiente libre de contaminación. Por lo mismo, se consideraron algunas de las más importantes.

Ley de protección de glaciares: Inicialmente fue presentada como el proyecto “Ley de protección y preservación de glaciares” durante el primer gobierno de Michelle Bachelet. Desde el 2005 se ha intentado legislar más de cinco veces, lo que demuestra un grave desinterés en torno al cuidado de la criósfera nacional.

Servicio de Biodiversidad y Áreas Protegidas: El proyecto de ley para crear un servicio público que se encargue de la conservación de la biodiversidad, denominado Servicio de Biodiversidad y Áreas Protegidas (SBAP), se ingresó por primera vez en marzo del 2011. Su tramitación se ha extendido por más de diez años, tiempo en el que se ha presentado una emergencia climática que ha significado la pérdida de múltiples ecosistemas y especies.

Ley Marco de Cambio Climático: Se ingresó en enero de 2020 en busca de crear un marco jurídico que permita hacer frente a los desafíos que presenta el cambio climático, y transitar hacia un desarrollo bajo en emisiones de gases de efecto invernadero. Su tramitación es fundamental, ya que permite reconocer que el cambio climático existe y es un problema global que nos afecta a todos/as.

Si bien es evidente que hacen falta espacios en los que las juventudes chilenas puedan expresar su opinión frente a los distintos procesos políticos vividos en el país y participar activamente en la toma de decisiones, es necesario reconocer las iniciativas y mecanismos existentes en la actualidad, que fijan un ejemplo para el resto de las instituciones públicas en materia de representatividad juvenil. A continuación se presentan los más destacados, según fue investigado y conversado con la presidenta de CEUS Chile, Isabella Villanueva.

Consejo de la Sociedad Civil (COSOC): Mecanismo consultivo y autónomo de participación ciudadana compuesto por representantes de organizaciones de la sociedad civil sin fines de lucro que buscan generar diálogos. CEUS Chile, a través de una consejera titular y suplente, representa a las organizaciones no gubernamentales cuyo objetivo es la protección del medio ambiente en el COSOC de la Superintendencia del Medio Ambiente (SMA) durante el periodo 2020-2022.

Consejo Asesor por la Acción Climática del Ministerio del Medio Ambiente: Instancia de carácter transversal, inclusivo y multisectorial convocada por la ministra de Medio Ambiente, Carolina Schmidt, para dialogar y prestar apoyo técnico a la elaboración de la Estrategia Climática de Largo Plazo, mandatada por la NDC. Entre las y los miembros se encuentran (ex) ministros, representantes del sector público, privado, academia y sociedad civil. Isabella Villanueva, presidenta de ONG CEUS Chile, fue convocada para representar a jóvenes.

Mesas Técnicas Estrategia Climática Largo Plazo: Durante el 2020 y en el contexto del desarrollo de la Estrategia Climática de Largo Plazo, se desarrollaron mesas técnicas y talleres regionales participativos para definir una visión de cara al 2050 en términos climáticos. El Ministerio del Medio Ambiente (MMA) incluyó en estas mesas actores clave de diferentes grupos, tomando en cuenta variables de género, pueblos indígenas, actores regionales y jóvenes. Tanto las mesas de visión a largo plazo como las sectoriales contaron con la participación de distintas/os jóvenes que trabajan temas de acción climática en Chile.

Jóvenes Negociadores: Desde que Chile tuvo dos representantes jóvenes en su equipo de negociadores en la COP 25 en Madrid, Bernardita Castillo y Juan José Martín, el MMA ha seguido impulsando que esto siga sucediendo. Por lo mismo, durante el 2021 se realizó el Curso

Internacional de Jóvenes Negociadores (MMA y Unión Europea) donde, entre las y los participantes, se seleccionaron 24 jóvenes para una segunda etapa de capacitación desde la cual se seleccionó a a 1 hombre y 1 mujer para ser parte del equipo negociador en la COP26 en Glasgow de la delegación Chile.

Fundaciones y ONG: Finalmente, existen distintas fundaciones y/o organizaciones de la sociedad civil dedicadas al fomento de la participación juvenil en espacios de diálogo políticos a las que los jóvenes pueden unirse para participar activamente.

Se presentaron los principales mecanismos que fomentan el involucramiento de las juventudes chilenas en la actualidad. Sin embargo, dado que se requiere crear más y mejores de estas instancias, se elaborará un marco internacional con el cual contrastar los espacios de fomento de la participación juvenil en Chile, en el cual se investigó sobre experiencias de otros países en esta temática. A continuación, se presentarán algunos de los casos estudiados.

Consejo Municipal de Juventud (CMJ) de Medellín: Mecanismo conformado por consejeros/as entre 14 y 28 años, quienes son elegidos por jóvenes del mismo municipio para representar sus opiniones y generar propuestas ante la institucionalidad pública. Este organismo fue creado en el marco de la Ley de Juventud de Colombia, con el fin de promover la formación integral de los jóvenes y garantizar su participación política, económica y social⁷.

Estrategia de la Unión Europea (UE) para la Juventud: Iniciativa creada por la Comisión Europea con el objetivo de empoderar a la juventud europea y dotarla de más peso en la elaboración de las políticas de la UE, a través de instancias de participación, investigación y diálogo.

Youth Sounding Board: La Comisionada de Asociaciones Internacionales de la Unión Europea, Jutta Urpilainen, ha definido como prioridad máxima el empoderamiento juvenil y la participación en la configuración y ejecución de la acción exterior. El Youth Sounding Board es

⁷ “¿Qué es y qué hace el CMJ?”. Sitio web oficial de la Secretaría de la Juventud de la Alcaldía de Medellín. <https://www.medellinjoven.com/blog/que-es-y-que-hace-el-cmj-146>

un espacio para que jóvenes influyan en la acción exterior de la UE a través de sus asociaciones internacionales. Sus participantes tienen un rol consultivo tanto para la Comisionada Urpilainen como para la Dirección General de Asociaciones Internacionales.

Diálogo Intergeneracional de Parlamentarios y Defensores de la Juventud de Asia: Instancia organizada por la Asociación Asiática de Población y Desarrollo (APDA) para iniciar la conversación sobre la creación de un marco institucional que fomente la participación juvenil en la formulación de políticas públicas en el continente. En el evento participaron activistas jóvenes y legisladores de 23 países de Asia, quienes concluyeron que “es importante hacer cambios en el sistema político que incluya a todos los jóvenes, para que todos tengan las mismas oportunidades”⁸.

Ley de Educación Ambiental Integral de Argentina: Normativa que fue promulgada este año con el fin de inculcar a los jóvenes, desde el nivel preescolar hasta la universidad, una toma de conciencia sobre el cuidado del planeta. El presidente Alberto Fernández aseguró que desde el gobierno argentino están “generando conciencia en las nuevas generaciones, desde pequeños, sobre la importancia de cuidar el medioambiente”.

La campaña comunicacional #TenemosJóvenes busca aportar en la tarea de informar a jóvenes sobre sus derechos, fomentar la generación de espacios de diálogo en torno a discusiones medioambientales que hoy no incluyen correctamente a la población joven de nuestro país y proponer medidas para revertir esta situación, con el propósito de incentivar la participación de la población juvenil en los medios democráticos tradicionales y su involucramiento en las conversaciones que definirán el futuro de la lucha contra la crisis climática en Chile.

⁸ “Nada sobre nosotros, sin nosotros: demanda de jóvenes asiáticos a sus parlamentos”, Inter Press Service.
<https://ipsnoticias.net/2021/07/nada-sobre-nosotros-sin-nosotros-demanda-de-jovenes-asiaticos-a-sus-parlamentos/>

Pauta de contenido

La información que será difundida en la campaña #TenemosJóvenes fue definida a partir de la investigación sobre los antecedentes y contexto sobre políticas medioambientales, participación juvenil y espacios en los que ambas temáticas convergen en la actualidad.

Los contenidos seleccionados para ser profundizados en las publicaciones informativos son:

- Espacios de participación política juvenil en Chile
- Experiencia internacional sobre involucramiento de jóvenes
- Beneficios de la participación juvenil
- Derechos juveniles y ambientales
- Leyes ambientales necesarias en Chile

Estrategia digital

4.1 Consulta preliminar

4.1.1 Consulta ciudadana sobre metodología de la campaña

Con el fin de conocer los intereses, preferencias y decisiones del público objetivo de la organización con respecto a contenidos informativos relacionados a campañas comunicacionales desarrolladas en redes sociales, se llevó a cabo una consulta ciudadana a un total de 150 jóvenes entre 18 y 29 años que cursan o cursaron estudios superiores.

La muestra fue definida según datos⁹ actualizados este año proporcionados por CEUS Chile, que determinaban que sus voluntarios se conforman principalmente de estudiantes universitarios. Por lo mismo, la consulta fue difundida en plataformas de distintas universidades y enviada a jóvenes que actualmente estudian en una institución superior.

Los datos obtenidos fueron analizados para ser considerados en el proceso de la campaña #TenemosJóvenes.

4.1.2 Resultados y análisis

¿Sigues a organizaciones con fines sociales y/o políticos en redes sociales?
150 responses

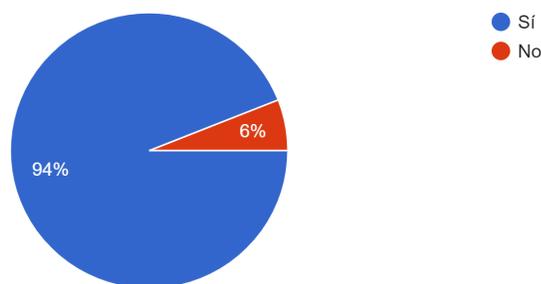


Gráfico 1

⁹ Referirse a los anexos para visualizar estos datos.

Ante la pregunta “¿Sigues a organizaciones con fines sociales y/o políticos en redes sociales?” (Gráfico 1), se puede distinguir que una amplia mayoría (94%) de los/as jóvenes demuestra interés por obtener conocimiento a través de perfiles organizacionales desde sus distintas plataformas virtuales. Este resultado nos indica que gran parte del público objetivo de #TenemosJóvenes está dispuesto a interactuar con la campaña y otros contenidos publicados por CEUS Chile.

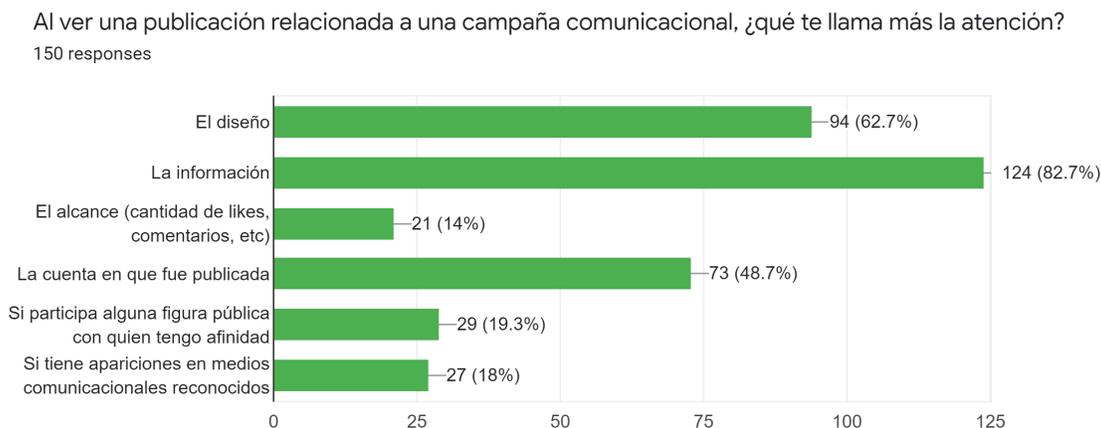


Gráfico 2

Como se puede observar en el gráfico 2, lo que más llama la atención de quienes contestaron la consulta al ver una publicación relacionada a una campaña comunicacional es la información (82,7%) expresada en ella. Por lo mismo, se pondrá un énfasis en plasmar el contenido de cada post de manera sencilla y accesible para llegar al mayor público posible.

La segunda opción más elegida (62,7%) fue el diseño de las publicaciones, por lo que #TenemosJóvenes tendrá un plan de diseño que contemple los objetivos de la campaña de una manera atractiva que llame la atención de los jóvenes como de las autoridades pertinentes.

Con respecto a la tercera respuesta más escogida con un 48.7%, que se refiere a la cuenta en que fue publicado el contenido, se ideará una estrategia digital que permita aumentar las interacciones y cantidad de seguidores de las cuentas oficiales de CEUS Chile.

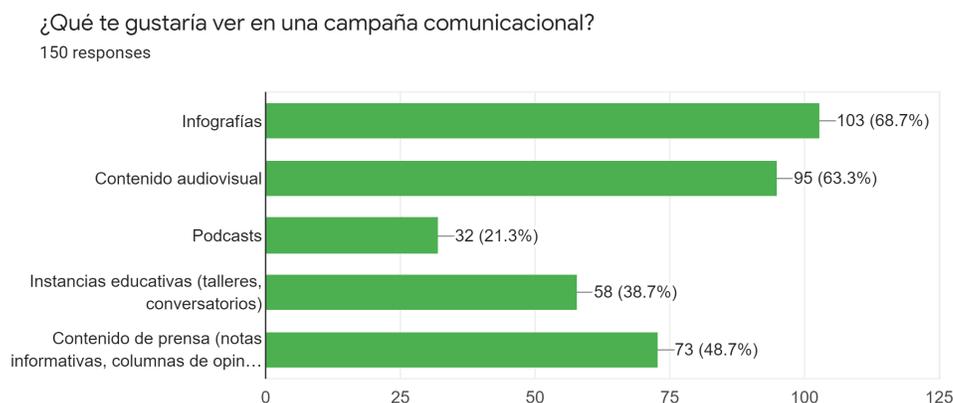


Gráfico 3

Ante los resultados de la pregunta “¿Qué te gustaría ver en una campaña comunicacional?” (Gráfico 3), se tomó la decisión de considerar todas las opciones propuestas en la encuesta en el desarrollo de la campaña, dado que todas recibieron más del 20% de las preferencias.

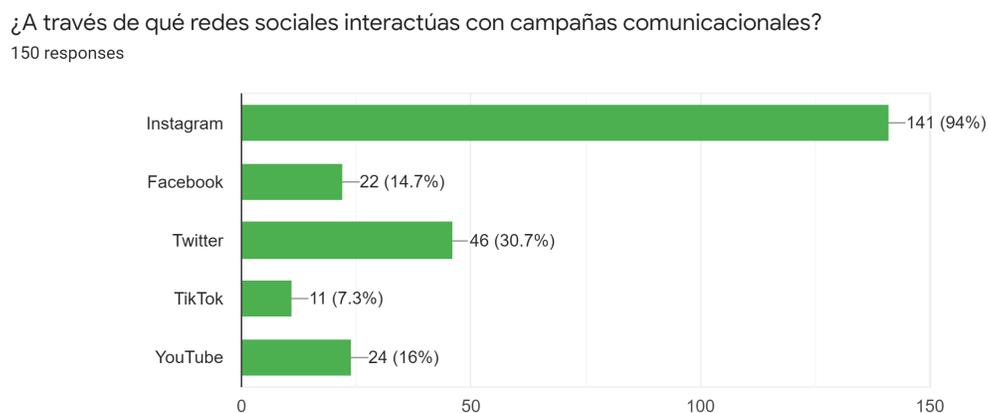


Gráfico 4

Los resultados de la consulta determinaron que Instagram (94%) es la red social más utilizada para interactuar con campañas comunicacionales, según se indica en el gráfico 4, por lo que #TenemosJóvenes tendrá como prioridad la difusión de contenidos en esta plataforma, y el análisis de desempeño se enfocará también en los datos proporcionados por la misma red social.

Twitter (30,7%) fue la segunda preferencia entre los/as jóvenes consultados/as, lo que representa que este para ellos/as es un medio de opinión importante en términos sociales y políticos. La campaña utilizará esto a favor para interactuar tanto con la población juvenil como con las autoridades a las que se busca interpelar.

Youtube (16%) fue la tercera opción más elegida, por lo que la campaña contendrá dentro de su estrategia comunicacional la publicación de contenido audiovisual y la implementación de transmisiones en vivo en la red social a través del podcast “InterJóvenes”.

¿Has interactuado últimamente con campañas comunicacionales que traten temas de sustentabilidad y medioambiente?
150 respuestas

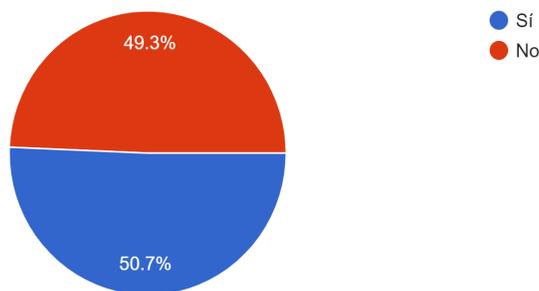


Gráfico 5

En cuanto a las interacciones que los/as jóvenes tienen con campañas comunicacionales sobre medioambiente y sustentabilidad en las redes sociales (Gráfico 5), un porcentaje poco mayor de la mitad (50.7%) contestó haberse relacionado últimamente con ellas. Por esta razón, y con el fin de reforzar el interés que tiene el público objetivo al respecto, la campaña se centrará en continuar aumentando la cantidad de material sobre medioambiente y sustentabilidad que circula actualmente en redes sociales.

Por otro lado, un 49.3% de quienes respondieron la encuesta negaron haber interactuado con alguna campaña relacionada a esta temática en el último tiempo. En busca de disminuir esta estadística, #TenemosJóvenes considerará dentro de su público objetivo a la población juvenil

que no interactúa regularmente con contenidos informativos relacionados a crisis climática, sustentabilidad y medioambiente, así como también información política sobre esta misma.

Diseño de la estrategia

A partir de los resultados obtenidos de la consulta ciudadana, se elaboró una estrategia de implementación de la campaña que contempla la publicación de contenido informativo acorde al público objetivo en redes sociales priorizando Instagram, en concordancia con los resultados de la consulta ciudadana; gestión de prensa y aparición de #TenemosJóvenes y CEUS Chile en medios de comunicación; y la producción y difusión del podcast “InterJóvenes”.

Identidad visual de la campaña

A partir de una serie de reuniones y conversaciones con el equipo de diseño de la ONG, se acordó que los conceptos principales en la construcción de la identidad visual de #TenemosJóvenes debían ser: política, jóvenes, presencia y diálogo. Por lo tanto, se decidió emplear una paleta de colores amigable, llamativa y juvenil, así como también mantener la estética general utilizada en proyectos anteriores de la organización para dar continuidad a los perfiles de CEUS Chile en redes sociales. El equipo de diseño presentó una propuesta visual de la campaña que, tras un proceso de revisión, fue reformulada para acomodarse a los objetivos y características del proyecto.

Esta primera propuesta de diseño fue rechazada porque se consideró que no cumplía con las expectativas de #TenemosJóvenes, ya que, si bien el logo y la paleta de colores eran atractivos para el público juvenil, en términos visuales no alcanzaba el nivel de seriedad necesario para entregar el mensaje político de la campaña y atraer otros grupos generacionales.

Se adjuntan los logos y paleta de colores diseñados en la primera propuesta.



La segunda propuesta visual de #TenemosJóvenes contemplaba colores más opacos y amigables, por lo que se consideró que resultaba más inclusiva hacia las preferencias visuales del público al que está dirigida. A su vez, el diseño del logo, que incluía iconos de conversación, representaba mejor dos de los conceptos que son considerados principales para la implementación de la estrategia comunicacional: diálogo y política. Por estas razones, se decidió escoger esta propuesta para representar visualmente a la campaña.

A continuación, se presenta el diseño gráfico oficial de la campaña #TenemosJóvenes.



Implementación de la campaña

Se decidió que la fecha de lanzamiento de la campaña sería a fines de octubre debido a que durante esas semanas la organización no tenía ninguna actividad ni contenidos programados. Para obtener la aprobación de la ONG, se realizó una reunión con el equipo directivo para presentar la propuesta comunicacional, acompañada por el cronograma y el contenido a ser publicado.

En términos de contenido, se determinó que para cada publicación se incluirá la opinión de un/a joven involucrado en el movimiento ambientalista, cuyo trabajo se relacione con la temática a ser publicada. Por otro lado, en cada publicación se realizó una pregunta vinculada a la información expuesta, como una manera de fomentar la vinculación e interacciones con el público objetivo.

A modo de difusión, se elaboró un documento introductorio de la campaña que incluyó información sobre cómo seguir y apoyarla, para luego ser enviado a organizaciones cercanas a CEUS Chile, asociaciones que trabajan temáticas relacionadas a crisis climática y medioambiente, y jóvenes incluidos en las bases de datos de la organización. Además, se enviaron mensajes a los voluntarios de la ONG para comunicarles sobre la publicación de un nuevo post informativo.

Finalmente, se llevó a cabo un trabajo de gestión de prensa para divulgar la campaña en diversos medios digitales y se coordinó una aparición en la plataforma Osoigo, con el fin de otorgarle mayor visibilidad y llegar al público objetivo por medios distintos a las redes sociales. Estas serán expuestas con mayor detalle más adelante.

Cronograma de publicación

Las métricas sobre horarios de mayor actividad de los seguidores de la cuenta oficial de CEUS Chile en la red social Instagram, que fue determinada como la plataforma principal en la que se desarrollará la campaña, indican que el flujo de actividad es alto desde las 12:00 hasta las 19:00 hrs. Tomando en consideración estas estadísticas, y para aumentar la eficacia de la estrategia comunicacional, se decidió fijar las 18:00 hrs como horario de publicación.

Contenido	Fecha	Hora
Lanzamiento	19-10-21	18:00
Post 1	20-10-21	18:00
Post Osoigo	21-10-21	12:00
Post 2	21-10-22	18:00
Post 3	22-10-21	18:00
Post 4	25-10-21	18:00
Columna de Opinión	26-10-2021	18:00
Post 5	27-10-2022	18:00
Cierre	29-10-21	18:00

Lanzamiento

Dado que la campaña #TenemosJóvenes fue lanzada el 19 de octubre a través de las cuentas oficiales de Instagram, Twitter y facebook de CEUS Chile, se aprovechó el escenario político activo y el inicio oficial de la redacción de la nueva Constitución para añadir información relacionada al Proceso Constituyente, la creación de políticas públicas vinculadas al cuidado del medioambiente y la participación juvenil en los distintos procesos políticos de nuestro país.

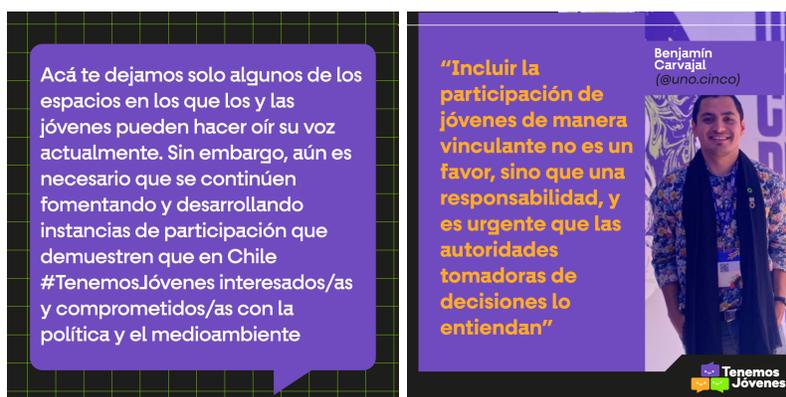
Se incluyeron las palabras de la activista medioambiental Greta Thunberg, fundadora de la iniciativa Fridays For Future y actual representante mundial de las juventudes involucradas en el movimiento ambientalista.

The image displays six communication campaign cards for 'Tenemos Jóvenes', arranged in a 2x3 grid. Each card features the 'Tenemos Jóvenes' logo in the top right corner.

- Card 1 (Top Left):** Titled '¡Lanzamiento!' (Launch!). It features four stylized icons of diverse young people. Logos for 'desliza>>' and 'CEUS CHILE FRIEDRICH EBERT STIFTUNG' are at the bottom.
- Card 2 (Top Middle):** Titled 'Campaña comunicacional'. Text: 'Un 74% de los/as jóvenes chilenos/as considera que cuidar y respetar el medioambiente es el deber más importante para ser incluido en la nueva Constitución'. Includes a pie chart showing 74% and the source: 'Fuente: Estudio "Jóvenes y nueva Constitución" (2021), Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (PUCV)'.
- Card 3 (Top Right):** Titled 'Campaña comunicacional'. Text: 'No cabe duda que la crisis climática y ecológica se ha convertido en una amenaza que nos afecta a todos/as y que debemos combatir a través de la creación de políticas que protejan al medioambiente'. Includes an illustration of trees.
- Card 4 (Bottom Left):** Titled 'Campaña comunicacional'. Text: 'Por lo mismo, es necesario que se tome en consideración la opinión de los y las jóvenes en espacios de diálogo importantes en la actualidad, tales como la Convención Constitucional y las elecciones presidenciales'.
- Card 5 (Bottom Middle):** Titled 'Campaña comunicacional'. Text: 'Así nace #TenemosJóvenes, un proyecto que busca visibilizar y promover la participación juvenil en los procesos democráticos y la creación de políticas públicas relacionadas a la sustentabilidad'. Includes four stylized icons of young people.
- Card 6 (Bottom Right):** Titled 'Campaña comunicacional'. Text: '"(Los jóvenes) hemos aprendido que si no actuamos por nuestro futuro, nadie dará el primer paso. Somos aquellos por quienes hemos estado esperando"'. Includes a photo of Greta Thunberg and her name 'Greta Thunberg activista medioambiental'. The hashtag #tenemosjóvenes is at the bottom.

Posts Informativos

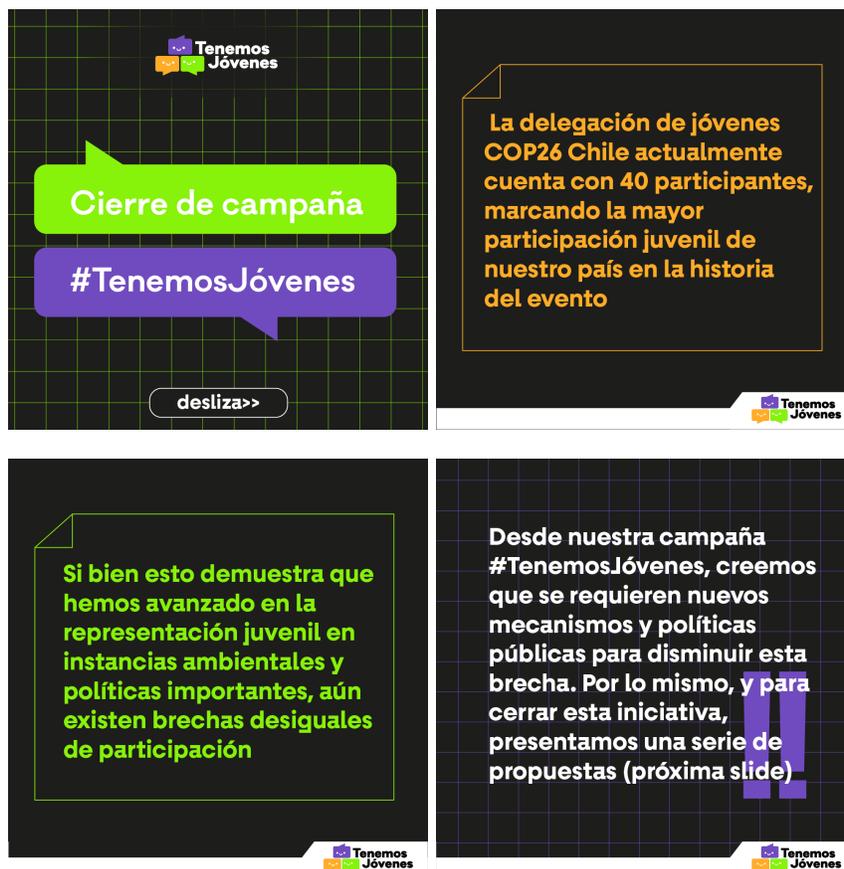
Además de las publicaciones de lanzamiento y cierre de la campaña, se prepararon cinco publicaciones informativas basadas en la información recopilada en la investigación de los principales antecedentes y contexto, que fueron publicadas a lo largo de dos semanas. A continuación, se incluye un ejemplo de los posts informativos publicados en las cuentas de redes sociales de CEUS Chile. Referirse al anexo para ver los restantes.

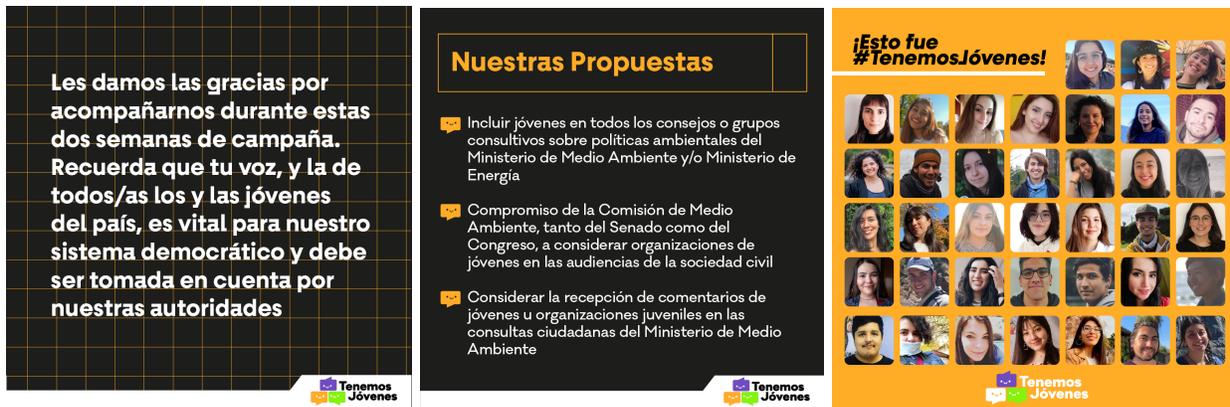


Cierre

Para cerrar la campaña, y aprovechando la pronta realización de la vigésimosexta Conferencia de las Partes de las Naciones Unidas (COP26), se publicó información sobre la participación de jóvenes chilenos en el evento y en espacios de conversación política en general. La publicación tiene un tono positivo, pero realiza un llamado a la acción política, tanto de los jóvenes a involucrarse activamente como de las autoridades encargadas a generar mecanismos y políticas públicas de participación juvenil. En esa línea, se presentaron una serie de propuestas que fomentan el aumento de espacios, el compromiso de las autoridades y la inclusión juvenil en proyectos relacionados al medioambiente.

Por otro lado, se agregó un collage con fotos de los voluntarios de la organización con el fin de incluirlos de manera visible en la campaña y demostrar que existe una participación activa de jóvenes en CEUS Chile.





Implementación del Podcast InterJóvenes

Propuesta

El podcast “InterJóvenes: Siempre es tiempo para hablar de medioambiente” formará parte de la campaña #TenemosJóvenes, y contendrá cinco capítulos en los que se abordarán temáticas vinculadas al medioambiente desde una perspectiva intergeneracional y distintos puntos de vista, con el fin de visibilizar el involucramiento de jóvenes en temas contingentes y su interés sobre las experiencias de actores importantes en la lucha socioambiental.

Se llevó a cabo una reunión con la presidenta y la directora ejecutiva de CEUS Chile, donde se presentó la propuesta inicial del podcast InterJóvenes y se tomaron en consideración el feedback y las ideas del directorio de la ONG. Luego, se desarrolló un intercambio de correos en los que se definieron detalles relacionados a la estructura, el perfil de invitados y la difusión del podcast.

Objetivos

1. Complementar el objetivo principal de la campaña #TenemosJóvenes, que busca visibilizar la importancia de la participación juvenil en los procesos democráticos y la creación de políticas públicas relacionadas al medioambiente.

2. Generar un espacio de conversación llamativo para distintas generaciones, así como también para personas no involucradas en la lucha ambientalista.
3. Desarrollar un proyecto innovador para CEUS Chile, que sea renovable y tenga continuidad en el tiempo.

Estructura

El programa tendrá una dinámica en la que dos invitados/as de distintas generaciones conversarán sobre temáticas relacionadas al medioambiente, crisis climática y sustentabilidad, contrastando sus conocimientos y experiencias.

InterJóvenes iniciará con una editorial vinculada al tema central del capítulo, y luego se introducirá a los/as invitados/as para comenzar con el segmento de conversación. Una vez finalizada, se dará espacio a una sección de recomendaciones de libros, música, documentales u otros que cada participante sugiera. Finalmente, las conductoras cerrarán el capítulo con un breve resumen de lo hablado y mencionando los temas destacados de la semana en cuanto a agenda legislativa y constituyente.

La conducción del podcast estará a cargo de Isabella Villanueva y Javiera Lecourt, ya que ellas representan a CEUS Chile públicamente.

Cada episodio tendrá un tiempo de duración aproximado de 30 minutos.

¿Por qué surge la necesidad de este podcast?

InterJóvenes pretende lograr que más jóvenes se informen, involucren y actúen en pos de la formulación de espacios de participación efectivos en el marco de la creación de políticas públicas medioambientales en Chile. Por lo mismo, se busca demostrar a través de los/as invitados/as que sí existen jóvenes interesados en esta materia, lo que sumado a la conversación

con exponentes de generaciones anteriores, fomentará la participación y servirá de ejemplo para la actual población juvenil.

Es importante aumentar la presencia de la población juvenil en estas materias ya que, a pesar de su potencial y motivación, su participación democrática continúa siendo baja de acuerdo a datos registrados en las distintas elecciones realizadas durante los últimos años. Por lo mismo, el público objetivo consiste en jóvenes de entre 18 y 29 años que aporten a revertir esta situación.

Contenido

Se presentó al directorio de la organización un listado de temas contingentes y llamativos para el público objetivo. Los temas seleccionados se desarrollarán en los primeros cinco capítulos de InterJóvenes en el siguiente orden:

- a) El rol de las organizaciones y su incidencia en la toma de acciones contra el cambio climático
- b) Difusión y rol de los medios en torno a la ciencia
- c) Justicia ambiental: ¿cómo avanzamos?
- d) Activismo medioambiental y RR.SS: Rol de los jóvenes en la era digital
- e) Ecofeminismo: Mujeres, resistencia y sustentabilidad

A continuación se incluyen algunos temas propuestos, que si bien no fueron seleccionados, se tomarán en cuenta en caso de que la ONG decidiera continuar con este proyecto en el futuro:

- Política y medioambiente
- De generación en generación: ¿nos enfrentamos a los mismos problemas que había hace años atrás?
- Economía circular
- Transición justa en América Latina
- La cobertura mediática en torno a la crisis climática

Una vez que se determinaron los temas a desarrollar, se comenzó a trabajar en la gestión del podcast y la elaboración de guiones para cada capítulo.

Capítulos

1) Capítulo Piloto - El rol de las organizaciones y su incidencia en la toma de acciones contra el cambio climático

Para la primera edición de InterJóvenes, se determinó que la colaboración con personas y organizaciones vinculadas a CEUS Chile es fundamental para aprovechar la existencia de públicos objetivos comunes. Por esta razón, se decidió invitar a Benjamín Carvajal, fundador y director ejecutivo de Uno.Cinco, empresa dedicada a la educación ambiental en América Latina y el Caribe, que ha trabajado en múltiples ocasiones en conjunto con la ONG.

La segunda invitada será Pamela Poo, encargada de políticas públicas e incidencia en la organización ambientalista Chile Sustentable, quien ha participado en diversas iniciativas de CEUS Chile.

2) Capítulo I - Difusión y rol de los medios en torno a la ciencia

En este episodio se invitará a la astrónoma Teresa Paneque, quien se dedica a explicar, simplificar y difundir contenidos científicos a través de sus redes sociales, y ha establecido una gran comunidad de seguidores interesados en conocer más sobre ciencia. Por otro lado, la periodista Andrea Obaid, conductora del programa de difusión científica Tu Nuevo ADN en la Radio ADN, fue considerada para participar de este capítulo.

3) Capítulo II - Justicia ambiental: ¿cómo avanzamos?

Teniendo en cuenta la importancia de considerar el cuidado del medioambiente en las discusiones políticas, incluido el Proceso Constituyente, se determinó invitar a Bárbara Sepúlveda, abogada constitucionalista e integrante de la Convención Constitucional. A su vez, se

invitó a Roxana Núñez, licenciada en Ciencias Jurídicas y Sociales, e integrante de los equipos jurídicos de Greenpeace Chile y Defensoría Ambiental.

→ Los capítulos restantes, que corresponden a las temáticas de “Activismo y RR.SS: Rol de los jóvenes en la era digital” y “Ecofeminismo: Mujeres, resistencia y sustentabilidad”, serán grabados en enero debido a la participación de ambas conductoras en la COP26, las elecciones presidenciales y las actividades de fin de año que contemplaba la organización en su calendario.

Diseño sonoro

Se elaboraron cortinas de inicio y de cierre. En la primera se introduce el podcast InterJóvenes junto al eslogan “Siempre es tiempo para hablar de medioambiente” y la presentación de las conductoras, mientras que la cortina de cierre concluye cada capítulo y menciona los agradecimientos a organizaciones colaboradoras.

Diseño visual

Se explicó al equipo de diseño de CEUS Chile la importancia de mantener una concordancia entre la identidad visual del podcast con la de la campaña #TenemosJóvenes. Por esta razón, se determinó utilizar la misma paleta de colores y tipografía para las publicaciones en redes sociales. Sin embargo, en busca de que cada proyecto mantenga una identidad propia, se modificó el logo y se diseñaron ilustraciones por temática según cada capítulo.

Difusión

Streaming

El capítulo piloto del podcast InterJóvenes fue transmitido en vivo a través de la cuenta de Youtube de CEUS Chile, para introducir el programa de manera dinámica e interactiva en esta primera instancia. El resto de los capítulos se grabarán en sesiones privadas de Zoom, para luego ser editados y publicados en las plataformas de streaming Spotify y Apple Podcasts.

Apple Podcasts

Vista previa de Apple Podcasts



InterJóvenes

CEUS Chile

Noticias

★★★★★ 5.0 • 1 calificación

[Escuchar en Apple Podcasts](#)



3 episodios

Porque siempre es tiempo para hablar de medioambiente, InterJóvenes es un espacio en el que se debatirán ideas desde una perspectiva intergeneracional y distintos puntos de vista, con el fin de visibilizar la importancia de la participación. [Más](#)

4 DE NOV. DE 2021

Capítulo 2 - Justicia ambiental: ¿Cómo avanzamos?

Actualmente, en nuestro país se están viviendo procesos políticos que tendrán un gran impacto en las bases legislativas que hasta ahora nos rigen. Uno de ellos es la Convención Constitucional, cuyas conversaciones más relevantes incluyen la redacción de una Constitución ecológica y la protección...

[REPRODUCIR](#) 28 min

24 DE OCT. DE 2021

Capítulo 1 - La difusión y rol de los medios en torno a la ciencia

Es innegable que los desarrollos y avances científicos han sido determinantes a lo largo de nuestra historia. Actualmente, estos han sido necesarios para combatir situaciones como la pandemia de COVID-19 y la crisis climática. En este contexto, y para conocer más sobre la importancia de la...

[REPRODUCIR](#) 36 min

Spotify

PREMIUM Javiera Jaña

PODCAST

InterJóvenes

CEUS Chile

SIGUIENDO

Todos los episodios De más reciente a más antiguo

Capítulo 2 - Justicia ambiental: ¿Cómo avanzamos?

Acerca de

Porque siempre es tiempo para hablar de medioambiente, InterJóvenes es un espacio en el que se debatirán ideas desde

Capítulo 2 - Justicia ambiental: ¿Cómo avanzamos? InterJóvenes

10:56 20:29

Redes sociales

Las gráficas de difusión del podcast InterJóvenes serán publicadas en las cuentas oficiales de Instagram, Twitter y Facebook de CEUS Chile. Cada una de ellas contiene una ilustración de la temática respectiva y la información de los invitados.

1) Capítulo Piloto



2) Capítulo I

InterJóvenes
el podcast

Difusión y rol de los medios en torno a la ciencia



Tenemos Jóvenes

Capítulo #1

InterJóvenes
el podcast

Invitadas:



> **Andrea Obaid**
periodista especializada en comunicación científica y conductora del programa "Salva la Tierra" de radio ADN

> **Teresa Paneque**
Astrónoma y científica de la Universidad de Chile

Tenemos Jóvenes CEUS Chile FRIEDRICH EBERT STIFTUNG

Capítulo #1

3) Capítulo II

InterJóvenes
el podcast

Justicia Ambiental: ¿Cómo avanzamos?



Tenemos Jóvenes CEUS Chile FRIEDRICH EBERT STIFTUNG

Capítulo #2

InterJóvenes
el podcast

Invitadas:



> **Bárbara Sepúlveda**
Abogada constitucionalista y convencional constituyente.

> **Roxana Núñez**
Licenciada en Ciencias Jurídicas y Sociales e integrante de los equipos jurídicos de Greenpeace y Defensoría Ambiental.

Tenemos Jóvenes CEUS Chile FRIEDRICH EBERT STIFTUNG

Capítulo #2

Nota informativa

Con el objetivo de promover y visibilizar la campaña, se realizó una nota informativa para llegar a más jóvenes comprendidos en el público objetivo y aumentar el alcance general de #TenemosJóvenes. La nota fue enviada a diversos medios de comunicación digitales, ya que una de las características principales de esta campaña es la virtualidad.

* * *

#TenemosJóvenes: La campaña digital que visibiliza la participación juvenil en espacios políticos medioambientales

Las organizaciones CEUS Chile y FES Chile se unieron para dar a conocer información sobre espacios de participación, experiencia internacional y beneficios sobre la relevancia del involucramiento juvenil en política y medioambiente.

Este martes 19 se lanzó la campaña comunicacional #TenemosJóvenes, una iniciativa implementada en redes sociales que busca informar, visibilizar y debatir sobre la importancia de la opinión de las juventudes en el desarrollo de los procesos democráticos y en la creación de políticas públicas relacionadas a la sustentabilidad.

Isabella Villanueva, presidenta de la ONG CEUS Chile, es determinante al decir: “La participación juvenil, de forma activa y vinculante, es fundamental para robustecer nuestra democracia. Es la mejor inversión incorporar a jóvenes en los procesos de toma de decisiones, porque nos permite crear capacidades y empoderarles. Y cuando hacemos esto, estamos creando capacidades y empoderando, desde temprano, a quienes tomarán las decisiones”.

En octubre de 2019 fue determinante el involucramiento masivo de jóvenes para la creación de una nueva agenda política, en la que destaca el inicio de un proceso constituyente donde se abordará desde un punto de vista legislativo la problemática ecológica.

Según el estudio “Jóvenes y nueva Constitución”, realizado por el Programa de Estudios Sociales y Desarrollo de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (PUCV), un 74% de los jóvenes encuestados considera que cuidar y respetar el medioambiente es el deber más importante para ser incluido en la nueva Constitución.

En busca de visibilizar datos como este, la campaña #TenemosJóvenes contendrá información sobre espacios de participación joven y sus beneficios, comparación con parámetros internacionales, deficiencia de leyes en materia ecológica, y mucho más.

Además, uno de los productos comunicacionales de la campaña es el podcast “InterJóvenes: Siempre es tiempo para hablar de medioambiente”, un espacio de conversación con diferentes actores en el que se abordan temáticas vinculadas al medioambiente desde una perspectiva intergeneracional. Disponible en Spotify y Apple Podcast.

“Queremos encender una alerta: hoy no contamos con suficientes espacios y mecanismos para la participación juvenil y es imperante que los comencemos a crear, a abrir, a democratizar”, concluye la presidenta de la ONG.

La campaña #TenemosJóvenes está disponible en las redes sociales de CEUS Chile y FES Chile, por lo que desde ambas organizaciones dejan la invitación a sumarse a esta iniciativa que destaca la importancia de la opinión de las juventudes y el rol fundamental que cumplen para el buen desarrollo de la democracia.

Columna de Opinión

Para dar a conocer la postura de CEUS Chile con respecto a la importancia de la participación juvenil y la existencia de mecanismos que la aseguren, se coordinó la redacción de una columna de opinión junto a la presidenta de la ONG Isabella Villanueva. Esta columna se publicó en redes sociales para reforzar la identidad y misión de la organización a través de #TenemosJóvenes.

* * *

En Chile #TenemosJóvenes, ahora necesitamos los espacios

Por: *ONG CEUS Chile*

Las elecciones presidenciales, parlamentarias y de consejeras/os regionales se acercan rápidamente y ya queda menos de un mes. No se deciden solo representantes, sino quiénes tendrán en sus manos miles de decisiones en los próximos 4 u 8 años (en el caso de Senadoras y Senadores de algunas circunscripciones), entre ellas muchas serán ambientales.

El histórico Plebiscito Nacional del 25 de octubre de 2020 la participación juvenil (entre 18 y 29 años) aumentó 20 puntos porcentuales respecto a las elecciones del 2017. Las y los jóvenes demostraron -en las urnas- su interés por participar en los espacios democráticos y políticos cuando se veían movilizados por la causa. Fue una sorpresa porque la tendencia venía a la baja, siendo el segundo grupo con menor participación (solo superado por el rango +80 años).

A pesar de este hito y lo que conlleva, Chile no ha estado a la altura con nuestras juventudes. Hoy no se cuenta con espacios en los que se promueva e incentive la participación, activa y vinculante, de jóvenes. Es urgente que las nuevas autoridades -que elegiremos en noviembre- tengan propuestas y fomenten para avanzar a una mejor democracia, junto a las niñas, niños, adolescentes y jóvenes del país.

Es tiempo de instalar en el debate público la importancia de amplificar la voz de la juventud, pero no solo eso. También la importancia de contar con mecanismos para que sus aportes sean tomados en cuenta. Involucrar jóvenes es un beneficio para nuestra democracia y las políticas públicas, sobre todo cuando se trata de medio ambiente y crisis climática.

Es tiempo de exigir abrir más espacios para las voces juveniles, es tiempo de que las y los tomadores de decisiones comiencen a crear los mecanismos, es tiempo de que Chile, en todos sus lugares, entienda que TENEMOS JÓVENES y esas/os jóvenes son el presente.

Petición Osoigo

Osoigo es una plataforma independiente cuyo propósito es visibilizar diferentes temáticas y demandas sociales a través de peticiones que tienen la posibilidad de ser apoyadas mediante firmas virtuales. Las campañas difundidas por Osoigo pueden ser dirigidas a entidades gubernamentales o servicios públicos con el fin de generar un diálogo con representantes políticos. Se consideró que difundir la campaña #TenemosJóvenes a través de esta plataforma resultaría beneficioso para darle visibilidad en este espacio político de una manera más dinámica e interactiva.

* * *

Necesitamos más participación juvenil en diálogos sobre políticas ambientales: Porque en Chile #TenemosJóvenes, el Estado debe asegurar su involucramiento en estas temáticas.

En el marco de la campaña #TenemosJóvenes, como organización socioambiental juvenil CEUS Chile (@ceus_chile) en colaboración con FES Chile (@feschile), hacemos un llamado a considerar la opinión de los y las jóvenes en el desarrollo de procesos democráticos y en la creación de políticas públicas relacionadas a la sustentabilidad.

Las juventudes han tenido un rol fundamental a la hora de promover procesos políticos y cambios sociales a lo largo de la historia. La Organización de las Naciones Unidas clasificó en la publicación “Youth, Political Participation and Decision.Making” (2013) a la juventud como un grupo que ha “participado, contribuido e incluso catalizado importantes cambios en sistemas políticos, repartos de poderes y oportunidades económicas”. En la actualidad han nacido grandes movimientos a partir del liderazgo de actores juveniles en distintas partes del mundo, lo que ha demostrado su interés en ser parte de las decisiones que permiten transformar las sociedades.

En el caso de Chile, el involucramiento masivo de jóvenes en las manifestaciones de octubre de 2019 fue determinante para la institucionalización de las demandas sociales y la creación de una nueva agenda política, en la que destaca el inicio de un proceso constituyente donde se abordará desde un punto de vista legislativo la problemática ecológica dentro de sus discusiones más

importantes. Según el estudio “Jóvenes y nueva Constitución” (2021), realizado por el Programa de Estudios Sociales y Desarrollo de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (PUCV), un 74% de los jóvenes encuestados considera que cuidar y respetar el medioambiente es el deber más importante para ser incluido en la nueva Carta Magna.

A pesar del evidente potencial y motivación de la población juvenil de ser parte de las decisiones políticas del país, continúa siendo baja su participación electoral de acuerdo a datos registrados en los últimos años. El estudio “Estadísticas de participación por rango de edad y sexo” (2018) del Servel reveló que un 35% de la población entre 18 y 24 años sufragó en la segunda vuelta de las elecciones presidenciales del 2017, cifra que aumenta levemente a 37% en jóvenes entre 25 y 29 años.

En busca de revertir esta situación, desde CEUS Chile desarrollamos el proyecto #TenemosJóvenes, que informa a los y las jóvenes sobre la importancia de su participación en los distintos diálogos y procesos democráticos que llevan a decisiones determinantes para el futuro de nuestro país.

Es fundamental que el nuevo ciclo de representantes que serán elegidos en noviembre sean capaces de renovar la agenda política con propuestas que fomenten el involucramiento político de los y las jóvenes en Chile. ¿Estarán dispuestos/as?

Te invitamos a sumarte a nuestra iniciativa, en la que visualizamos los beneficios, espacios existentes y la experiencia internacional en torno a la participación juvenil en estas materias, así como también las deficiencias con las que actualmente nuestro sistema funciona.

Con tu apoyo, esta propuesta podrá llegar a representantes de la Cámara de Diputadas y Diputados, quienes nos tendrán que dar una respuesta en esta plataforma. Dale clic a "apoyar" y ayúdanos difundiendo.

Análisis de desempeño

Cifras

Las cifras sobre el rendimiento de la campaña #TenemosJóvenes en la red social Instagram¹⁰ serán presentados a través de una tabla, y diferenciados por los resultados de cada publicación en las siguientes áreas: me gustas, comentarios, cantidad de veces que la publicación fue compartida y guardada, cuentas alcanzadas, interacciones con el contenido y visualización del perfil.

Contenido	Me Gustas	Comentarios	Compartidos	Guardados	Cuentas alcanzadas	Interacción con contenido	Visualización del perfil
Lanzamiento	231	23	70	34	2.474	358	138
Post 1	173	12	55	52	1.756	292	98
Post 2	101	8	5	20	1.402	134	59
Post 3	57	4	6	6	987	73	23
Post 4	121	9	12	14	1.967	156	46
Columna de opinión	69	6	0	6	1.225	81	17
Post 5	151	6	16	36	1.789	209	43
Post Osoigo	100	6	58	17	1.275	181	77
Cierre	126	7	18	8	1.345	159	30

A partir de las estadísticas presentadas, se concluye que hubo en promedio por publicación:

- 125 me gustas
- 9 comentarios
- 27 compartidos
- 21 guardados
- 1.580 cuentas alcanzadas
- 183 interacciones con el contenido
- 59 visualizaciones del perfil

¹⁰ Referirse a los anexos para visualizar estos datos.

Alcance

Para medir el alcance que obtuvo la campaña, se consideraron los siguientes criterios: cuentas que seguían a CEUS Chile y visualizaron contenido relacionado a #TenemosJóvenes; cuentas que no seguían a CEUS Chile y visualizaron contenido relacionado a #TenemosJóvenes; cuentas totales que vieron algunas de las publicaciones de la campaña; impresiones o número de veces que se mostró el contenido; visitas al perfil; toques al sitio web; y aumento de seguidores.

Estos datos determinan cómo fue el desempeño de la campaña en redes sociales, particularmente en Instagram, y serán presentados a través de una tabla expositiva.

Criterio	Alcance
Cuentas que seguían a CEUS Chile	5.198
Cuentas que no seguían a CEUS Chile	1.567
Cuentas totales	6.765
Impresiones	39.689
Visitas al perfil	1.273
Toques al sitio web	81
Aumento de seguidores	201

En comparación con datos de la semana previa al lanzamiento de la campaña, se concluye que hubo un aumento en todos los criterios mencionados. Este incremento será expuesto de manera porcentual a continuación:

- 60,1% de cuentas totales alcanzadas
- 205% de cuentas que no seguían a CEUS Chile
- 446% de impresiones
- 375% de visitas al perfil
- 636% de toques al sitio web

Apariciones en prensa

Nota informativa

Se enviaron correos con la nota informativa y una imagen adjunta a distintos medios de comunicación, considerando plataformas informativas cuya línea editorial está relacionada a temáticas medioambientales. La nota informativa fue publicada en los siguientes medios:

Codex Verde

The screenshot displays the website interface for 'codeVerde'. The navigation menu includes: INICIO, GESTIÓN AMBIENTAL, AGUA, AIRE, BIODIVERSIDAD, CAMBIO CLIMÁTICO, and ENERGÍA. A search icon is located on the right. The main content area features an article titled '#Tenemos Jóvenes: La campaña digital que visibiliza la participación juvenil en espacios políticos ambientales'. Below the title is a sub-headline: 'Las organizaciones CEUS Chile y FES Chile se unieron para dar a conocer información sobre espacios de participación, experiencia internacional y beneficios sobre la relevancia del involucramiento juvenil en política y medio ambiente.' The article is dated 'Por Admin - Octubre 21, 2021' and has 324 views. Social sharing buttons for Facebook, Twitter, Google+, and Pinterest are visible, along with a 'Me gusta' button and a 'Tweet' button. Below the text is a photograph of a group of young people at a protest, holding signs such as 'LOVE IS CO2', 'NO TO CLIMATE CHANGE', and 'CLIMATE IS REAL'. To the right of the article are two promotional banners: 'Calendario AMBIENTAL - 2021 -' and 'Medio Ambiente EN 101 PALABRAS' with a 'DESCARGAR AQUÍ' button. Below these is a 'Podcast' section with the hashtag #NuevaConstitución and logos for Apoyan, CYCLO, UDUR, and LANDSKAP.

El Desconcierto



Medio Ambiente y Naturaleza

Economía Circular

Sociedad Colaborativa

Google ha cerrado el anuncio

Lanzan campaña para promover participación juvenil en espacios políticos medioambientales

Por: El Desconcierto | Publicado: 22.10.2021



Google ha cerrado el anuncio

EPA News



HOME MIRADA NACIONAL NOTAS REGIONALES MUNDO TENDENCIAS PUNTO LEGAL OTROS MUNDO SIN CRUELDAD



Inicio > Tendencias > #TenemosJóvenes, la campaña digital que visibiliza la participación juvenil en espacios políticos...

Tendencias

#TenemosJóvenes, la campaña digital que visibiliza la participación juvenil en espacios políticos medioambientales

Por EPA news - octubre 23, 2021

174 0



Buscar

Notas Populares

Notas Regionales	2122
Región Metropolitana	1343
Otros	1090
Mundo	1056
Tendencias	888
Mirada Nacional	881



Toda la información que a ti te interesa del mundo de la protección animal y medioambiental en un solo lugar: www.epanews.cl

Conciencia M

#TenemosJóvenes: la campaña digital que visibiliza la participación juvenil en espacios políticos medioambientales

por Generación M

25 octubre, 2021



Inmunes Chile

Inicio Artículos Sustentables Turismo Outdoor Proyectos Sustentables

Inmunes Chile

Evolución Sustentable

Quiénes Somos



Lanzan campaña para promover participación juvenil en espacios políticos medioambientales



La Voz De Los Que Sobran

El productor del programa La Voz de Los Que Sobran, Roberto Chávez, se contactó con CEUS Chile para coordinar una aparición en uno de sus capítulos, con el fin de abrir un espacio de conversación sobre el podcast “InterJóvenes: Siempre es tiempo para hablar de medioambiente”. Esta invitación se llevó a cabo el 23 de septiembre, y fue una oportunidad para posicionar el mensaje sobre la importancia de la participación juvenil en materias sociopolíticas y ambientales desarrollado en la campaña #TenemosJóvenes, así como también de aumentar la visibilidad del podcast InterJóvenes, que entonces contaba únicamente con el Capítulo Piloto.

Se incluyen tweets publicados por la cuenta oficial de La Voz de Los Que Sobran



Conclusiones

#TenemosJóvenes fue una iniciativa que nos permitió utilizar la comunicación estratégica para posicionar un mensajes que a ambas nos interesaba difundir y visibilizar. Creemos que es necesario que actualmente se garantice el derecho de los niños, niñas y jóvenes a participar en los distintos procesos políticos que determinan el futuro de Chile. Por otro lado, conocimos a una organización que trabaja en pos de fomentar la creación de más espacios de diálogo y otorgar una identidad política a los jóvenes, que son un pilar fundamental para la democracia de nuestro país.

Algunos aprendizajes obtenidos a través de la realización de este plan de comunicaciones, en primer lugar, se relacionan con la oportunidad de haber empleado recursos y conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera. Por un lado, trabajamos elementos organizacionales con CEUS Chile y diseñamos una campaña que le permitió visibilizar su mensaje a partir del desarrollo de una comunicación estratégica. Por otro, se utilizaron herramientas digitales que permitieron el desarrollo de #TenemosJóvenes, a partir de la elaboración de un diseño gráfico y el uso de métricas para medir su desempeño. Finalmente, se indagó y fundamentó este plan de comunicaciones en base a contenidos informativos obtenidos a través de una investigación periodística.

CEUS Chile ha mostrado interés en continuar con el proyecto iniciado en este plan de comunicaciones, desde una perspectiva más integral y extendida en el tiempo. Nuestras propuestas para llevar a cabo esta idea incluye abarcar más contenido multimedia que aporte a alcanzar los objetivos de la campaña. Estas serían principalmente actividades interactivas tales como talleres, conversatorios, cápsulas audiovisuales y eventos online.

Con respecto al podcast “InterJóvenes: Siempre es tiempo para hablar de medioambiente”, que nos permitió poner en práctica nuestros conocimientos sobre producción y edición sonora, existe la posibilidad de continuar grabando capítulos dada la contingencia y relevancia que ha adquirido la problemática medioambiental y la importancia de la unión intergeneracional en ella.

No cabe duda que en Chile #TenemosJóvenes y aún queda mucho para lograr una participación efectiva del público al que nos dirigimos. Por lo mismo, la creación de proyectos comunicacionales de este tipo fomentan el involucramiento juvenil y la formulación de nuevos espacios en los que sus voces sean oídas.

Anexos

Tabla de datos de voluntarios y voluntarias de CEUS Chile

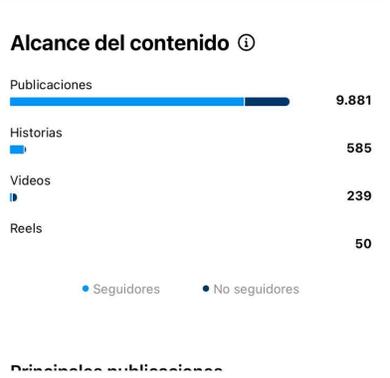
N°	Nombre	Equipo	Profesión/Ocupación	Estado	Universidad
1	Voluntario	Directorio	Ing. Civil Hidráulica	Titulada	Universidad de Chile
2	Voluntario	Directorio	Ing. Civil Hidráulica	Egresada	Universidad de Chile
3	Voluntario	Directorio	Ing. Civil en Minas	Magister	Universidad de Chile
4	Voluntario	Directorio	Geólogo	Titulado	Universidad de Chile
5	Voluntario	Directorio	Ing.Civil Hidráulica	Estudiante	Universidad de Chile
6	Voluntario	Directorio/Congreso	Ing.Civil Hidráulica	Estudiante	Universidad de Chile
7	Voluntario	Directorio	Geofísica	Magister	Universidad de Chile
8	Voluntario	Dirección Ejecutiva/Directorio	Ing. Civil Hidráulica	Estudiante	Universidad de Chile
9	Voluntario	Director	Ing. Civil Química	Titulado	Universidad de Chile
10	Voluntario	Directora/Congreso	Geofísica	Estudiante	Universidad de Chile
11	Voluntario	Comunicaciones	Periodista	Titulado	Universidad de Chile
12	Voluntario	Comunicaciones	Periodismo	Estudiante	Universidad de Chile
13	Voluntario	Comunicaciones	Periodista	Titulada	Universidad Alberto Hurtado
14	Voluntario	Comunicaciones	Comunicadora Audiovisual Digital	Titulada	Universidad Santo Tomás
15	Voluntario	Comunicaciones	Ing. Civil	Estudiante	Universidad de Chile

16	Voluntario	Comunicaciones	Ing. Ambiental	Estudiante	Universidad de Concepción
17	Voluntario	Comunicaciones	Ing. Civil Química y Magister en Ciencias de la Ingeniería	Estudiante	U. Técnica Federico Santa María.
18	Voluntario	Comunicaciones	Ing. Comercial	Titulada	Universidad Diego Portales
19	Voluntario	Proyectos	Ingeniera Ambiental	Titulada	Universidad de Concepción
20	Voluntario	Proyectos	Ing. Civil Industrial	Titulado	
21	Voluntario	Proyectos	Ing. Civil en Metalurgia Extractiva	Estudiante	Universidad PUCV
22	Voluntario	Proyectos	Trabajadora Social	Estudiante	Universidad Diego Portales
23	Voluntario	Proyectos	Consultor de proyectos	Titulado	Universidad del Desarrollo
24	Voluntario	Proyectos	Psicóloga educacional	Titulada	Pontificia Universidad Católica de Chile
25	Voluntario	Proyectos	Administrador Público	Titulado	Universidad de Concepción
26	Voluntario	Proyectos	Ing. Civil Mecánica	Estudiante	PUCV
27	Voluntario	Contenido	Geofísica	Magister	Universidad de Chile
28	Voluntario	Contenido	Derecho	Estudiante	Universidad de Valparaíso
29	Voluntario	Contenido	College Ciencias Sociales	Estudiante	Pontificia Universidad Católica de Chile

30	Voluntario	Contenido	Ing. Civil Industrial	Estudiante	PUCV
31	Voluntario	Contenido	Abogada	Titulada	Universidad Diego Portales
32	Voluntario	Contenido	Ingenieria en Rec. Nat. Renovables	Titulada	Universidad de Chile
33	Voluntario	Contenido	Ing. Civil Hidraulica	Estudiante	Universidad de Chile
34	Voluntario	Contenido	Derecho	Estudiante	Universidad de Valparaíso
35	Voluntario	Contenido	Ingeniero Civil Metalúrgico	Titulado	Universidad de Concepción
36	Voluntario	Contenido	Sociología	Estudiante	Universidad de Chile
37	Voluntario	Contenido	Geografía	Licenciada	Universidad de Chile
38	Voluntario	Contenido	Ing. en Biotecnología	Titulada	Universidad de Chile
39	Voluntario	Contenido	Abogada	Titulada	Universidad de Chile
40	Voluntario	Contenido	Ingeniero Civil Industrial	Titulado	Universidad Técnica Federico Santamaría
41	Voluntario	Contenido	Cientista Política	Titulada	Universidad Alberto Hurtado
42	Voluntario	Contenido	Cientista Político	Titulado	Pontificia Universidad Católica de Chile
43	Voluntario	Congreso	Ing. en Medio Ambiente	Titulada	Duoc UC
44	Voluntario	Congreso	Geofísica	Estudiante	Universidad de Chile
45	Voluntario	Congreso	Ing. Civil Mecánica	Estudiante	Universidad de Chile
46	Voluntario	Congreso	Ing. Civil Hidráulica	Estudiante	Universidad de Chile

47	Voluntario	Congreso	Ing. Civil Industrial	Estudiante	Universidad de Chile
48	Voluntario	Congreso	Bioingeniería	Estudiante	Universidad de Concepción

Métricas sobre resultados de la campaña en Instagram



Bibliografía

ABAD, Miguel (2002). “Posibilidades y Limitaciones de la Participación Juvenil para el Impacto en la Agenda Pública: El caso del Consejo Municipal de Juventud en Medellín”.

CEUS CHILE (2020). “Estatutos Organización No Gubernamental v3 CEUS Chile”.

HUGÉ, MC-LEAN, VILLANUEVA (2021). “Student-led sustainability actions at Latin American universities: a case study from Chile”.

NACIONES UNIDAS (2013). “Youth and Political Participation”

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE VALPARAÍSO (2021). “Jóvenes y nueva Constitución”.

RODRÍGUEZ, Ernesto (2000). “Juventud y políticas públicas en América Latina: Experiencias y desafíos desde la gestión institucional”.

SERVICIO ELECTORAL DE CHILE (2018). “Estadísticas de participación por rango de edad y sexo”.

UNIVERSIDAD DE CHILE, PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE (2017). “Actualización del Balance Hídrico Nacional”.

Ley 19300. Aprueba Ley sobre Bases Generales del Medio Ambiente. 1 de marzo de 1994.

- <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=30667>

Ley 375. Por la cual se crea la Ley de Juventud y se dictan otras disposiciones. 4 de julio de 1997.

- https://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-85935_archivo_pdf.pdf

Sitio web oficial de CEUS Chile.

- <https://www.ceuschile.cl/>

Sitio web oficial de FIMA.

- <https://www.fima.cl/>

Sitio web oficial de Uno.Cinco.

- <https://www.unopuntocinco.net/>

Sitio web oficial Greenpeace Chile.

- <https://www.greenpeace.org/chile/>

“¿Qué es y qué hace el CMJ?”. En: Sitio web oficial de la Alcaldía de Medellín.

- <https://www.medellinjuven.com/blog/que-es-y-que-hace-el-cmj-146>

“Ley de Educación Ambiental Integral”. En: Sitio web oficial del Gobierno de Argentina.

- <https://www.argentina.gob.ar/ambiente/educacion-ambiental/ley-de-educacion-ambiental>

“Los niños, niñas y adolescentes tienen derechos”. En: Sitio web oficial de UNICEF.

- <https://www.unicef.org/chile/los-ni%C3%B1os-ni%C3%B1as-y-adolescentes-tienen-derechos>

“Nada sobre nosotros, sin nosotros: demanda de jóvenes asiáticos a sus parlamentos”. En: Inter Press Service.

- <https://ipsnoticias.net/2021/07/nada-sobre-nosotros-sin-nosotros-demanda-de-jovenes-asiaticos-a-sus-parlamentos/>

“Nueva Estrategia de Juventud 2019-2027”. En: Sitio web oficial del Instituto de la Juventud de España.

- <http://www.injuve.es/europa/noticia/nueva-estrategia-de-juventud-2019-2027>

“Protección de Glaciares pasa a Comisión de Medio Ambiente”. En: Sitio web oficial del Senado de Chile.

- <https://www.senado.cl/noticias/glaciares/proteccion-de-glaciares-pasa-a-comision-de-medio-ambiente>

“Seguimiento al proyecto de ley”. En: Sitio web del Observatorio Ley de Cambio Climático para Chile.

- <https://leycambioclimatico.cl/leyccchile/>

“Servicio de Biodiversidad y Áreas Protegidas”. En: Sitio web oficial del Ministerio del Medio Ambiente.

- <https://mma.gob.cl/biodiversidad/servicio-de-biodiversidad-y-areas-protegidas/>

“Youth Sounding Board for International Partnerships kickstarts its work: 25 young people ready to influence EU decision-making”. En: Sitio web oficial de la Unión Europea.

- https://ec.europa.eu/international-partnerships/news/youth-sounding-board-kickstarts-its-work_en

“Youth Sounding Board”. En: Sitio web oficial de la Unión Europea.

- https://ec.europa.eu/international-partnerships/youth-sounding-board_en