



G E N E R A C I Ó N F

Manual de Militancia Digital para la Generación F

Decálogo para ejercer la política desde las redes, por convicción y por amor al país

Futuro

Fuerza

Firmeza

Fe en Guatemala

Elaborado por Douglas González, Politólogo · Octubre 2026

La Generación F convierte las redes en la nueva plaza pública de la militancia

1

Los jóvenes deben tomar las riendas

Los partidos tradicionales fracasaron en parte porque se vaciaron de jóvenes. Quien vivirá las consecuencias de las decisiones debe estar donde se toman.

2

Militancia por convicción, no por precio

Si cambia la forma de llegar al poder, sin compra ni venta de candidaturas, cambia la forma de ejercerlo. Eso es el cambio generacional.

3

Diez principios con un eje: querer a la gente

Cada principio se traduce en actividades concretas, metas sugeridas y una regla de empatía para todo lo que se produce y se comunica.

Seis bloques llevan de la convicción a la acción



Marco

Por qué la política les pertenece a los jóvenes



Principio transversal

Querer a la gente



El decálogo

Diez principios y sus actividades



Cómo medir

Tableros y Termómetro F



Compromiso F

La promesa del militante



Anexo

Experiencias que respaldan el decálogo



01

Marco

La apatía de los jóvenes le entregó el país a los poderes tradicionales

Cuatro ideas fundan la militancia de la Generación F



La política les pertenece a los jóvenes

Quien vivirá las consecuencias debe estar en la mesa

- Las decisiones de hoy son la herencia de los próximos 30 a 40 años
- La plaza pública también está en el teléfono



Por qué fracasaron los partidos

Sin jóvenes se quedaron sin ideas y sin futuro

- Vehículos electorales sin formación ni militancia
- Candidaturas vendidas y cúpulas sin rendición de cuentas



Vencer la apatía y el miedo

El espacio que no ocupas, lo ocupa otro

- La apatía es un voto para que todo siga igual
- El miedo es lo que el viejo poder necesita

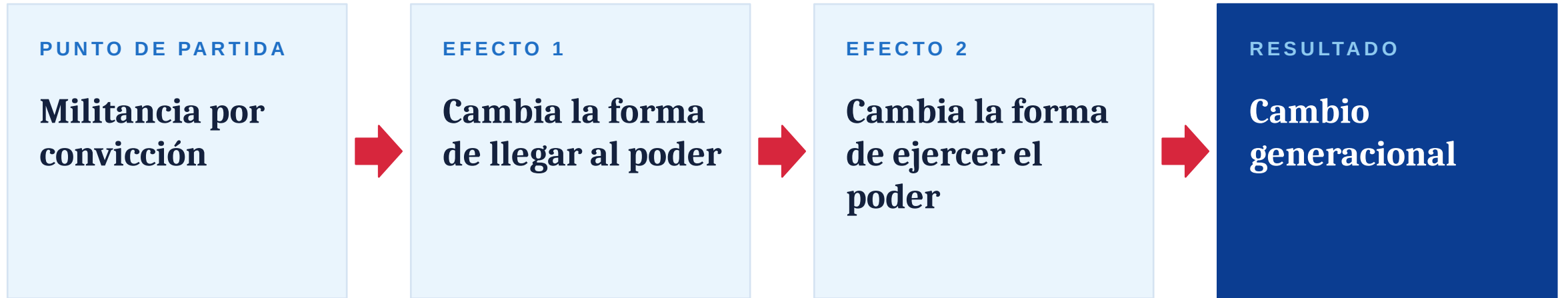


Militancia por convicción

Quien llega comprando, gobierna cobrando

- Nunca compra ni venta de candidaturas
- Militar es defender un proyecto de país

Cuando cambia la forma de llegar al poder, cambia la forma de ejercerlo



Quien llega comprando, gobierna cobrando. Quien llega convenciendo, gobierna sirviendo.

La Generación F rompe con cinco prácticas de la política tradicional

Dimensión	Política tradicional	Generación F
Acceso al poder	Compra y venta de candidaturas	Convicción y respaldo ciudadano
Relación con la gente	Clientes y números	Vecinos, familia y compatriotas
Liderazgo	Cúpulas cerradas	Relevo generacional
Comunicación	Propaganda en un solo sentido	Conversación en red y en comunidad
Ejercicio del poder	Recuperar la inversión	Servir



02

Principio transversal

Querer a la gente es el eje que atraviesa los diez principios

El secreto de la política es sencillo



“El secreto detrás de la política y de los políticos exitosos es uno, muy sencillo: **hay que querer a la gente.”**



Interés genuino

Por la vida, los problemas y los sueños de la gente, no solo por su voto.



Se nota en cada publicación

La gente distingue de inmediato a quien la quiere de quien la usa.



Servir antes de pedir

Escuchar antes de hablar y respetar incluso al que piensa distinto.

La empatía se nota en lo que publicamos y en cómo lo decimos

En el material que producimos

 **Las personas como protagonistas**
Rostros reales, historias y testimonios

 **Lenguaje cercano**
Sin tecnicismos ni arrogancia

 **Esperanza antes que miedo**
El problema, siempre con una salida

 **Dignidad siempre**
Pedir permiso; nunca usar el dolor ajeno

En cómo comunicamos

 **Responder**
Nadie debe sentirse ignorado

 **Agradecer y reconocer**
Nombrar a quienes participan

 **Escuchar primero**
Preguntar qué preocupa antes de proponer

 **Respetar al que piensa distinto**
Criticar ideas, nunca personas



LA PRUEBA ANTES DE PUBLICAR

¿Quien vea esto se sentirá respetado, escuchado y tomado en cuenta?



03

El decálogo

Diez principios convierten la convicción en actividades medibles

Los diez principios giran alrededor de querer a la gente



I Fórmate
Fórmate antes de opinar

II Tu perfil
Tu perfil es tu trinchera

III Difunde
Difunde con estrategia

IV Crea
Crea contenido propio

V Persuade
Persuade, no pelees

VI Verifica
Verifica y combate la desinformación

VII Organízate
Organízate en red

VIII A la calle
De la red a la calle

IX Comunidad
Investiga, denuncia y construye soluciones con tu comunidad

X Ética
Milita con ética, seguridad y amor al país

La ruta del militante F lleva de seguidor a líder de célula

Seguidor Sigue y reacciona

Simpatizante Comparte y comenta

Militante digital Aplica el decálogo

Voluntario territorial Pasa de la red a la calle

Líder de célula Organiza a 10–15 jóvenes

Adaptado del concepto de escalera de compromiso del Political Parties Playbook del IRI.

I. Fórmate antes de opinar

CONCEPTO

Estudiar la doctrina, el programa del movimiento y los problemas del país con datos.

RAZÓN ESTRATÉGICA

En redes gana credibilidad quien sabe; la ignorancia abre la puerta al ataque y la burla.

ACTIVIDADES

- Leer y dominar el ideario y las propuestas del movimiento
- Participar en la escuela de formación virtual: charlas, cápsulas y lecturas
- Seguir la agenda nacional: Congreso, presupuesto, seguridad y empleo



FRECUENCIA SUGERIDA

Diaria

Semanal

Mensual

TABLERO · METAS SUGERIDAS

1

lectura del ideario por semana

2

sesiones de formación al mes

3

temas nacionales en seguimiento



Querer a la gente: estudiar sus problemas es una forma de respeto.

II. Tu perfil es tu trinchera

CONCEPTO

Cada cuenta personal representa al movimiento; tu reputación digital es la de la Generación F.

RAZÓN ESTRATÉGICA

La gente confía más en una persona cercana que en una cuenta oficial.

ACTIVIDADES

- Identificarte con orgullo: biografía, foto y símbolos de la Generación F
- Cuidar la coherencia entre lo que dices en redes y lo que haces
- Mantener un perfil activo, auténtico y con voz propia



FRECUENCIA SUGERIDA

Diaria

Semanal

Mensual

TABLERO · METAS SUGERIDAS

100%

perfil identificado con la Generación F

3

publicaciones propias por semana

0

publicaciones contra el ideario



Querer a la gente: un perfil humano y humilde genera confianza; uno arrogante la destruye.

III. Difunde con estrategia

CONCEPTO

Amplificar el mensaje del movimiento y de sus candidatos de forma organizada.

RAZÓN ESTRATÉGICA

Un mensaje compartido a la vez por cientos de jóvenes rompe la burbuja del algoritmo.

ACTIVIDADES

- Compartir el contenido oficial en las primeras horas
- Sumarse a etiquetas, transmisiones en vivo y jornadas digitales
- Adaptar el mensaje a TikTok, Instagram, X, Facebook y WhatsApp



FRECUENCIA SUGERIDA

Diaria

Semanal

Mensual

TABLERO · METAS SUGERIDAS

1 h

para compartir el contenido oficial

5

contenidos difundidos por semana

5

redes con mensaje adaptado



Querer a la gente: antes de compartir, piensa si le informa, le sirve o le da esperanza.

IV. Crea contenido propio

CONCEPTO

No solo compartir: producir. Cada joven es un medio de comunicación.

RAZÓN ESTRATÉGICA

Lo original y auténtico es lo que más circula entre jóvenes; un video corto conecta más que un comunicado.

ACTIVIDADES

- Grabar videos que expliquen una propuesta en menos de 60 segundos
- Contar historias reales de tu comunidad: problema y solución
- Usar humor, creatividad y lenguaje joven, sin perder el respeto



FRECUENCIA SUGERIDA

Diaria

Semanal

Mensual

TABLERO · METAS SUGERIDAS

60 s

duración máxima por video

2

piezas propias por semana

1

historia comunitaria al mes



Querer a la gente: pon a las personas en el centro: sus rostros, historias y palabras.

V. Persuade, no pelees

CONCEPTO

El objetivo es convencer al indeciso, no humillar al adversario.

RAZÓN ESTRATÉGICA

Una discusión ganada con insultos es un voto perdido; el debate respetuoso suma.

ACTIVIDADES

- Responder con argumentos, datos y propuestas, nunca con insultos
- Identificar a los indecisos de tu red y conversar uno a uno
- No alimentar a provocadores ni a cuentas falsas



FRECUENCIA SUGERIDA

Diaria

Semanal

Mensual

TABLERO · METAS SUGERIDAS

1

conversación con un indeciso por semana

3

argumentos con dato por debate

0

insultos



Querer a la gente: el que piensa distinto también es guatemalteco; se le convence con respeto.

VI. Verifica y combate la desinformación

CONCEPTO

La verdad es el principal activo de una militancia por convicción.

RAZÓN ESTRATÉGICA

Compartir una mentira, aunque favorezca, destruye la credibilidad de todo el movimiento.

ACTIVIDADES

- Verificar antes de compartir: fuente, fecha y contexto
- Desmentir con evidencia las noticias falsas
- Reportar a la célula los ataques coordinados



FRECUENCIA SUGERIDA

- Diaria
- Semanal
- Mensual

TABLERO · METAS SUGERIDAS

3

filtros antes de compartir

24 h

para desmentir con evidencia

100%

ataques reportados a la célula

♥ **Querer a la gente:** mentirle a la gente es no quererla; la verdad es la primera muestra de respeto.

VII. Organízate en red

CONCEPTO

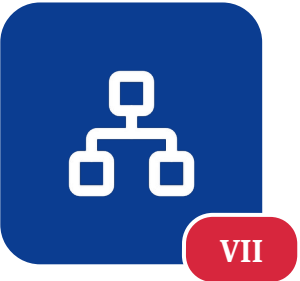
La militancia digital es colectiva y organizada; nadie milita solo.

RAZÓN ESTRATÉGICA

La fuerza no está en una cuenta, sino en la red de cuentas que actúan juntas.

ACTIVIDADES

- Integrarte a una célula digital de 10 a 15 jóvenes con un coordinador
- Participar en los canales internos y respetar las líneas de mensaje
- Sumar cada mes al menos a un nuevo joven



FRECUENCIA SUGERIDA

- Diaria
- Semanal**
- Mensual

TABLERO · METAS SUGERIDAS

10-15	jóvenes por célula
1	reunión de célula por semana
1	joven nuevo al mes

♥ **Querer a la gente:** cuida a tu equipo; reconoce, agradece y acompaña a cada joven.

VIII. De la red a la calle

CONCEPTO

Lo digital no sustituye al territorio: lo multiplica.

RAZÓN ESTRATÉGICA

Las experiencias exitosas combinan presencia constante en las redes y en las calles.

ACTIVIDADES

- Convocar desde redes a jornadas, foros y voluntariados
- Documentar y difundir el trabajo de campo en tu comunidad
- Convertir seguidores en voluntarios, fiscales y promotores del voto



FRECUENCIA SUGERIDA

- Diaria
- Semanal
- Mensual

TABLERO · METAS SUGERIDAS

1

actividad presencial al mes

1

publicación por cada actividad

5

seguidores convertidos en voluntarios



Querer a la gente: a quien se quiere, se le visita; la empatía digital se confirma en persona.

IX. Investiga, denuncia y construye soluciones con tu comunidad

CONCEPTO

Investigar los problemas que más afectan a tu comunidad, denunciarlos y buscar soluciones con la gente.

RAZÓN ESTRATÉGICA

Denunciar sin proponer es queja; proponer sin escuchar es imposición.

ACTIVIDADES

- Investigar: identifica los problemas con datos, fotos y testimonios
- Denunciar: publica con evidencia y señala a la autoridad competente
- Hablar con la gente: conversa con vecinos y líderes comunitarios
- Construir soluciones: acuerda propuestas y llévalas a la dirigencia
- Rendir cuentas: cuenta qué se logró y qué falta



FRECUENCIA SUGERIDA

- Diaria
- Semanal
- Mensual

TABLERO · METAS SUGERIDAS

3

problemas prioritarios identificados

1

denuncia documentada al mes

1

mesa con vecinos por trimestre



Querer a la gente: dar la cara por el vecino sin convertir su dolor en espectáculo.

X. Milita con ética, seguridad y amor al país

CONCEPTO

Convicción, transparencia y respeto: la forma en que militas anticipa cómo gobernarás.

RAZÓN ESTRATÉGICA

Si cambiamos la forma de llegar, cambiamos la forma de ejercer el poder.

ACTIVIDADES

- Rechazar y denunciar compra de apoyos, cuentas falsas y bots pagados
- Proteger tu seguridad digital: contraseñas y verificación en dos pasos
- Rechazar la violencia digital, en especial contra mujeres jóvenes



FRECUENCIA SUGERIDA

- Diaria
- Semanal
- Mensual

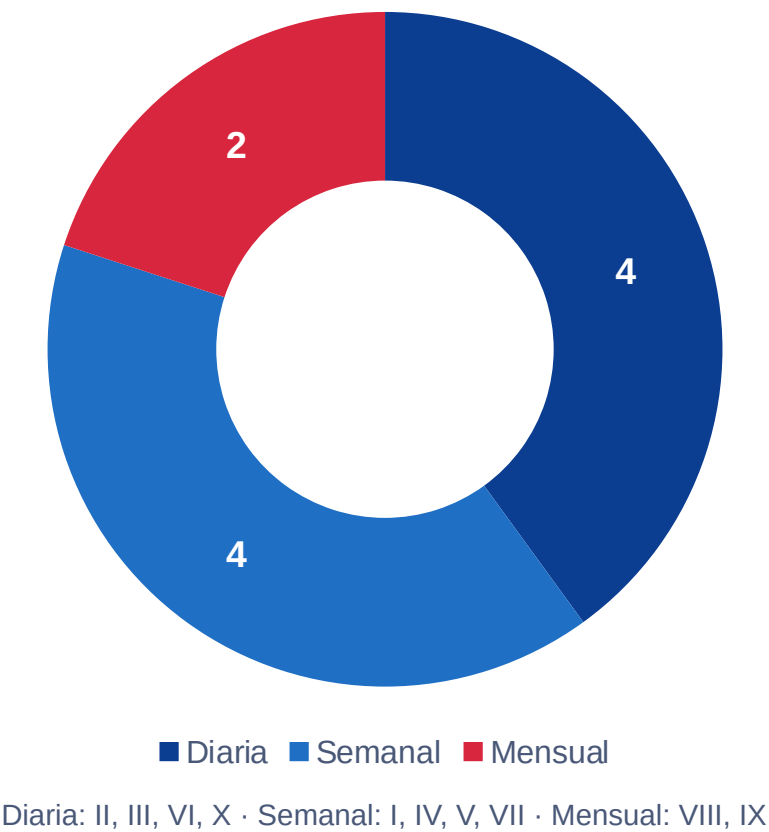
TABLERO · METAS SUGERIDAS

2FA	verificación en dos pasos activada
0	bots o cuentas falsas
0	tolerancia a la violencia digital

♥ **Querer a la gente:** quien quiere a la gente no la compra ni la manipula: la sirve.

Cuatro de diez principios exigen acción diaria

Principios por frecuencia sugerida



EL TERMÓMETRO F

Cada principio cumplido en la semana suma 10 puntos. El total ubica al militante en uno de tres niveles.

80–100 puntos	Militante F Cumple el decálogo de forma constante
40–79 puntos	En crecimiento Refuerza los principios pendientes
0–39 puntos	Militancia en riesgo Necesita acompañamiento de su célula

La versión interactiva del Termómetro F está en el documento HTML del manual.

El Compromiso F

Una promesa corta para fijar en el perfil de cada militante

1 Me formo para opinar.

2 Difundo con verdad.

3 Persuado sin insultar.

4 Me organizo con otros.

5 Investigo, denuncio y busco soluciones con mi comunidad.

6 Quiero a la gente y la pongo en el centro.

7 No vendo ni compro mi conciencia.

8 Milito por convicción y por amor a Guatemala.

El cambio generacional no se pide: se ejerce

-  Cada publicación, conversación y joven que se suma acercan el cambio
-  Si no participamos, otros decidirán por nosotros el país donde viviremos
-  La Generación F no espera turno: lo toma, con ideas, ética y organización



LLAMADO A LA ACCIÓN · ESTA SEMANA



Únete a tu célula digital



Fija el Compromiso F en tu perfil



Suma a un joven a la Generación F

Ocho experiencias de militancia digital respaldan el decálogo

Experiencia	Qué aporta	Principios
Manual de ciberactivismo de CDC (Cataluña)	Normas de estilo y acción digital colectiva organizada desde el partido	II · III · V · VII
IRI · Political Parties Playbook	Partidos rezagados pierden ante recién llegados digitales; escalera de compromiso	III · VII · VIII
PJ Digital (Argentina)	Jóvenes que llevaron el mitin al ciberespacio con blogs y transmisiones	IV · IX
União da Juventude Socialista (Brasil)	Repertorios híbridos: presencia en las redes y en las calles	VIII
Ahora Madrid 2015	La red renovó los patrones de militancia en campaña	VII · VIII
#JuventudesEnRed (PUCP, 2026)	Trolling y doxeo obligaron a crear protección digital	VI · X
El Desconcierto (oct. 2026)	Militancia digital como participación real ligada a un programa	I · VII
Decálogo INE–IEEC Campeche (2026)	Pocos espacios juveniles reales; prevención de violencia política contra mujeres	IX · X

Las metas de los tableros son referencias sugeridas para la organización de células, no datos medidos.