



**BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES
MAESTRÍA EN CIENCIAS POLÍTICAS**

**SOCIALIZACIÓN POLÍTICA JUVENIL EN LA ERA DE LAS REDES
SOCIODIGITALES. EL CASO DE PUEBLA.**

Tesis para obtener el grado de Maestra en Ciencias Políticas

Presenta: Lucia Jeannette Vega Arroy

Cesar Ricardo Cansino Ortiz

Director de tesis

Mayo, 2024



CONACYT

Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología

*A Mateo que me ha mostrado la
inmensidad de la vida y a mis
padres y hermanos por su
infinito amor.*

ÍNDICE

	Pág.
INTRODUCCIÓN	2
I. APROXIMACIONES AL ESTUDIO DE LA SOCIALIZACIÓN POLÍTICA	
1. Socialización política y construcción de identidades en los jóvenes	5
2. Socialización política en la era de las redes sociodigitales	11
3. Consideraciones teórico-metodológicas para el estudio de caso	25
II. SOCIALIZACIÓN POLÍTICA JUVENIL EN PUEBLA	
4. Viejas y nuevas formas de socialización política en México.....	38
5. Socialización política juvenil y redes sociodigitales en Puebla.....	43
6. Análisis de datos y discusión	118
CONCLUSIÓN	124
APÉNDICE	127
BIBLIOGRAFÍA	

INTRODUCCIÓN

La era de la información tecnológica parece haber transformado la forma en la que los jóvenes¹ se comunican entre sí, acceden y se nutren de datos para construir opiniones en torno a las diversas esferas en las que están inmersos, lo cual condujo a pensar en un cambio significativo en la forma de socializar contenidos políticos.

Los jóvenes cuentan con una amplia gama de medios de comunicación digital, que además de proporcionar información, les permiten acceder de modo veloz y globalizado a cantidades insospechables de ella, así como para producirla, expresar posturas ideológicas de toda índole y desempeñarse en el plano social.

La cantidad de tiempo que los jóvenes invierten en las redes sociodigitales² no hace sino aumentar. Pareciera que hoy en día socializan a través de estos nuevos agentes, reemplazando a otras fuentes de información más tradicionales, con las que hasta hace algunos años solían socializar.

No obstante, esto no significa, justamente, que los contenidos que consumen sean los más convenientes para permitir construir posturas políticas congruentes y consolidadas.

Para el desarrollo de esta investigación se consideraron estudios previos, tratados y herramientas metodológicas para identificar la relevancia que actualmente desempeñan las redes sociodigitales y los contenidos difundidos a través de ellas y si estos intervienen en los procesos de apropiación de principios y valores que benefician o inhiben la construcción de posturas políticas.

Esta estrecha y continua relación de los jóvenes con las redes sociodigitales contempla diversos tópicos, desempeñándose como un importante agente socializador. Sin embargo, que las redes sean el principal medio de información de este sector no garantiza que los contenidos que se promueven ahí intervengan en un proceso de socialización política; incluso se podría pensar que el contenido

¹ Se considera población juvenil a la comprendida entre los 12 y 29 años de edad, de acuerdo al Ley del Instituto Mexicano de la Juventud.

² Las redes sociodigitales son una herramienta digital que permite la interacción entre individuos generando comunidades de intereses en común.

diseñado dentro de estos medios informativos aleja a los jóvenes de temas políticos (ENDUTIH, 2022).

Si bien los actuales medios de información se centran en un ejercicio de posicionamiento a través de las principales redes sociodigitales, estas mismas se encuentran, en teoría, sujetas a la aprobación voluntaria de los usuarios, los cuales dejan de ser entes manipulados, para dar paso al autocontrol. Es ahí donde juegan un papel protagonista los agentes socializadores externos, ya que la apropiación de contenidos se da conforme al esquema normativo que estos mismos han reforzado, lo que permitiría que cada individuo sea libre de aceptar estos contenidos como válidos.

Pero lo anterior no impide la condición de origen con la que es creado este contenido, el cual tiene fines específicos que debe cumplir. Es ahí donde radica la importancia en la construcción de posicionamientos tendientes a la toma de decisiones de los individuos dentro de la vida pública.

El planteamiento es por demás delicado, ya que una de las grandes ventajas de las redes sociodigitales es la inmediatez con la que llegan a los usuarios. Pero, “Uno sabe que no tiene derecho a decirlo todo, que no se puede hablar de todo en cualquier circunstancia, que cualquiera, en fin, no puede hablar de cualquier cosa” (Foucault, 1973, pág. 14) y de igual forma, la facilidad de ser partícipes de los mismos contenidos, manifestándose a través de estos medios y teniendo la oportunidad de ser visibles ante el ojo público.

El sujeto al que va dirigida la información genera un posicionamiento, si bien el sujeto es quien codifica esta gran masa informativa, cada uno de ellos cuenta con un gran número de valores y concepciones previamente establecidos, principio que debería seguirse en todos aquellos temas de relevancia social.

En esta dinámica, los jóvenes se vuelven el principal público a socializar, no solo por el hecho de estar intrínsecamente ligados a los avances tecnológicos actuales, sino a la construcción misma de identidades políticas en el proceso cognitivo por el que atraviesan.

Es así como, durante el proceso de comunicación, existen medidas de resistencia, no a la utilización de plataformas tecnológicas, sino a la socialización responsable de los actores involucrados.

Con esto en mente, en esta investigación se busca determinar en qué medida los jóvenes son consumidores habituales de contenidos digitales y si estos son determinantes en sus respectivos procesos de socialización política, o bien solo consumen contenidos digitales ocasionalmente y con otros propósitos, por lo que su proceso de socialización política ocurre por otras vías o agentes más tradicionales, como la familia, la iglesia, la educación formal y los amigos.

Para ofrecer una respuesta a esta interrogante, hemos elegido un grupo de estudio específico: los jóvenes del municipio de Puebla, en particular la población universitaria, por ser un sector mejor informado que otros y que consume habitualmente las redes sociodigitales.

En principio, creemos que las redes sociodigitales no constituyen entre los jóvenes universitarios la principal fuente de socialización política. Pero ello solo puede establecerse mediante una investigación exhaustiva que nos permita obtener información confiable sobre el uso de tales herramientas por parte de nuestro grupo de estudio.

En ese sentido, elaboramos y aplicamos una encuesta a una muestra representativa de nuestra población objeto, misma que se aplicó de manera presencial. La encuesta mide sobre todo las preferencias de consumo digital de los jóvenes universitarios de Puebla así como sus valores, orientaciones y actitudes y los agentes que más impactan en sus procesos de socialización.

Por otra parte, emprendimos una exhaustiva revisión teóricas sobre el tema como punto de partida para entender los procesos de socialización política de los jóvenes y el impacto que tienen las redes sociodigitales en sus vidas y comportamientos. Es así como pudimos contar con elementos tanto cualitativos como cuantitativos para ofrecer una visión lo más completa posible sobre el tema analizado.

I. APROXIMACIONES AL ESTUDIO DE LA SOCIALIZACIÓN POLÍTICA

1. Socialización política y construcción de identidades en los jóvenes

La globalización de las actividades económicas y el progreso tecnológico han dado cabida a una modificación recurrente sobre la organización social. Es así como los medios de comunicación inmersos en esta dinámica han masificado estereotipos conductuales a través de una cultura virtual, pero al menos en el proceso de transición hacia esta nueva realidad, la lentitud para su apropiación impera en la formación de identidades juveniles.

Tener una ciudadanía bien informada debería ser uno de los objetivos principales para cualquier sociedad, ya que esto nos conduce a un comportamiento político más responsable, con opiniones informadas y analizadas desde diferentes enfoques y miradas. Aquellos jóvenes que poseen mayor claridad en la comprensión sobre el panorama político y social por el que transitan se desenvuelven de manera comprometida con el papel que desempeñan socialmente.

Sí hablamos de procesos de elección, los jóvenes con mayor acceso a la información sobre todas las posturas políticas de manera transparente y directa, podrían de manera inherente elegir a representantes más idóneos para la situación actual de su país.

Pero, en la realidad, poseer información imparcial que permita socializar a los jóvenes de manera responsable se ha convertido en un reto, ya que sí bien la aparición de nuevos medios de comunicación, como las redes sociodigitales, el acceso a la información es innumerable y rápido, la mayor parte de ella es poco precisa e imparcial, lo cual se convierte en todo un reto para la toma de decisiones por parte de la ciudadanía.

Justo por ello, el papel que juegan los agentes de socialización tradicional en la vida de los jóvenes es fundamental, ya que gracias a ellos la información a la que se accede puede ser codificada de manera más responsable:

Una justificación importante para los grandes gastos en educación en muchas naciones democráticas es su impacto social, y no sólo económico: los

beneficios que un electorado educado aporta a la sociedad civil (Campbell, 2006, págs. 61-62).

Lo anterior genera la interrogante que motiva esta investigación: ¿En qué medida los jóvenes socializan políticamente a través de las redes sociodigitales? Y de esta derivan otras, como la relación que existe entre la educación, la formación de identidades y la socialización.

¿Qué debemos entender por socialización?: Es el proceso por el cual los individuos se vuelven sujetos dentro de una sociedad, incorporando y adquiriendo los esquemas de comportamientos socialmente adecuados dentro de la misma esfera. (Duran, 2015, pág. 21). Las convenciones impuestas adquiridas de actuar, sentir y pensar que de manera externa influyen al individuo generando un orden establecido socialmente aceptado.

La Socialización Política entonces es un proceso crucial mediante el cual se brinda a los ciudadanos los conocimientos, las guías y las actitudes necesarias para desenvolverse en el entorno político de la sociedad y formar su propia identidad política.

Dentro del proceso de socialización podemos identificar una etapa temprana en la cual el individuo adquiere estos valores para su desarrollo de manera naturalizada a través de agentes primarios; es decir, el ambiente en el que se incorporan es hasta cierto punto inconsciente, como en las primeras interacciones sociales a través de la familia, la iglesia y la educación inicial.

Inmersos en estas primeras esferas sociales, los niños adquieren lenguajes y conductas por medio de las normas impuestas para adaptarse al orden establecido.

En consecuencia, debemos considerar, a la socialización como un proceso complejo en el que varios agentes, incluyendo la escuela, los medios de comunicación, el grupo de pares y la religión, influyen en la formación de valores y actitudes políticas. Este proceso evoluciona a lo largo de la vida de un individuo y puede tener un impacto en la participación política y en las actitudes hacia el sistema político.

En particular los jóvenes, quienes por el contexto en el que se desarrollan y la transición por la que atraviesan, enfrentan procesos más o menos intensos de aculturalización, confrontando así su propia formación inicial sobre la política, como complemento de la que recibieron en la institución familiar y posteriormente por el estado siendo la escuela el medio por excelencia de obtención del currículum explícito³ con actos protocolarios obligatorios a lo que deben asistir como parte de su formación académica (Górriz, 2021, pág. 456)

Si bien la escuela como agente socializador desarrolla aptitudes importantes dentro de la formación de niños y jóvenes, aún está en entredicho como es que la educación formal puede verse afectada por factores externos, como políticas educativas y fenómenos sociales, incluso como es que el "currículum nulo"⁴ y las decisiones educativas pueden impactar en la percepción del joven, ya que las omisiones en la enseñanza también tienen implicaciones en la construcción de identidades.

Posteriormente, el individuo es socializado por medio de estructuras secundarias a través de agentes socializadores de inserción, mediante los cuales adquieren conocimientos concretos y técnicas para desempeñar funciones específicas. En esta etapa, los ahora jóvenes, sujetos ya socializados, se adentran en un proceso de adaptación adecuando sus propios valores a los establecidos.

Algunos de los agentes de socialización secundaria son determinados a través de las propias creencias y valores obtenidos en la primera etapa. Es por ello por lo que es común que los jóvenes se relacionen con pares que compartan estos mismos comportamientos y simplemente se vayan modificando conforme al propio desarrollo social.

Por lo tanto, la identidad formada en la primera etapa de socialización juega un papel fundamental en el resto de nuestra vida. Debemos entender por identidad "Las fuentes de sentido para los propios actores y por ellos mismos son construidas

³ Entendemos currículum explícito como los procesos formales en los cuales se transmiten conocimientos, habilidades y valores de manera manifiesta y formal, como por ejemplo en la escuela, mediante asignaturas como historia y formación cívica y ética. (Górriz, 2021, pág. 456)

⁴ Entendemos por currículum nulo a todas las omisiones que no se enseñan, ni se transmiten ya se de manera manifiesta u oculta (Górriz, 2021, pág. 456)

mediante un proceso de individualización, las identidades pueden originarse en las instituciones dominantes, sólo se convierten en tales si los actores sociales las interiorizan y construyen su sentido en torno a esta interiorización” (Castells, 1999, pág. 29)

La familia juega un papel clave en la conformación de valores políticos, con diferencias notables entre clases sociales. La influencia de la socialización política en la formación de orientaciones políticas en niños y su posterior evolución en la vida adulta tiende a ser de mayor arraigo cuando esta se da dentro de la familia, ya que los niños y jóvenes frecuentemente adoptan las posturas políticas de sus padres, por lo que la participación política activa en la familia puede llevar a un compromiso político duradero y cambios en las orientaciones.

Es así como a lo largo de la vida se van sumando otros agentes influyentes, transmitiendo conocimientos y actitudes políticas tanto en el plan de estudios explícito como en el oculto, que refleja los valores y principios de la institución, lo cual destaca la importancia de la interacción entre agentes y la percepción del individuo sobre su rol en la sociedad.

Es por ello por lo que debemos subrayar la relevancia de la socialización política en la formación de ciudadanos activos y conscientes de su entorno político, destacando el papel influyente de la familia en las primeras etapas, profundizado como las interacciones familiares y la diversidad de opiniones también pueden influir en la formación de actitudes políticas diversas.

La relación entre la participación política en la infancia y los cambios en las orientaciones políticas en la adultez es interesante, aunque se podría discutir cómo otros factores, como la educación formal y las experiencias personales pueden influir en esta evolución. A menudo todas ellas giran en torno a sus primeras posturas.

La escuela se ha convertido así en uno de los agentes con cierta influencia en la socialización política debido a su capacidad para inculcar ideología y transmitir conocimientos. En este sentido, se considera que la educación escolar es una herramienta del Estado para moldear a los ciudadanos y crear una cultura política que se ajuste a las necesidades del sistema.

Es importante considerar una visión integral de la socialización política y sus efectos en la formación de actitudes ciudadanas, considerando los matices en la interacción entre agentes socializadores y la complejidad de la evolución de las orientaciones políticas a lo largo del tiempo.

Un factor importante para considerar es el nivel socioeconómico de los estudiantes, el cual tiene un impacto significativo en sus valores y actitudes, y esto se ve reflejado en cómo son socializados desde una edad temprana.

La educación que reciben los estudiantes también está relacionada con su participación política en el futuro. Se piensa que aquellos estudiantes con niveles más altos de educación y alfabetización están ligados a una participación política más crítica. A medida que aumenta el nivel educativo, también se observa una mayor independencia en los juicios políticos entre generaciones, lo que demuestra la influencia de la educación en la formación de opiniones políticas.

Otro agente socializador que interviene en los procesos de definición y construcción de opinión política es el grupo de pares y los medios de comunicación masiva, los cuales desempeñan papeles cruciales en la adquisición de comportamientos políticos.

Los grupos de pares, quienes en la casa pueden ser los hermanos o primos y en la educación formal, los compañeros de clase, tienen un impacto particularmente relevante en la radicalización política.

El papel de los medios de comunicación también influye en la información política y las actitudes de los individuos, pero, los efectos que cada medio tiene son diferentes. Se piensa que la televisión proporciona conocimientos más superficiales, ya que los contenidos que ahí se transmiten, en este caso sobre nuestro objeto de estudio son diseñados con la intención de entretener a los niños y jóvenes, por lo que su espacio de formación se ve limitado a la apreciación de contenidos un tanto más vanales, mientras que la prensa tiene efectos diferentes en la formación política, proporcionando conocimiento más profundo, esto sin dejar a lado el papel que juegan estos medios de comunicación como poder factico del gobierno.

Otros agentes de socialización política son la religión y los partidos políticos, los cuales desempeñan un factor fundamental, influyendo en los valores y en creencias de los individuos. En el caso de la religión, coincide con la asignación al credo religioso de la propia familia, y para los partidos políticos se requiere de una edad madura para realizar una afiliación que en sí misma debe ser voluntaria pero sí considera la formación durante el desarrollo a través de otros agentes, es por ello por lo que debe considerarse el contexto histórico y las experiencias personales que pueden impactar en la forma en que las personas se socializan. El proceso de socialización política no es estático y puede cambiar a lo largo de la vida de un individuo.

Los jóvenes organizan los conocimientos adquiridos a través de la socialización primaria, adquiriendo roles socialmente establecidos, dando sentido a su propio proceso de adaptación social. Para Castells (Castells, 1998, pág. 46) la sociedad en red tiene en sí misma un propio sentido el cual se desarrolla dentro de las mismas identidades primarias.

De esta forma, podemos decir que el individuo es socializado de manera consolidada en la infancia, en donde adquirirá todas aquellas herramientas con las cuales podrá adecuar su propia identidad en torno a su desenvolvimiento social que él mismo desempeña dentro de los roles establecidos con los que fue formado. Si bien existe un proceso de aculturalización, este mismo solo es adecuado a las propias necesidades del individuo durante su juventud.

Es mejor contar con jóvenes informados que con ignorantes para una democracia más sana que permita tomar decisiones responsables desde el papel que desempeña, así como responsabilizar a los demás actores políticos por las tareas encomendadas, exigir y promover un comportamiento político deseable, buscando fuentes confiables e imparciales.

2. Socialización política en la era de las redes sociodigitales

Suele limitarse la participación ciudadana a la elección de representantes y quizá eso haría más fácil el análisis. Sin embargo, la gama de espacios en la cual los ciudadanos deberíamos de inmiscuirnos es mucho más amplia. Así, por ejemplo, debería ser crucial la evaluación de representantes y posteriormente, el responsabilizarlos de las acciones erróneamente cometidas. Esto requiere habilidades de pensamiento crítico y la voluntad de buscar información imparcial. Los jóvenes, en particular, cuyo espíritu naturalmente es más entusiasta y constituyen una esperanza para la sociedad; son actores fundamentales en la tarea de evaluación de los servidores públicos que los representan, sus actividades y el desempeño de su quehacer político. Pero, para ello, se requiere información precisa para determinar el desempeño de sus representantes.

En este sentido, la información constituye un elemento clave en la configuración del comportamiento político individual y los medios en general pueden influir significativamente en las decisiones políticas.

Aunque el comportamiento político de los ciudadanos está influenciado por sus características individuales, también está moldeado por el contexto social y el entorno que les rodea. Las discusiones políticas que tienen lugar en las redes interpersonales son un factor vital para comprender el condicionamiento social del comportamiento político, ya que es uno de los aspectos que influyen en las preferencias políticas. En el mundo actual, las plataformas digitales y las redes sociodigitales se han convertido en una herramienta esencial para la comunicación y el activismo político. El auge de las redes sociodigitales ha cambiado la forma en que los jóvenes interactúan con la política, facilitándoles la expresión de sus opiniones y la participación en debates políticos con personas de distintos orígenes y perspectivas.

La comunicación en línea ha creado un espacio para que las personas compartan sus pensamientos, ideas y creencias, y para que se conecten con otras que comparten puntos de vista similares. El poder de los medios sociales para moldear el comportamiento político es especialmente evidente durante las campañas electorales.

Los partidos políticos y los candidatos utilizan las plataformas de los medios sociales para promover sus plataformas, relacionarse con los votantes y movilizar apoyos.

Las redes sociodigitales se han convertido en una herramienta fundamental para las campañas políticas, ya que permiten a los candidatos llegar a un público más amplio que como tradicionalmente se hacía a través de otros medios. Sin embargo, los medios sociales también pueden tener efectos negativos en el comportamiento político.

La era de la Big Data puede crear un caldo de cultivo para la desinformación, la propaganda y las noticias falsas, que pueden influir en las opiniones y elecciones políticas de la gente. El anonimato de las redes sociodigitales también puede dar lugar a debates polarizados, que pueden dividir aún más a la sociedad y erosionar la confianza en las instituciones democráticas.

Si bien las redes sociodigitales se han convertido en una parte esencial de la comunicación y el comportamiento político, cuyo potencial puede promover el compromiso político a través del acceso a información que permita generar criterios de evaluación para determinar decisiones razonadas, también tienen el poder de moldear las opiniones e influir en las decisiones.

Son los jóvenes quienes deberían de emplear las redes sociodigitales de forma responsable y evaluar críticamente la información que consumen para asegurarse de que toman decisiones políticas con conocimiento de causa, es por ello por lo que la formación inicial recibida por agentes de socialización tradicional, es de gran importancia.

Las decisiones individuales, como por ejemplo el ejercicio del voto, están muy influenciadas por el contexto social en el que están inmersos los individuos, es esencial tener en cuenta los diversos factores sociales que pueden afectar significativamente a las elecciones políticas de un individuo.

En el mundo actual, es importante examinar este fenómeno para comprender cómo influyen los factores sociales en el comportamiento político de los ciudadanos con relación a la información adquirida por los medios para la formación de las opiniones y actitudes de los jóvenes hacia las cuestiones políticas.

Cuando consideramos la importancia de las redes sociodigitales en la formación de las opiniones políticas de los jóvenes, es importante reconocer que estas no son neutrales y están diseñadas para dar prioridad a determinados tipos de contenido, lo que puede influir en la información que consumen.

Los algoritmos de las redes sociodigitales están diseñados para mostrar a los usuarios contenidos que coinciden con sus puntos de vista, creando burbujas de filtros que pueden limitar la exposición a diversas perspectivas, pero al mismo tiempo proporcionan espacios de participación política que pueden ser o no empleados, pero finalmente continúan dentro de estos espacios de afinidad.

Las burbujas de información facilitan la integración y el reconocimiento de información que se comparte accediendo a diversas opiniones que comparten la misma ideología.

Es así como las redes sociodigitales podrían desempeñar un papel fundamental en la configuración de comportamiento político, de manera positiva o negativa. Pero, si tuviéramos que señalar los contenidos que se difunden en estas redes, específicamente para la población juvenil, veríamos que los contenidos políticos no son necesariamente los más importantes, sino que hay muchos otros temas de interés. Veríamos también que el tiempo que invierten los jóvenes en ver contenidos políticos depende de muchos factores, como edad, sexo, religión, condiciones socioeconómicas etc.

Tras la llegada de la revolución tecnológica y el constante crecimiento del uso de las redes sociodigitales, la socialización política experimenta procesos de transformación profunda.

Antiguamente, el acceso a la información estaba limitado a unos pocos medios de comunicación y las fuentes de noticias eran seleccionadas y filtradas por ellos. Sin embargo, hoy cualquier persona con acceso a Internet puede buscar, compartir y difundir información de manera instantánea.

Aparentemente, la tecnología ha democratizado la participación ciudadana, permitiendo que más personas puedan involucrarse activamente en la política. Es gracias a las redes sociodigitales que se ha podido facilitar la difusión de eventos de participación democrática, movimientos sociales, campañas política etc. lo que

ha incentivado a más ciudadanos a estar informados para poder participar de manera activa en la toma de decisiones, creando espacios de formación política.

La relevancia de la socialización política radica en su capacidad para conformar actitudes y creencias políticas arraigadas en los individuos desde una edad temprana. Este proceso contribuye a la consolidación de la participación cívica, el compromiso político y la construcción de una identidad ciudadana sólida.

Al comprender la socialización política como una interacción compleja entre diversos agentes y niveles de influencia, se puede apreciar cómo se moldean las percepciones políticas de la sociedad en su conjunto.

Ningún agente de socialización tiene impacto independiente en la formación de los individuos, sino que son el conjunto de ellos el que conforma las posturas ideológicas de los jóvenes y estas mismas inciden en su toma de decisiones. A pesar de ello, sí es posible que cada uno de ellos tenga una mayor incidencia de acuerdo a múltiples factores, como lo son la etapa de vida, factores económicos y sociales, además de que en el caso de los medios masivos de comunicación los avances tecnológicos son cruciales para poder determinar su impacto.

La posmodernidad ha cambiado la importancia de los agentes socializadores, como el fortalecimiento de los medios de comunicación, la entrada de las redes sociodigitales, el contenido que en ellos se genera, el grupo de pares a través de las aldeas digitales. Además, se reconoce que la socialización política no es un proceso unidireccional, ya que las generaciones más jóvenes también influyen en las mayores.

El filósofo Byung-Chul Han, describe a la cultura contemporánea como “Una sociedad de consumo que ha desencadenado excesos y obtención de cosas materiales carentes de significado, estas conductas nos han llevado a percibir realidades superficiales sin poder generar esa capacidad para poder establecer compromisos sociales, como el de la apropiación de posturas políticas” (Han, Byung-Chul, 2021).

En la actualidad existe una estrecha relación con respecto a la política y la forma en que se socializan los contenidos a través de medios tecnológicos, específicamente las redes sociodigitales, siendo la tecnología y la difusión excesiva

de la información las que predominan ante la construcción de posturas e ideologías políticas.

Estamos inmiscuidos en este proceso de continuo cambio, pero no por la búsqueda del progreso, sino por la modificación constante de la realidad inmediata, una carrera en la que solo se busca obtener cosas para poder ostentar posiciones banales y vidas efímeras, aparentemente perfectas, en búsqueda de la aceptación social dentro de un sistema establecido, que incluso atenta contra la construcción profunda de identidades en todos sus aspectos sociales, siendo el político el cual nos interesa.

Las redes sociodigitales han maximizado este tipo de comportamientos, creando una cultura de consumo no solo material, sino de información y atención, donde la acumulación de “likes”, el número de seguidores que se pueden poseer y la atención mostrada mediante los comentarios se vuelven una forma de medición del valor personal.

Es así como esta acumulación material de cosas está estrechamente ligada a la acumulación de atención en las redes sociodigitales, lo cual crea no solo un vacío emocional, sino que no deja espacio para establecer posiciones personales sin estar expuestos a la manipulación y la crítica constante, sino se comparten las mismas posturas ideológicas del común de los usuarios, limitando la capacidad de análisis y reflexión para la toma de decisiones sobre aspectos políticos y sociales del país.

En este sentido Han, propone como medida de resistencia la filosofía de la negación, en donde aprendamos a decir “no” a la acumulación de información que no es sustancial y enfocarnos en lo esencial, lo que a mi parecer solo puede ser alcanzado si los agentes socializadores tradicionales han sido lo suficientemente estables para poder generar criterios de aceptación a los nuevos cambios tecnológicos y aprovecharlos como una herramienta de formación enfocada a la creación de sociedades informadas de manera veraz.

Es importante que en un país se dote a los ciudadanos de los conocimientos y las actitudes necesarias para participar y desenvolverse dentro del sistema político al que pertenece, siendo la socialización política un factor fundamental para generar condiciones de estabilidad.

Es muy reducido el número de ciudadanos que, a través de las redes sociodigitales, manifiestan posicionamientos en torno a la política nacional e intervienen en los procesos democráticos, cuestionando al régimen en el poder y compartiendo información precisa y objetiva de lo que sucede en el país, por ello se podrían considerar como un agente efectivo de socialización al generar opiniones informadas y promover la participación de la ciudadanía en general.

Evidentemente, este tipo de conductas serían recomendables para la formación de ciudadanía dentro de un país, ya que estabiliza sus prácticas políticas y promueve de igual forma la participación ciudadana en el resto de los habitantes brindando confianza en las instituciones constituidas para el funcionamiento del sistema político.

En cuanto a la participación ciudadana dentro de las redes sociodigitales aún se analizan los alcances que pueden potencializar las oportunidades de ampliación y diversificación de información. Si bien los consumidores se encuentran alejados entre sí de manera física, la virtualidad permite generar arenas públicas digitales que convergen en discusiones políticas y agruparse de acuerdo a sus grupos de interés, lo que incentiva la participación ciudadana a través de este mecanismo.

Al ser esta muchísimo más accesible en algunos de los casos permite a los ciudadanos parroquiales y súbditos un mayor acercamiento, impulsando a la modificación de conductas.

Sin embargo, la sobrecarga de información generada en redes sociodigitales y la proliferación de contenido engañoso dificulta que la información que se encuentra sea confiable, además de fomentar la polarización en los temas a tratar y el tribalismo sobre las aldeas digitales que ellos frecuentan, las cuales muy probablemente coincidan con la forma personal de percibir una realidad social, alejada de un proceso objetivo que permita establecer decisiones responsables.

Por otra parte, habría que pensar cómo podría desencadenarse el crecimiento de estas herramientas, ya que, si bien generan una sensación de satisfacción al poder exteriorizar los posicionamientos, los descontentos, las opiniones e incluso las contribuciones y las aportaciones, la pregunta sería ¿Cómo es que estas podrán

ser satisfechas u obtendrán respuestas? Esto provocaría, nuevamente, un fracaso, debido al descontento y la falta de confianza hacia los nuevos mecanismos.

Hay que tener presente que existen condiciones complejas que cambian y se modifican de acuerdo al contexto de los países en la que se desarrolla, si bien hablar del ideal sobre cómo debería de ser la promoción de contenidos políticos en un espacio geográfico, esto no garantiza el cumplimiento ni de la apropiación, ni las condicionantes para consolidar la promoción de la socialización política.

En el caso de los jóvenes tenemos hasta el momento un sistema en que la industria del entretenimiento ya no solo se limita a un sector en específico ni a un tópico preciso de las problemáticas sociales, sino que se ha diversificado a otros ámbitos como los son el científico, el académico, el social, por lo que podríamos hablar de un mecanismo de la atención, y que prácticamente no existe un brazo que escape de él, enfocando los sentidos en un principio básico de percepción inmediata.

Las redes sociodigitales dejan en el análisis una proyección clara, no se requiere ser el mejor en un área, sino en obtener un valor a través de la atención que consigue.

Ante los inminentes riesgos es importante que los jóvenes sean conscientes de la optimización y la utilización de las redes sociodigitales enfocándose en la utilización responsable y crítica, lo cual sería una forma de evitar la socavación de la deliberación democrática.

Las redes sociodigitales pueden ser un espacio importante de socialización política de los jóvenes, porque a través ellas, los jóvenes pueden conectarse con líderes políticos, partidos organizaciones y demás actores políticos lo que puede ayudar a fomentar el interés en la participación ciudadana, además de brindar espacios de conversación, generando la formación política de manera diversa e incluyente.

Sin embargo, la sociedad digital debe buscar mecanismos para disminuir los riesgos que ocasiona la “Cultura del clic” y los contenidos tendenciosos que pueden encontrarse en ella.

Mientras que una de las principales ventajas es la inmediatez de la información, estos procesos acelerados no permiten generar espacios para establecer criterios de razonamiento que nos permitan discernir entre la información veraz y oportuna y aquella banal que posterga el análisis crítico y el desarrollo de la cultura política de manera concisa. (Han B.-C. , 2013, pág. 29)

Es por ello necesario que los jóvenes no se limiten exclusivamente a consumir a través de las redes sociodigitales contenidos políticos, debiendo ser indispensable el poder emplear otros agentes socializadores de mayor arraigo.

Los posicionamientos son por demás controversiales, las redes sociodigitales sí pueden considerarse un agente socializador, al igual que los agentes tradicionales, pero estas deben brindar la capacidad de razonamiento para poder constituir un criterio sólido que permita además garantizar que a través de estas posturas se pueda dar paso a la acción política, fomentando culturas participativas dentro de los regímenes, tendientes a encaminar a la sociedad rumbo a los cambios cruciales que se requiere.

Aunado a esta transición, los jóvenes, en términos funcionales de rentabilidad electoral, representan la próxima fuente primaria de participación ciudadana en los ejercicios democráticos del futuro.

Por lo que su papel es fundamental para dar rumbo a los próximos acontecimientos de la vida activa y política de cualquier país.

Las redes sociodigitales, como una herramienta de comunicación y movilización política, pueden detonar un gran potencial al conectar a los ciudadanos con la información y las discusiones políticas, permitiéndoles participar de manera más activa en el proceso democrático.

En el caso de México, esto puede ser especialmente relevante para los jóvenes, quienes pueden sentirse más cómodos utilizando estas plataformas digitales para expresar sus opiniones y conectarse con otras personas que comparten sus intereses políticos.

El ser humano construye su filosofía en el reconocimiento de este y su relación y coexistencia con la sociedad (Arendt, 1993, pág. 23). A través de la historia, las instituciones han sido el instrumento de socialización del hombre, formando así

principios, actitudes y aptitudes que le permiten desarrollarse en un entorno social y político.

El proceso de socialización política emerge de manera primaria a través de la institución de la familia, donde se construyen las primeras inclinaciones valorativas en torno a lo que será la vida social del individuo dentro de la comunidad, pero también es ahí donde reciben de manera directa, a través de los padres o miembros de la familia, instrucción política.

Conforme el ser humano se va integrando a nuevas instituciones, como la escuela y la iglesia, se presentan nuevos procesos de socialización y de aculturalización.

Los Instrumentos de socialización política surgen a la par de las necesidades históricas y sociales y se presentan en un contexto determinado. Es así como ciertos condicionamientos y fenómenos sociales han generado nuevos mecanismos por los cuales, a través de las instituciones, se busca socializar a la sociedad y en específico a las nuevas generaciones sobre aspectos que involucran la vida política.

Los agentes socializadores tradicionales han perdido fuerza paulatinamente a medida que los medios de la información incrementan sus mecanismos e incorporan nuevos avances tecnológicos.

El rechazo a ciertos avances tecnológicos ha sido cuestionado e incluso rechazado a través del tiempo. En el caso de los avances tecnológicos de la información su respuesta fue mucho más favorable, considerándose benéficos, como lo fueron en su momento el periódico, el telégrafo y la radio (Sartori, 1998)

Los medios digitales refuerzan el interés y el aprendizaje político que el individuo ya posee, pero es entonces que surge otro cuestionamiento ¿Qué información realmente poseen? y si ¿Esta es suficiente para ser considerada socialización política? y en el caso de la población objetivo, ¿La correlación entre tecnología y juventud en el ámbito de la transferencia de conocimiento política es naturalmente significativa respecto al resto de contenidos consumidos por los jóvenes?

Por otra parte, es importante realizar una exploración sobre cómo los procesos de construcción de identidades se han modificado a partir de la revolución

tecnológica de la era informacional, dando lugar a transformaciones fundamentales en la manera en que las personas socializan estos nuevos conocimientos y cómo crean nuevos mecanismos de apropiación, especialmente los jóvenes.

Los jóvenes, quienes de manera natural se ven inmersos en este mundo digital, el cual es aparentemente el único que conocen, construyen el conjunto de características que los identifican y diferencian frente al otro, estando expuestos a cantidades exorbitantes y omnipresentes de información, por lo que las identidades se han vuelto más fluidas, pero al mismo tiempo se han fraccionado en múltiples y minúsculos caracteres que llevan a hacer más compleja la definición y la aceptación de identidades delimitadas y la manera en cómo se reconocen ante los demás.

Es así como la sociedad en red da origen a un mayor número de interacciones e interconexiones entre grupos de individuos, generando un aumento considerable de diversidad cultural, complicando con ello las relaciones sociales, pero también surgen espacios virtuosos como el poder aumentar considerablemente la capacidad de acción colectiva.

Dentro de la arena política se ha logrado permear dentro de los movimientos sociales que han surgido en los últimos años, como, por ejemplo, movimientos en materia de género, defensa racial y medio ambientalistas por mencionar algunos, destacando las coincidencias dentro de un sinfín de identidades.

La era de la información ha transformado de manera fundamental la forma en que las personas construyen su identidad. Dentro de esta nueva realidad es imposible no toparnos con alguna herramienta tecnológica de comunicación y socialización que influya de manera significativa en las personas, especialmente en los jóvenes, para definirse e identificarse bajo ciertos criterios que brinden sentido a la percepción individualizada que se adentra en una colectividad.

Pero de igual forma en que no podemos considerar a la innovación tecnológica como la única herramienta encargada de generar y producir información significativa, tampoco y mucho menos, es la única encargada de generar configuraciones sociales de identidad en los individuos que conforman la sociedad actual. No es algo que se construye de manera unidireccional, sino que es un

proceso complejo y multifacético que está influenciado por múltiples factores, incluyendo la cultura, la política y la historia.

Para la edificación de identidades es importante considerar la complejidad social en la que estamos inmiscuidos, la cual además es inherente a la propia revolución tecnológica; se acompaña a través de la multiplicidad de rasgos culturales e ideológicos que las conforman multidireccional y multifactorialmente, sin generar enfoques excesivos de intervención de construcciones sociales.

Estas identidades que se forjan en el seno individual son labradas a través de múltiples relaciones sociales que se acrecientan de manera significativa en la sociedad en red, debido a la múltiple culturalidad que se comparte de manera sencilla e inmediata a través de la globalización tecnológica y la creación de aldeas digitales que territorialmente podrían estar del otro lado del mundo, pero que, dentro de la percepción inmediata del consumidor digital, es de fácil acceso.

Es por ello por lo que, para poder delimitar con claridad el papel tan importante que juega la formación de identidades dentro del proceso para la formación política en la era tecnológica y de la información, debemos concebir a esta última solo como un agente de construcción que a medida del incremento de uso de las redes sociodigitales nos permite agilizar ciertos procesos, pero que no delimitan en la totalidad la formación del individuo en sociedad.

Es importante analizar los cambios que están ocurriendo en la sociedad y cómo estos cambios han sido influenciados o no por el uso de herramientas digitales, para determinar si la relación con las transformaciones tecnológicas y el impacto en las posturas de índole política social, para este fin el uso de las redes sociodigitales en los jóvenes del municipio de Puebla.

Es así como se debe resaltar la naturaleza de la economía informacional, de la cual hemos hablado en el primer apartado y el papel de las redes sociodigitales dentro de la distribución, producción y consumo de información que influye en la consolidación de identidades y posicionamientos políticos.

Esta globalización nos ha permitido generar nuevas formas de organización social y económica las cuales han transformado el mundo. Las identidades formadas por medio de redes digitales han generado mayor disparidad social, lo

cual también sucede en la construcción de conocimiento, mismo que influye de manera importante en la identidad, impidiendo que estas dinámicas sociales puedan ser equitativas para los jóvenes, transformando la manera en que se relacionan con la sociedad y el Estado, creando una economía social que afecta o beneficia a los jóvenes de acuerdo a la dinámica económica en la que se desenvuelven.

Si bien el presente trabajo no busca establecer ninguna postura o posicionamiento político, es importante señalar que las transformaciones que están ocurriendo en la era de la información ,y en el desarrollo político de México han acrecentado la participación ciudadana y evidenciando cada vez más la importancia de democratizar los procesos de participación, la cual, gracias a estas nuevas herramientas, aparentemente se desarrolla de una manera horizontal fortaleciendo y legitimando de manera viral los cambios que se han dado en el país en los últimos años, siendo fundamental el papel de los jóvenes para la consolidación del movimiento generado por el nuevo régimen.

Es manifiesto el respaldo de los ciudadanos en la actualidad a los procesos de elección electoral, lo que legitima la toma de decisiones gubernamentales que articulan la vida social del país. Al mismo tiempo la oposición del gobierno actual ha tenido que asumir dichos cambios y es a través de las herramientas tecnológicas que hacen un llamado al resto de los ciudadanos a que no comulgan en su totalidad con el gobierno actual, lo cual aporta un balance necesario para la estabilidad política del país.

Lo anterior resulta significativo en el contexto mexicano actual, dado que la participación ciudadana y la transparencia son de gran importancia después de un periodo de desconfianza y falta de credibilidad en las instituciones gubernamentales, llevándonos a la reflexión crítica sobre los procesos políticos y sociales que se desarrollan en el país.

Esta revolución digital ha sido de gran impacto en todo el mundo. En el caso mexicano en particular ha tenido un efecto en la formación y la socialización política de jóvenes interesados en temas de este tipo.

Uno de los aspectos más destacados de la era de la información digital es el acceso amplio y sencillo a gran cantidad de información sobre todos los tópicos existentes, incluyendo contenidos de aspecto político.

En la actualidad, los jóvenes tienen mayor acceso para poder obtener una gran variedad de fuentes de información que puedan brindarles panoramas más amplios, permitiéndoles establecer un criterio a través de plataformas digitales, páginas de Internet y, principalmente, redes sociodigitales. La accesibilidad brindada a través de estos medios les podría permitir estar en constante interacción con los acontecimientos actuales por los que atraviesa el país.

Sin embargo, esta gran cantidad de información a la cual los jóvenes tienen acceso, como lo hemos abordado con anterioridad, plantea desafíos considerables, como la percepción abrumadora de dichos contenidos, creando un alejamiento o falta de interés sobre ellos, o el hecho de que al estar tan abiertos los canales informativos no solo para acceder a ellos como consumidor sino incluso como generador de contenidos, la información puede contener sesgos importantes, es decir, todos podemos prosumir⁵ en la era digital y al mismo tiempo otros usuarios estarán consumiendo nuestro contenido, lo cual en sí mismo resulta tendencioso.

Es por ello por lo que destaca el tema de la identidad, pero también el del desarrollo de habilidades críticas para evaluar la veracidad y la objetividad de la información que se encuentra en línea.

Por otro lado, la era digital ha generado nuevas oportunidades para los jóvenes dentro de la participación política; ellos se desarrollan en un ambiente en el cual el acceso a la información les permite un mayor acercamiento a la vida pública y donde la censura pareciera estar alejada de la realidad actual.

Estas mismas herramientas han facilitado la forma en la que los jóvenes en la actualidad hacen activismo en línea, manifestando sus demandas y generando que más jóvenes se unan a ellas.

En el caso mexicano es a través de estos medios que algunos jóvenes han buscado aceptación y posicionamiento en las figuras de candidaturas

⁵ Entendemos el prosumo como una participación activa contraria a la comunicación unilateral que se tiene con los Mass Data como la radio y la televisión. Es decir, con las redes sociodigitales podemos producir opiniones desmediatizadas.

independientes, situación que podría ser más complicada al no tener el respaldo de un partido político, aunque en este caso se requieren hacer estudios exhaustivos con respecto al impacto que puedan llegar a tener, sirven de una u otra manera como un medio de manifestó de expresiones y pretensiones políticas.

Las redes sociodigitales han transformado la manera en que las personas se comunican e informan y, derivado de ello, participan en la política. De ahí la importancia de conocer cómo las implicaciones tecnológicas fortalecen en los jóvenes los procesos de apropiación de contenidos políticos y la socialización en diferentes contextos en México.

3. Consideraciones teórico-metodológicas para el estudio de caso

Como hemos visto hasta aquí la velocidad y el alcance de la tecnología han influido en la manera en que las personas interactúan en todos los aspectos sociales de su existencia, incluyendo la política, generando oportunidades para poder instituir mecanismos de socialización y fortaleciendo la participación política de los ciudadanos en nuestro país.

Se ha intentado explicar la relación intrínseca que existe entre la evolución de la sociedad y la influencia que han tenido las redes sociodigitales dentro de los procesos democratizadores.

Al respecto Giovanni Sartori (Sartori, 1998, págs. 31-33) sostenía que, tras la llegada de la televisión, la sociedad contemporánea se encontraba dominada por la imagen y la pantalla, dando surgimiento a una nueva categorización de homínidos llamado “homo videns”, el cual sede mediante esta dominación su capacidad de análisis y reflexión crítica.

En la actualidad, la llegada de las redes sociodigitales ha evolucionado esta condición, es así como Cansino (Cansino, 2016, págs. 11-26) categoriza este advenimiento con la expresión “homo Twitter “, pero planteando una diferencia sustancial, la capacidad de poder proceder a través de la palabra escrita, dejando al tiempo lo que esto implicará al proceso evolutivo en términos cognitivos a la especie.

Las redes sociodigitales han modificado la forma en que las personas nos comunicamos en todos los aspectos de nuestra existencia, siendo la socialización política, el principal tópico que nos atañe.

Es a través de estos espacios que se difunde, comparte y produce información, generando debate político en algunos sectores de la sociedad. Estos procesos de cambio traen consigo nuevos desafíos y riesgos que deben ser analizados y afrontados.

Si bien las redes sociodigitales han ampliado el acceso a la información y la participación ciudadana, también han contribuido a la polarización y la propagación de la desinformación.

Es importante cuestionar la influencia que las plataformas digitales tienen sobre los procesos democráticos, argumentando que su diseño y los algoritmos pueden favorecer la creación de burbujas de opinión y la manipulación de la información, además de examinar la relación entre las redes sociodigitales y el poder político, destacando cómo los líderes políticos utilizan estas plataformas para comunicarse directamente y si estas mismas llegan a la población cuya identidad política está en formación.

Es un hecho que las redes sociodigitales poseen influencia en la construcción de opiniones, pero cada contexto en el que se desarrollan influye de manera diferente, no solo en determinar quiénes son los principales usuarios de estas, sino incluso en el consumo y prosumo de contenidos específicos, la inmediatez con la que llegan a su destino, el tiempo de contemplación que se brinda a una publicación y el formato que se emplea.

Ejemplo de ello son los “memes” los cuales reemplazan de alguna u otra manera la sátira disruptiva de las caricaturas políticas que surgieron en el siglo XIX, empleando elementos burdos de algún acontecimiento político y resistiéndose a los medios de control y censura de los poderes establecidos.

Pero, incluso este recurso, no siempre está relacionado con temas políticos y mucho menos el público que lo consume o lo diseña es joven. Por lo que esta realidad nos reta a aprovechar las oportunidades que emanan de la era digital. De igual forma nos enfrenta a nuevos desafíos y reflexiones en torno al uso responsable de las redes sociodigitales.

Para la política, la infocracia, se ha concebido como la forma en que se gestiona la información para ser socializada a los ciudadanos, quienes son tratados como consumidores y no participantes activos de la toma de decisiones políticas en el país (Han B. C., 2022, págs. 27-29)

Los temas de relevancia política son abordados adecuadamente mediante las herramientas de comunicación tecnológica, siendo las redes sociodigitales las principales para tal efecto. Sin embargo, la aparente transparencia en la que se transmite dicha información también elimina la privacidad del consumidor, creando sociedades constantemente vigiladas y controladas.

La dinámica de la política actual crea una sociedad donde la moneda de cambio es la información y el poder está concentrado en aquellos que la controlan, lo cual es preocupante en el contexto democrático, ya que, aunque aparentemente exista una mayor capacidad de participación, en realidad limita la toma de decisiones políticas de manera informada garantizando la veracidad.

Este posicionamiento lleva a la sociedad a un proceso de control ya no a través de los cuerpos, sino al control de los individuos a través del pensamiento, las posturas ideológicas y la construcción de identidades artificiales, que además ante esta supuesta capacidad de poder estar en un espacio libre de opinión, sin ataduras ni restricciones como son las redes sociodigitales, se está convencido de que el posicionamiento expresado es propio.

Hablar de la polarización sobre su empleo pudiera ser una estrategia efectiva para evitar la propagación y desinformación que puede existir en las redes sociodigitales, pero de esta misma manera deja abierta la posibilidad de la facilidad para difundir información de manera rápida y masiva que pueda contribuir a la fragmentación de la sociedad obstruyendo la edificación de identidades libres e informadas políticamente.

Las tecnologías de la comunicación en los últimos años han revolucionado de manera contundente la forma en que nos informamos, transformando nuestra vida cotidiana en todos sus aspectos teniendo como resultado cambios estructurales.

Para Castells existe una constante interacción entre la globalización económica, las redes de comunicación y los procesos evolutivos de la tecnología, generando nuevas dinámicas sociales y económicas. De esta manera, la información se ha convertido en la principal herramienta de la economía moderna, dejando de lado, la mano de obra y el capital como principal recurso de intercambio (Castells, 1998, pág. 44)

Dentro de este capitalismo informacional, las redes adquieren un papel importante, ya que es mediante una estructura dinámica y organizada de manera coherente que se distribuye la información, permitiendo su disponibilidad de manera flexible y dispersa gracias a la cual se facilita el conocimiento y la producción de riqueza.

En este sentido, la era informacional no solo es un intercambio económico, ya que dentro del mismo se ve inmiscuido un proceso social y político, en el cual la relación tecnología–sociedad es bidireccional lo que permite que la sociedad marque pautas con respecto a la forma en que se desarrollan y emplean las tecnologías de la información, generando una especie de vicisitud, reconfigurando el espacio y el tiempo en el ámbito político y detonando movimientos sociales derivados de las construcciones de nuevas identidades .

A través de estos principios debemos entender a las redes como la interrelación entre múltiples disciplinas a través de una forma de organización social dinámica que se desarrolla en la configuración de interconexiones e interdependencias tecnológicas moldeadas a las propias condiciones por las que transita una sociedad (Campbell, 2006, pág. 56)

Es así como la definición de las redes nos permitirá comprender y analizar la estructura informacional que influye en la sociedad actual, siendo el dinamismo de ésta la que rompe con una teoría determinista sobre el papel que juegan las redes sociodigitales en la era digital, tecnológica e informacional.

Sin embargo, no se pretende proporcionar una visión reduccionista sobre la sociedad contemporánea, ya que, si bien el papel que juegan las redes sociodigitales es importante y trascendental, no se puede sobrevalorar el papel que desempeñan en la misma como determinante de la evolución social y tecnológica y mucho menos absorber dentro de ella todos los procesos sociales que convergen en esta era.

Por el contrario, se pretende en demostrar la importancia de la intervención humana en la política dentro del espacio digital, sin pasar por alto factores de acción que influyen en la cultura, la sociedad y la política.

Nos encontramos inmersos en un nuevo régimen el "régimen de la información", el cual según Byung-Chul Han (Han B. C., 2022, págs. 10-11), este se refiere a la estructura dominante en la cual la información y su procesamiento tienen un papel fundamental en la configuración de los aspectos sociales, económicos y políticos a diferencia del "régimen de la disciplina", donde se explotan recursos físicos y donde la explotación se centra en la información y los datos. En este

contexto, el poder se obtiene principalmente a través del acceso y el control de la información, que se utiliza para controlar el comportamiento del consumidor.

Este "régimen de la información" está íntimamente ligado al capitalismo de la información, que ha evolucionado hacia un capitalismo de la vigilancia. En este sistema, las personas son tratadas como datos y consumidores, perdiendo su individualidad en el proceso dejando a un lado a la disciplina a través de un cuerpo obediente y productivo.

Aparentemente, en el régimen de información no existe una sumisión pasiva, sino la creación auténtica y creativa. Aquí, los individuos se ven a sí mismos como libres, participando activamente en la producción y la realización de su propio ser.

A diferencia del aislamiento como medio de dominación sobre un cuerpo, en el régimen de la información existe una supuesta autonomía, no solo para expresarse sino para circular dentro de la red en la cual nunca se está solo, pero no por ello no existe control, mismo que se da a través de los datos prosumidos y la información consultada, reforzando el control de las mentes, ya que en el aislamiento corpóreo no existían pruebas generadas a través de datos y el intercambio de la información que pudiera ser supervisada.

El régimen de la información marca un cambio en la forma en que el poder se ejerce y se obtiene, con la información y la comunicación como sus principales instrumentos. Esto contrasta con el antiguo mediante sumisión física, ya que los sujetos aislados no están inmersos en el capitalismo de la información sin posibilidad de generar datos, modificando sustancialmente la manera en que se ejerce el poder.

Si bien es cierto que en el capitalismo existe una preocupación por el cuerpo en términos de productividad y apariencia física, resulta inquietante pensar en el cuerpo humano como objeto de control. La visión instrumental del cuerpo provoca una deshumanización y una limitación de las condiciones diversas que pueden poseer los cuerpos, cosa contraria al régimen de la información, quien brinda una aparentemente condición inmediata y cercana con otros cuerpos a través de compartir opiniones con otros seres informados.

Por otra parte, el régimen de la información se apodera de la mente a través de la psicopolítica, planteando interrogantes sobre cómo se manipula y se moldean los deseos y comportamientos mediante las estrategias de persuasión y control mental.

Esto puede generar preocupación en términos de autonomía y libre albedrío de los individuos. La psique no abandona al cuerpo en el capitalismo informativo, aunque en gran medida está liberado del poder disciplinario, pero se encuentra secuestrado por la industria estética. Esto evidencia el tipo de tópicos que con mayor frecuencia circulan a través de las redes, cómo los ideales de belleza impuestos socialmente y las presiones y trastornos psicológicos en las personas para perpetuar estereotipos inalcanzables sobre temas ajenos a lo político.

Existe una preocupación por la pérdida de la autonomía y la diversidad en el régimen de la información resaltando la influencia de la industria estética en la construcción de los ideales distantes a la socialización política y sus posibles consecuencias negativas en la construcción de toma de decisiones.

El ámbito público es un escenario. El poder del soberano funciona por medio de la visibilidad teatral. Es un poder que se deja ver, se da a conocer, se vanagloria y brilla. Sin embargo, los sometidos sobre los que se ejerce y despliega permanecen en gran medida invisibles.

La dominación implica una estrategia que visibiliza a figuras públicas, las cuales se preocupan por enaltecer un estilo extravagante convirtiendo a los procesos de implicación política en un espectáculo empleando símbolos de poder que contribuyen a estabilizar dicha dominación.

Al igual que la exposición de las torturas corpóreas se exponían al público para continuar con la posesión del poder, en la era de la información es de vital importancia exhibir nuestras opiniones en este caso a través de las redes sociodigitales pero teniendo como principal objetivo la presunción de alejados de las temáticas de formación política, sin embargo a pesar de que estas mismas representan una gran exposición magnificada en la cual se comparte información, invisibiliza a quienes se ejerce dicho control.

Esta visibilidad teatral se basa en el esplendor y en la puesta en escena de rituales y símbolos que impactan y asombran al público. El poder soberano se presenta como un espectáculo, brillante y vanidoso.

Sin embargo, también pone de relieve una contradicción: mientras que el poder soberano se muestra de manera prominente, los sometidos sobre quienes se ejerce este poder permanecen mayormente invisibles.

Esta invisibilidad revela una asimetría en la relación de poder. Mientras que los líderes y gobernantes y figuras interesadas en promover su imagen buscan ser admirados, aquellos que están sujetos a su dominio y quedan relegados a un segundo plano, sin voz ni protagonismo en el escenario público, por lo cual queda alejado a la formación de posturas políticas y procesos de despolitización. Esta dinámica plantea interrogantes sobre la naturaleza de la dominación y sus implicaciones éticas.

¿Cómo puede una dominación basada en la visibilidad teatral ser legítima si aquellos a quienes afecta permanecen invisibles? Siendo de esta manera la invisibilidad una forma de opresión y exclusión, subrayando la importancia de cuestionar estos mecanismos con el fin de promover una sociedad más justa e igualitaria.

De esta forma, se presenta una perspectiva interesante sobre los cambios en las dinámicas de poder entre el régimen premoderno y el régimen moderno al destacar la transición de una sociedad del espectáculo a una sociedad de la vigilancia, se resalta cómo el enfoque de dominación ha cambiado en términos de visibilidad y control.

En la actualidad, el poder se basaba en la exhibición ostentosa y el espectáculo para consolidar su autoridad y en el régimen de la disciplina, el poder busca operar de manera más discreta y eficiente, utilizando la vigilancia como medio principal de control. Esta transición puede ser vista como un cambio hacia una forma más sutil pero también más efectiva de ejercicio de poder.

También crea una paradoja que puede convertirse en una ventaja tácita interesante, ya que, en relación con la visibilidad de las figuras públicas pertenecientes a las elites, ahora se ven obligados a estar constantemente

expuestos y bajo vigilancia, sin dejar de cuestionar la legitimidad de la exposición de la información presentada.

La noción de la máquina panóptica digital, implica una falta de privacidad y una pérdida de autonomía individual, en la que somos constantemente observados sin saber cuándo somos vistos, sugiriendo un estado de constante sumisión.

En esta sociedad moderna, donde el régimen de la información impera nos lleva a sacrificar esta individualidad y privacidad a cambio de un estado de seguridad y orden, generando un ambiente necesario en el cual nos mantienen alejados de los temas públicos. A diferencia de la vigilancia a través del aislamiento corpóreo, en la sociedad de la información, la visibilidad se establece a través de la creación de redes de comunicación, utilizando la tecnología digital como medio de vigilancia.

Cuanto más datos generemos y nos comuniquemos intensamente, más eficaz será la vigilancia convirtiendo incluso el acceso a las redes sociodigitales a través de dispositivos móviles como los son teléfonos y tabletas en un instrumento de vigilancia y sometimiento, donde la libertad y la comunicación son explotadas.

Pero con una sensación de no ser controlados, es decir en el régimen de la información, las personas no se sienten vigiladas, sino libres y la dominación se da cuando la libertad y la vigilancia se unen. No se obliga a las personas al encierro, sino que la visibilidad se expone sin coacción externa, por una necesidad interior, las personas buscan alcanzar la visibilidad por sí mismas y se colocan voluntariamente ante el foco.

La sociedad ha evolucionado hacia un régimen de información en el que la vigilancia se ha transformado y se ejerce de manera más sutil y menos coercitiva en comparación con el sistema corpóreo disciplinario, sin embargo, uno de los riesgos y limitaciones de esta nueva forma de vigilancia en la sociedad de la información se enfoca en los contenidos que a través de las redes sociodigitales emanan, mismos que difícilmente están enfocados en consolidar aprendizajes significativos y construcciones de identidades políticas participativas.

Es importante cuestionarnos que es lo que sucede con la transparencia dentro de un esquema de infodemia, porque si la información no contiene los criterios mínimos de transparencia se convierte en un mecanismo de dominación. La dominación esta oculta en la cotidianeidad de aquellas emociones agradables que se transmiten a través de las redes sociodigitales, bajo la apariencia de comodidad y conveniencia. Ese es el momento en el que la vigilancia sobre todo lo que hacemos, decimos e incluso consumimos está en constante contacto con la toma de decisiones.

Es evidente que las coerciones y las prohibiciones presentadas a través de las redes sociodigitales se implementan controlando nuestra voluntad consciente, mediante incentivos positivos y explotando la libertad.

Los *influencers* han ocupado un papel fundamental, presentando un modelo a seguir y logrando que sus seguidores sigan sus recomendaciones, llegando a presentar el autoconsumo como un medio de realización personal, lo cual delimita nuestra participación a cuestiones mundanas, donde la finalidad es presentar un estilo de vida basado en el consumo comercial.

De esta manera, el conocimiento se ha basado a través del dataísmo,⁶ el cual aparentemente deja de lado la manera tradicional de socializar, para seguramente muchos de los conocimientos ser adquiridos a través de la información proporcionada. Pero en temas tan relevantes como la política, la toma de decisiones y el papel que tenemos como individuos dentro de la comunidad los agentes tradicionales continúan siendo los que parecen imponerse sobre toda esta masa informativa provista por las redes sociodigitales.

En esta era digital el poder se concentra en quien posea más información y los medios necesarios para hacerla llegar a quien más le convenga, u ocultar toda aquella que no le beneficia difundir. Es ahí donde el control de la información en la red se vuelve crucial para tener poder.

Las técnicas de poder han evolucionado desde un enfoque más sutil basado en incentivos positivos. Sin embargo, prevalece la libertad de poder aceptar la

⁶ Entendemos al dataísmo desde la postura de Han, como la cultura de los datos con rasgos totalitarios (Han B. C., 2022, pág. 21)

información que genere correlación lógica con los acontecimientos tangibles por los que atraviesa la sociedad.

La participación de los ciudadanos en la toma de decisiones políticas es fundamental, por lo que medir el acceso a los mecanismos tecnológicos que se poseen y la finalidad de la utilización de dichos mecanismos, es muy importante, además está en juego la confianza hacia las instituciones tradicionales, lo que determina posturas ideológicas y formas de acción u omisión ante el papel social que desempeñamos.

Los procesos democráticos y el grado de confianza en las instituciones políticas están ligadas de manera contundente con la frecuencia de participación en actividades políticas, tales como votar, financiar organizaciones cívicas o expresar opiniones a través de medios tradicionales.

La fragmentación del discurso causada por el avance de los medios de comunicación tecnológicos, como las redes sociodigitales, ejerce una influencia significativa en la manera en que nos comunicamos, pero principalmente en como procesamos la información.

Al convertirse en un medio predominante, ha impuesto su propio formato visual, el cual convierte a los procesos informativos en altamente fragmentarios y la información se reduce a unidades cada vez más breves y simplificadas.

La tendencia hacia la brevedad informativa permea a los medios impresos, tradicionalmente con discursos extensos y más reflexivos, esto es así porque tiene más impacto ofrecer noticias breves y comprimir toda la información en contenidos con frases cortas y atractivas.

Si bien poseen la capacidad de transmitir un lenguaje racional y complejo, han visto su declive por lo que se han tenido que adaptar cada vez más a la inmediatez de la información, buscando provocar emociones inmediatas y discontinuas, cumpliendo con las demandas sociales de recepción de estímulos.

Esta evolución de los medios de comunicación plantea interrogantes acerca de la calidad de la información que recibimos y del nivel de pensamiento crítico que desarrollamos como sociedad. La fragmentación del discurso puede contribuir a una falta de profundidad en nuestro entendimiento del mundo, así como a una pérdida

de capacidad para abordar temas de mayor trascendencia, como lo es la vida política.

La alegoría platónica de la caverna donde solo pueden verse sombras proyectadas que se convierten en la única realidad existente, se puede ejemplificar el dominio y control de la información. En la era digital se produce la información que a menudo un grupo de interés necesita socializar, son los colores, los sonidos y la luz los principales protagonistas para edificar escenarios atractivos que puedan disuadir a los usuarios de la necesidad de poseer y apropiarse dichos contenidos. Si bien pueden servir a intereses políticos, no forzosamente contienen elementos críticos para tomar un posicionamiento objetivo.

La estimulación de los medios de comunicación digital se vuelve cada vez más un mecanismo de control sobre lo que debemos consumir y la información que debemos poseer, pero el control ya no es percibido como doloroso, pues produce sensaciones placenteras y satisfactorias, al menos en el corto plazo. Es por ello por lo que, cuando hablamos de la inmediatez informativa no solo debemos considerar las grandes ventajas que poseen estas herramientas tecnológicas, como poder acceder de manera rápida a la información que queramos sin tener que esperar a que un mensaje viaje para poder ser conocido, sino que esta inmediatez acelera todos los procesos comunicativos, incluso la recompensa de sentirse informado.

En suma, las redes sociodigitales son mecanismos poderosos de comunicación y entretenimiento, pero es fundamental mantener una postura crítica y consciente sobre ellas para conservar la capacidad de pensamiento autónomo.

Sobre la base de estas premisas teóricas detallo a continuación el modelo de análisis mediante el cual abordaré mi objeto de estudio.

1. Los avances tecnológicos han dado una notable importancia a nuevas formas de comunicarnos e interactuar, no solo en las relaciones personales, sino incluso en el papel que desempeñamos como seres sociales dentro de la vida política. Pese a que antes de esta era digital ya existían medios de comunicación que generaban dependencia a los procesos de socialización en la comunidad, como lo eran la radio y la televisión, los nuevos mecanismos de inmediatez y

sobreexposición de estímulos dentro de los procesos cognitivos que conllevan las nuevas tecnologías de la información, obligan a transitar a las nuevas estructuras socio-digitales. Es así como, a medida que las redes sociales y las herramientas tecnológicas avanzan, la información se hace cada vez más cuantificable, sobre todo en lo que concierne a los patrones de uso y consumo. En virtud de ello, nuestro modelo de análisis es al mismo tiempo cuantitativo y cualitativo para tratar nuestro objeto con la mayor profundidad posible.

2. La ciencia política debe contribuir a explicar las transformaciones del mundo actual. En nuestro caso, nuestra investigación se inscribe en la creciente desmaterialización de las formas de socializar la cultura política, lo que genera la necesidad de fomentar mecanismos de apropiación de orden cívico, valores y códigos de interrelación social, cultural y política a las nuevas comunidades digitales. Las redes sociales, como Twitter, Facebook, Instagram y TikTok, cobran mayor fuerza en la conformación de comunidades, las cuales condensan gran cantidad de información. Existe un sector de la población particularmente más afecto a las redes sociodigitales. Son los jóvenes, los cuales, como objeto de estudio, están inmersos en los procesos inmediatos de incautación como medio natural de estas técnicas. En virtud de ello, el peso específico de las redes sociales en la cultura política de los jóvenes es volitivo. Sin embargo, no está dicho que su alejamiento de los medios tradicionales de socialización conduzca a los jóvenes a refugiarse forzosamente en estos mecanismos, en todas las áreas del conocimiento.

3. No forzosamente el contenido digital que consumen primordialmente los jóvenes en las redes sociales es sobre temas políticos, sino que conforman por igual otros muchos contenidos. En el caso de nuestro objeto de estudio los principales agentes de socialización política de los jóvenes universitarios de Puebla, siguen siendo los agentes tradicionales; es decir, instituciones como la familia, el Estado y, en algunos casos, la iglesia. Considerando como variables las redes sociodigitales y la socialización política, pretendemos explorar las funciones que

cumplen las redes sociodigitales en los jóvenes universitarios de Puebla y si éstas desempeñan un papel fundamental en los procesos de socialización política. De igual forma se buscará analizar el contenido que consumen los jóvenes a través de las redes sociales digitales, identificar si el grado de socialización política de los jóvenes en Puebla es resultado de los agentes digitales, y determinar si las redes sociodigitales son un instrumento de socialización política.

II. Socialización política juvenil en Puebla

4. Viejas y nuevas formas de socialización política en México

Las nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) están cambiando la forma en que trabajamos, aprendemos, participamos y nos entretenemos. Se ha reconocido la aparición de una economía basada en la información digital y un nuevo modelo llamado Sociedad de la Información y el Conocimiento.

El uso de teléfonos móviles promueve la inclusión, conexión y cercanía dentro de las familias. Internet se ha convertido en una valiosa herramienta para apoyar la educación, la capacitación y la investigación, permitiendo acceder a los catálogos de bibliotecas desde cualquier lugar.

Las computadoras son indispensables para crear documentos electrónicos con gran versatilidad y procesar grandes volúmenes de datos, por lo que es crucial contar con estadísticas precisas y actualizadas sobre estos avances. Desde 2001 el INEGI ha estado recopilando datos sobre la disponibilidad y de uso de TIC's en hogares a través del Módulo sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (MODUTIH). Es a partir de 2015 que se modifica e implementa como una encuesta específica sobre tecnologías digitales en el ámbito social, nombrándose a partir de entonces Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de las Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH), la cual integró indicadores básicos y añadió nuevos contenidos con mayor precisión, gracias a su diseño conceptual y estadístico.

El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), junto con el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), fueron los encargados de llevar a cabo la (ENDUTIH 2022), una encuesta nacional que tiene como objetivo recopilar información sobre la disponibilidad y el uso de las tecnologías de la información en los hogares de México.

Esta encuesta también busca conocer cómo se utilizan estas tecnologías por parte de los individuos mayores de 6 años. Los datos obtenidos son fundamentales

para respaldar la toma de decisiones en políticas públicas y proporcionan elementos de análisis tanto a nivel nacional como internacional para aquellos usuarios interesados en el tema.

Algunas de las cifras sobresalientes en el resultado obtenido en 2022, fueron los de 93.1 millones de personas usuarias de internet, lo que representó 78.6 por ciento de la población, el aumento fue de 3.0 puntos porcentuales respecto a 2021 (75.6 por ciento). Del total de personas que confirman ser usuarios de internet, el 91 por ciento lo hacen todos los días, incrementando 4.5 puntos porcentuales.

Existen aproximadamente 93 millones de personas usuarias de teléfono celular, lo que equivale al 79.2 por ciento de la población de estudio, posicionándolo como el principal aparato tecnológico personal empleado entre los mexicanos para comunicarse y acceder a la información, en comparación con la computadora, la cual utilizó solo el 37 por ciento de la población. Comparado con 2019, el uso de este dispositivo se redujo 5.4 puntos porcentuales.

La ENDUTIH estimó que 34.1 millones de hogares cuentan con al menos un televisor, lo que significa que 90.7 por ciento del total de hogares tiene uno en casa. Pero, solo en el 68.4 por ciento de los hogares es digital y el 11.2 por ciento analógico, donde el 5.3 por ciento obtenía señal por medio de un sistema de paga.

Es fundamental considerar el tipo de población al que se realiza la encuesta ya que de ello también depende la accesibilidad al equipamiento tecnológico. Como ejemplo tenemos los resultados obtenidos sobre el uso de internet entre la población rural y urbana, con una diferencia del 21.5 por ciento, obteniendo 83.8 por ciento la población urbana y la rural un 62.3 por ciento de uso de esta herramienta.

En tanto a la segmentación demográfica podemos observar una diferencia aproximada del 1 por ciento en el uso de internet entre hombres y mujeres, siendo un recurso menos utilizado por éstas últimas con un 78 por ciento. El rango de edad agrupada que empleó en mayor porcentaje el internet fue el de las personas ubicadas entre los 18 a 24 años de edad, con un 95 por ciento. Seguido por el grupo de edad agrupada de 25 a 34 años de edad, con un 92.8 por ciento y en tercera posición se encuentra el grupo de edad de 12 a 17 años con 92.4 por ciento de la

población. El grupo cuyo porcentaje fue menor es el correspondiente a la edad de 55 años o más con apenas un 47 por ciento.

Si bien, los grupos de edad con mayor uso de internet se encuentran dentro de la población juvenil, resalta el notable incremento entre los hombres de 55 años y más obteniendo el 49 por ciento, lo cual representa un aumento del 12.1 por ciento en relación a los resultados de 2019. En el caso de los hombres de 6 a 11 años de edad el incremento es de 10.9 puntos porcentuales alcanzando el 73.1 por ciento de la participación de esta población.

El grupo de mujeres que presento mayor aumento en comparación con 2019 es el grupo de 55 años o más con un alcance del 46.4 por ciento equivalente a un incremento de 14.8 puntos porcentuales.

Las personas cuyo acceso a internet en su hogar representan el 95.4 por ciento, mientras que aquellas que se conectaron en otro lugar a través de conexiones móviles alcanzaron el 54.9 por ciento, disminuyendo en 8.6 puntos porcentuales con relación a las cifras obtenidas en el 2019. Otros espacios donde suelen conectarse las personas usuarias de internet son el trabajo con el 41.3 por ciento y la escuela representando el 18 por ciento.

El tiempo promedio por persona de uso de internet al día es de 4.5 horas. Fueron los jóvenes entre 18 y 24 años quienes alcanzaron mayores cifras con 5.9 horas al día de uso de internet, seguido por los jóvenes de 25 a 34 años con el 5.3 horas y los jóvenes de 12 a 17 años empleando 4.7 horas al día. Las personas de 35 a 44 años emplearon 4.5 horas al día mientras que los de 55 años y más reflejaron un uso diario de 3.1 horas diarias de uso.

En tanto al equipamiento tecnológico para establecer conectividad a internet son los teléfonos inteligentes los cuales encabezan los resultados con un 97 por ciento de las personas. Es importante abordar el incremento reflejado en la conectividad a internet a través de las Smart TV pasando del 23.1 por ciento al 30.4 por ciento con referente comparativo del ENDUTIH 2019 y 2022. Contrario a lo anterior, la conexión a internet a través de dispositivos como laptop disminuyó en un 9.7 por ciento y computadoras de escritorio en un 12.8 por ciento.

Así mismo, el motivo principal de uso de internet se encuentra como medio de comunicación con el 93.8 por ciento. Las redes sociodigitales alcanzaron el 90.6 por ciento y el entretenimiento el 89.6 por ciento. Por otra parte, leer libros, periódicos y revistas tuvo una disminución de 7.2 puntos porcentuales, 47.1 por ciento en 2019 contra el 39.9 por ciento en 2022.

Estas mismas variables desagregadas por población urbana y rural muestran los siguientes resultados. En el ámbito urbano 94.3 por ciento de los usuarios emplea el internet como medio de comunicación, mientras que en el ámbito rural la cifra es del 91.5 por ciento. En la población urbana se destacan como siguientes posiciones el uso como entretenimiento con un 91.1 por ciento, seguido del 90.7 por ciento de personas que emplean el internet para buscar información. Mientras tanto en la población rural ocupa la segunda posición el empleo de las redes sociodigitales con 88.7 puntos porcentuales y con 83.4 por ciento para la búsqueda de información. El uso del internet en operaciones bancarias con relación a ambas localidades fue de 27.6 por ciento en población urbana y 10.4 por ciento en el ámbito rural.

Con relación a las personas que afirman emplear un teléfono celular, se estima que el 94 por ciento de ellas lo hace a través de un equipo inteligente, mientras que el 5.2 por ciento de los usuarios emplean un equipo común de comunicación.

En tanto a la conectividad a internet de los equipos celulares inteligentes, el 82.1 por ciento cuenta con un contrato de prepago de alguna compañía de telefonía móvil, mientras que el 10.6 por ciento tenía acceso a internet en su teléfono celular a través de una conexión wifi. El porcentaje de personas que emplean ambos corresponde al 75.6.

Se estima que el tiempo de internet de la población que accede a este medio a través de teléfonos celulares es empleado en un 90.9 por ciento en aplicaciones de mensajería instantánea, el 78.6 por ciento accedió a redes sociodigitales, mientras que el 77.4 por ciento a contenidos de audio y video.

El uso primordial de equipo de cómputo con la finalidad de tener acceso a internet alcanzó un 86.1 por ciento, para realizar actividades laborales el 50.1 por ciento y actividades escolares el 46.8 por ciento. Es importante considerar que estas

últimas tuvieron un incremento en el periodo 2019-2022 debido a la emergencia sanitaria de COVID-19.

En países como, Estados Unidos, Reino Unido, España, Alemania, Suecia Corea del Sur y Chile 9 de cada 10 habitantes son usuarios de internet, mientras que en México es de 7 personas sobre la misma proporción.

En México, 25.8 millones de hogares tiene acceso a internet lo que representa 68.5 puntos porcentuales del total de hogares a nivel nacional, representando un incremento de 6.1 millones de hogares con relación a los resultados obtenidos en el 2019.

El estado con mayor porcentaje de hogares con internet es Ciudad de México con 86 puntos porcentuales, en contraste con Chiapas el cual apenas y alcanza el 38.4 por ciento de hogares. El estado con mayor población de usuarios de internet es Baja California con el 89.8 por ciento, mientras que el estado con menos porcentaje de usuarios fue Chiapas con el 56.7 por ciento.

En Puebla los usuarios a internet superan los 4 millones, los usuarios de telefonía celular 4.3 millones y el número de usuarios de equipo de cómputo se encuentra por encima de 1.8 millones.

5.Socialización política juvenil y redes sociodigitales de Puebla

Instrumento de medición

Para la obtención de cifras de análisis para esta investigación se empleó un instrumento de medición (anexo 1) diseñado con las características necesarias para poder evaluar los comportamientos de los jóvenes universitarios a nivel licenciatura en la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, el cual, en términos estructurales, se formuló de la siguiente manera:

Primer apartado: Control del entrevistado, en este espacio podemos obtener la información demográfica de los participantes, la cual nos permitirá analizar desde la edad, hasta el programa educativo en el que encuentran, siendo de vital importancia ya que este puede incidir o no en el tipo de consumo que realiza a través de las redes sociodigitales.

Sección I: Agentes tradicionales, en esta sección se busca evaluar las aptitudes, las actitudes y los comportamientos de los participantes a través de una serie de preguntas respecto a la importancia de los valores inculcados por los agentes tradicionales y su relación con la vida práctica, considerando dos últimas preguntas de contraste sobre los mismos aspectos, pero bajo la consideración de establecer agentes de socialización de la era tecnológica, cuyas respuestas están establecidas mediante una escala de valoración de cuatro puntos, los tres primeros de intensidad, considerando un punto intermedio entre ellos (Mucho, poco y nada) y un cuarto punto en el cual el participante pueda expresar su desconocimiento con respecto a sus propias conductas. El participante solo puede elegir la escala que refleje con mayor autenticidad la situación en la se encuentra.

Sección II: Redes sociodigitales, en este apartado se formulan preguntas respecto a la utilización de las redes sociodigitales, como la red que emplean con mayor frecuencia, el tiempo destinado y los contenidos consumidos, mediante un esquema de respuestas múltiples con la finalidad de acotar el tiempo de la aplicación, pero cuyo principal objetivo es sintetizar de manera efectiva la información proporcionada. Las respuestas seleccionadas para esta sección fueron determinadas por los resultados obtenidos por la ENDUTIH y no son respuestas de

ponderación por lo que las y los participantes solo pueden elegir una opción la cual deberán marcar con una “x”. Es importante mencionar que durante la aplicación del instrumento y pese a las indicaciones señaladas los participantes emplearon otros símbolos alternos a la “x” con los que se sentían más cómodos para fijar su postura, ya que este suceso era identificado desde el momento de la aplicación se procedió a validar dicha información siempre y cuando la intencionalidad de la respuesta fuese clara, evitando de esta manera tener sesgos de consideración que pudieran interferir en el nivel de confianza y en el margen de errores establecidos para la esta investigación.

Sección III: Equipamiento tecnológico, en este apartado se pregunta a la o el participante sobre el acceso cotidiano a los recursos tecnológicos, vitales para acceder a la información en la era digital y en este caso específico a las redes sociodigitales que pudiesen cumplir o no, un papel como agentes de socialización política. A pesar de ser el apartado de menor extensión dentro del instrumento es de vital importancia, ya que en las ciencias políticas es fundamental considerar todas aquellas variables que pudieran influir en el resultado final de la investigación, así como la sensibilidad social hacía una población diversa cuyas condiciones respecto a las oportunidades de acceso igualitario es restrictivo.

Muestra

Para fines de esta investigación se consideró como población objetivo las y los alumnos de licenciatura de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, cuya matrícula de nuevo ingreso y reingreso por unidad académica de acuerdo al anuario estadístico 2022- 2023 publicado por esta institución corresponde a un total de 89,903; setenta y nueve mil cuatrocientos treinta y uno (79,431), localizados en veinticinco unidades académicas y trece mil ciento cuarenta (13,140) en complejos regionales del interior del estado.

La muestra fue determinada de manera multifacética a través de la fórmula de muestreo de Barranco Sáiz (Espinoza, 2015, pág. 120) considerando el universo total mencionado en el párrafo anterior correspondiente a una población finita; con

un índice de confianza de 97.5 por ciento, un índice de error de 5 por ciento, y la varianza máxima de 50 en sus valores porcentuales.

$$n = \frac{9pqN}{E^2(N-1) + 9pq}$$

$$n = \frac{9 \cdot 50 \cdot 50 \cdot 89,903}{((5^2)(89,903-1) + (9 \cdot 50 \cdot 50))}$$

$$n = 891$$

Para garantizar el análisis sobre preferencias en el consumo de tópicos en redes sociodigitales se determinaron cuotas proporcionales por cada una de las 25 unidades académicas y los 5 Complejos Regionales.⁷

Tabla 1. Cobertura geográfica

UA/PE	MATRÍCULA TOTAL	por ciento TOTAL
Escuela de Artes Plásticas y Audiovisuales	1154	1.283605664
Facultad de Administración	9218	10.25327297
Facultad de Arquitectura	4944	5.499260314
Facultad de Artes	1183	1.315862652
Facultad de Ciencias Agrícolas y Pecuarias	335	0.372623828
Facultad de Ciencias Biológicas	1963	2.183464401
Facultad de Ciencias de la Computación	3398	3.779629156
Facultad de Ciencias de la Comunicación	3481	3.87195088
Facultad de Ciencias de la Electrónica	3639	4.04769585
Facultad de Ciencias Físico Matemáticas	2462	2.738507058
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales	2346	2.609479105
Facultad de Ciencias Químicas	2380	2.647297643
Facultad de Contaduría Pública	5334	5.933061188
Facultad de Cultura Física	1251	1.391499727
Facultad de Derecho	7191	7.998620736
Facultad de Economía	1815	2.01884253
Facultad de Enfermería	1035	1.151240782
Facultad de Estomatología	2770	3.081098517
Facultad de Filosofía y Letras	1794	1.995484022
Facultad de Ingeniería	4683	5.208947421
Facultad de Ingeniería Química	2266	2.520494311
Facultad de Lenguas	2267	2.52160662
Facultad de Medicina	8097	9.006373536
Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia	1757	1.954328554
Facultad de Psicología	2668	2.967642904
Complejo Regional Centro	1492	1.659566422
Complejo Regional Mixteca	964	1.072266776
Complejo Regional Nororiental	2823	3.140050944
Complejo Regional Norte	1274	1.417082856
Complejo Regional Sur	3919	4.359142632

Posteriormente se determinó una tercera fase de la muestra la cual considera la segmentación por sexo de acuerdo al número de mujeres y hombres matriculados por unidad académica.

⁷ La población objetivo de este estudio son los jóvenes matriculados en el periodo 2022 -2023 de nuevo ingreso y reingreso de las Unidades Académicas y Complejos Regionales de acuerdo al anuario estadístico de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

Tabla 2. Muestra desagregada por sexo

UA/PE	M	H	por ciento	por ciento	Encuesta M	Encuesta H
Escuela de Artes Plásticas y Audiovisuales	613	541	0.68	0.60	6	5
Facultad de Administración	5587	3631	6.21	4.04	55	36
Facultad de Arquitectura	2466	2478	2.74	2.76	24	25
Facultad de Artes	710	473	0.79	0.53	7	5
Facultad de Ciencias Agrícolas y Pecuarias	129	206	0.14	0.23	1	2
Facultad de Ciencias Biológicas	1146	817	1.27	0.91	11	8
Facultad de Ciencias de la Computación	617	2781	0.69	3.09	6	28
Facultad de Ciencias de la Comunicación	1838	1643	2.04	1.83	18	16
Facultad de Ciencias de la Electrónica	577	3062	0.64	3.41	6	30
Facultad de Ciencias Físico Matemáticas	814	1648	0.91	1.83	8	16
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales	1433	913	1.59	1.02	14	9
Facultad de Ciencias Químicas	1454	926	1.62	1.03	14	9
Facultad de Contaduría Pública	3104	2230	3.45	2.48	31	22
Facultad de Cultura Física	390	861	0.43	0.96	4	9
Facultad de Derecho	4097	3094	4.56	3.44	41	31
Facultad de Economía	769	1046	0.86	1.16	8	10
Facultad de Enfermería	849	186	0.94	0.21	8	2
Facultad de Estomatología	2025	745	2.25	0.83	20	7
Facultad de Filosofía y Letras	1109	685	1.23	0.76	11	7
Facultad de Ingeniería	1195	3488	1.33	3.88	12	35
Facultad de Ingeniería Química	1277	989	1.42	1.10	13	10
Facultad de Lenguas	1520	747	1.69	0.83	15	7
Facultad de Medicina	5067	3030	5.64	3.37	50	30
Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia	981	776	1.09	0.86	10	8
Facultad de Psicología	1902	766	2.12	0.85	19	8
Complejo Regional Centro	624	868	0.69	0.97	6	9
Complejo Regional Mixteca	612	352	0.68	0.39	6	3
Complejo Regional Nororiental	1946	877	2.16	0.98	19	9
Complejo Regional Norte	779	495	0.87	0.55	8	5
Complejo Regional Sur	2335	1584	2.60	1.76	23	16

Proceso cualitativo

Como parte de un proceso de investigación con seres humanos y actuando de manera responsable respecto al empleo de información personal que pudiera resultar sensible, se consideraron los siguientes criterios:

El instrumento fue diseñado bajo criterios de inclusión de género, los cuales podían o no contestar los participantes, según su consideración.

Al ser la universidad un espacio de libre desarrollo sin limitar el acceso o discriminación por edad, sexo, género, status económico o de ningún otro tipo, es común encontrar alumnos fuera del rango de edad de jóvenes considerado para ejercicios de medición en México, por lo que en estos casos se procedió informar a quienes mostraban interés para participar, se les brindaba el instrumento para su conocimiento, pero no fueron considerados en términos estadísticos para esta investigación ya que las variables de la misma es la socialización política y agentes de socialización que se han modificado de acuerdo a los avances de la era tecnológica.

Se diseñó una carta de consentimiento informado (Anexo 2) para la implementación del instrumento, misma que se daba a conocer a los participantes desde el momento de hacer la invitación para ser parte de esta investigación señalando los siguientes puntos:

El instrumento empleado para la recolección de la información que, a través de una encuesta con una duración aproximada de cinco minutos, la cual se podrá interrumpir en cualquier momento y retomarlo posteriormente durante el proceso de aplicación, si así lo deseaba el entrevistado.

De igual forma, hago de su conocimiento que se protegerá su identidad sin contar con la capacidad de determinarse de manera directa o indirecta, siendo anónima y confidencial.

La participación en la encuesta no implicaba ningún riesgo potencial ni se requerían de muestras biológicas. Los resultados de este estudio serán publicados con fines científicos y la información es recolectada única y exclusivamente de manera estadística, además de enriquecer y contribuir a las Ciencias Sociales.

Se diseñó una carta de bioética (anexo 3) para la implementación del instrumento, misma que se daba a conocer a los participantes desde el momento

de hacer la invitación para ser parte de esta investigación, haciendo valer en todo momento los principios generales del Código de ética y conducta de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla y considerando siguientes principios éticos.

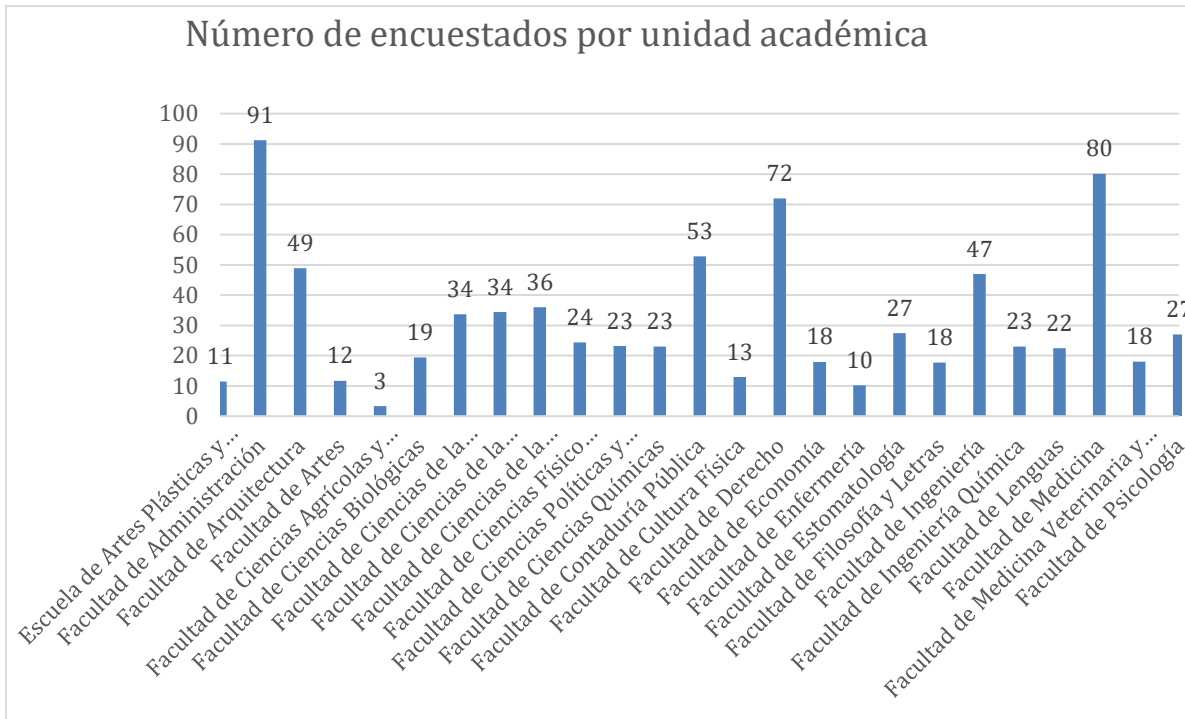
Autonomía: la participación de los estudiantes será voluntaria una vez que accedan a responder dicho instrumento y en todo momento se protegerán los derechos sobre el individuo.

No maleficencia: la aplicación del instrumento no conlleva riesgo alguno, no atenta contra la integridad del alumno, ni genera daño a su persona.

Justicia: podrá participar de manera voluntaria toda la población universitaria de nivel licenciatura hasta alcanzar el número de muestra, sin distinción de sexo, religión, preferencia sexual, grupo étnico, raza o nivel socioeconómico, además de facilitar las medidas necesarias para personas vulnerabilizadas.

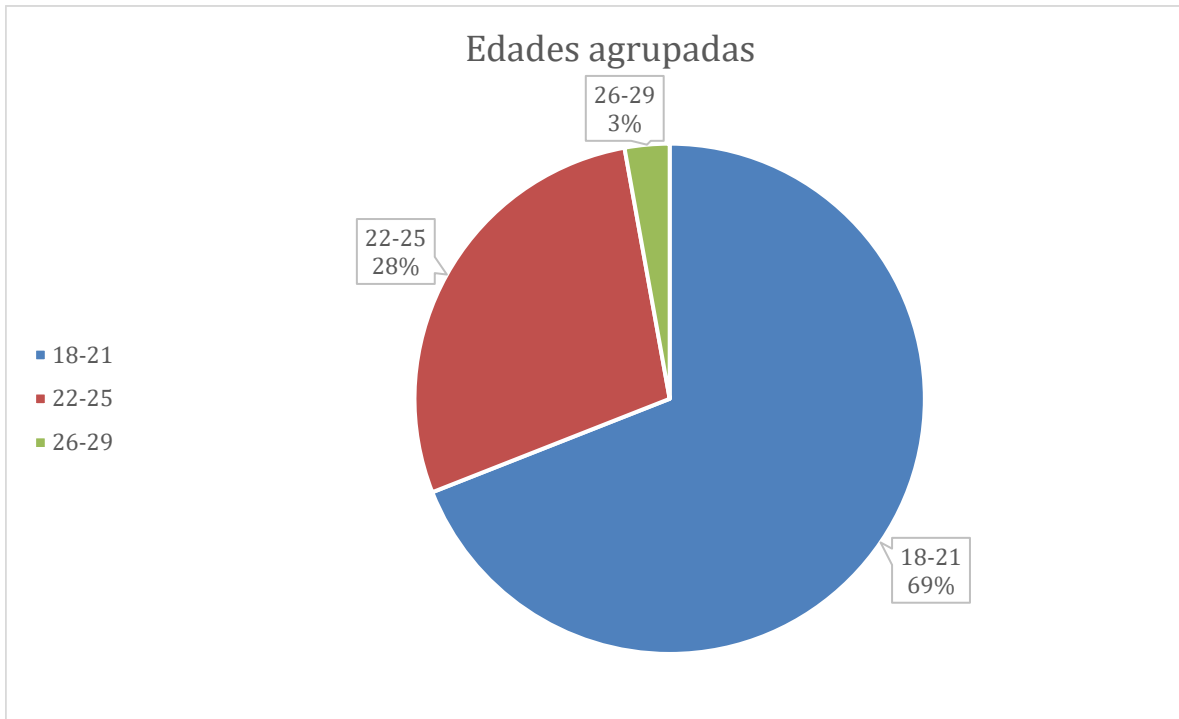
SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA

Gráfica 1



Participaron 787 jóvenes alumnos matriculados como estudiantes de licenciatura de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, pertenecientes a las 25 unidades académicas. Los programas educativos a los cuales pertenecen cada uno de las y los participantes fueron elegidos de manera aleatoria de acuerdo a las condiciones de cargas académicas de cada una de las unidades, las cuales pueden repercutir en el horario y días de la semana en la que acuden los estudiantes.

Gráfica 2

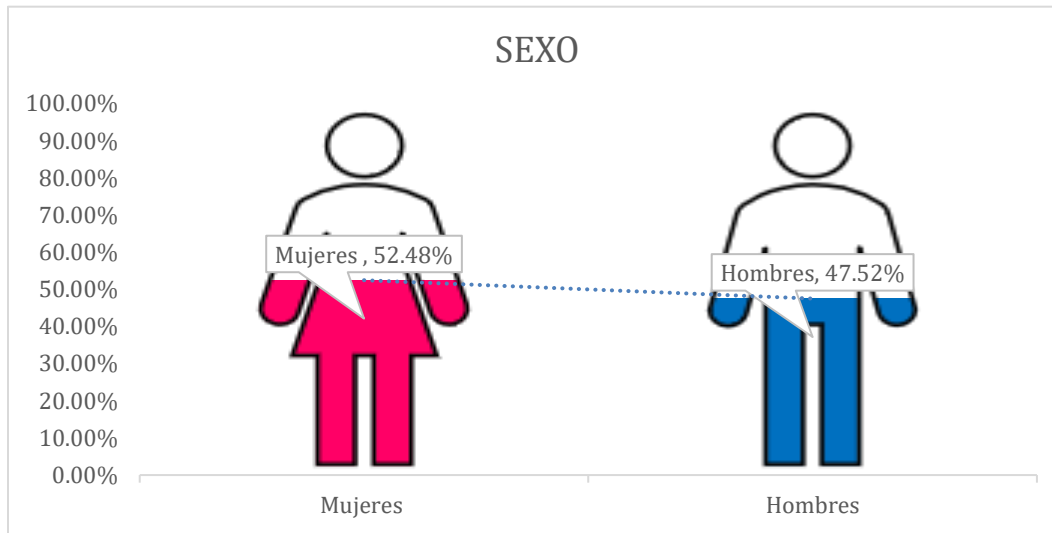


Se estableció un parámetro de edades agrupadas en rangos de 18 a 21, correspondiente a 535 participantes, de 22 a 25, correspondiente a 218 participantes y de 26 a 29, correspondiente a 22 participantes.

Dentro de estos rangos, de acuerdo a la gráfica de proporcionalidad, podemos verificar que la frecuencia de los participantes oscila entre los 18 y 21 años de edad, siendo la edad de las y los participantes más recurrente 20 años.

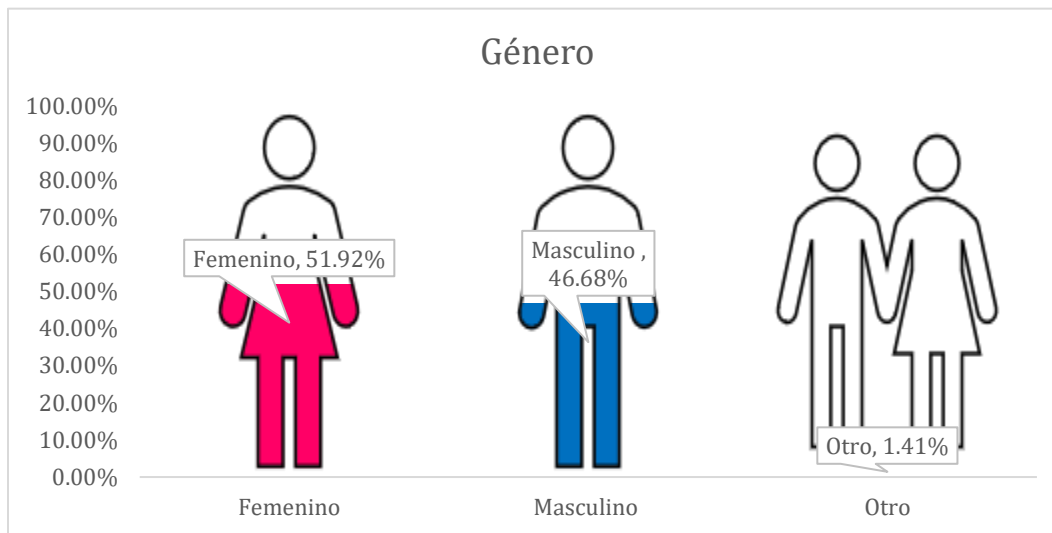
El número de edades faltantes presentadas en esta gráfica con relación al número de muestra total corresponde a los participantes que decidieron no brindar dicha información. Esto no afecta el número de muestra total con relación a su participación en otras secciones.

Gráfica 3



La gráfica muestra el porcentaje de participantes de acuerdo al sexo . De los 787 jóvenes alumnos participantes , 413 son mujeres y 374 hombres.

Gráfica 4

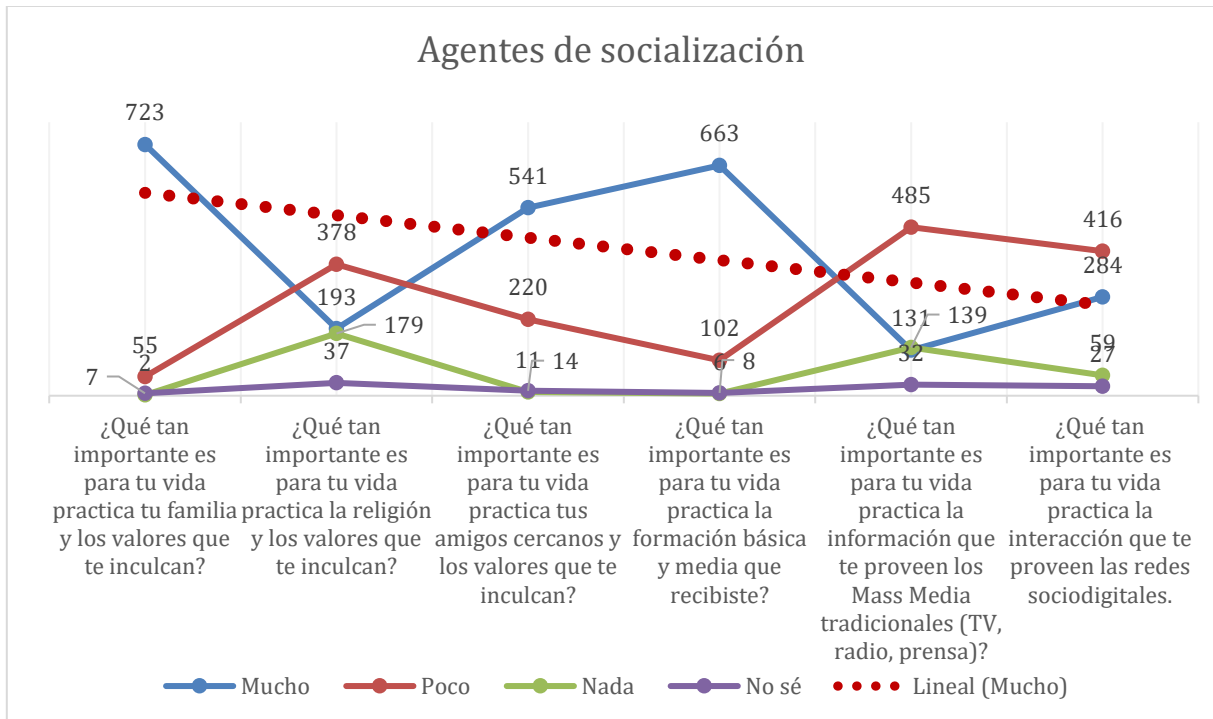


La gráfica muestra el porcentaje de participantes de acuerdo al género, visibilizando la diversidad y de inclusión para el libre desarrollo.

De los 787 jóvenes alumnos participantes, 406 son de género femenino y 365 masculino, 11 se identifican con algún otro género, siendo los mencionados no binario y fluido.

El número de participantes faltantes presentadas en esta gráfica con relación al número de muestra total corresponde a los participantes que decidieron no brindar dicha información. Esto no afecta el número de muestra total con relación a su participación en otras secciones.

Gráfica 5



En la pregunta “¿Qué tan importante es para tu vida practica tu familia y los valores que te inculcan?” 91.87 por ciento de los participantes menciona “Mucho”, 6.99 por ciento “Poco”, 0.25 por ciento “Nada” y 0.87 por ciento “No sé”. dentro de la escala establecida.

En la pregunta ¿Qué tan importante es para tu vida practica la religión y los valores que te inculcan?” 24.52 por ciento de los participantes menciona “Mucho”, 48.03 por ciento “Poco”, 22.74 por ciento “Nada” y 4.70por ciento “No sé”, dentro de la escala establecida.

En la pregunta “¿Qué tan importante es para tu vida practica tus amigos cercanos y los valores que te inculcan?” 68.74 por ciento de los participantes menciona “Mucho”, 27.95 por ciento “Poco”, 1.40 por ciento “Nada” y 1.78 por ciento “No sé”, dentro de la escala establecida

En la pregunta “¿Qué tan importante es para tu vida practica la formación básica y media que recibiste?” 84.24 por ciento de los participantes menciona

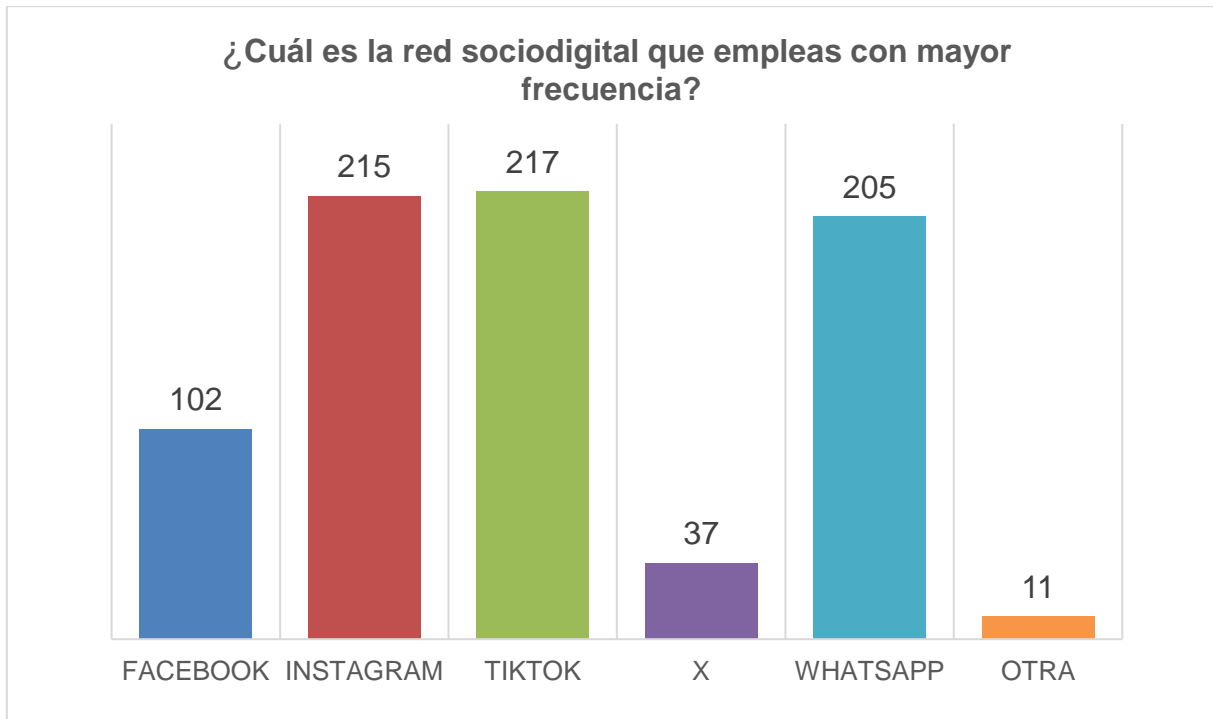
“Mucho”, 12.96 por ciento “Poco”, 0.76 por ciento “Nada” y 1.02 por ciento “no sé” dentro de la escala establecida.

En la pregunta “¿Qué tan importante es para tu vida practica la información que te proveen los Mass Media tradicionales (TV, radio, prensa)?” 16.65 por ciento de los participantes menciona “Mucho”, 61.63 por ciento “Poco”, 17.66 por ciento “Nada” y 4.07 por ciento “no sé” dentro de la escala establecida.

En la pregunta “¿Qué tan importante es para tu vida practica la interacción que te proveen las redes sociodigitales?” 36.09 por ciento de los participantes menciona “Mucho”, 52.86 por ciento “Poco”, 7.50 “Nada” y 3.43 por ciento “no sé” dentro de la escala establecida.

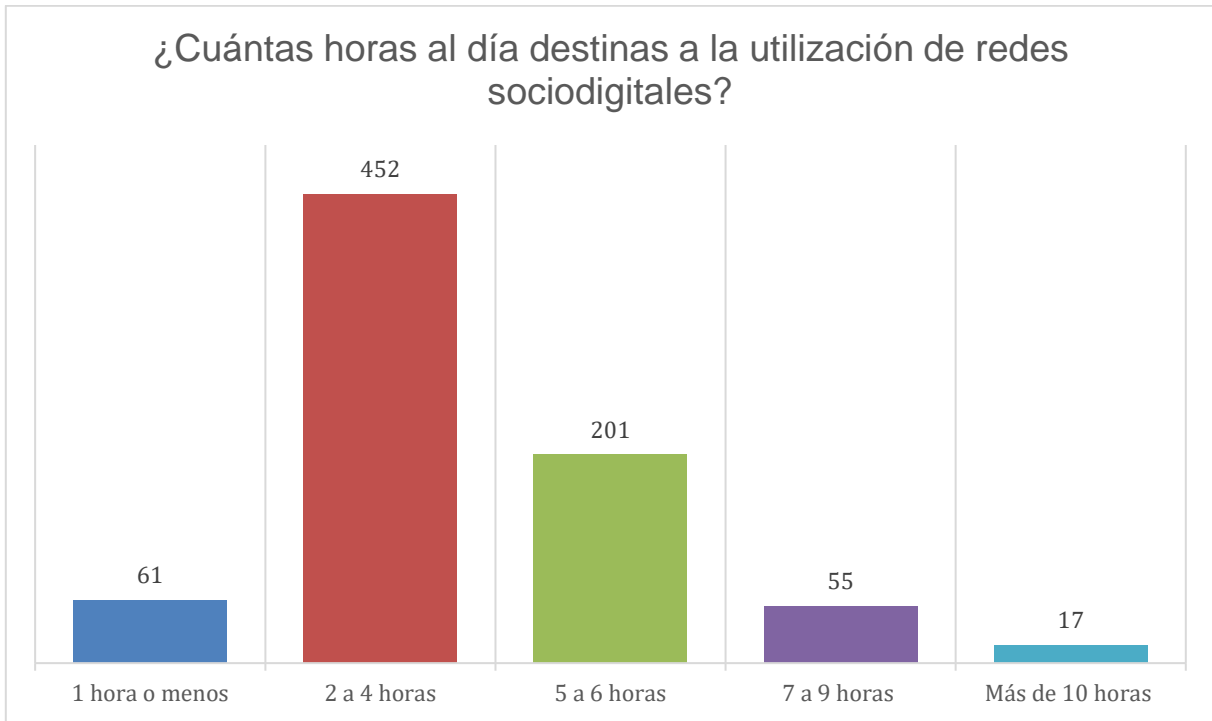
El número de participantes faltantes presentadas en esta gráfica con relación al número de muestra total corresponde a los participantes que decidieron no brindar dicha información. Esto no afecta el número de muestra total con relación a su participación en otras secciones.

Gráfica 6



La red sociodigital que los jóvenes consumen con mayor frecuencia es “TikTok” representando un 27.57 por ciento, seguida por “Instagram” con 27.32 puntos porcentuales, 26.05 por ciento para “WhatsApp”, 12.96 por ciento para Facebook, 4.7 por ciento para “X” y “1.4 puntos porcentuales para otras dentro de las que destacan “YouTube”.

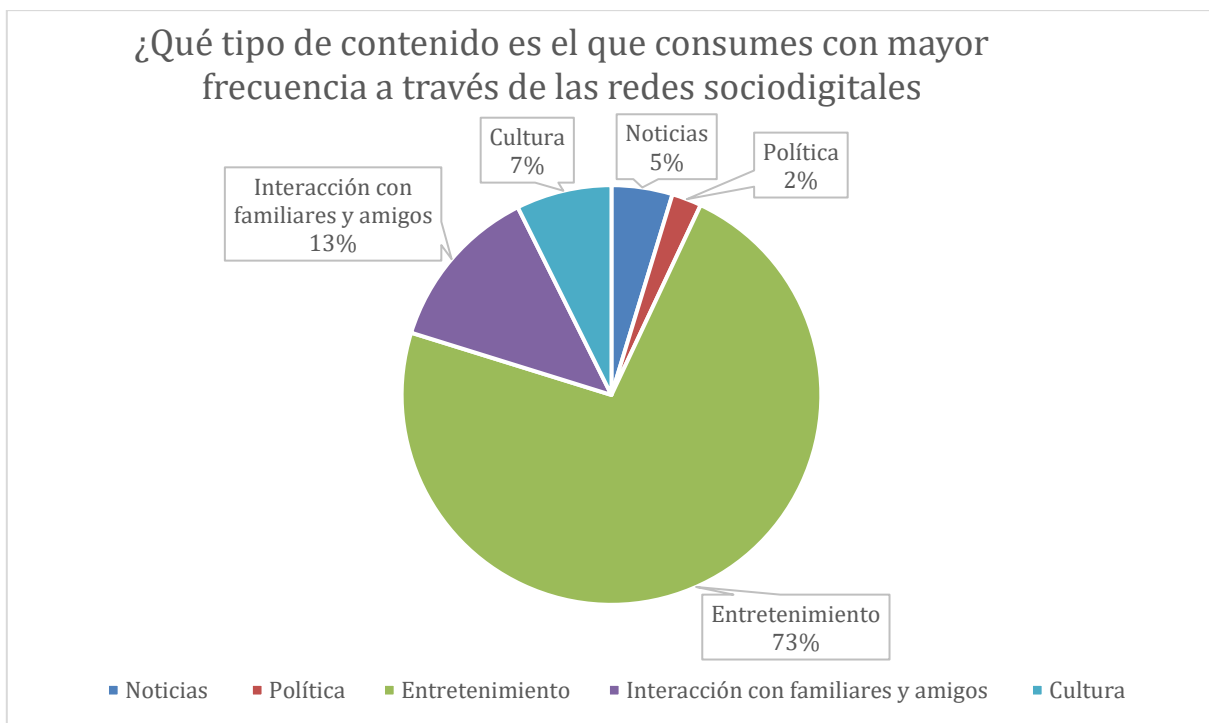
Gráfica 7



Las horas destinadas a la utilización de redes sociodigitales en puntos porcentuales son las siguientes: 7.75 por ciento de los alumnos pasan un tiempo de 1 hora o menos al día en las redes sociodigitales, 57.43 por ciento entre 2 y 4 horas, 25.54 por ciento entre 5 y 6 horas, el 6.99 por ciento entre 7 y 9 horas y solo el 2.16 por ciento emplean su tiempo a redes sociodigitales más de 10 horas al día.

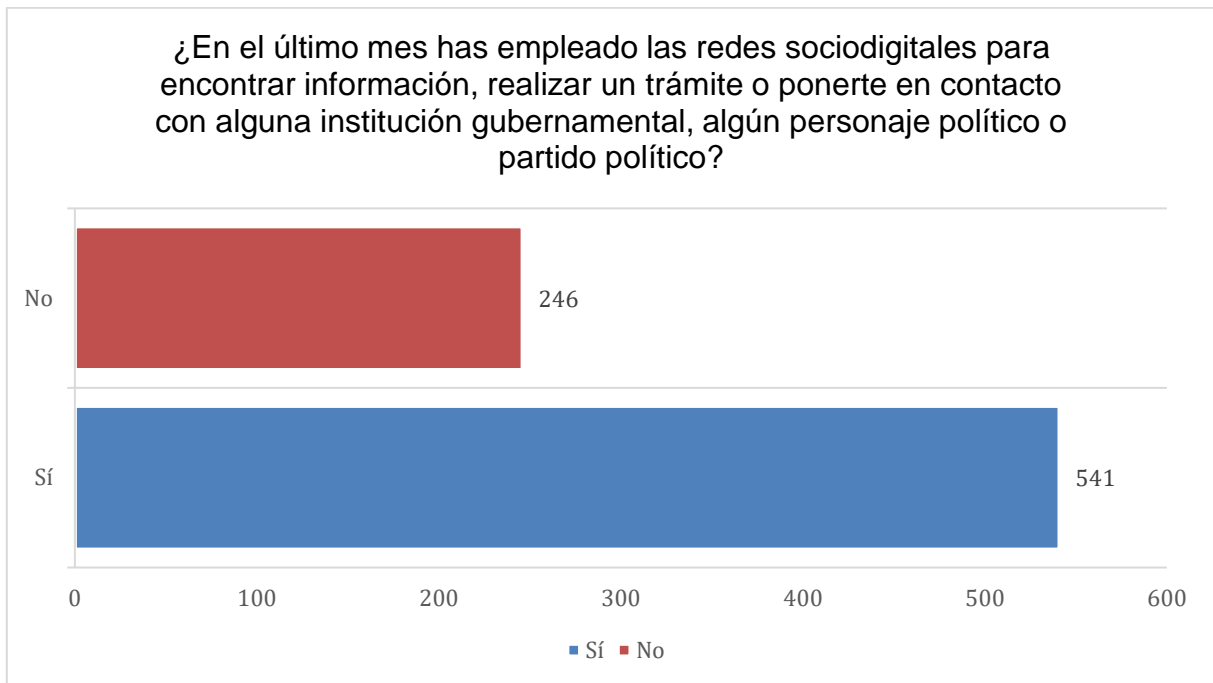
El número de participantes faltantes presentadas en esta gráfica con relación al número de muestra total corresponde a los participantes que decidieron no brindar dicha información. Esto no afecta el número de muestra total con relación a su participación en otras secciones.

Gráfica 8



En la gráfica de proporcionalidad en la que los jóvenes estudiantes señalan el tipo de contenido que consumen con mayor frecuencia es el “Entretenimiento” con 573, seguido por la “interacción con familiares y amigos” con 101 respuestas, 58 participantes señalaron “cultura”, 37 “Noticias” y solo 18 personas participantes dicen consumir contenidos de “Política”.

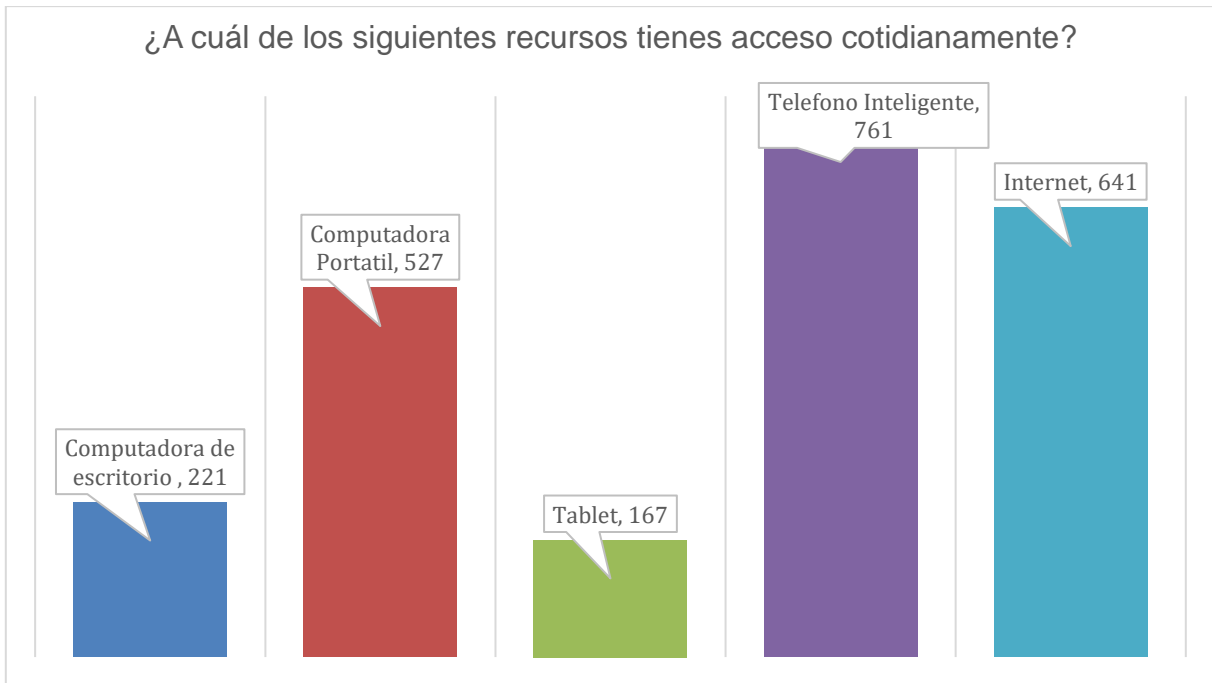
Gráfica 9.



El 68.74 por ciento de los participantes, mencionan haber buscado información, realizar un trámite o ponerse en contacto con alguna institución gubernamental, algún personaje político o partido político a través de las redes sociodigitales en el último mes.

Mientras que el 31.26 por ciento menciona no haber realizado ninguna actividad similar en el último mes.

Gráfica 10



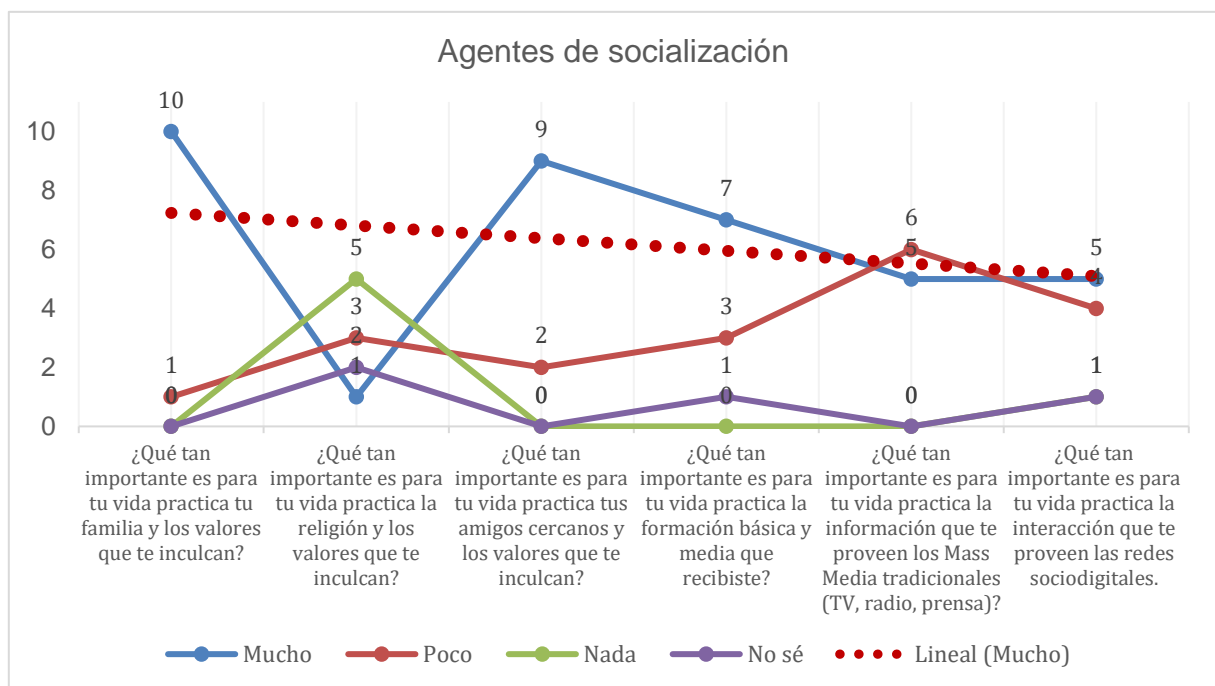
El 28.08 por ciento de los participantes cuenta con computadora de escritorio, el 66.96 por ciento tiene acceso a una computadora portátil, solo el 21.22 por ciento de los participantes tiene acceso a Tableta electrónica, mientras que el 96.70 por ciento cuenta con un teléfono inteligente y el 81.45 por ciento tiene acceso a internet de manera cotidiana.

SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA POR UNIDAD ACADÉMICA

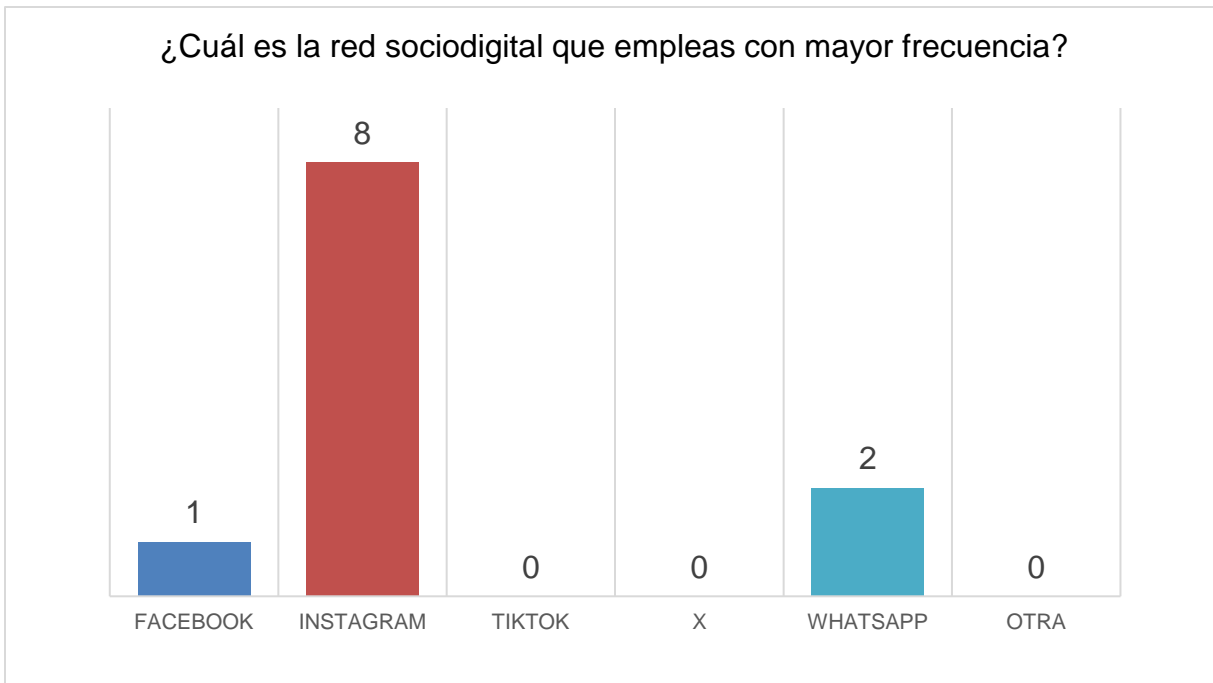
A continuación, se muestran las gráficas con los resultados de los jóvenes estudiantes participantes de manera desagregada por cada una de las unidades académicas de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

ESCUELA DE ARTES PLÁSTICAS Y AUDIOVISUALES

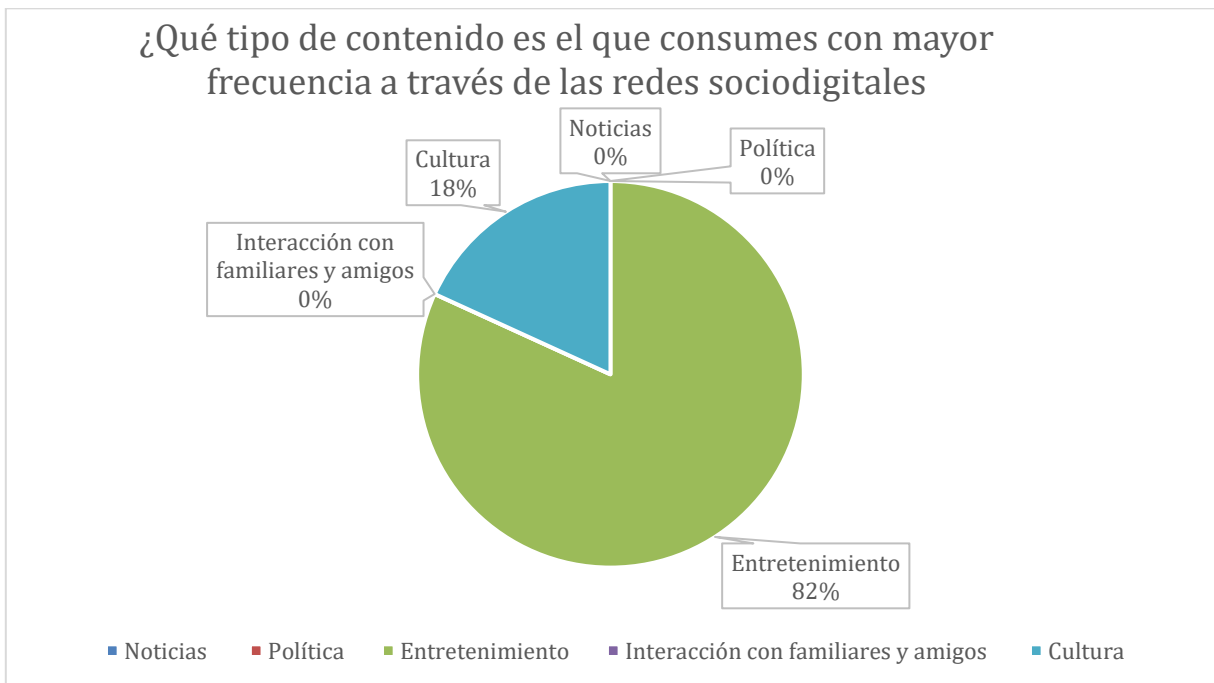
Gráfica 11



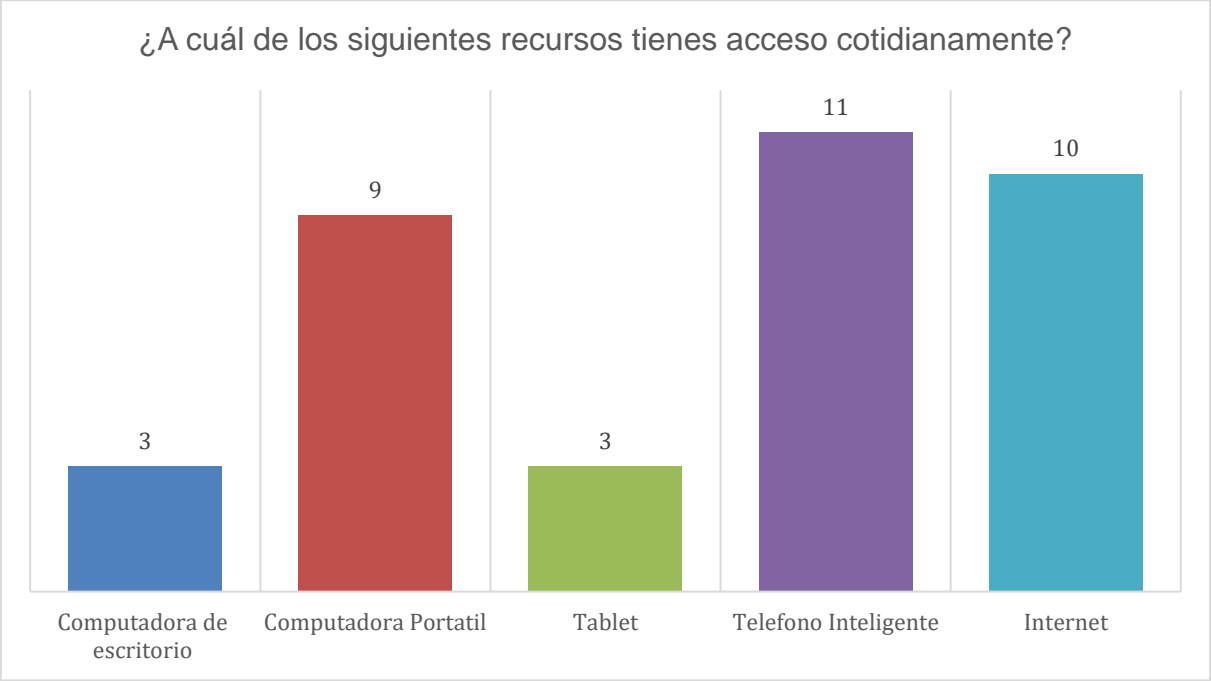
Gráfica 12



Gráfica 13

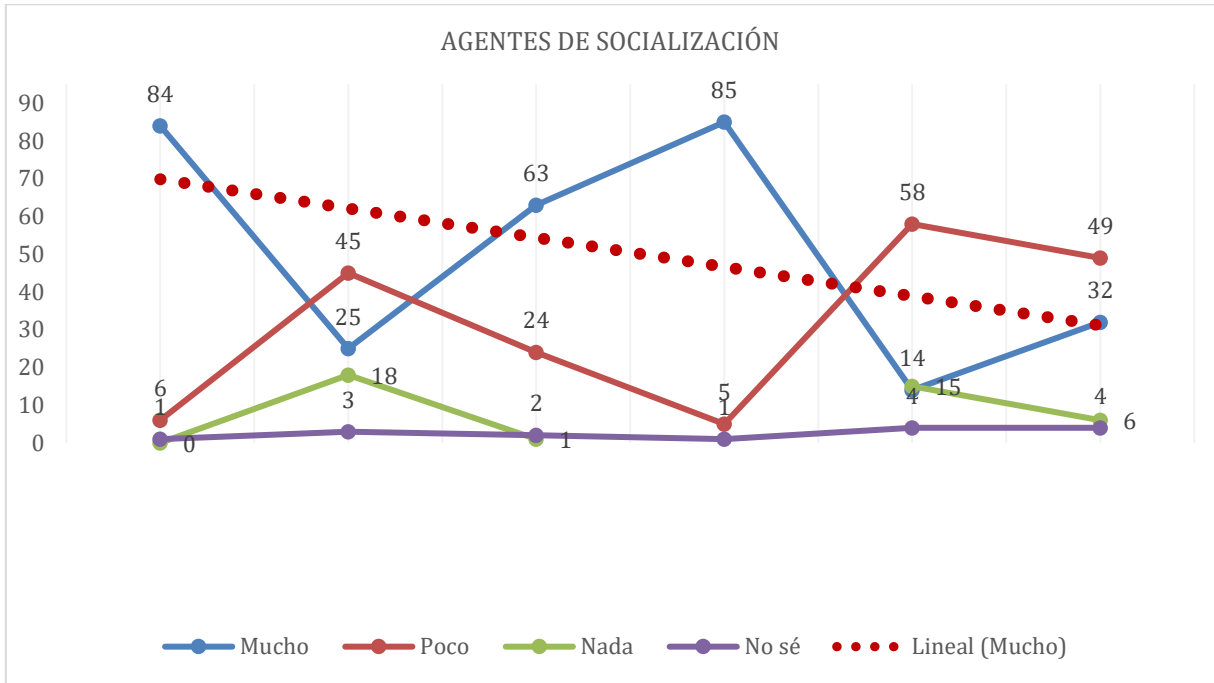


Grafica 14.

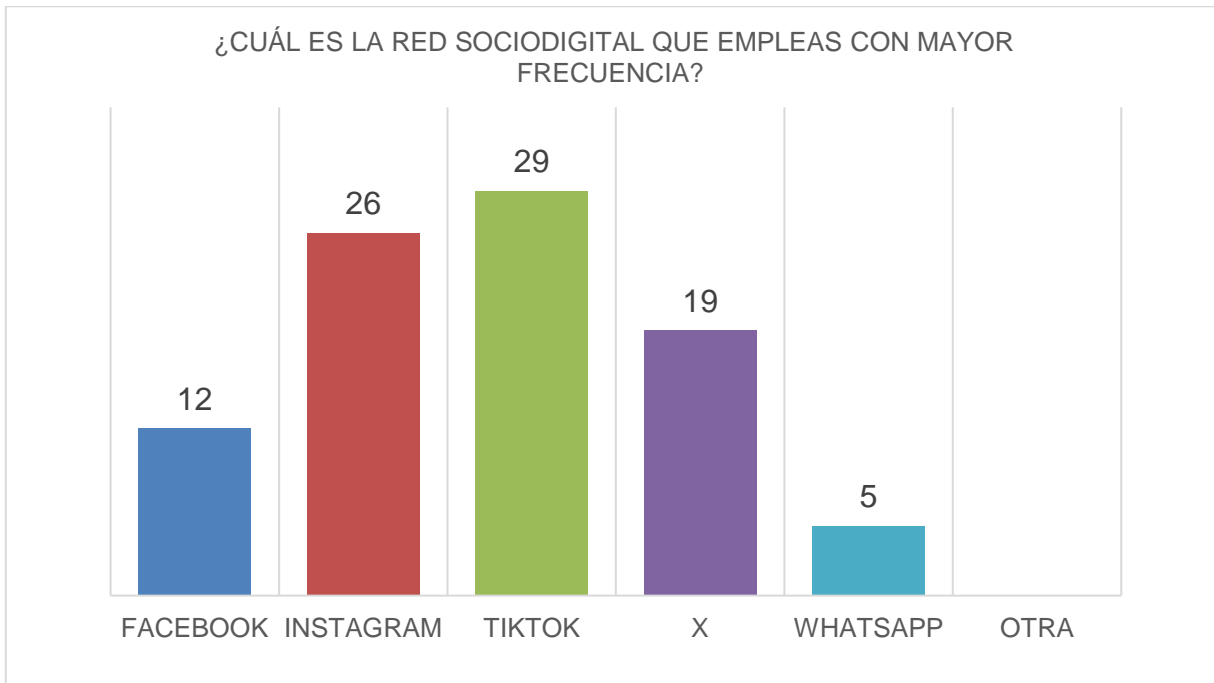


FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

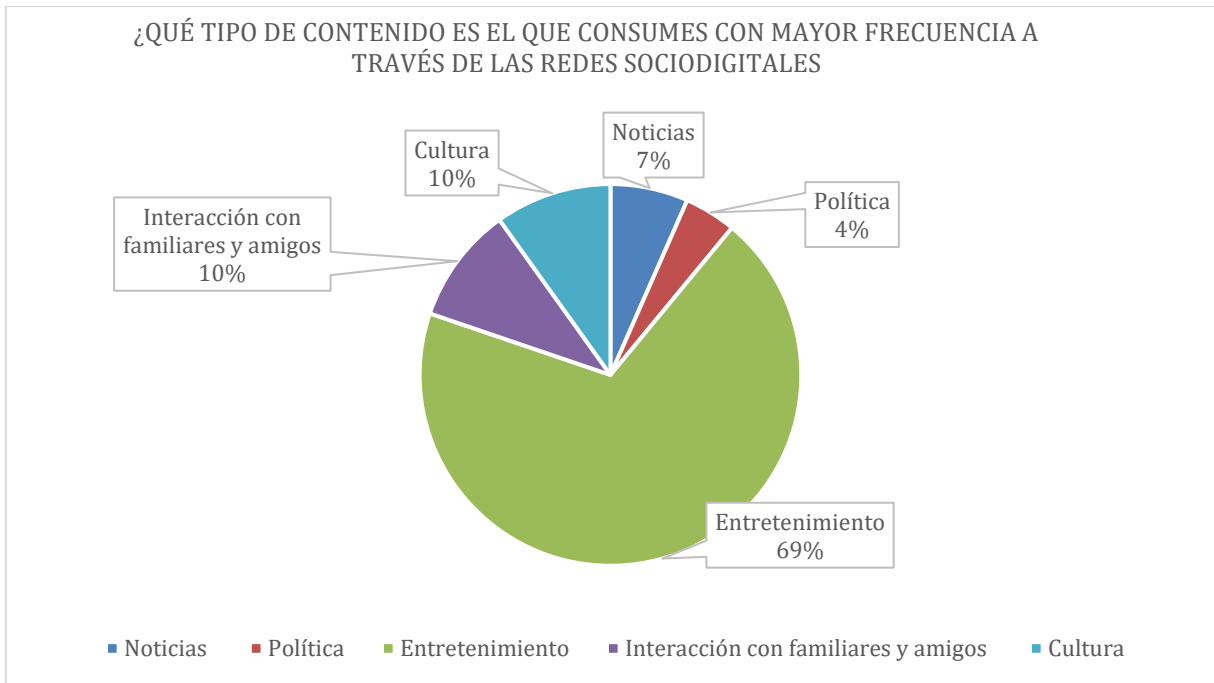
Grafica 15



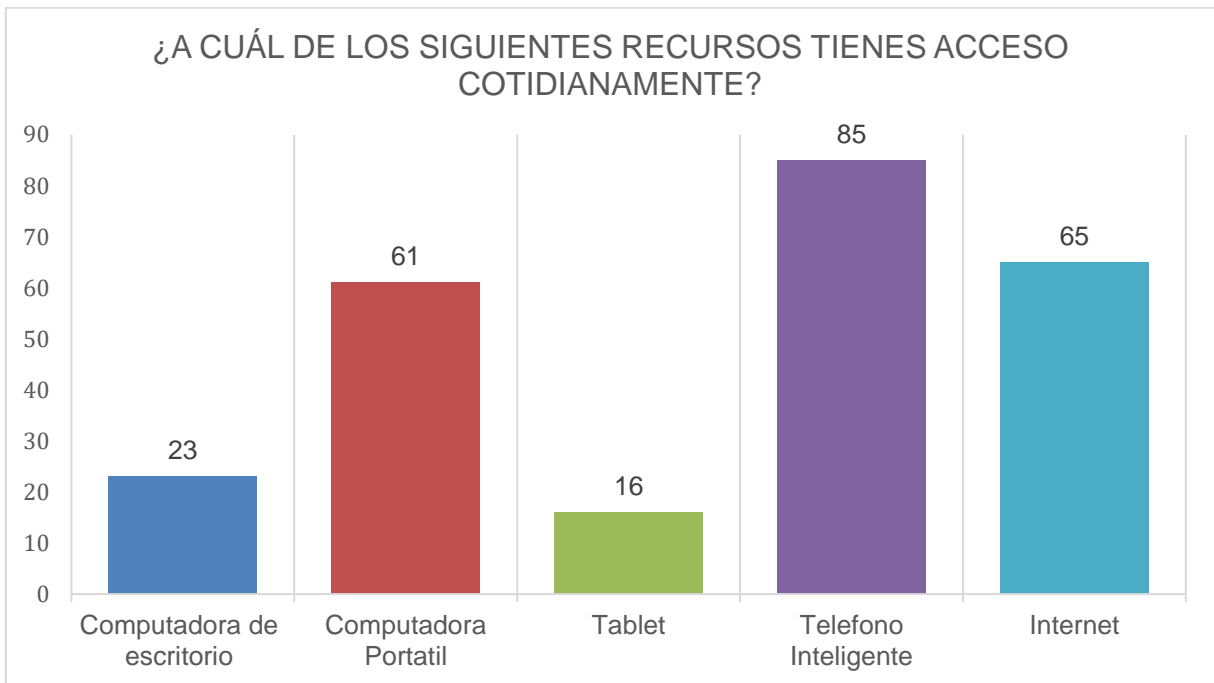
Gráfica 16



Gráfica 17

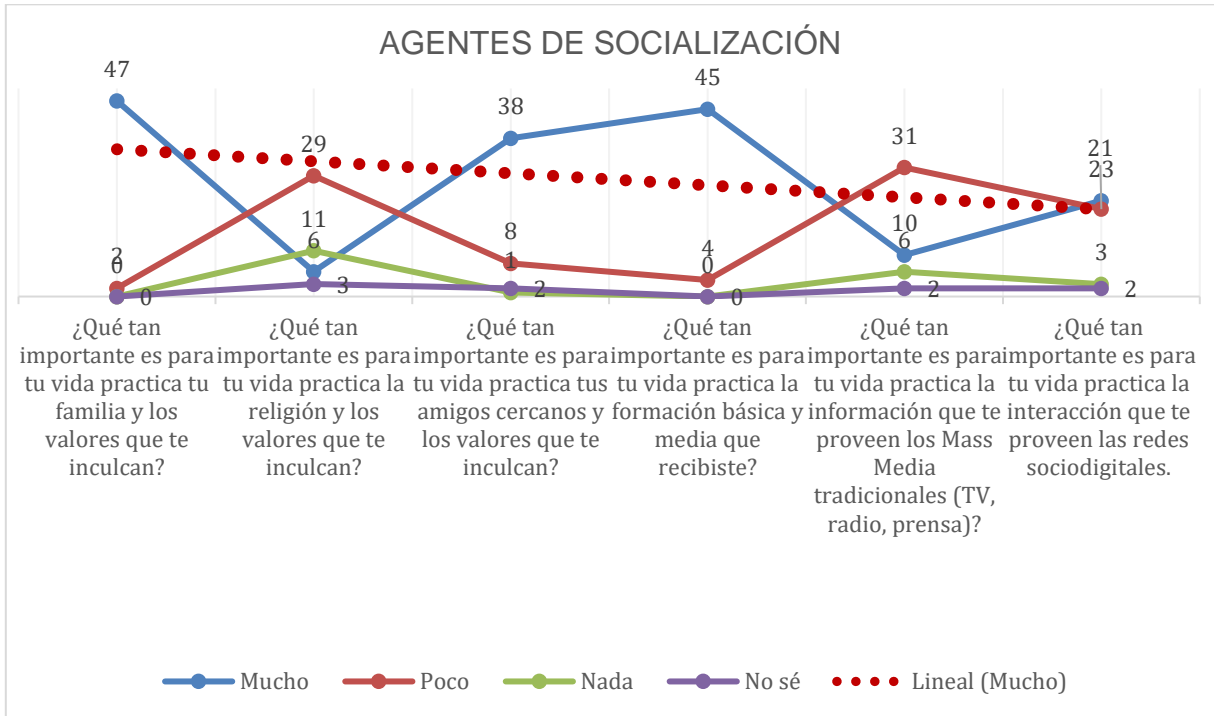


Gráfica 18

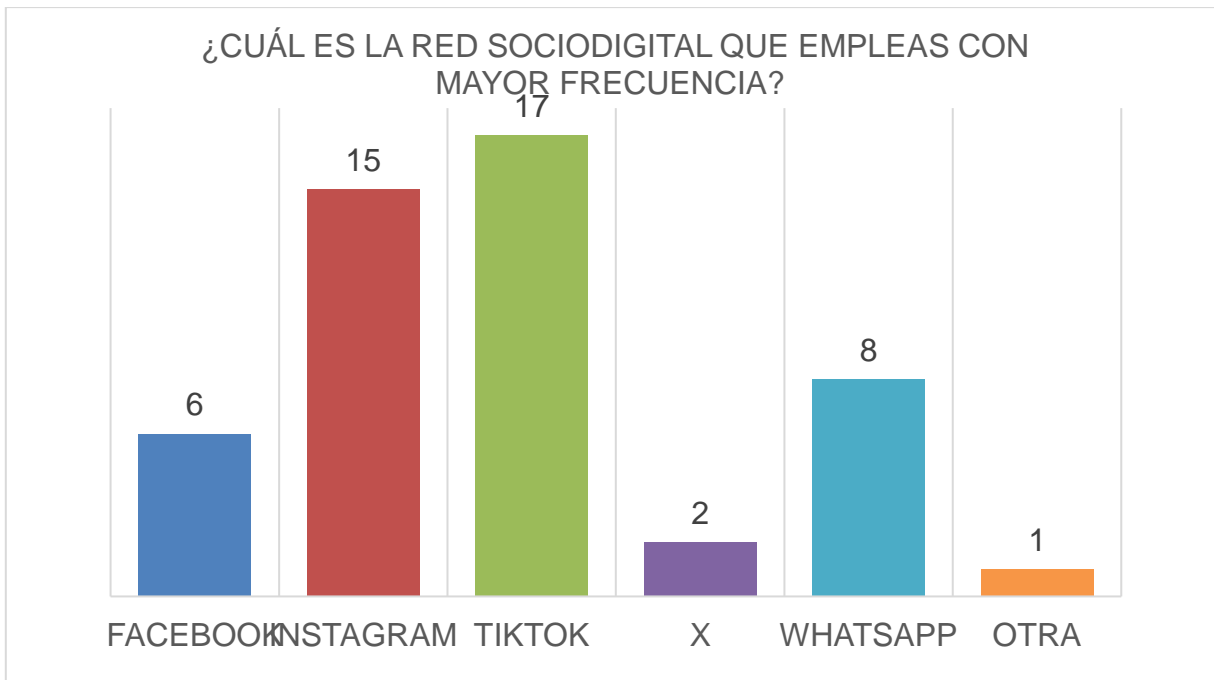


FACULTAD DE ARQUITECTURA

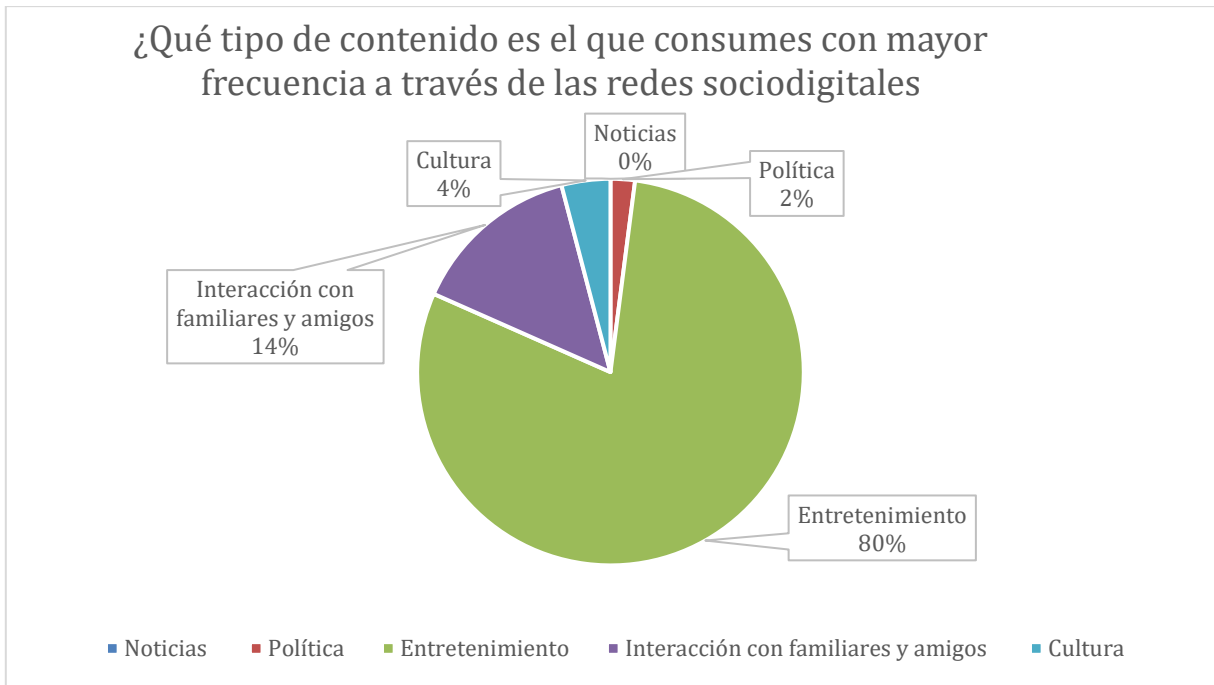
Gráfica19



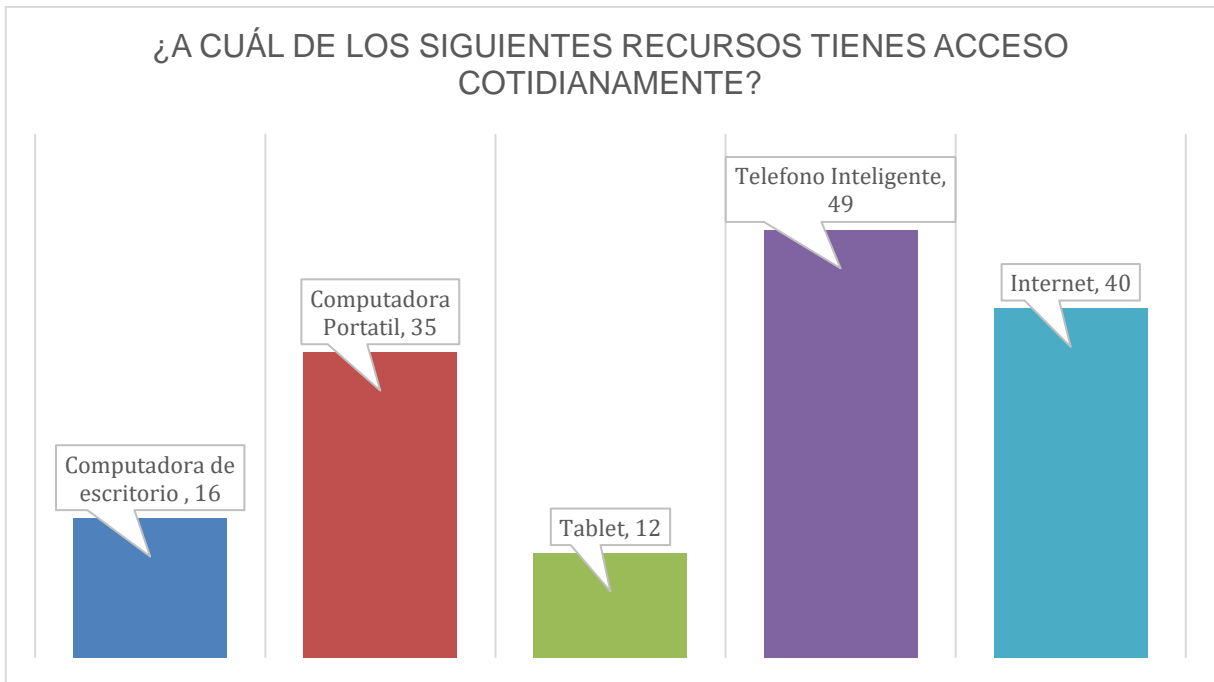
Gráfica 20



Gráfica 21

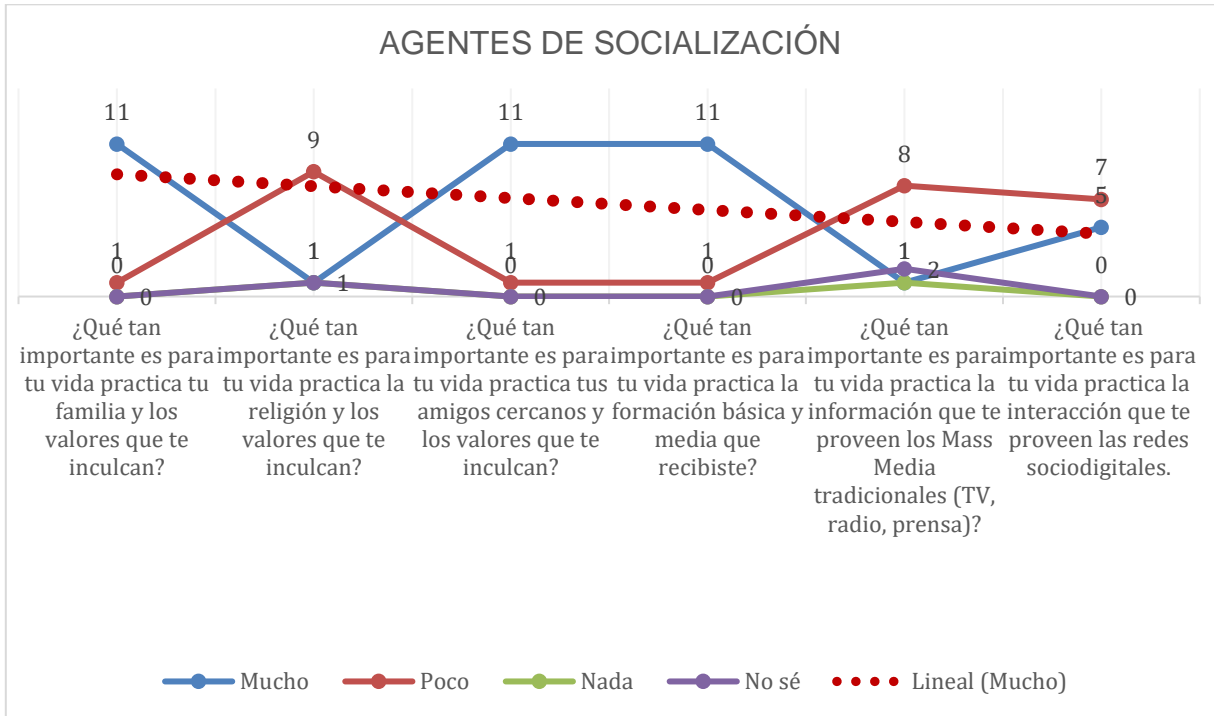


Gráfica 22

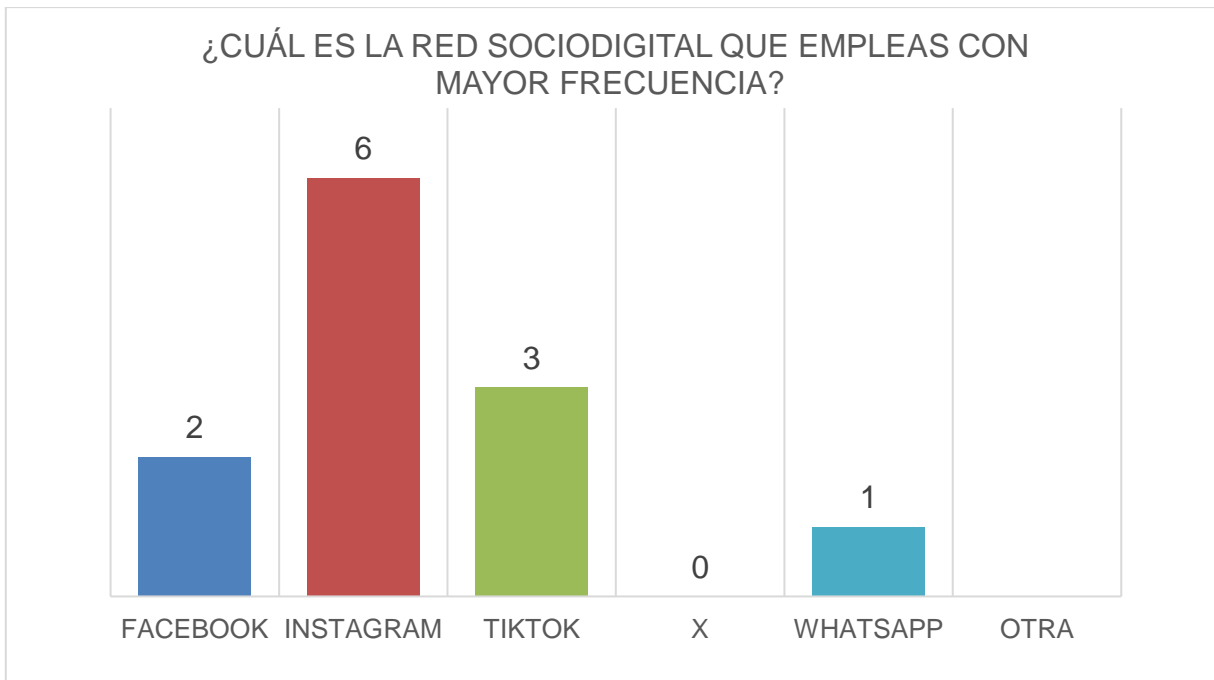


FACULTAD DE ARTES

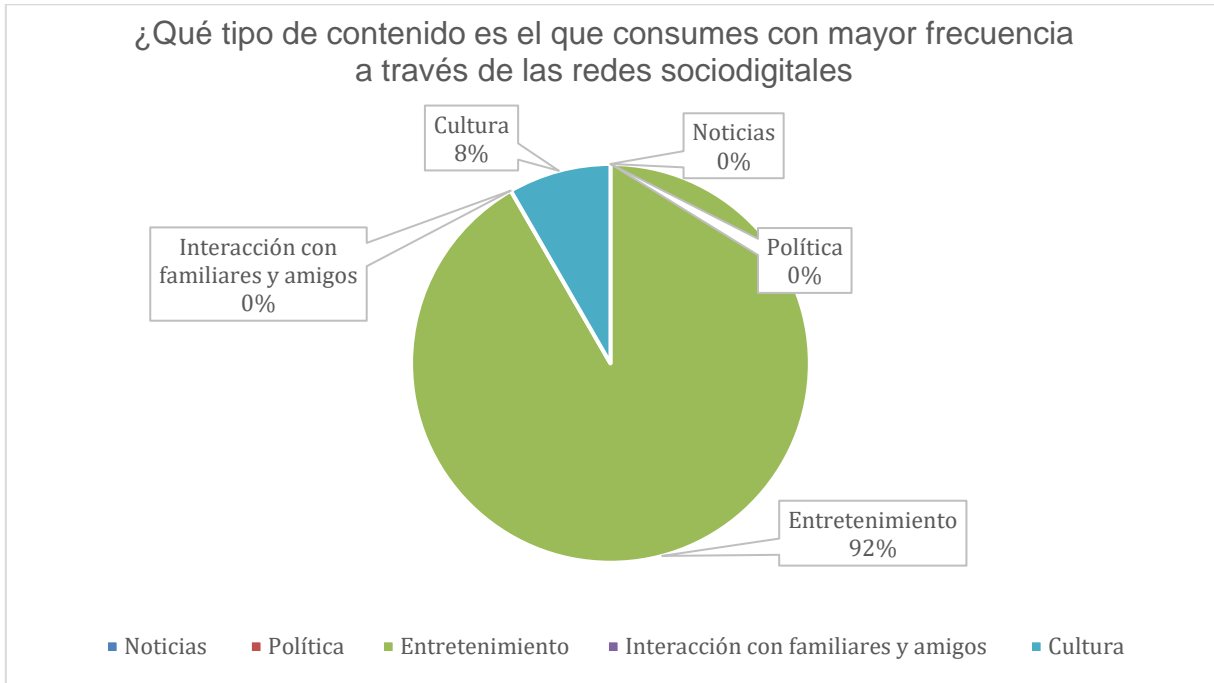
Gráfica 23



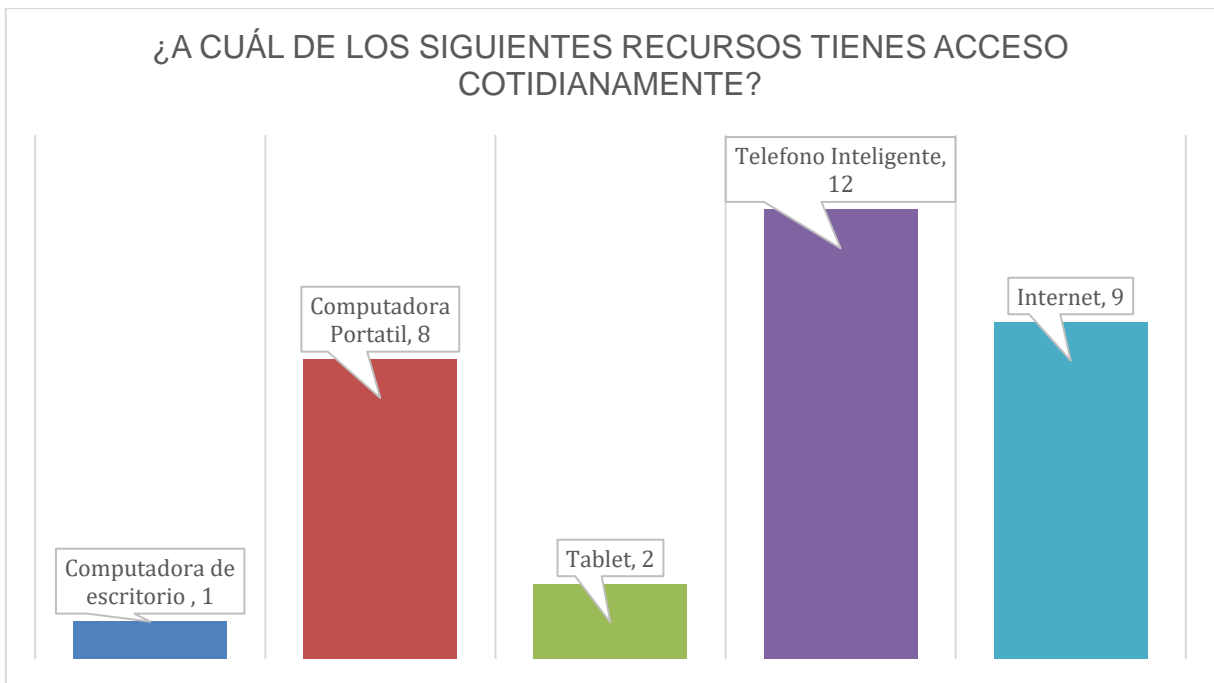
Gráfica 24



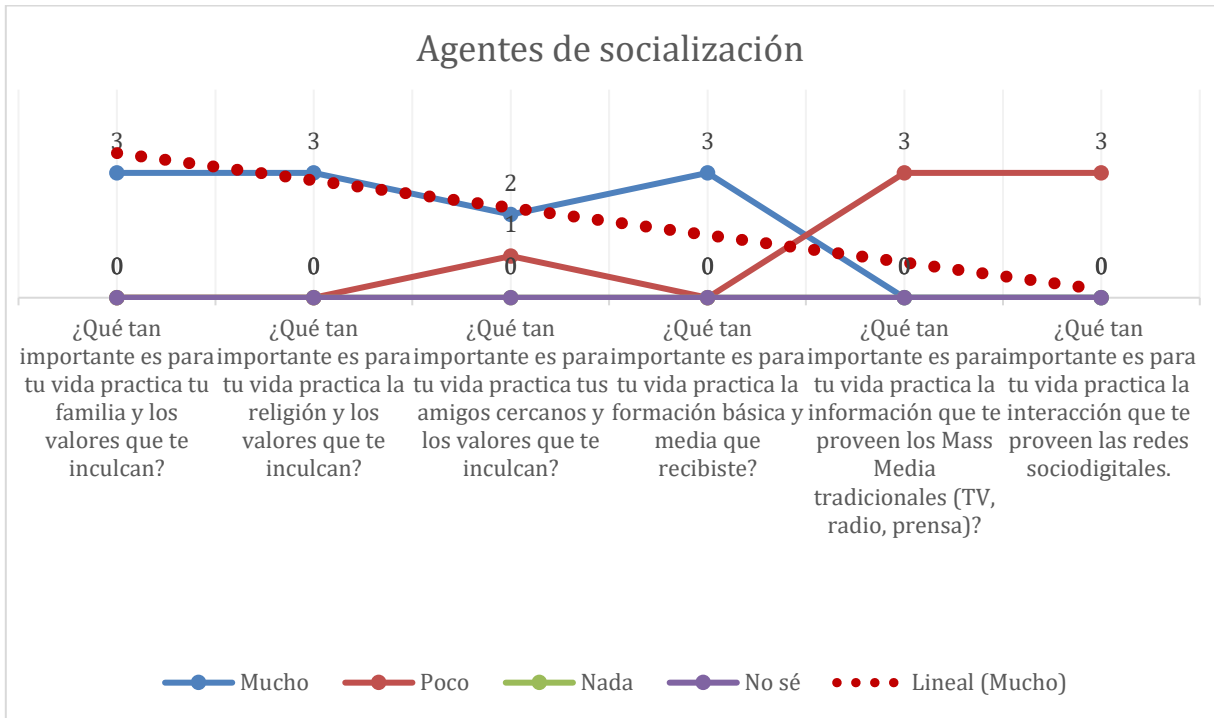
Gráfica 25



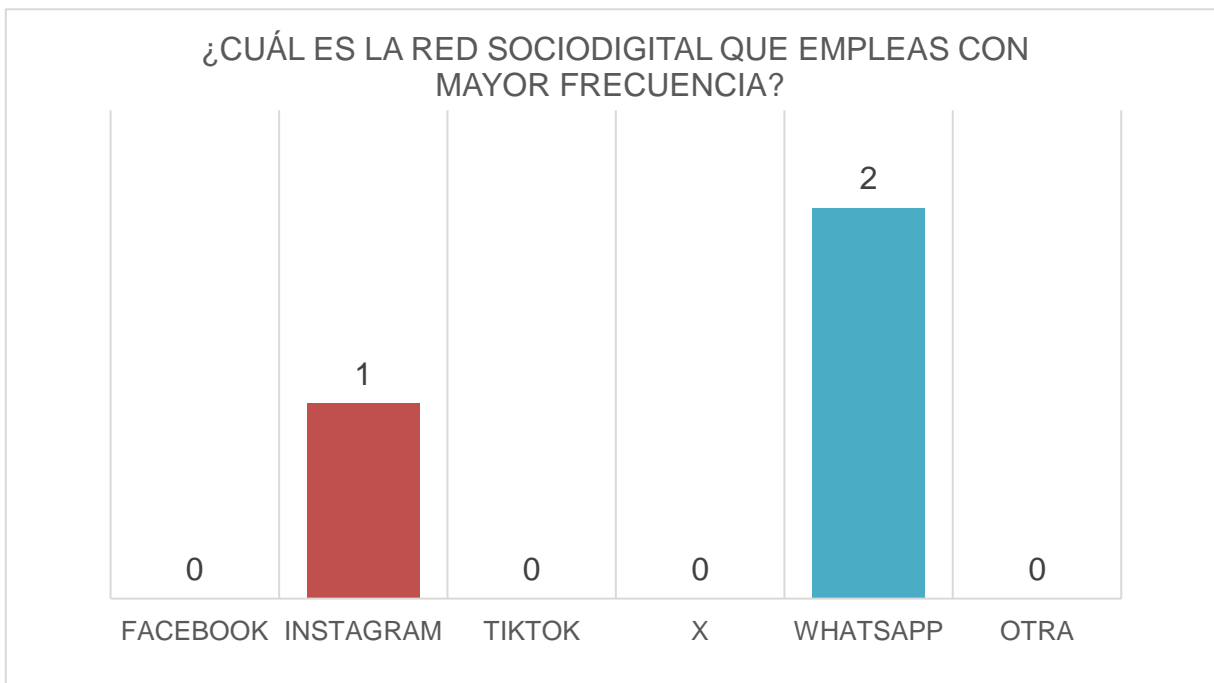
Gráfica 26



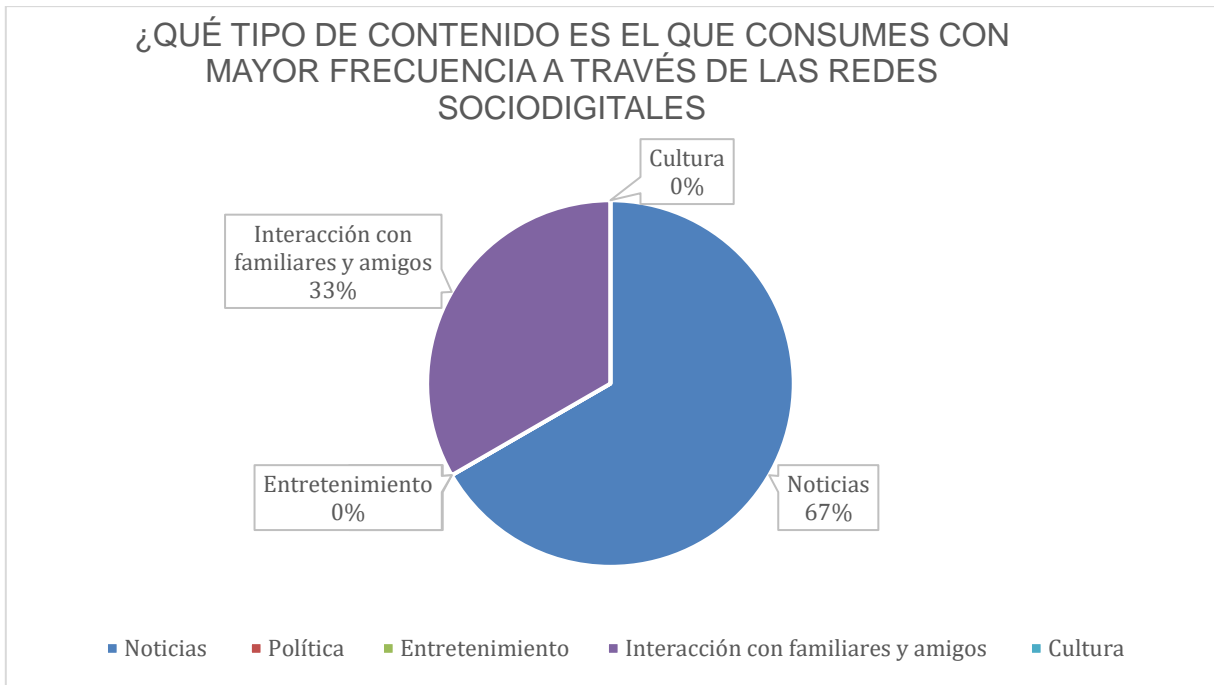
Gráfica 27



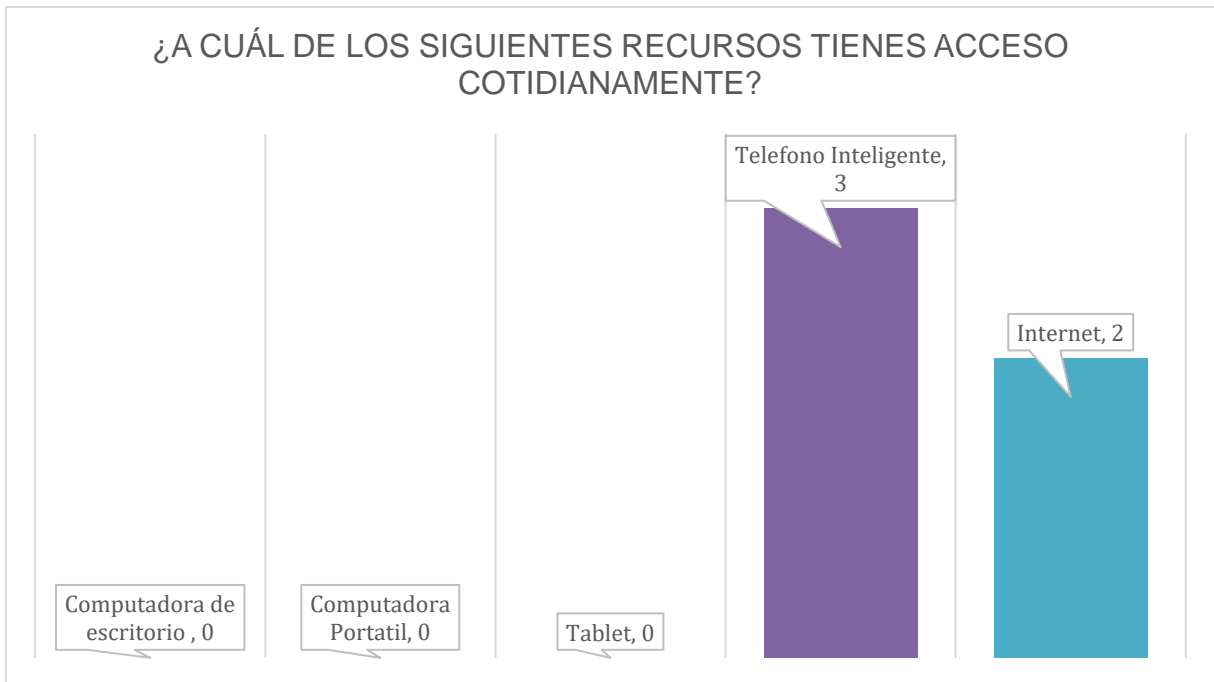
Gráfica 28



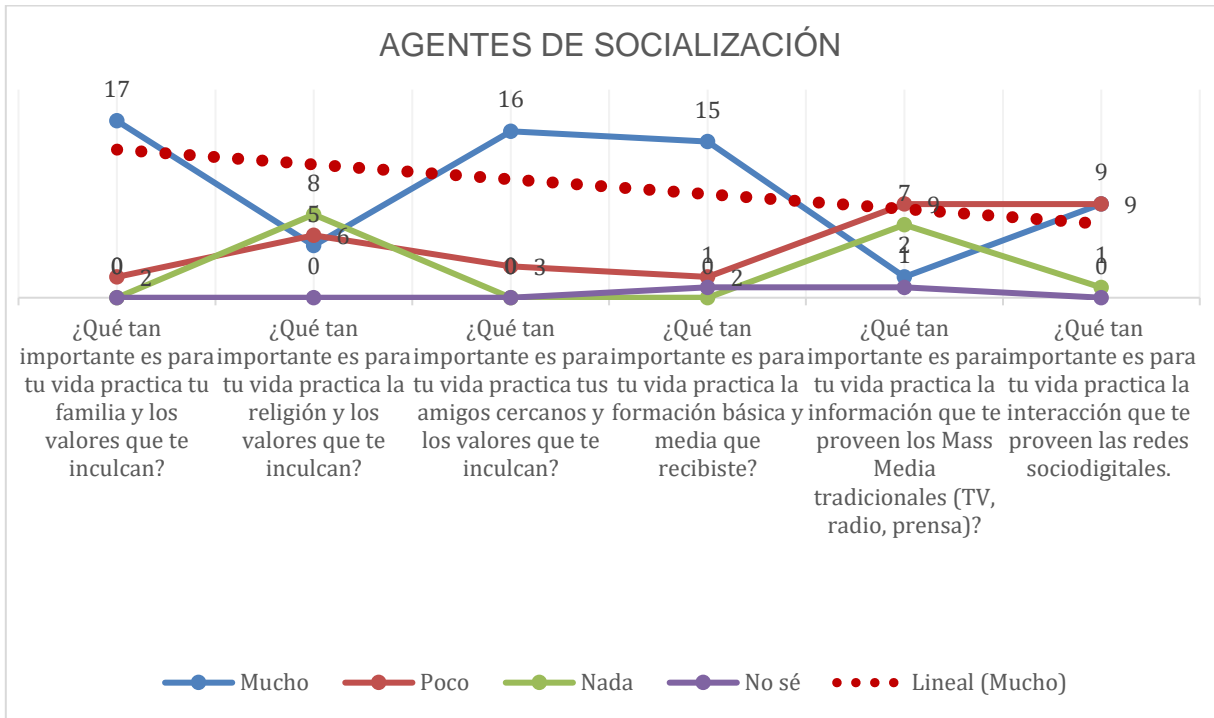
Gráfica 29



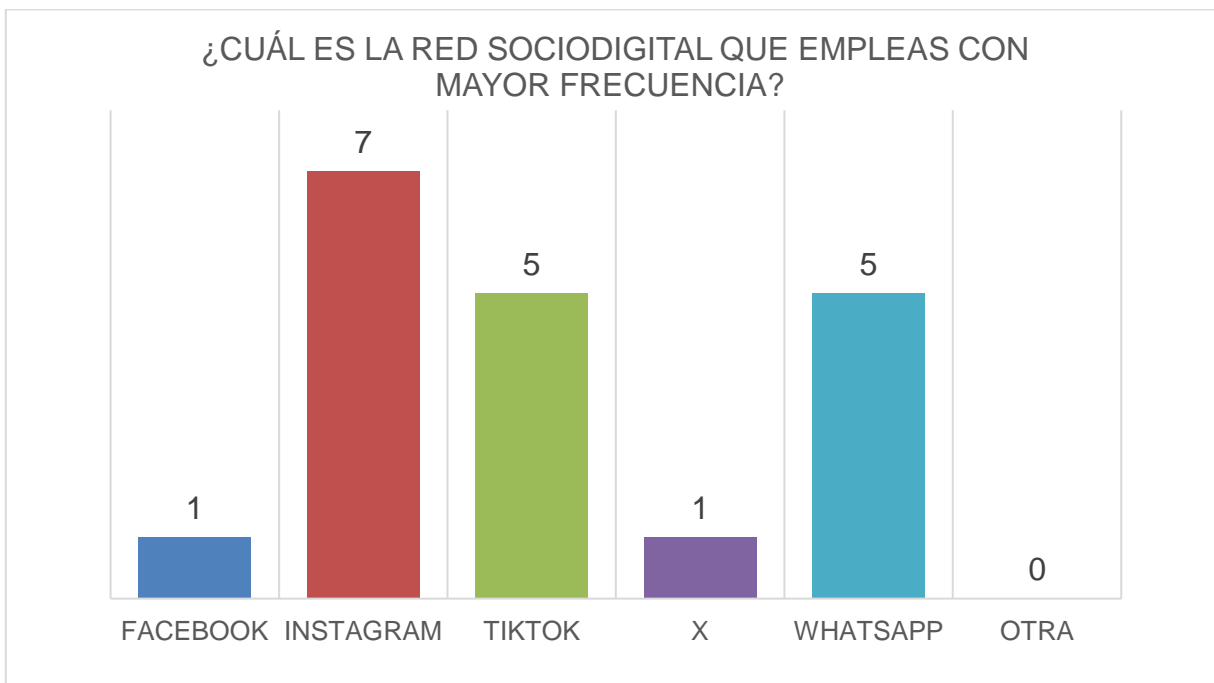
Gráfica 30



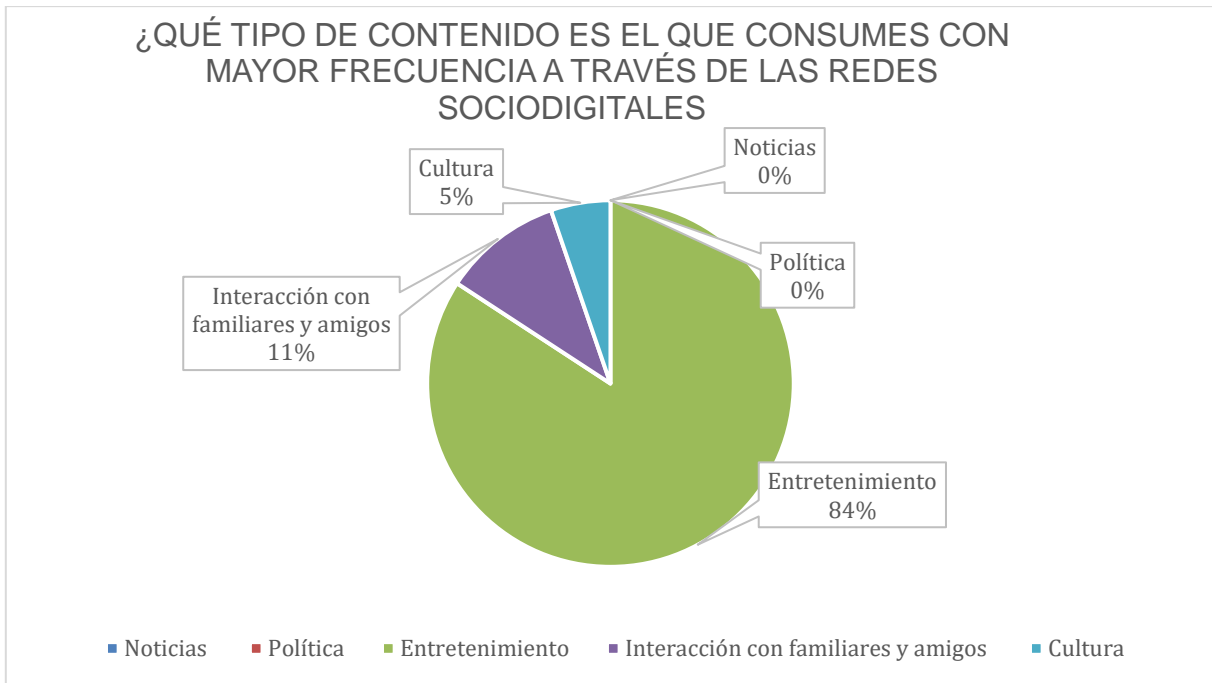
Gráfica 31



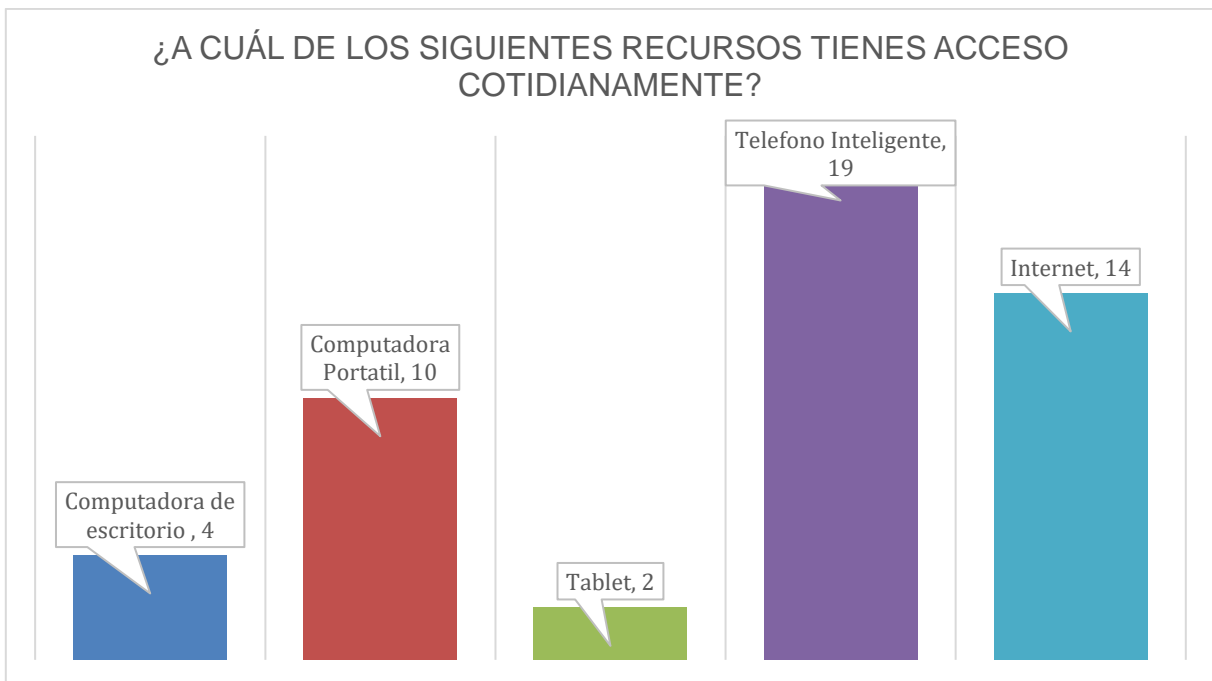
Gráfica 32



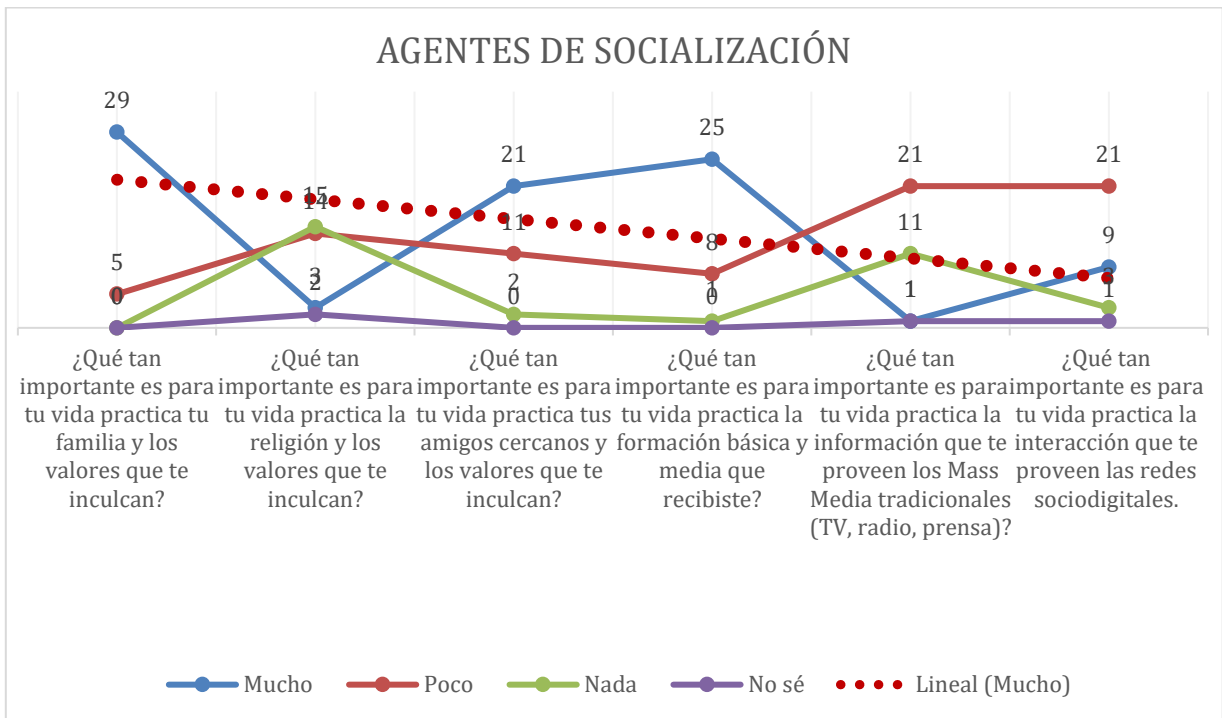
Gráfica 33



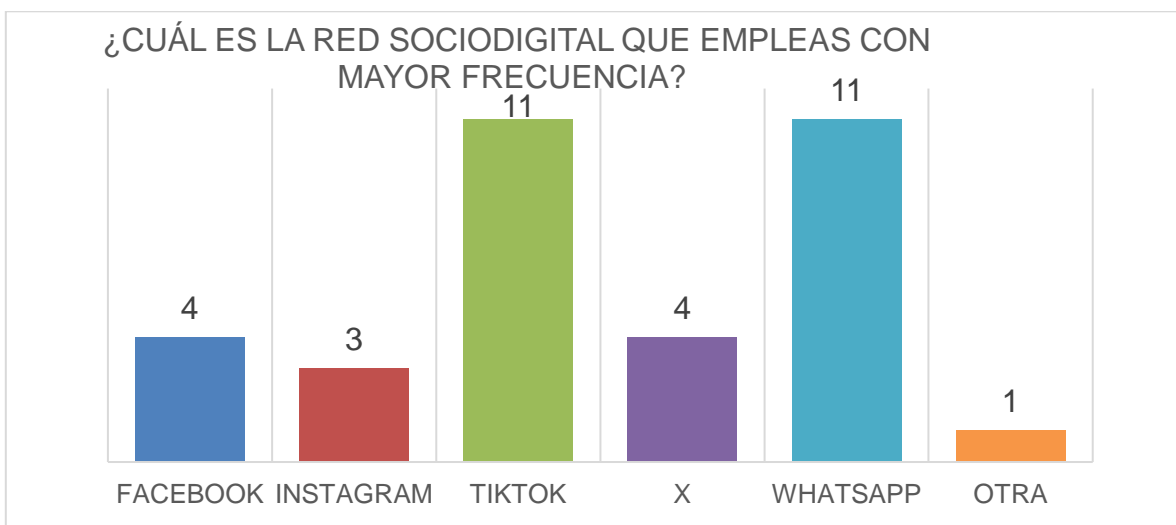
Gráfica 34



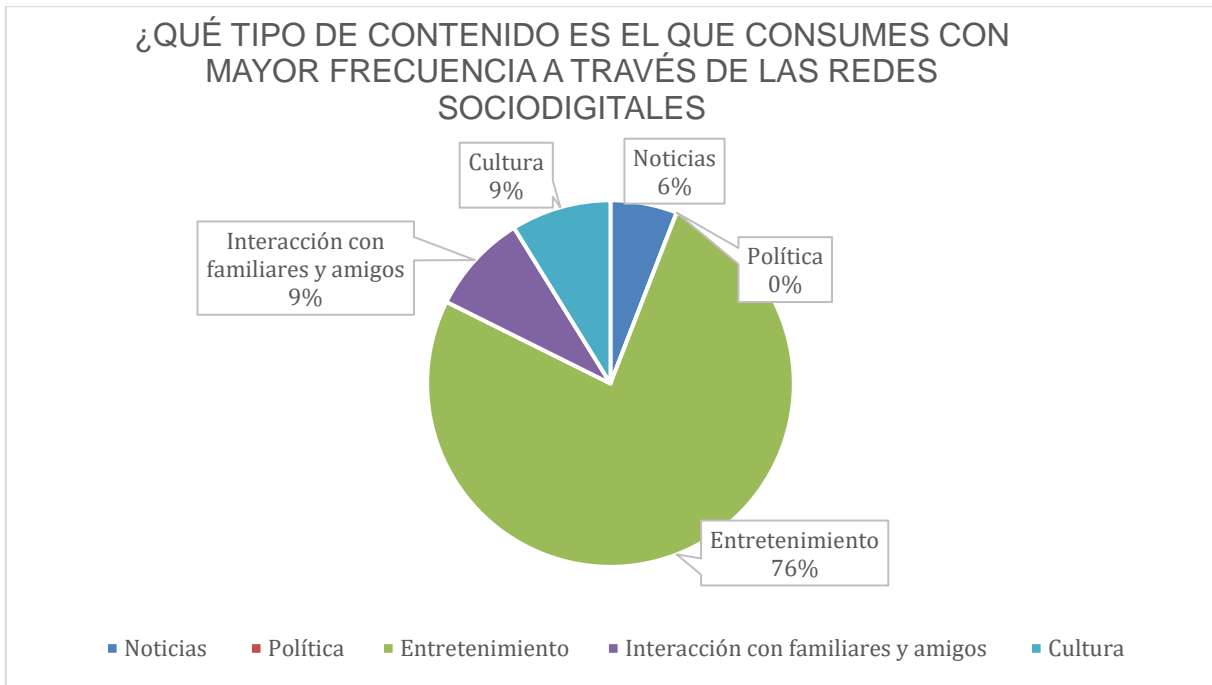
Gráfica 35



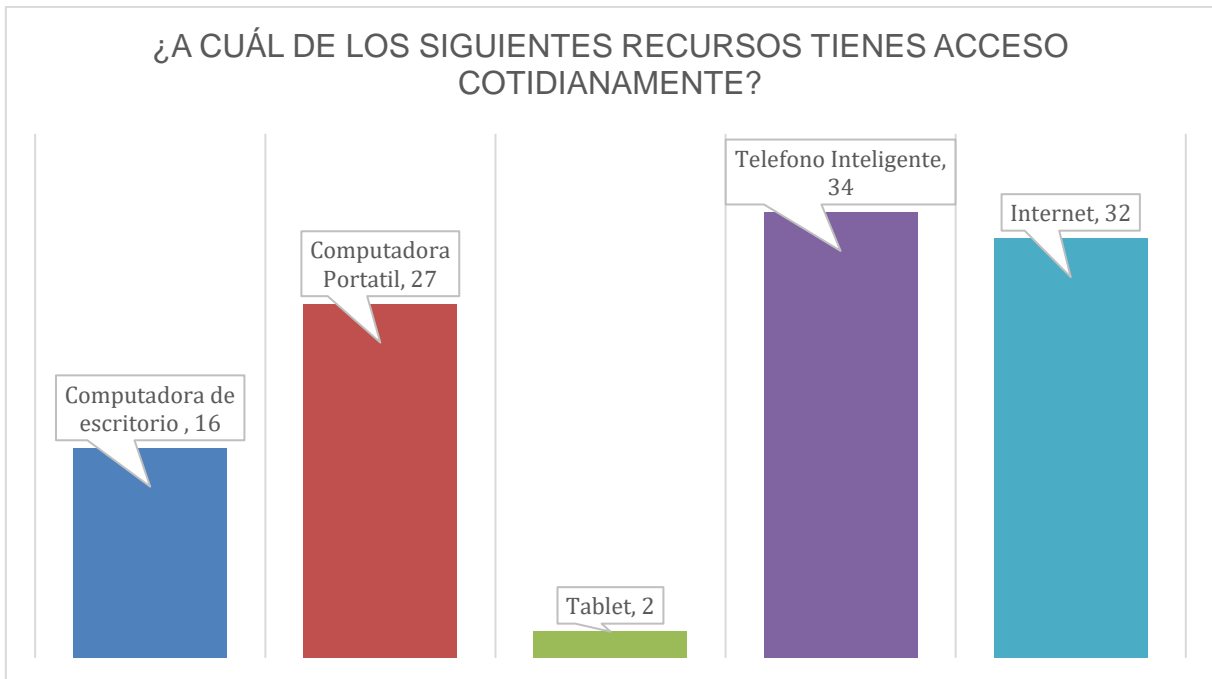
Gráfica 36



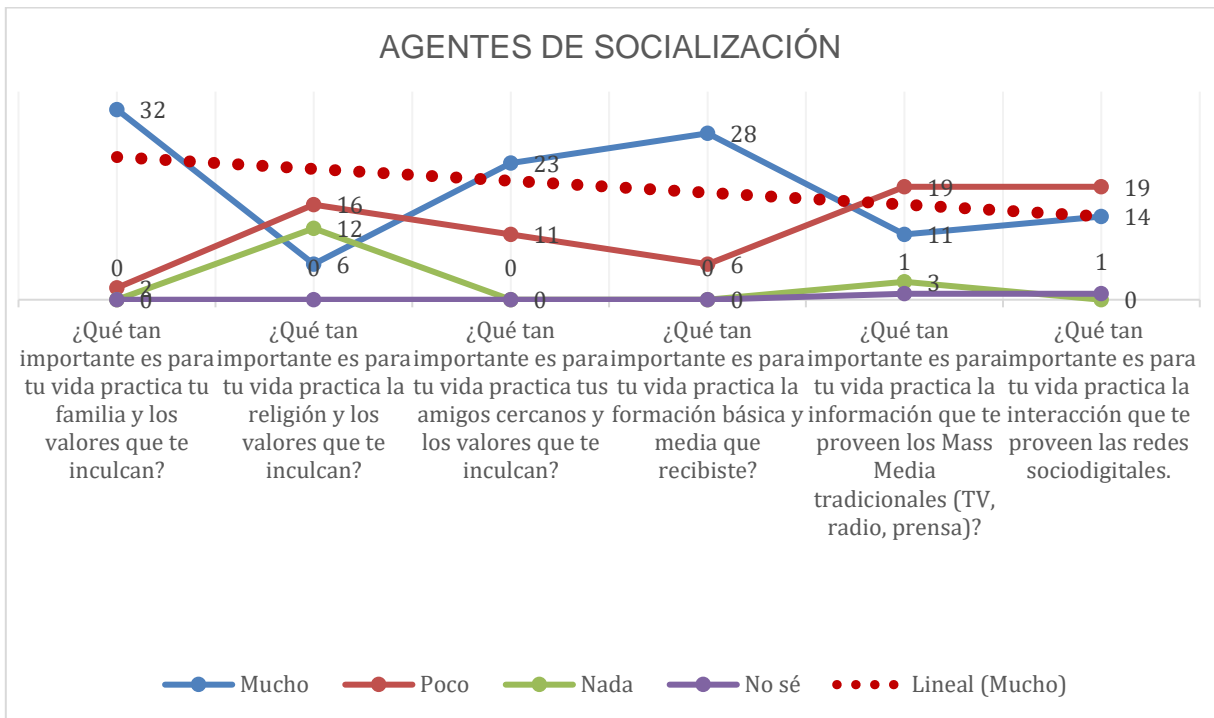
Gráfica 37



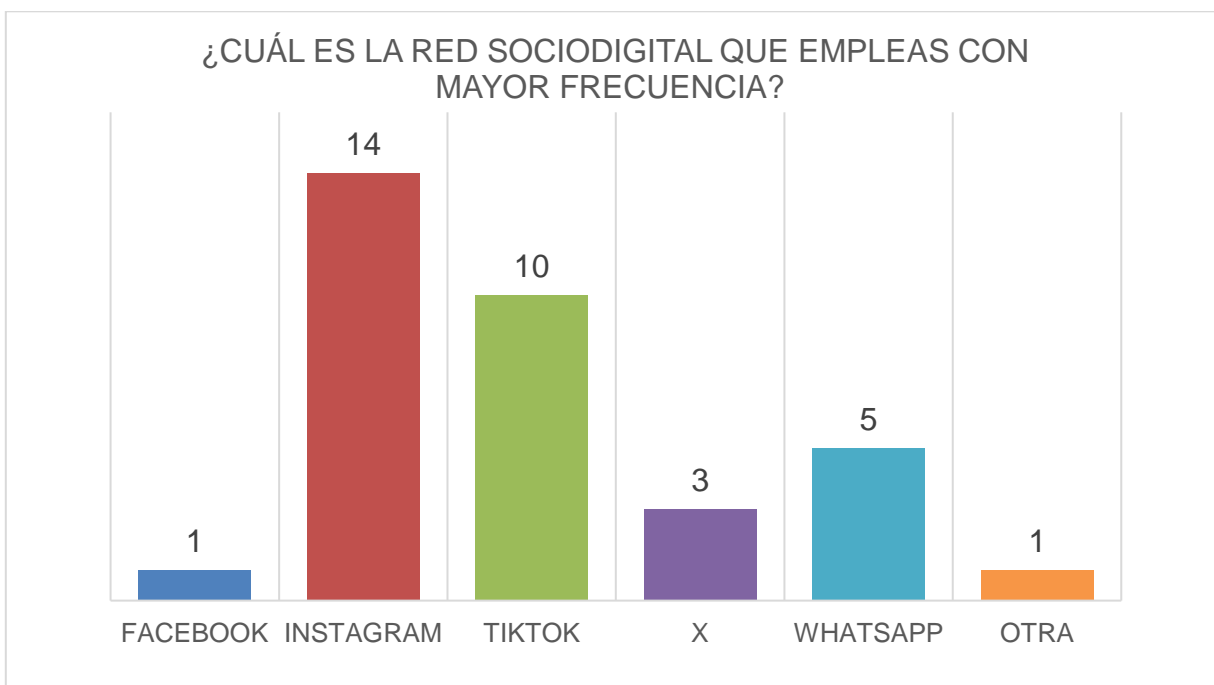
Gráfica 38



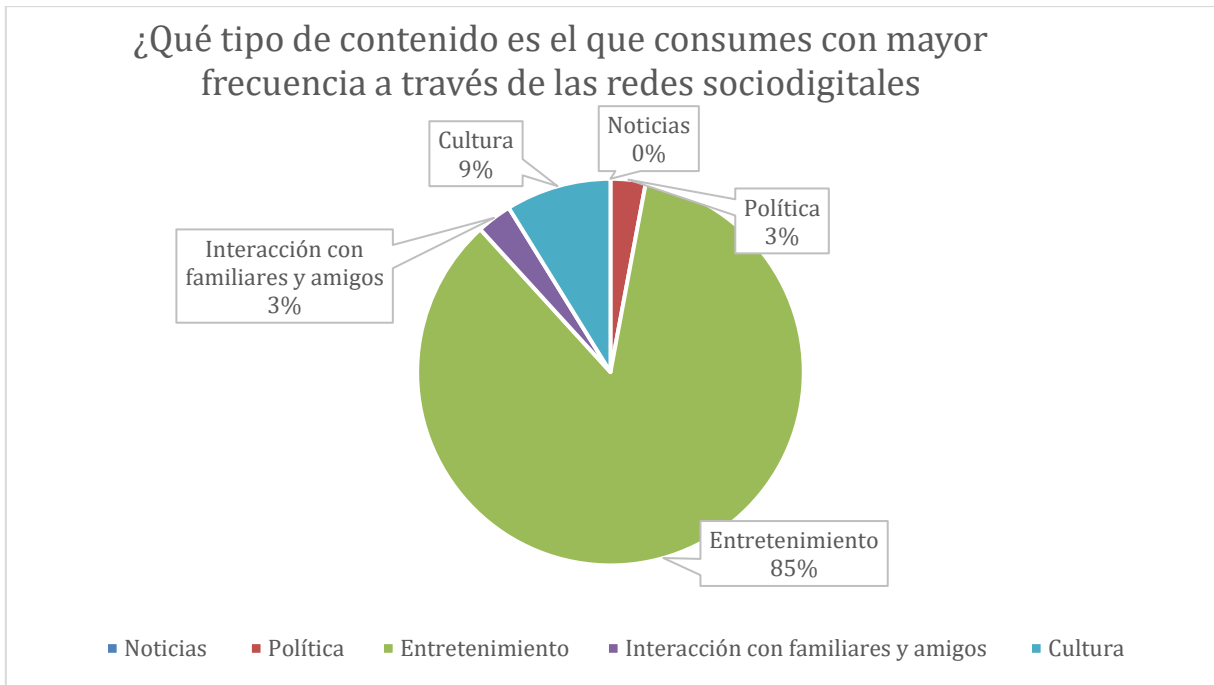
Gráfica 39



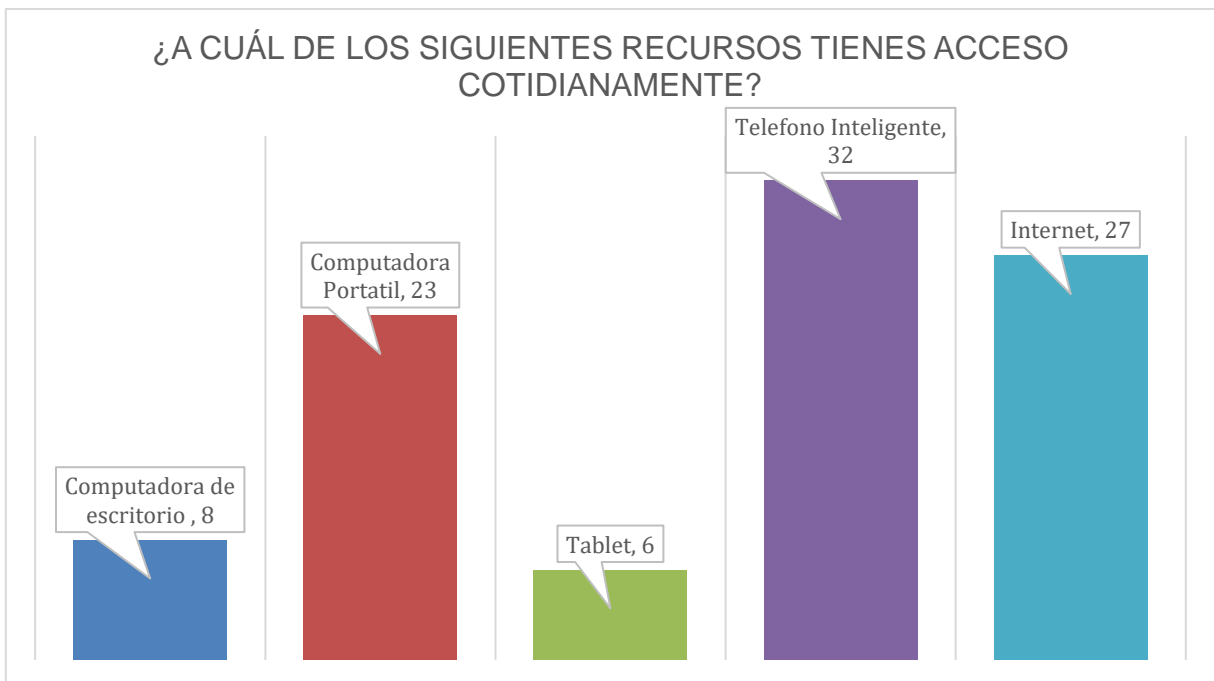
Gráfica 40



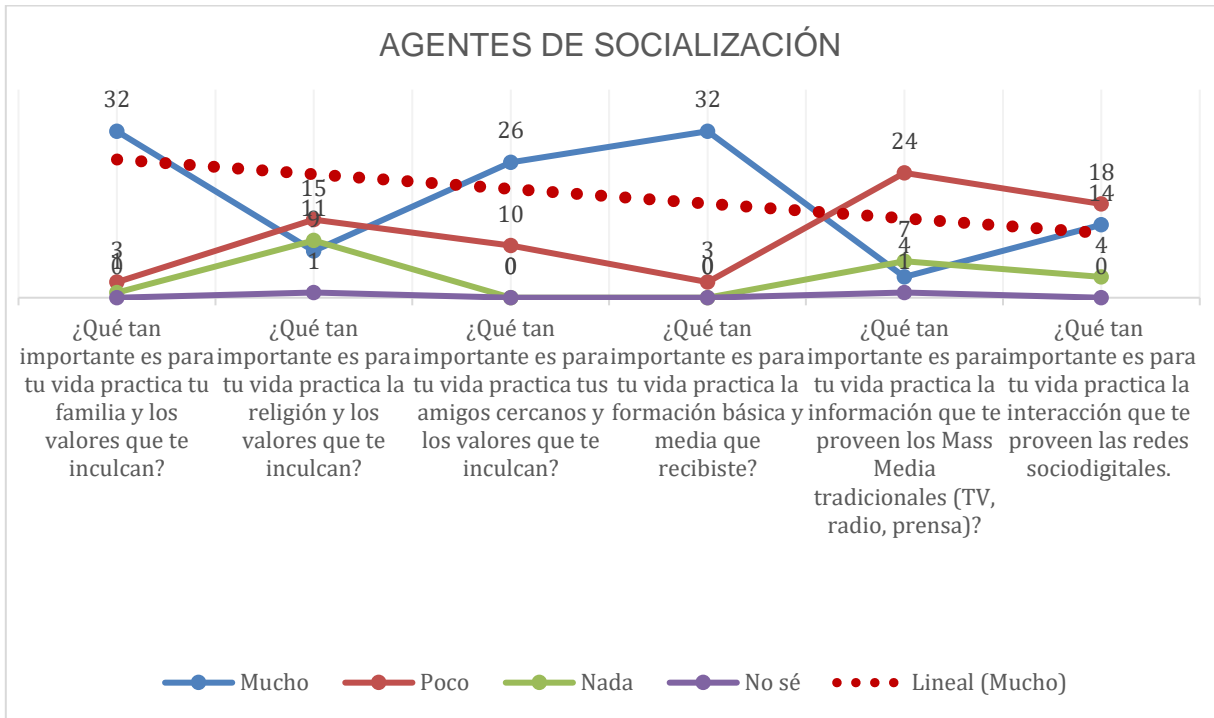
Gráfica 41



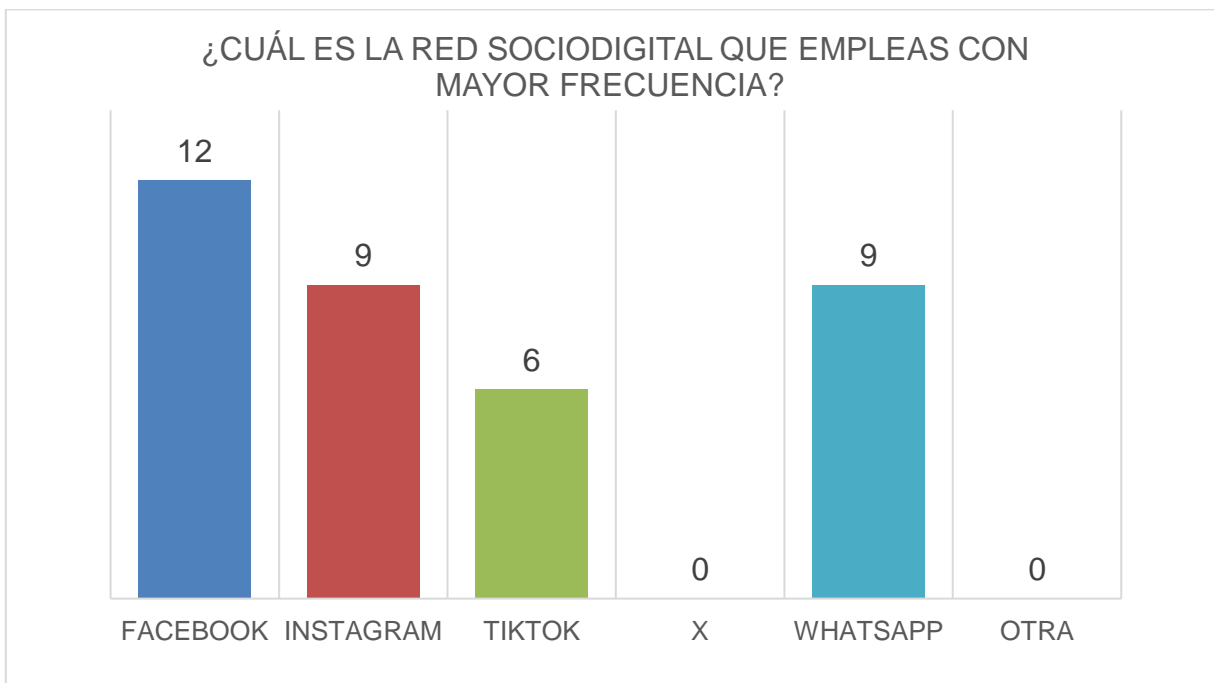
Gráfica 42



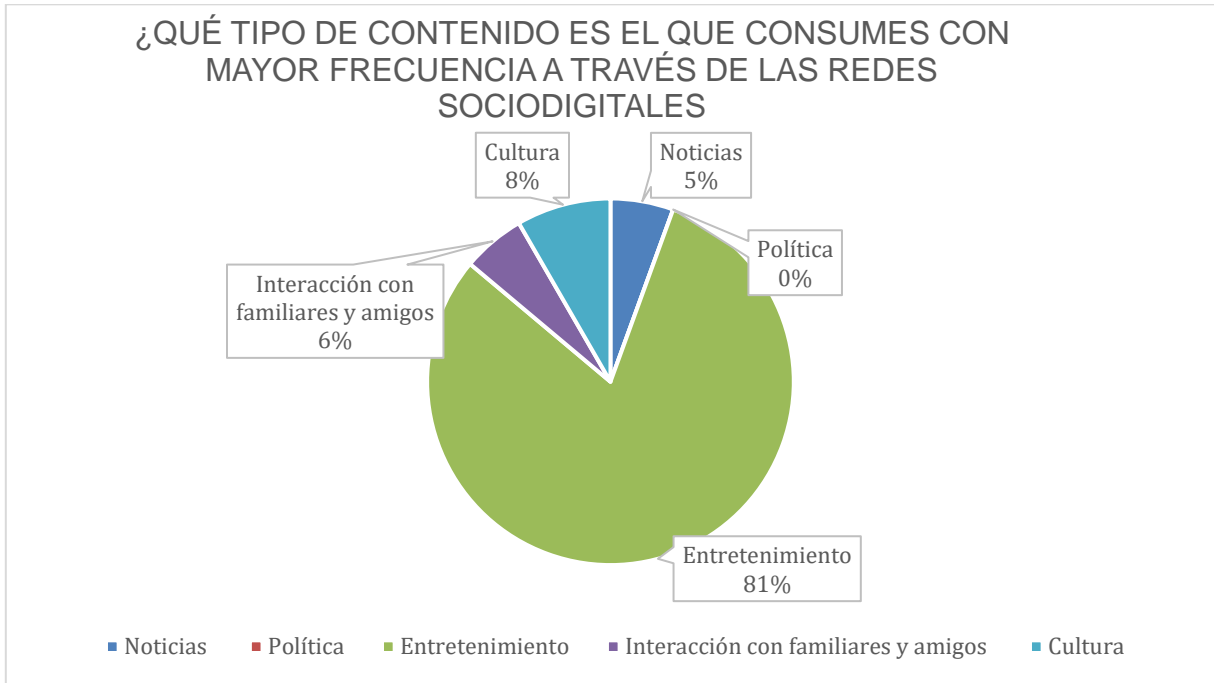
Gráfica 43



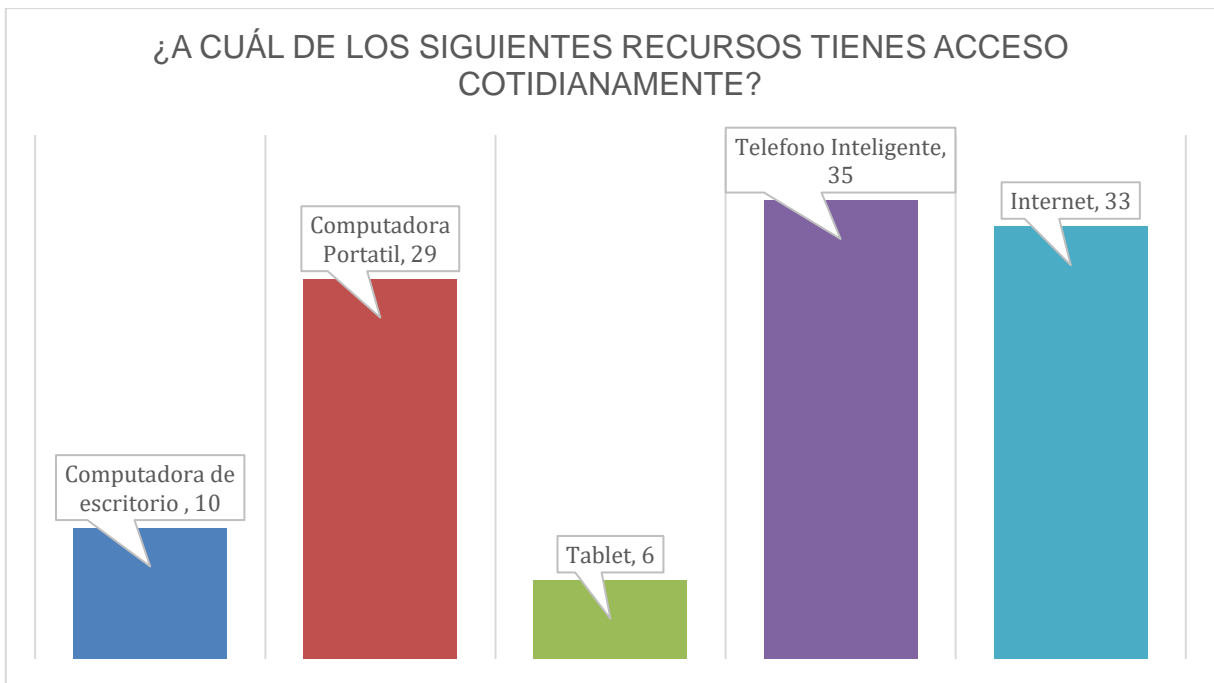
Gráfica 44



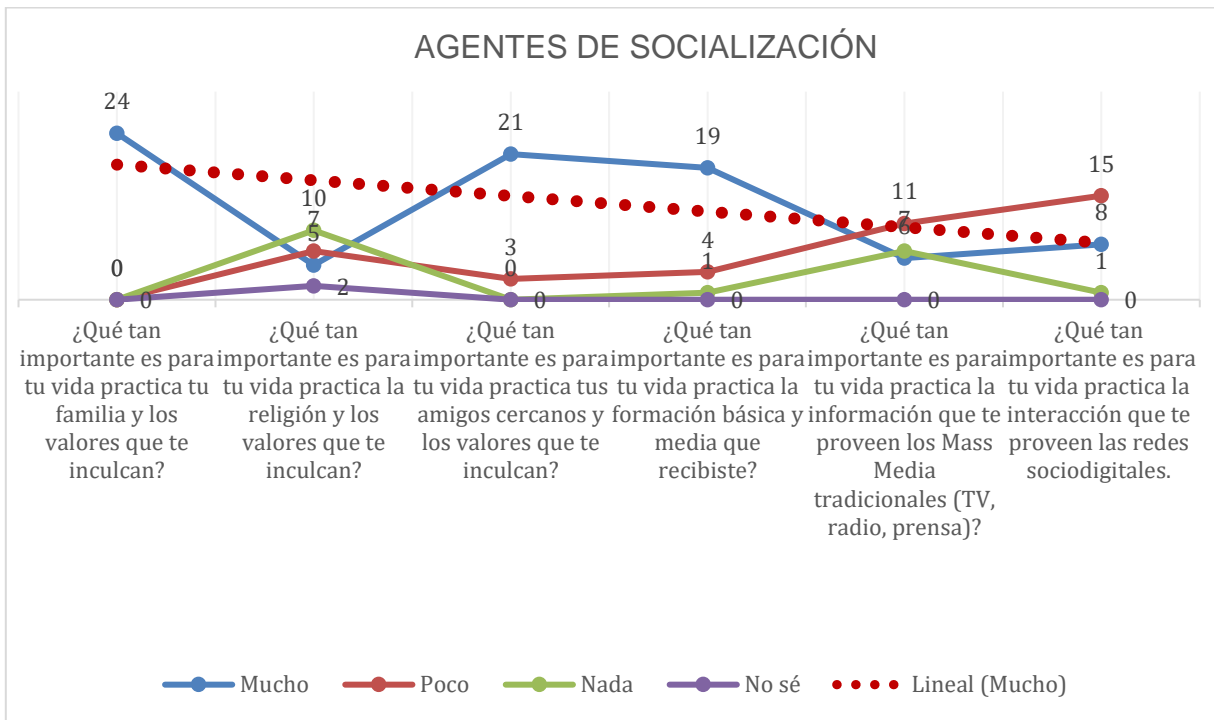
Gráfica 45



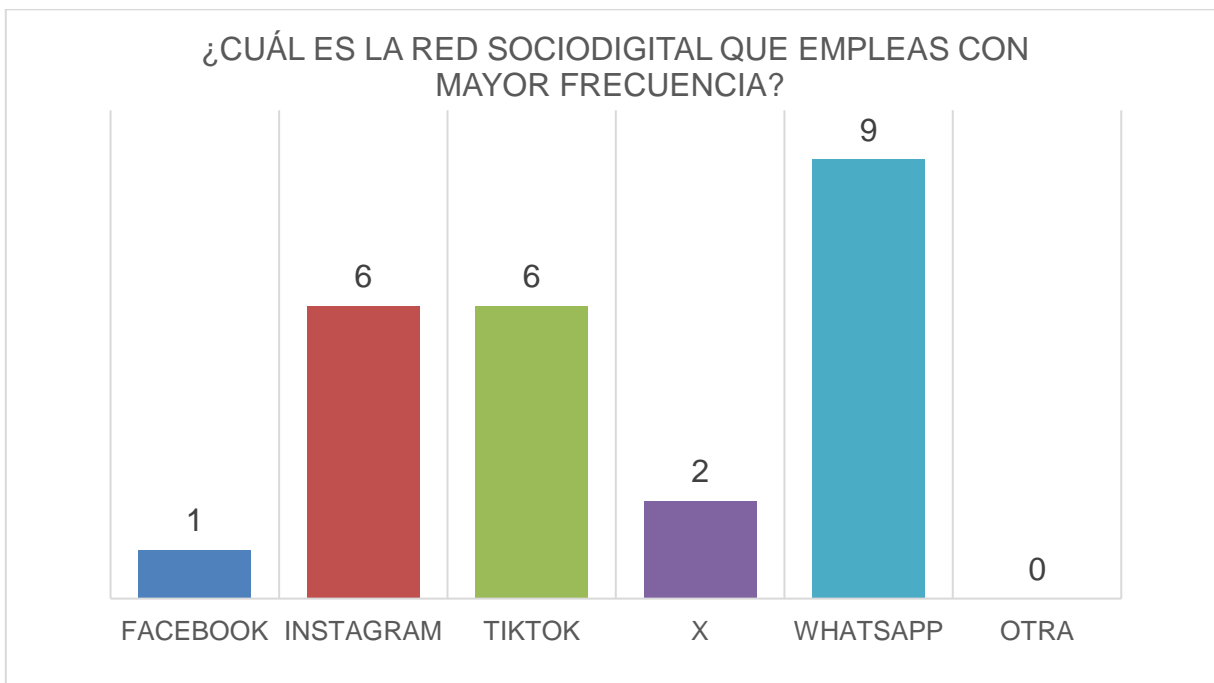
Gráfica 46



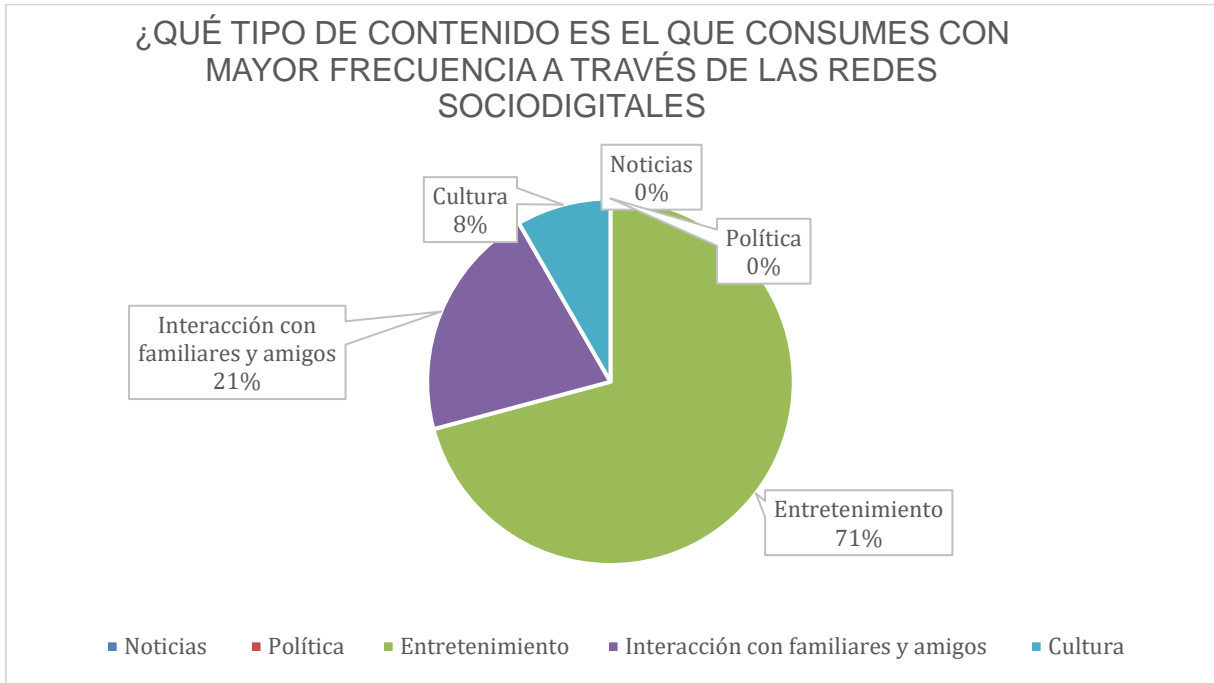
Gráfica 47



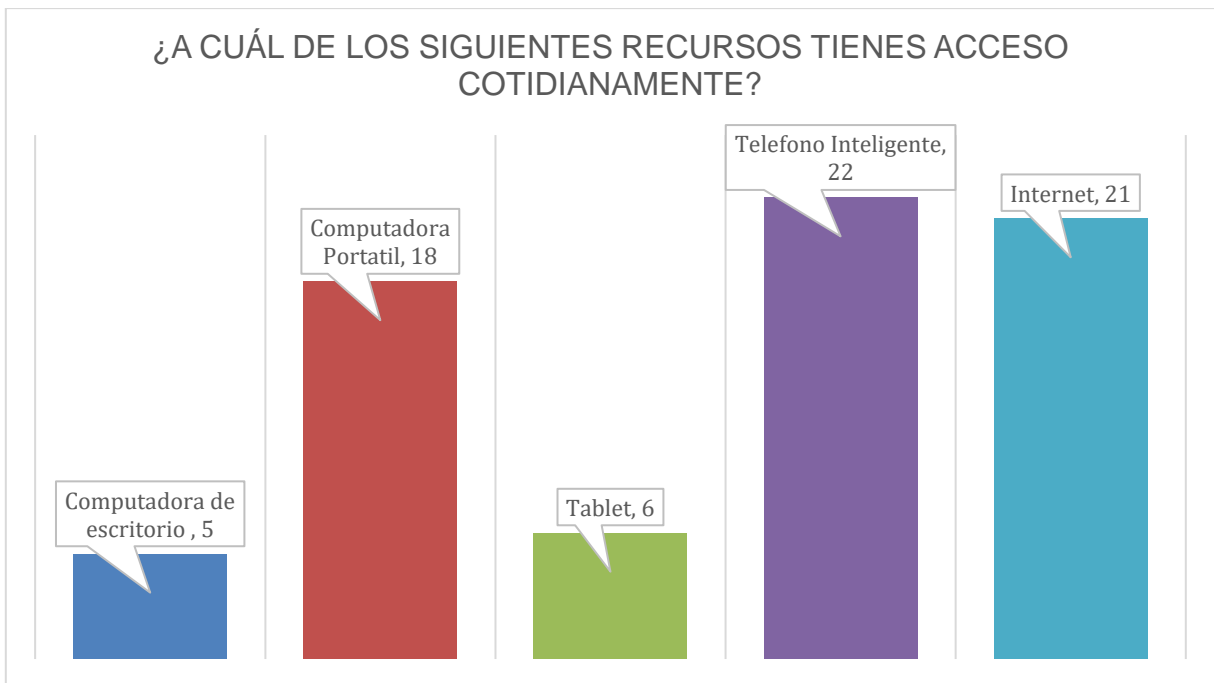
Gráfica 48



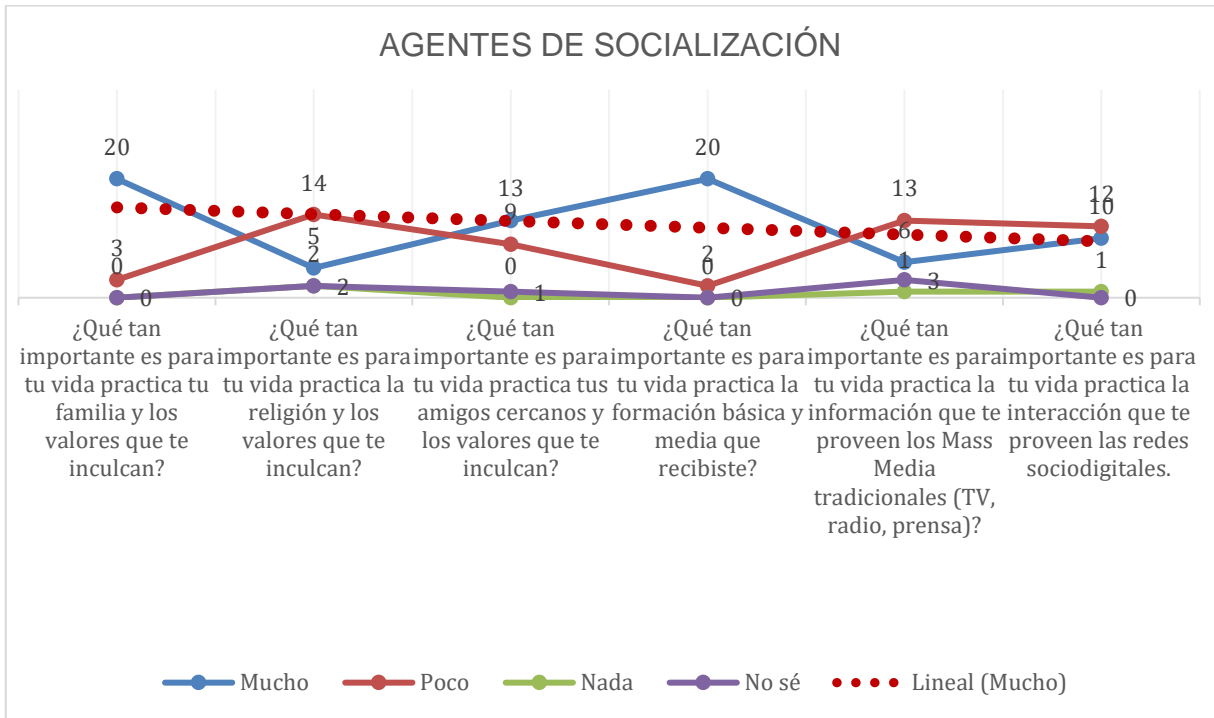
Gráfica 49



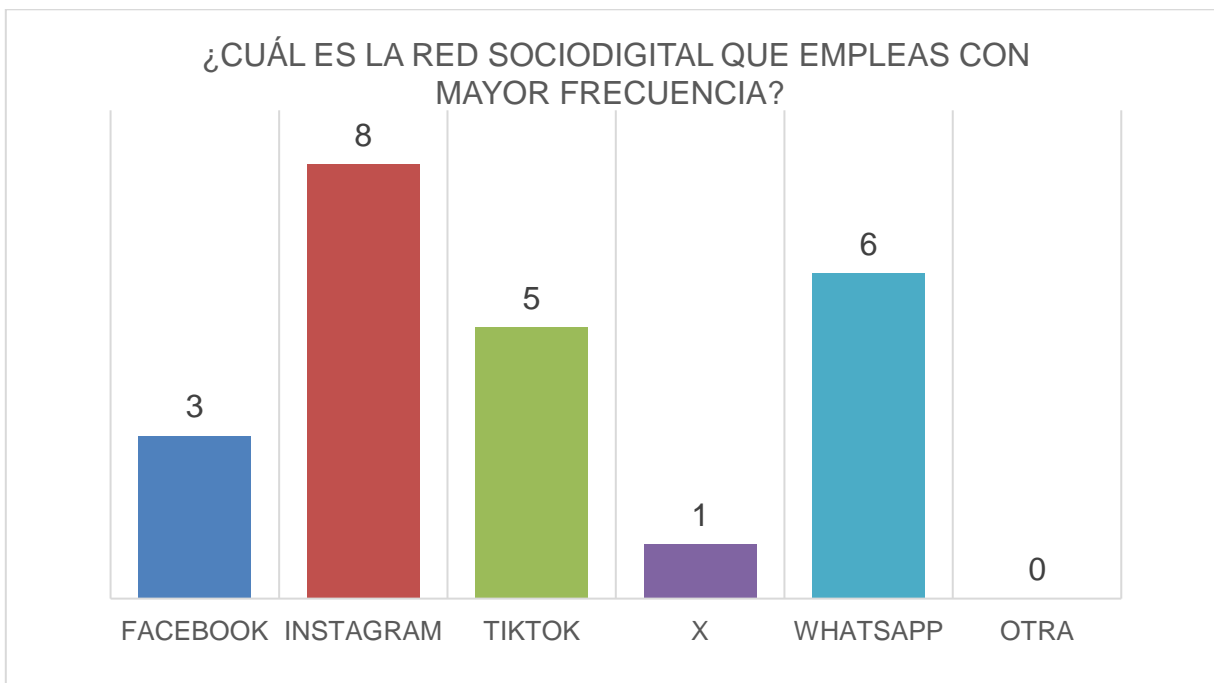
Gráfica 50



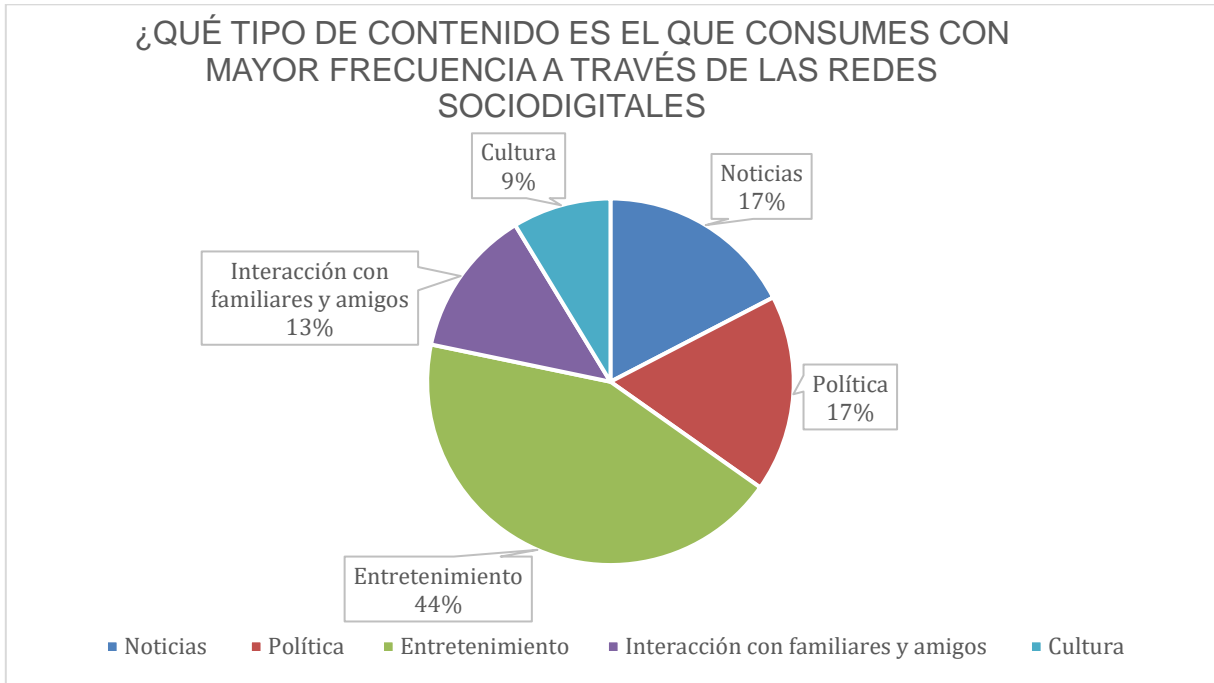
Gráfica 51



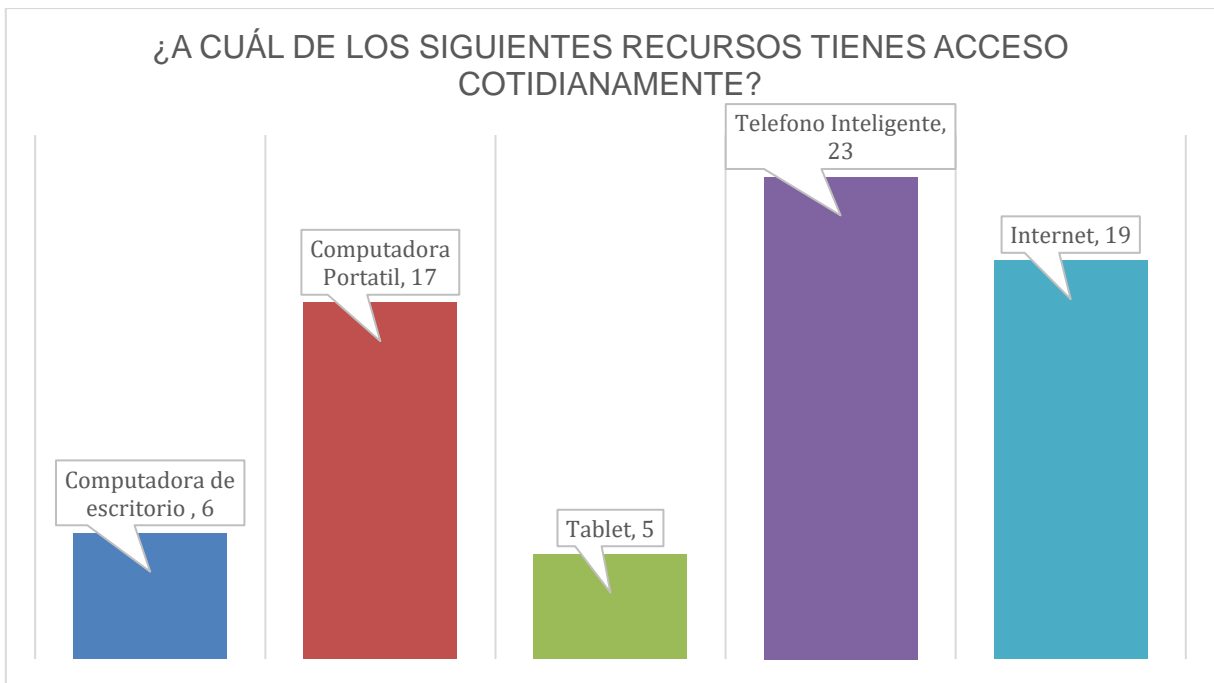
Gráfica 52



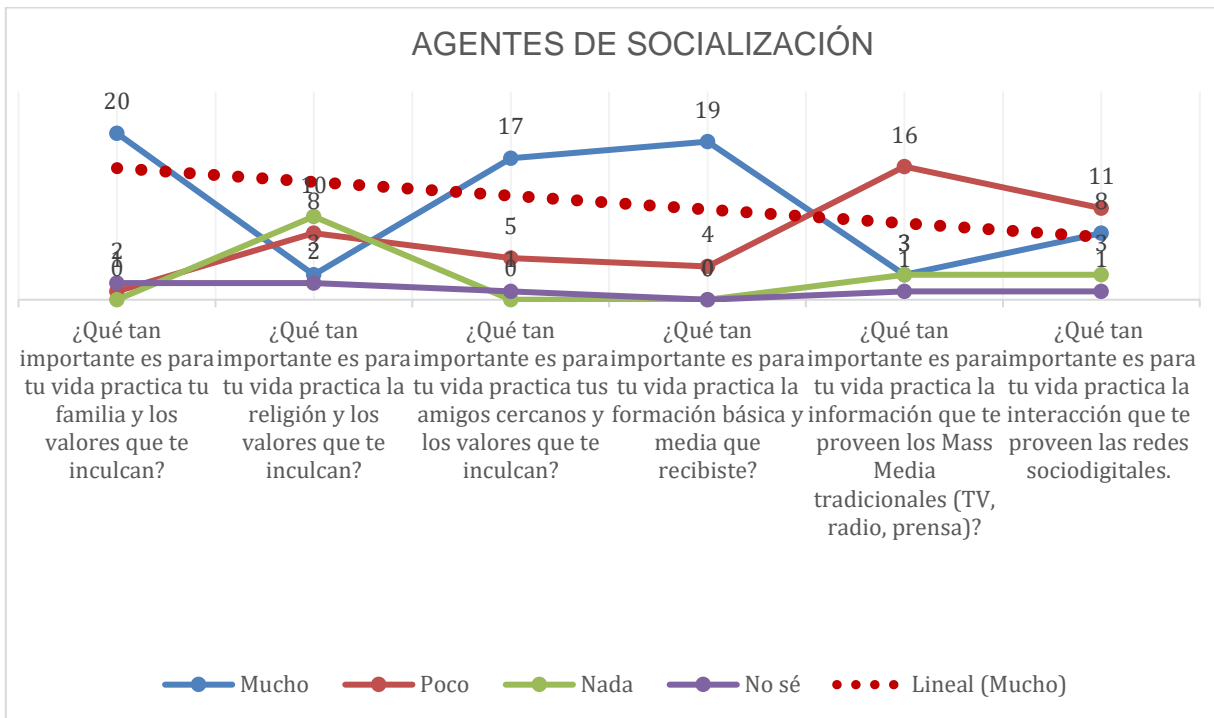
Gráfica 53



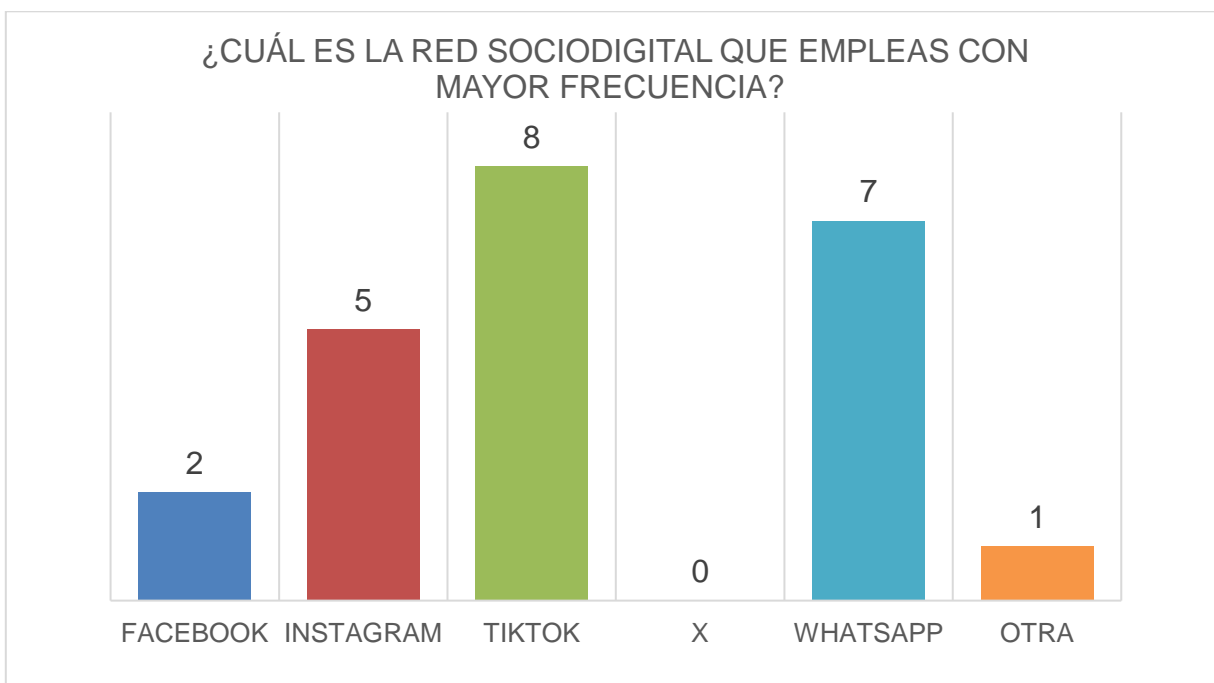
Gráfica 54



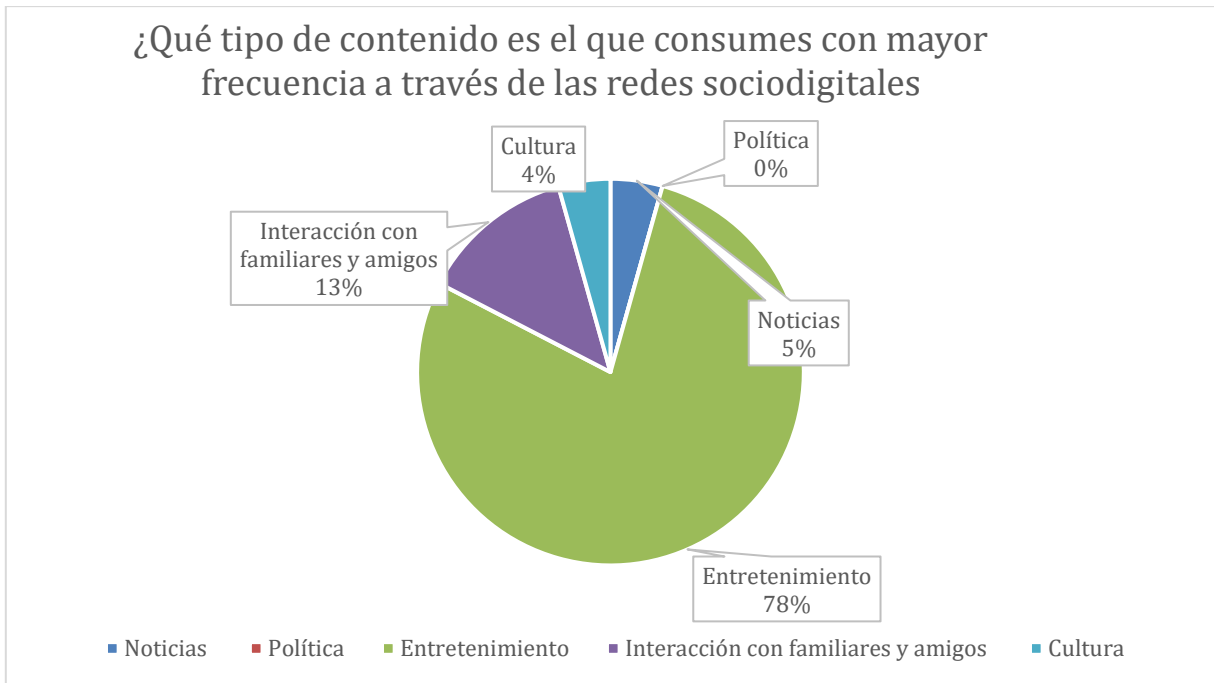
Gráfica 55



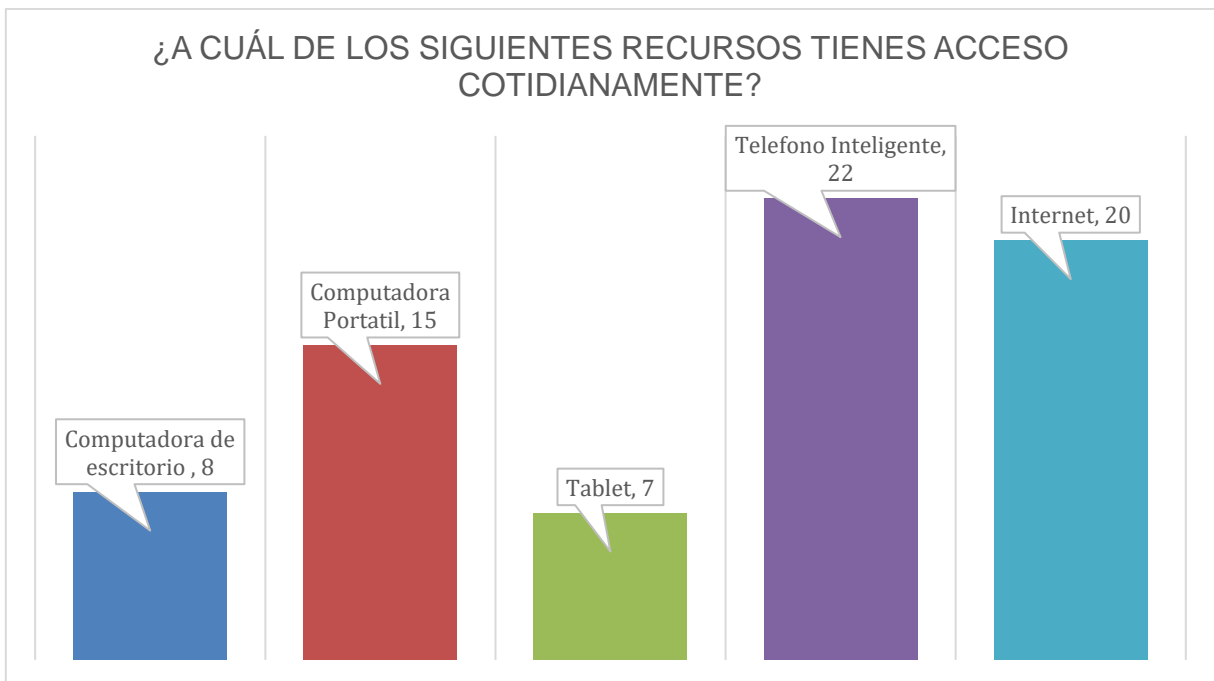
Gráfica 56



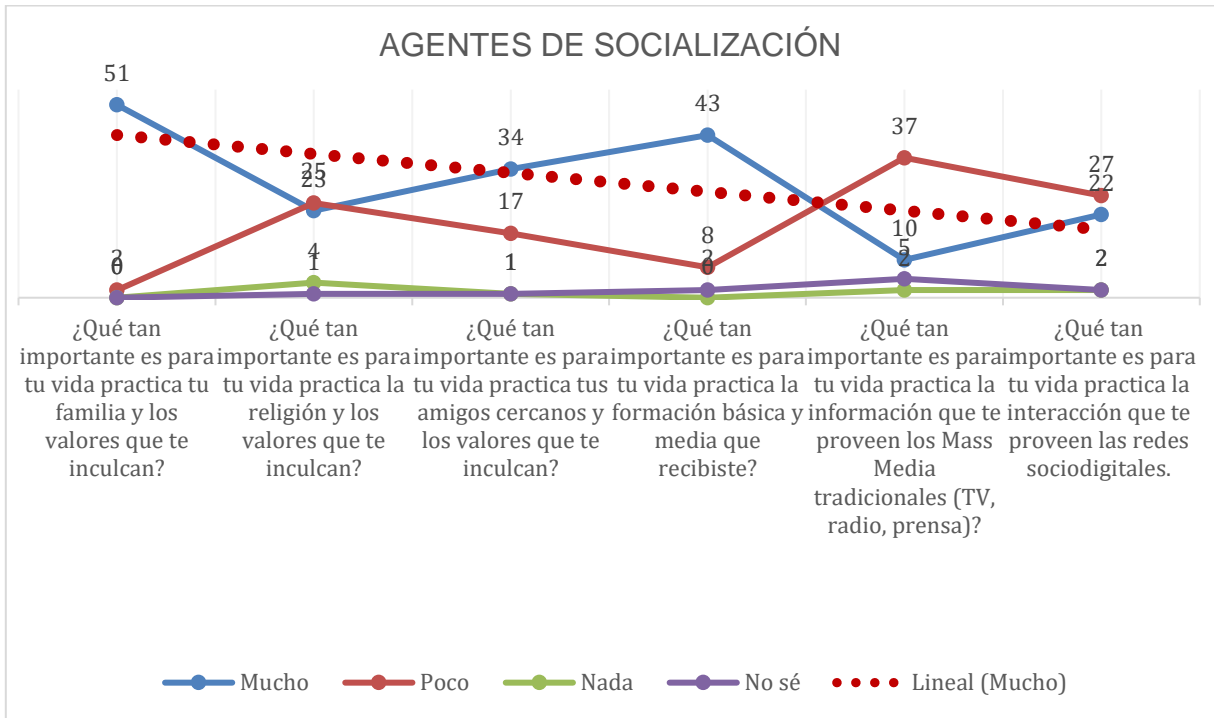
Gráfica 57



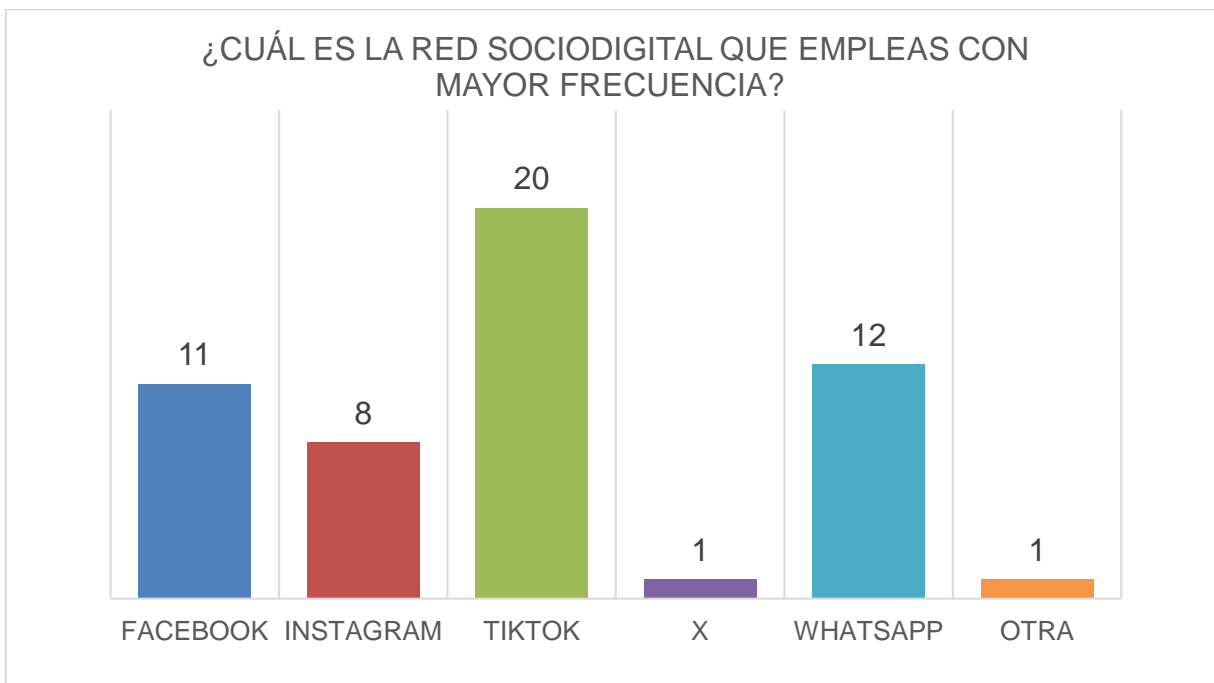
Gráfica 58



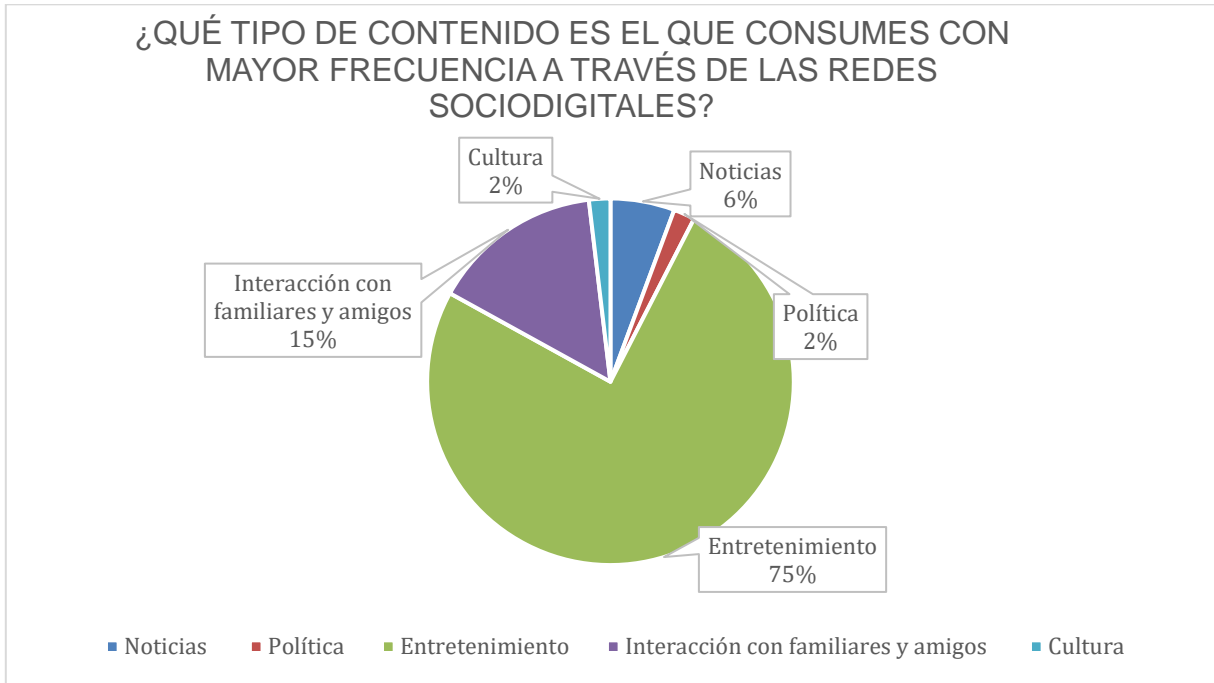
Gráfica 59



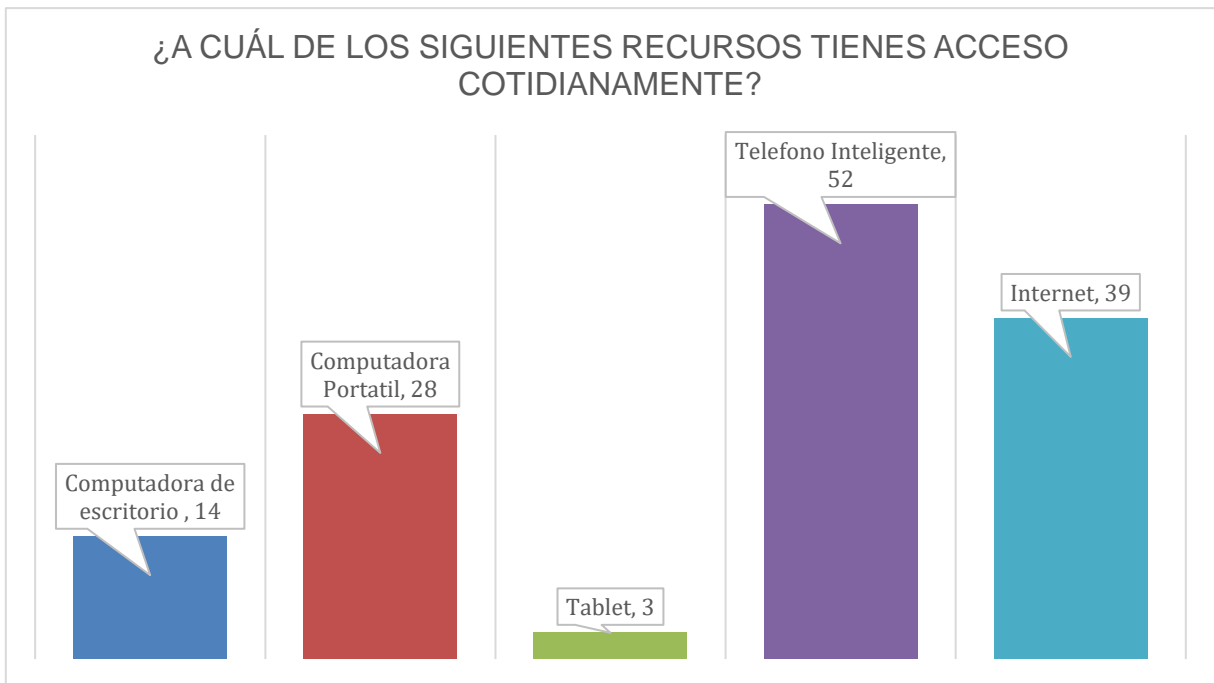
Gráfica 60



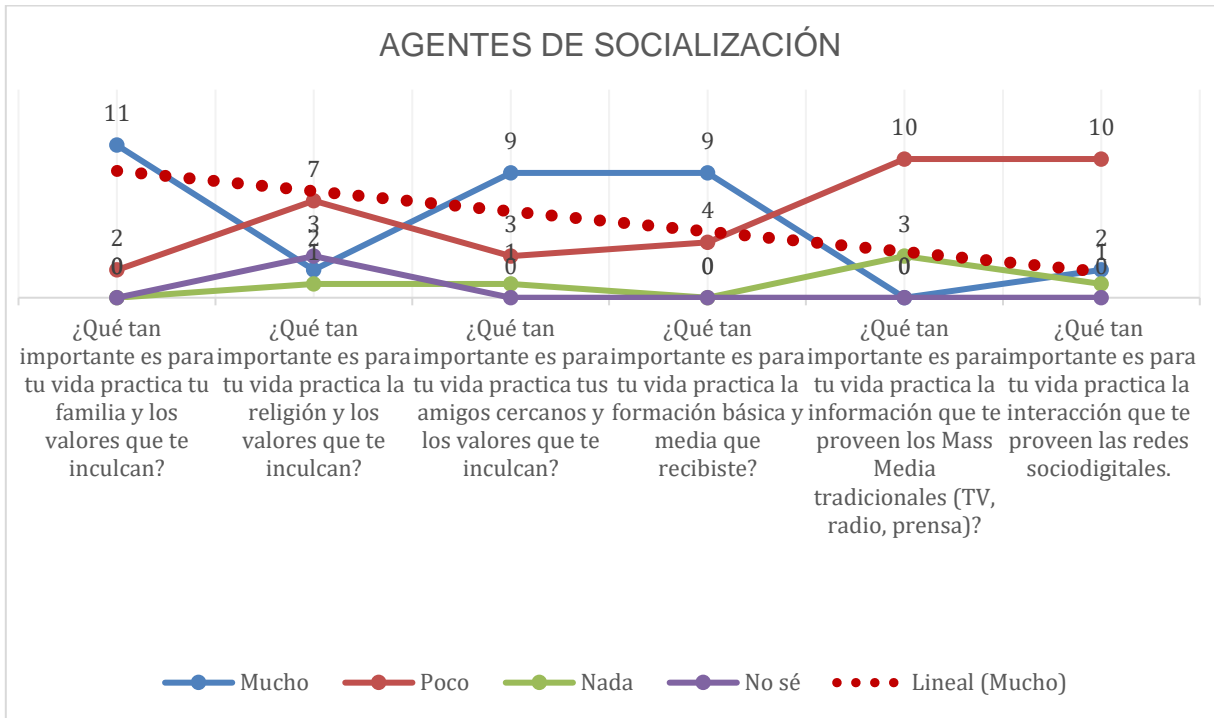
Gráfica 61



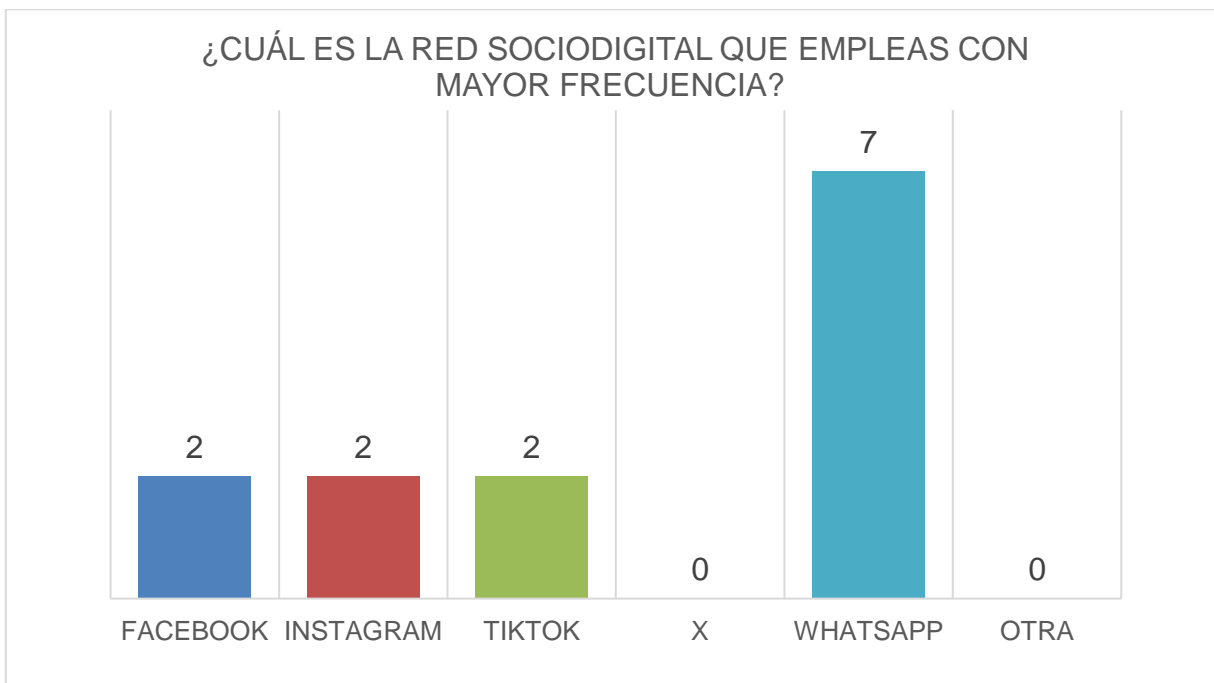
Gráfica 62



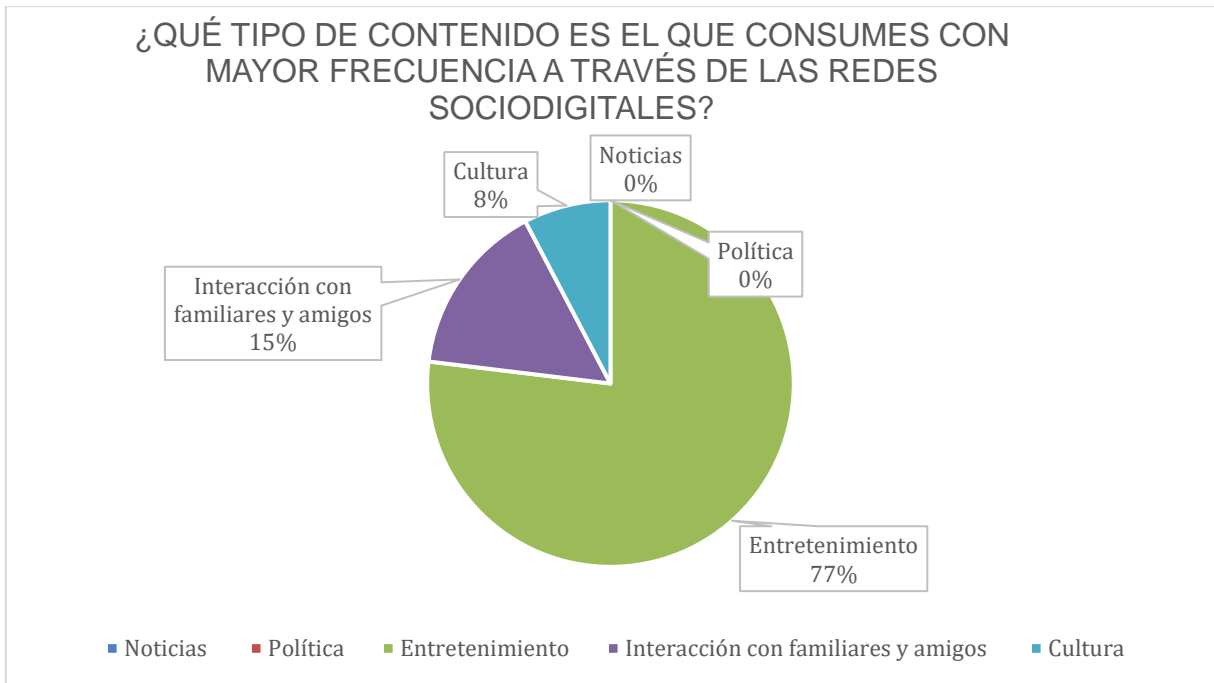
Gráfica 63



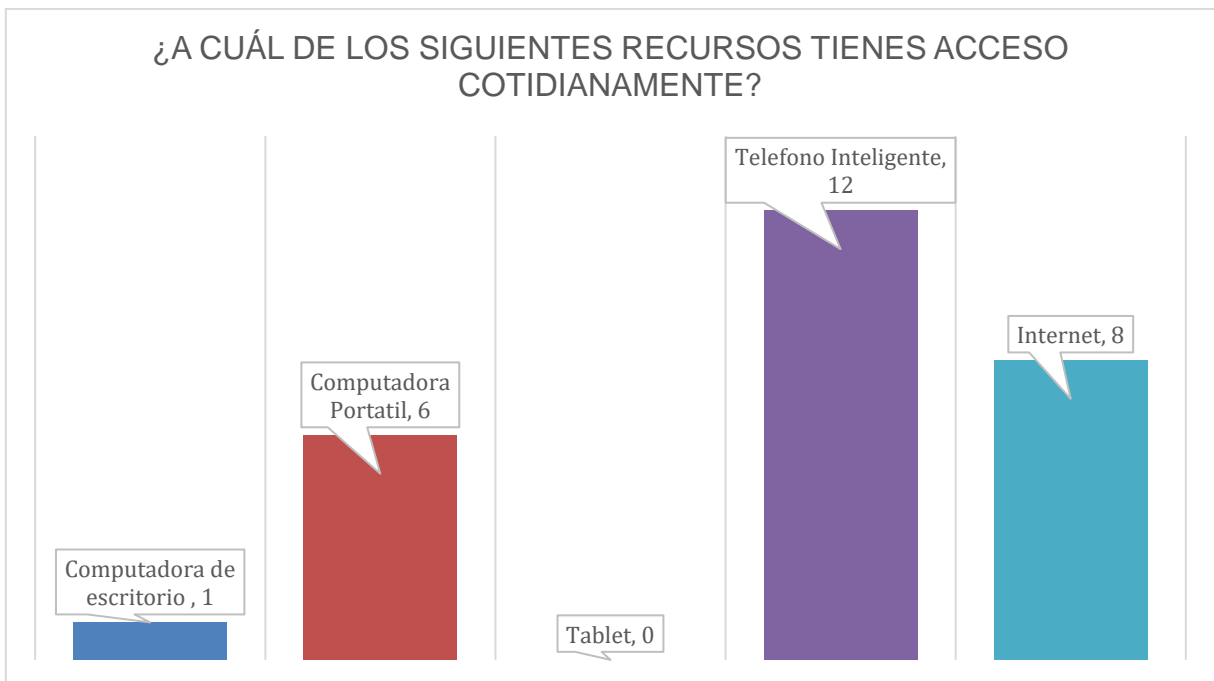
Gráfica 64



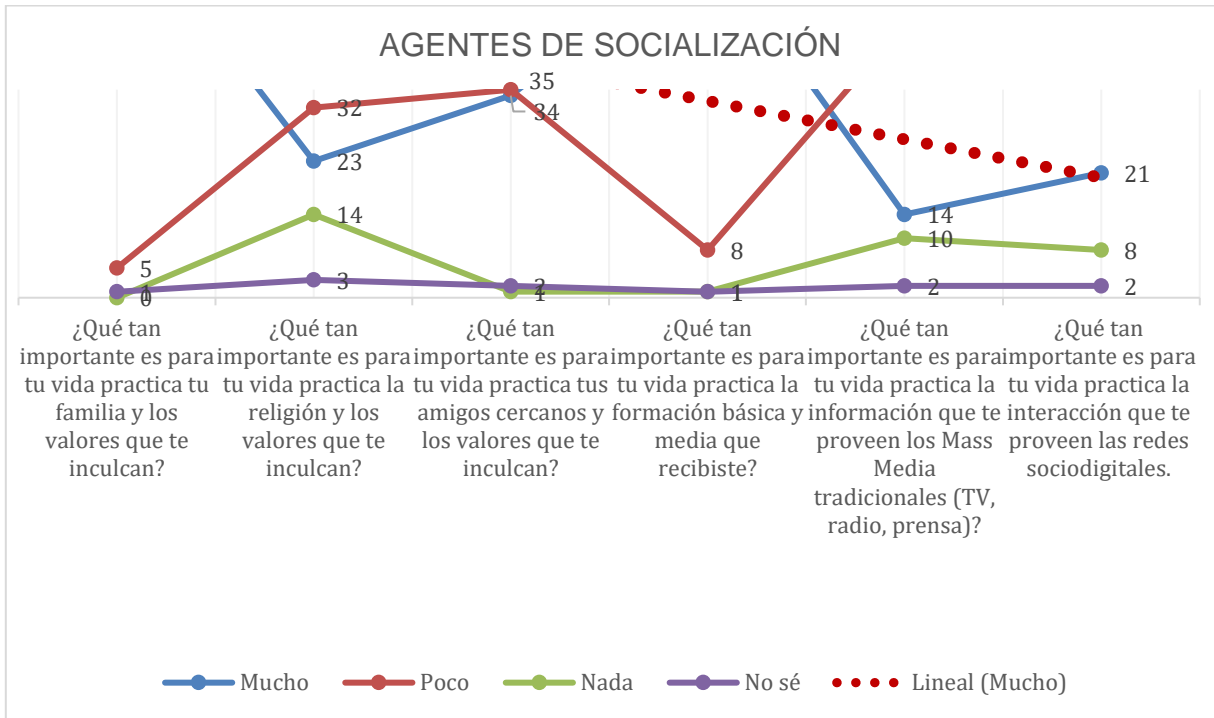
Gráfica 65



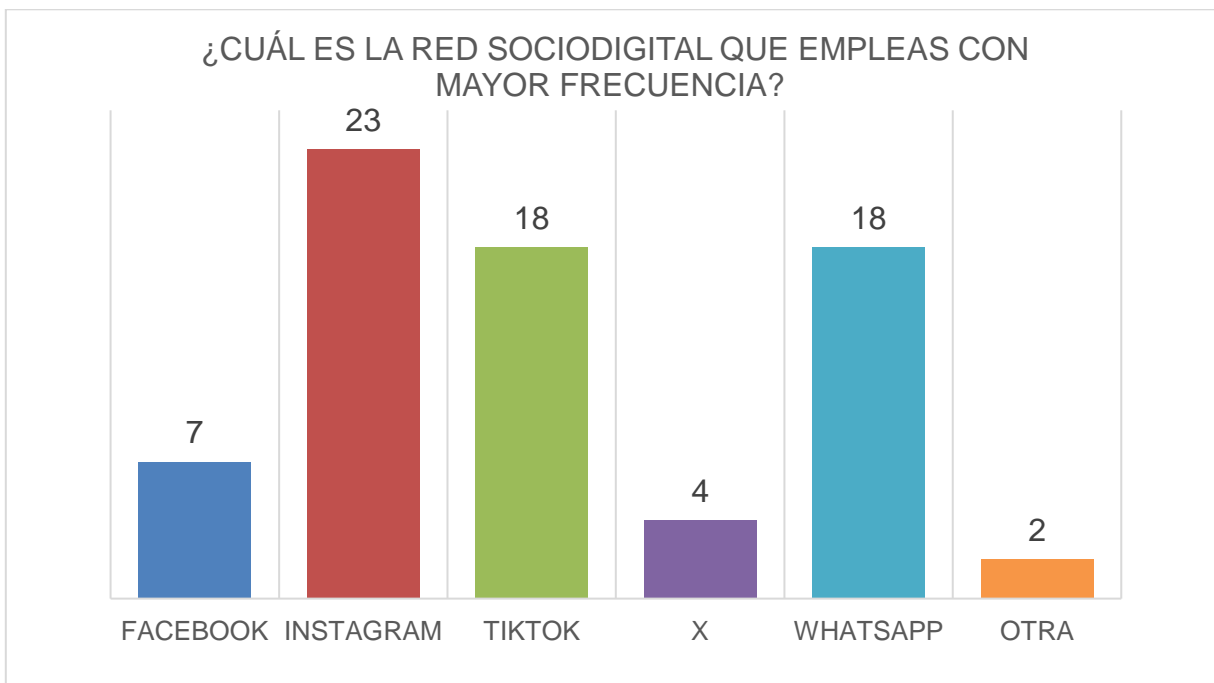
Gráfica 66



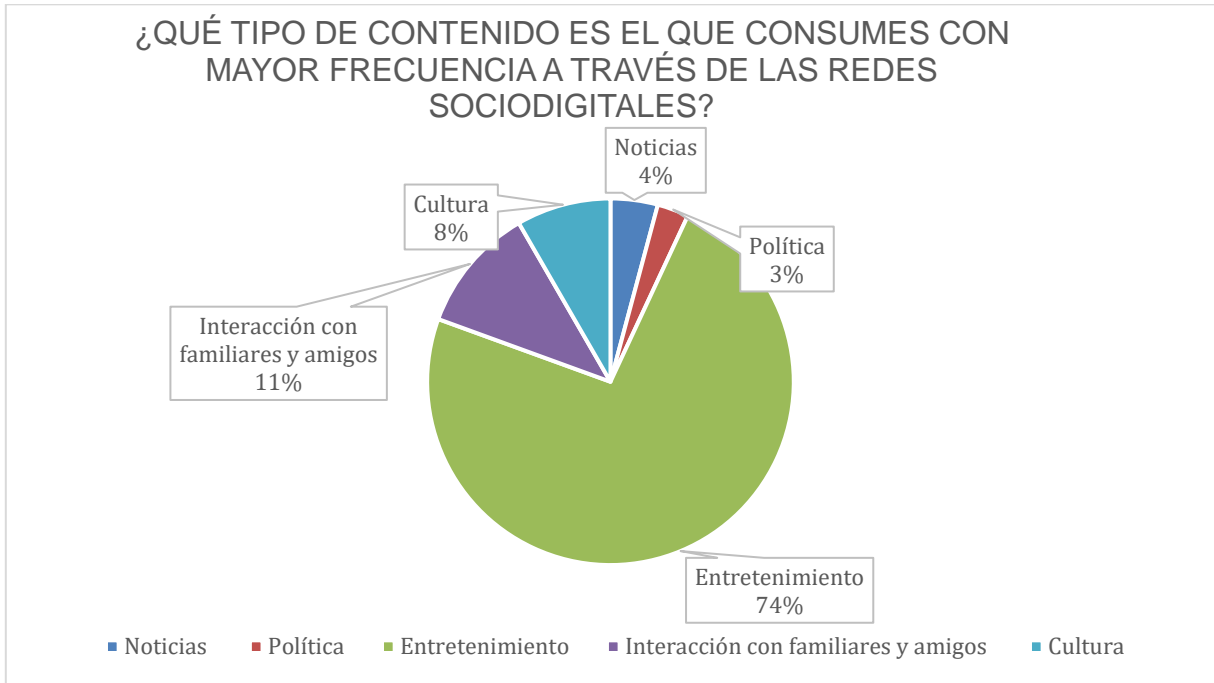
Gráfica 67



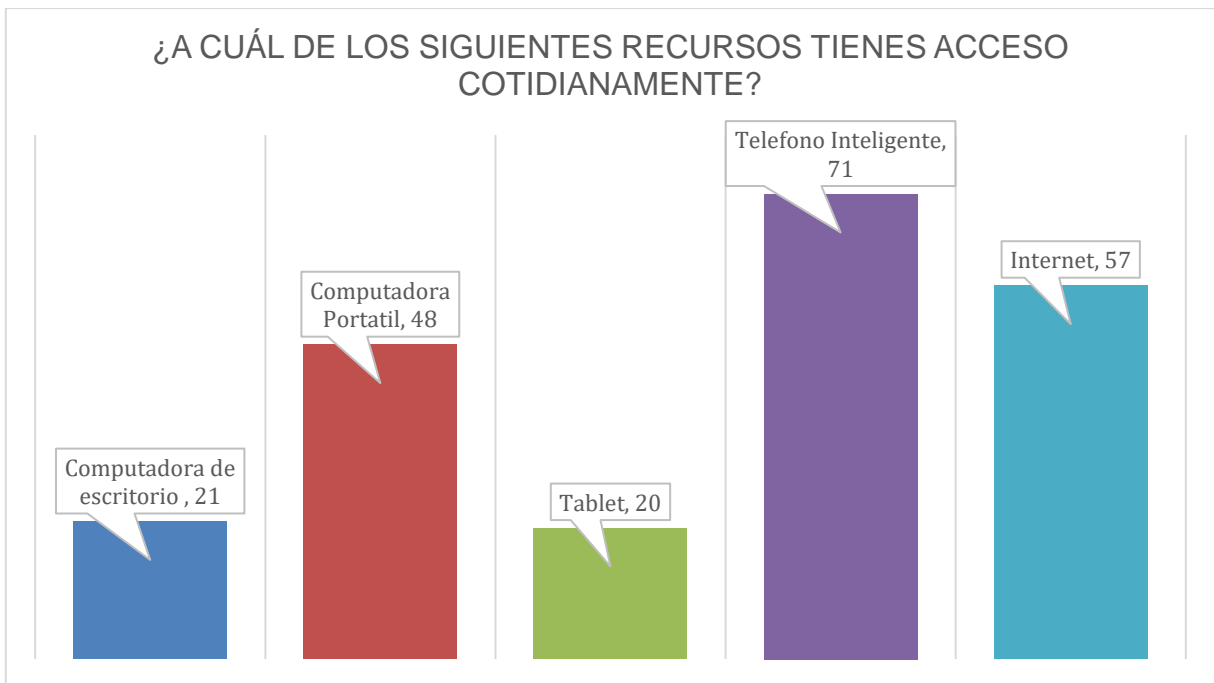
Gráfica 68



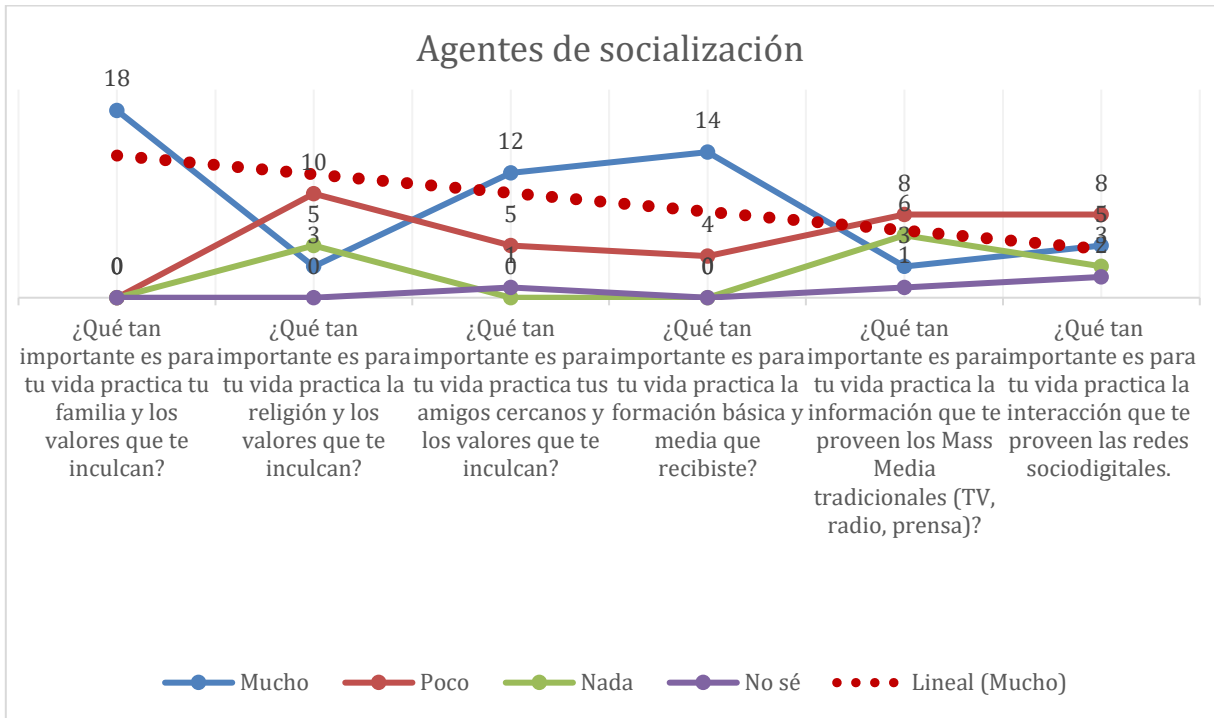
Gráfica 69



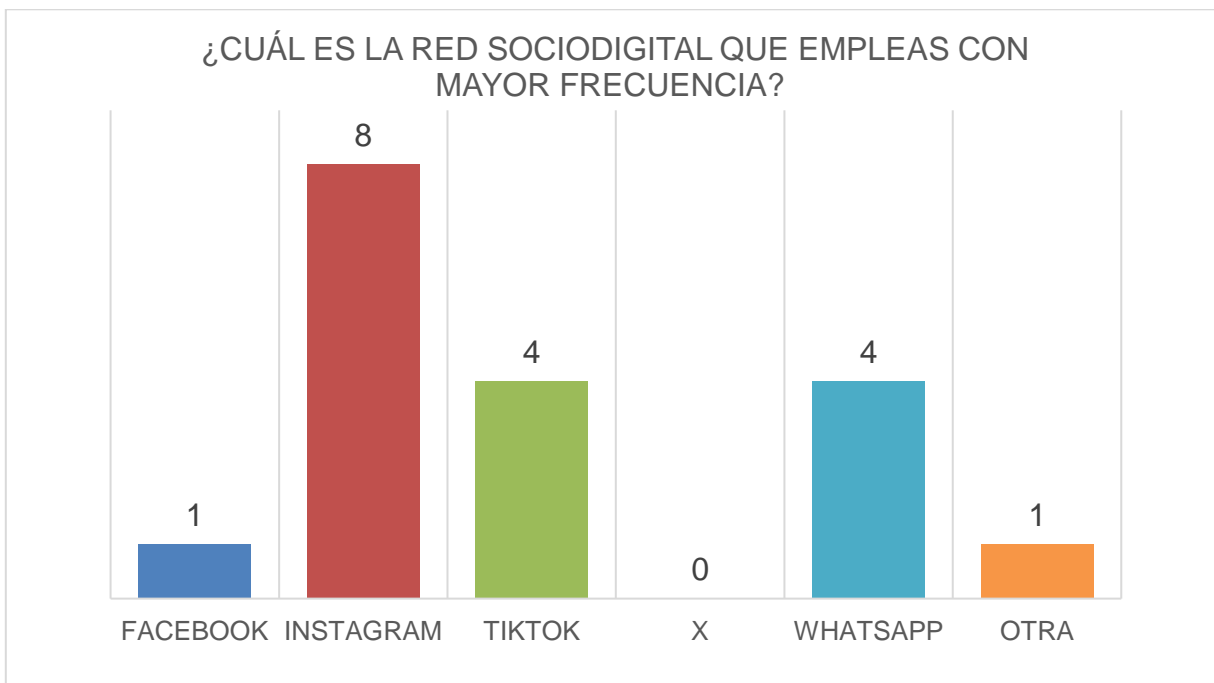
Gráfica 70



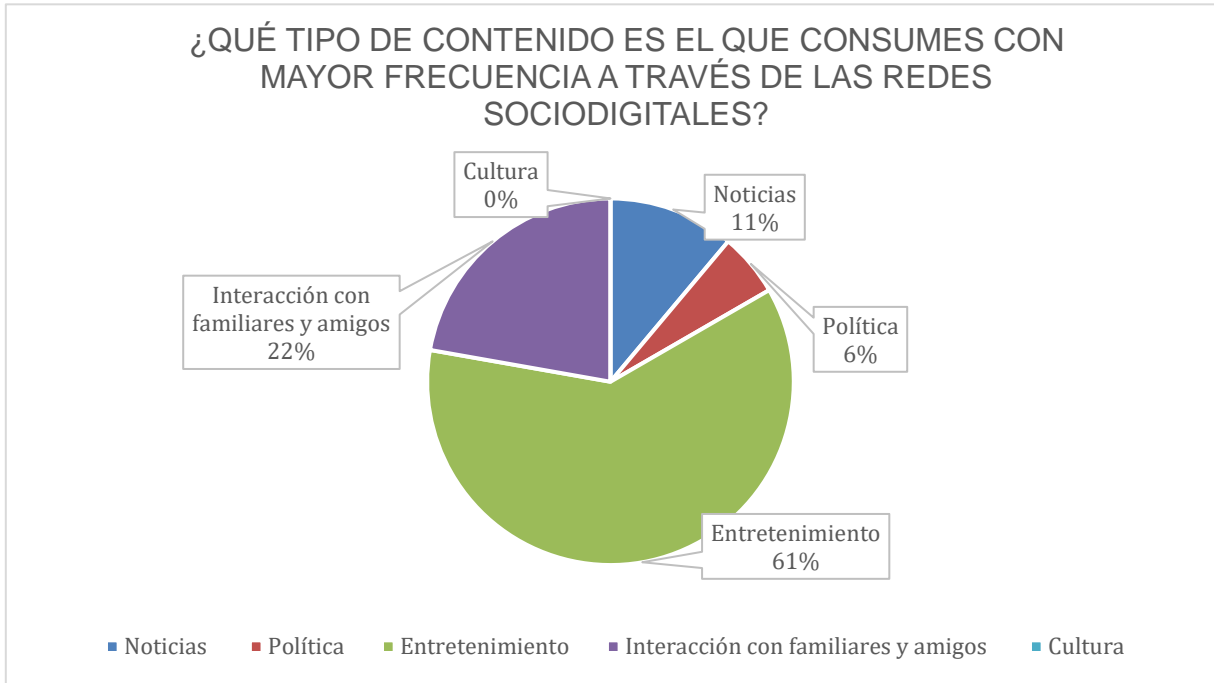
Gráfica 71



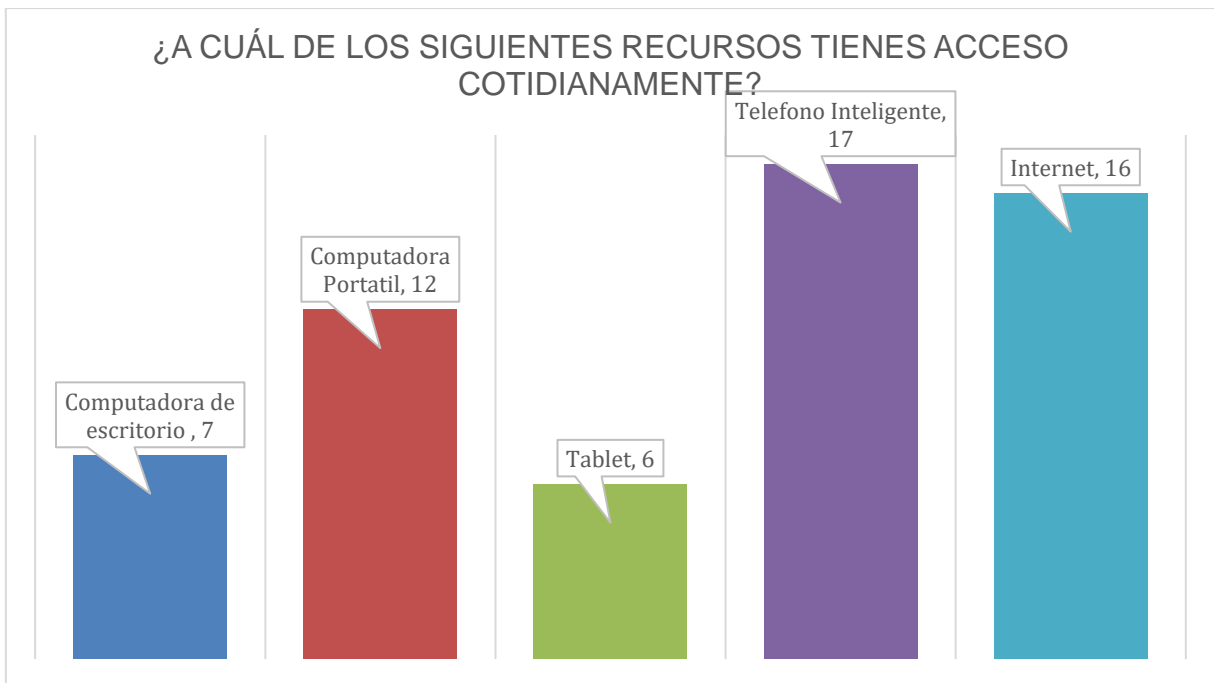
Gráfica 72



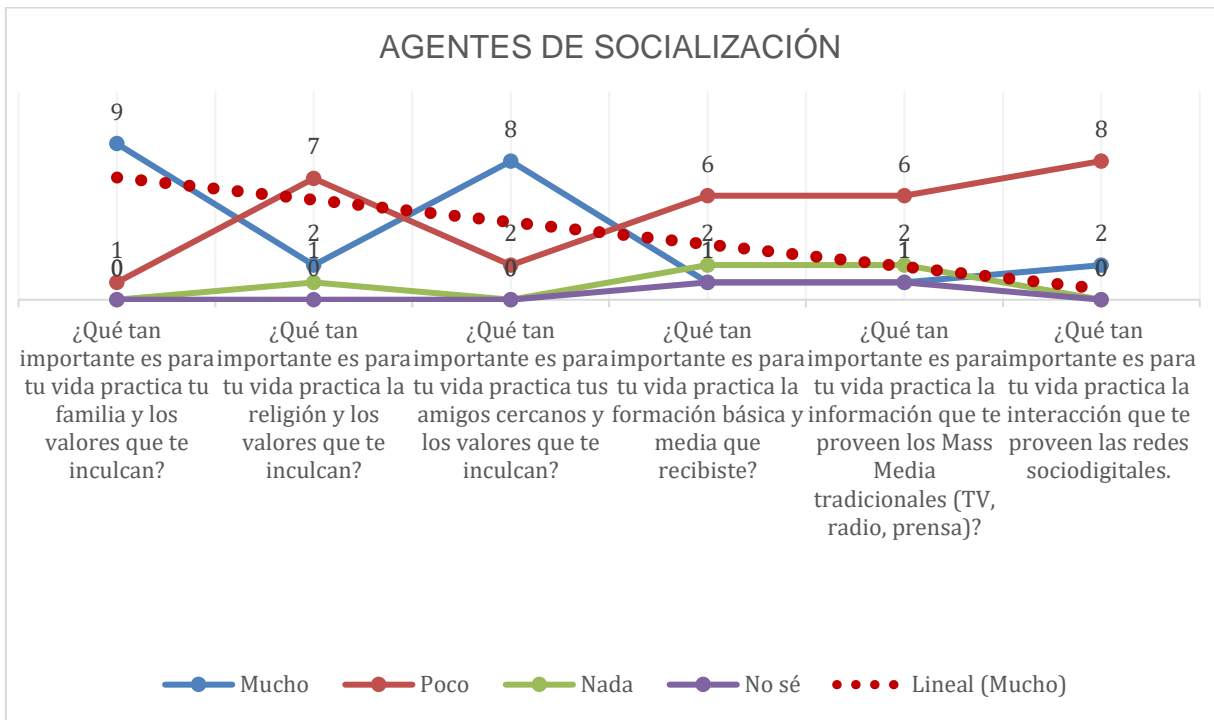
Gráfica 73



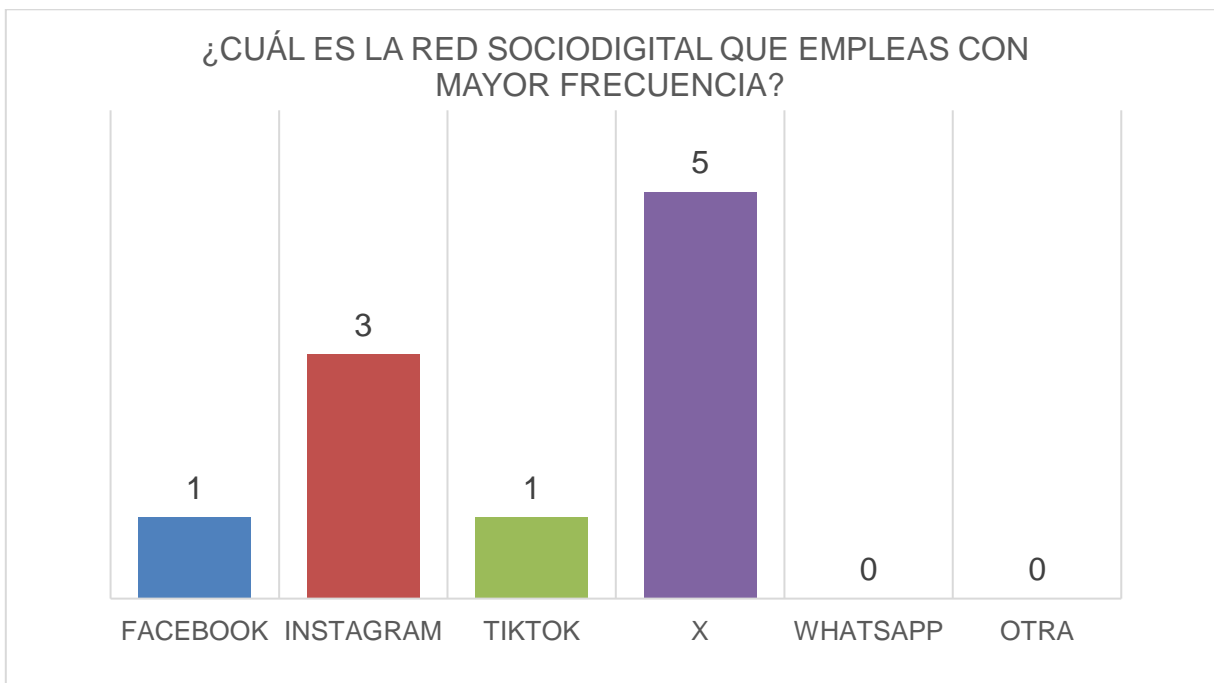
Gráfica 74



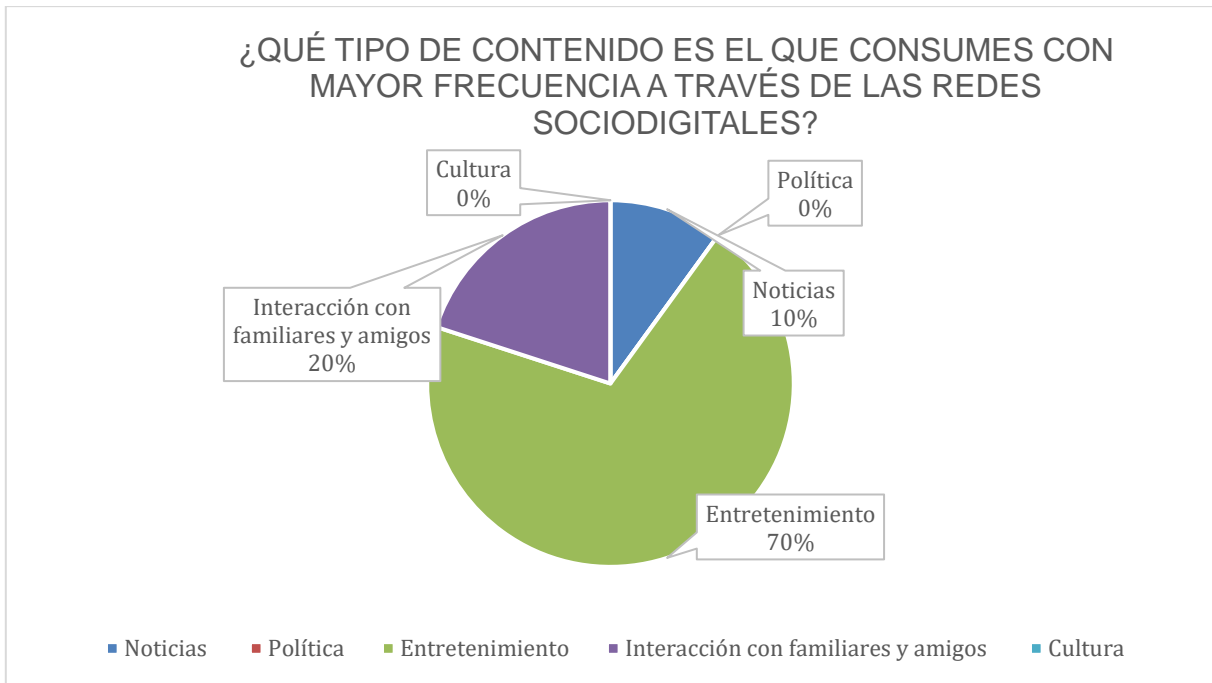
Gráfica 75



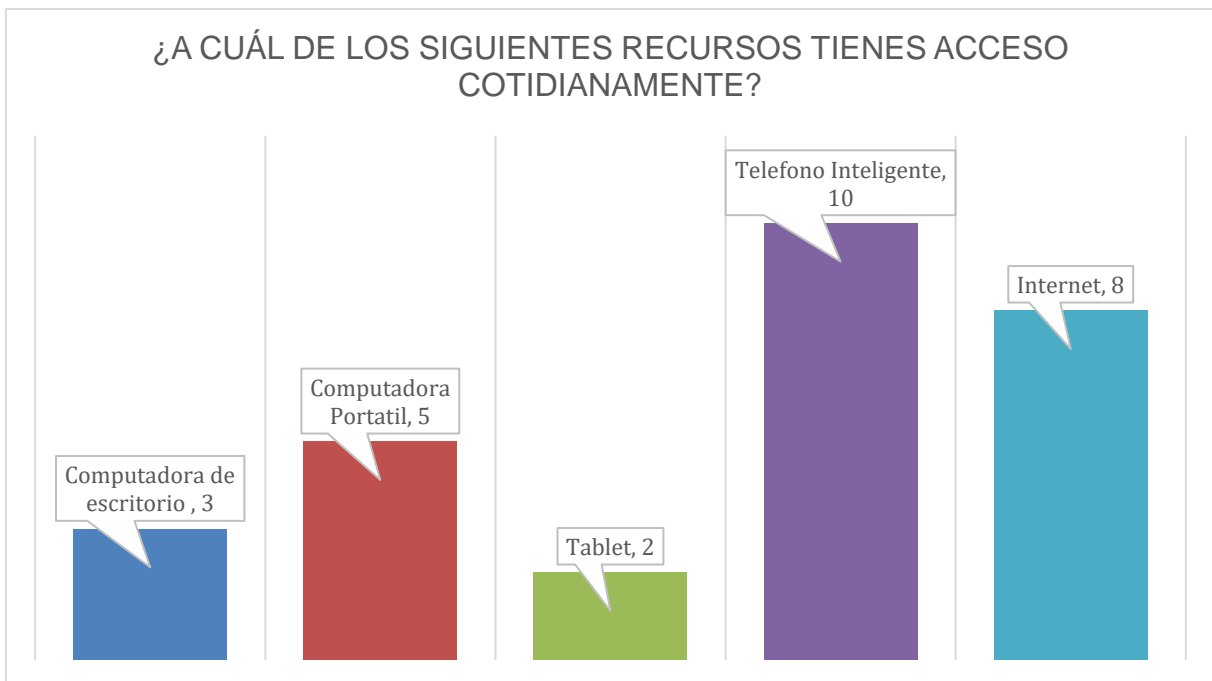
Gráfica 76



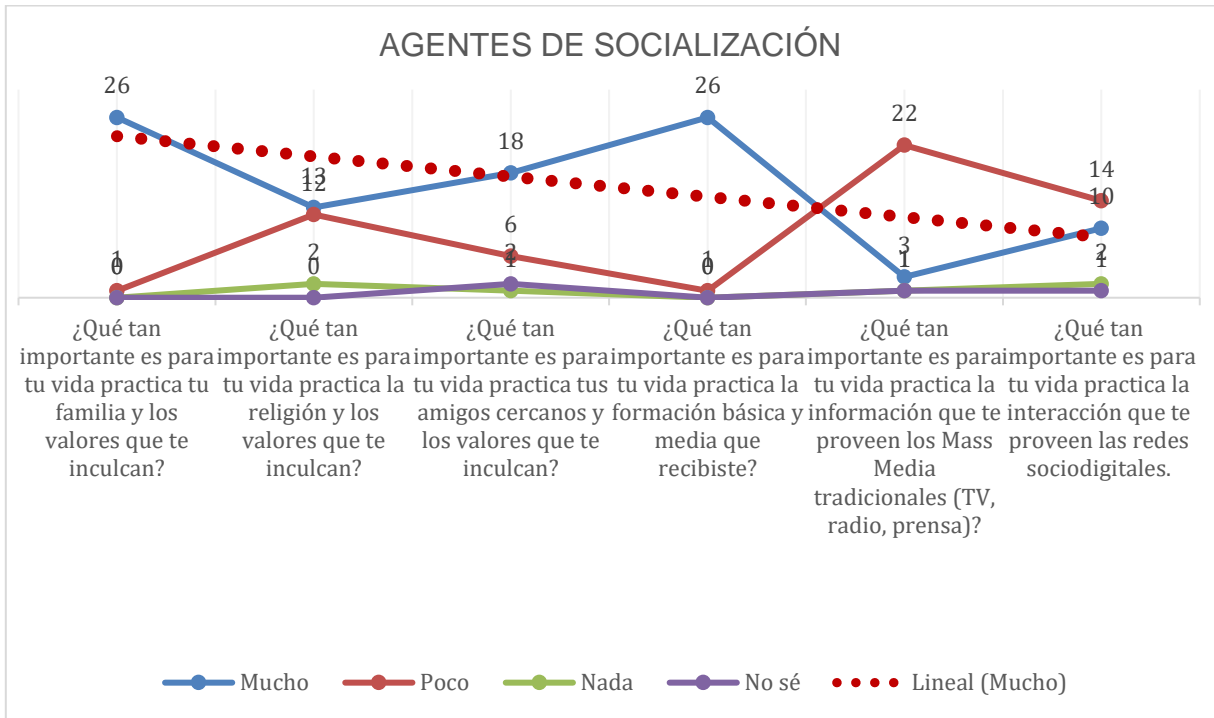
Gráfica 77



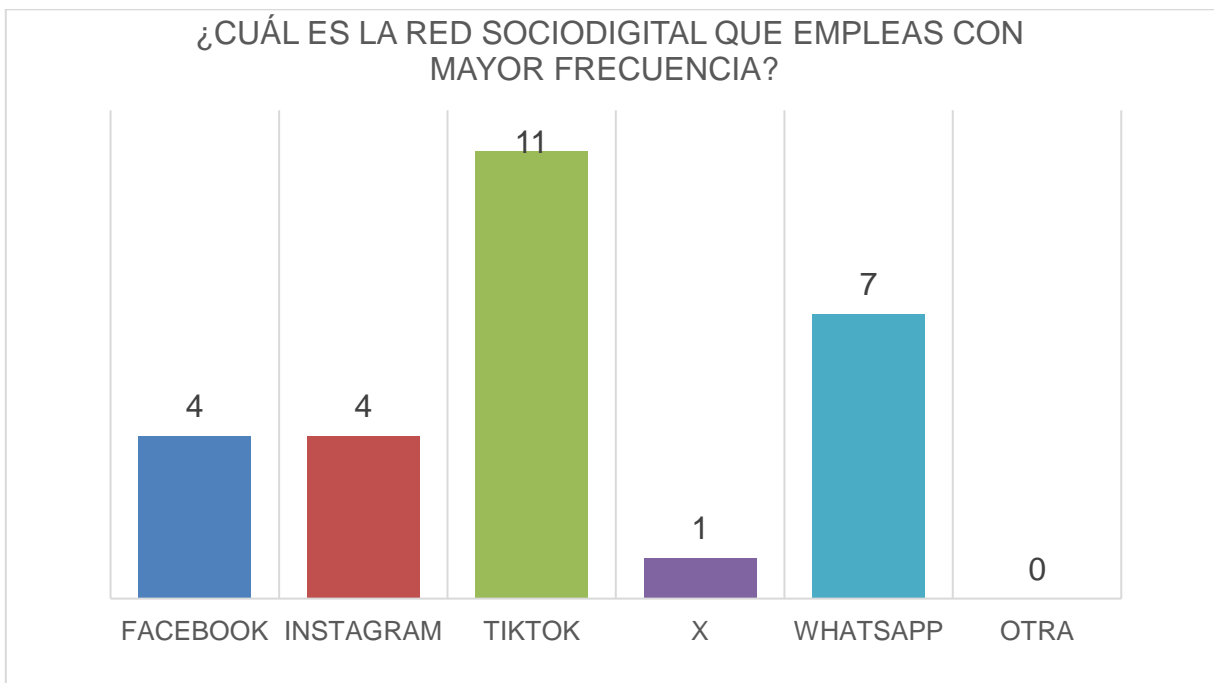
Gráfica 78



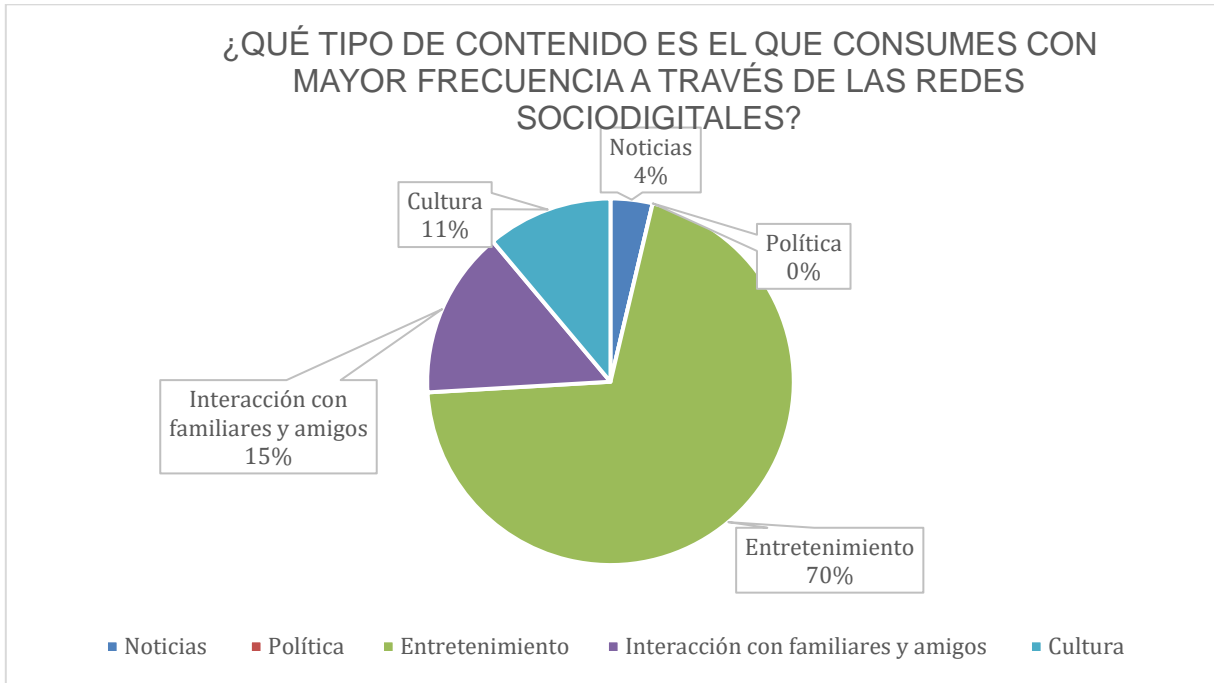
Gráfica 79



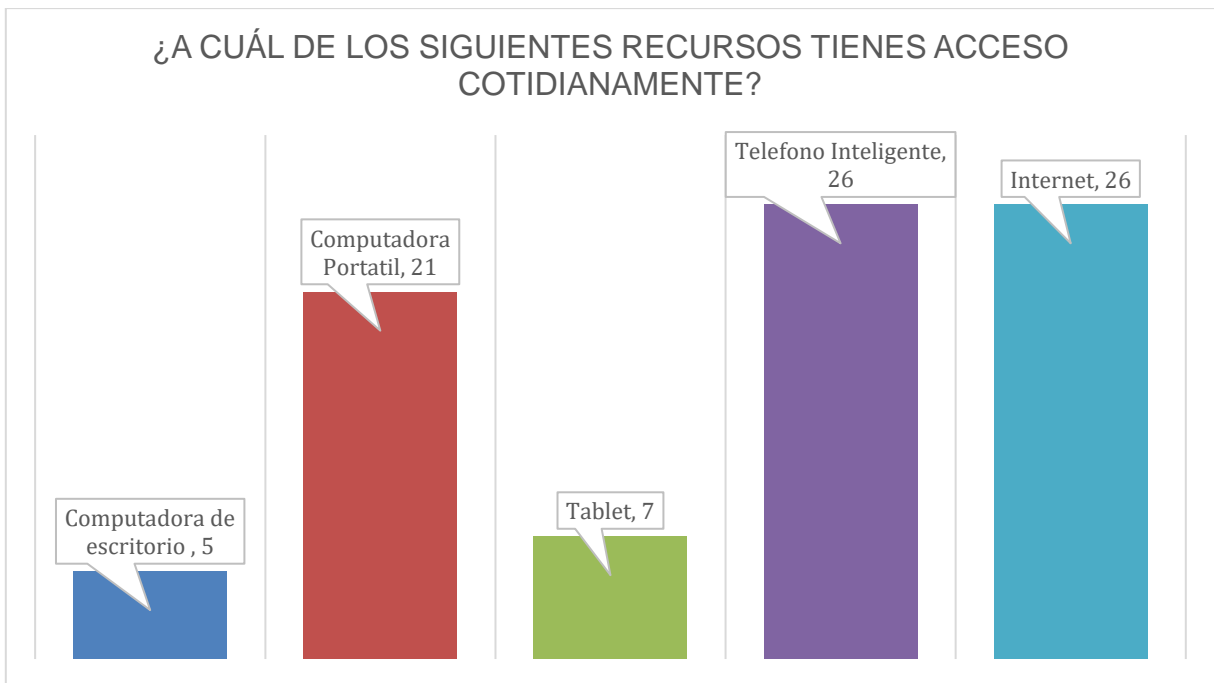
Gráfica 80



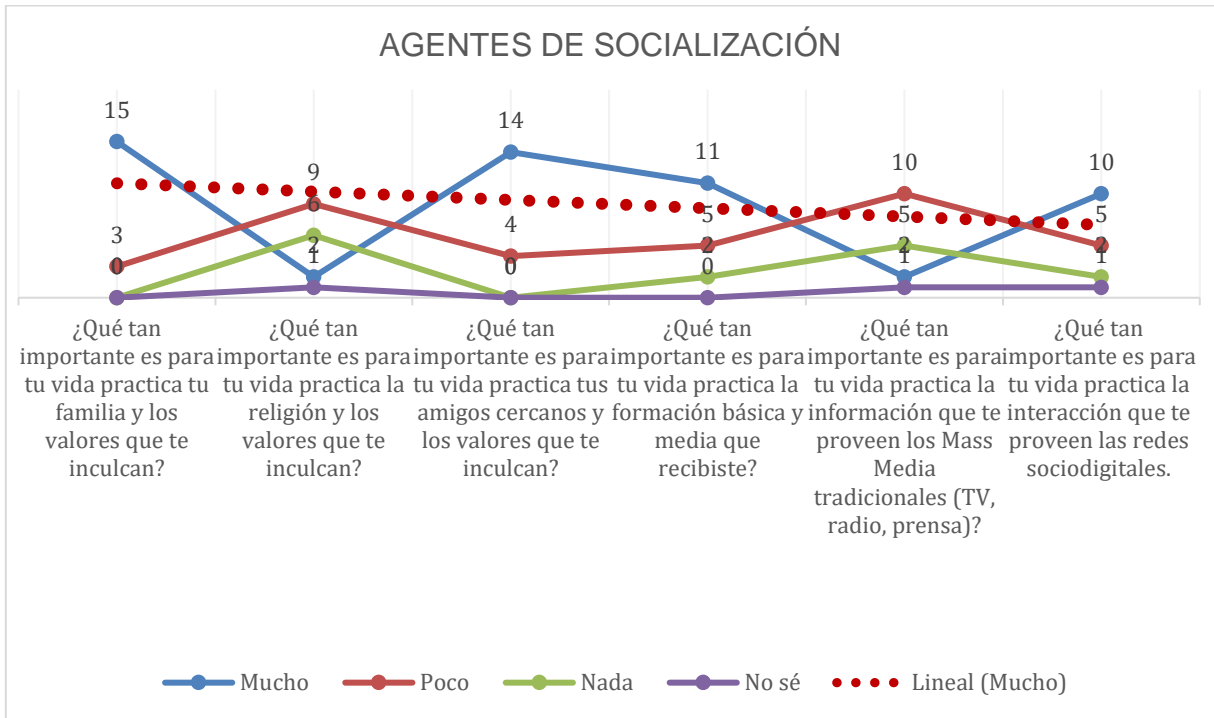
Gráfica 81



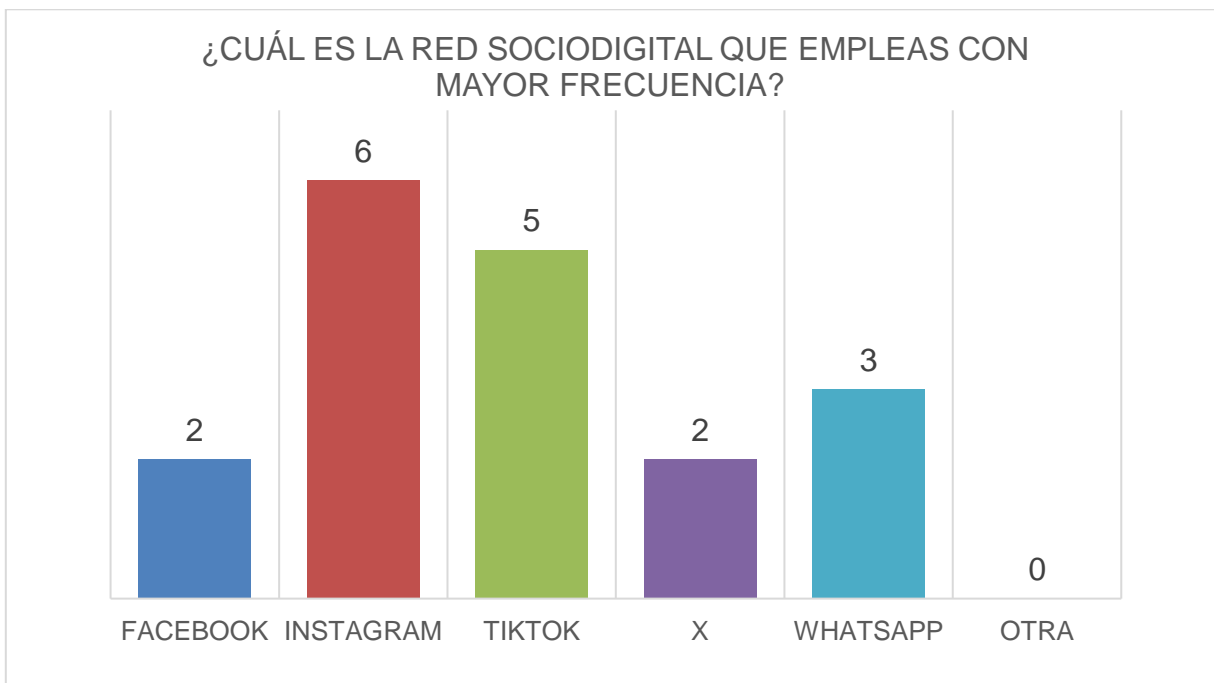
Gráfica 82



Gráfica 83



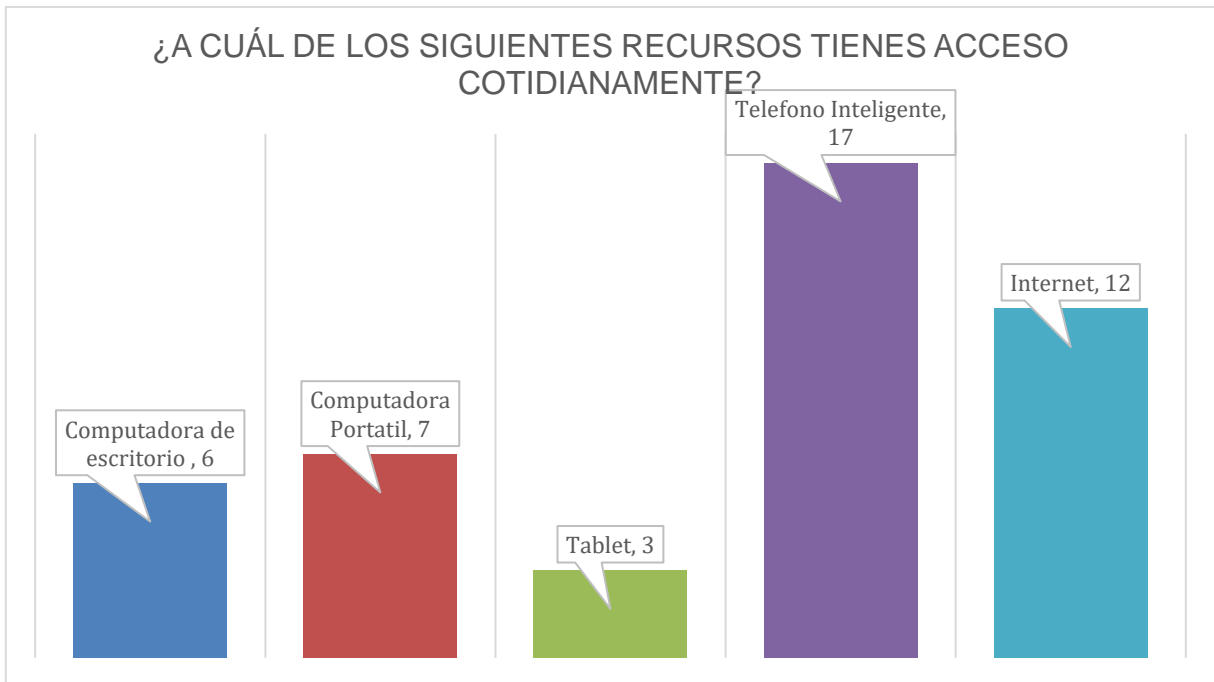
Gráfica 84



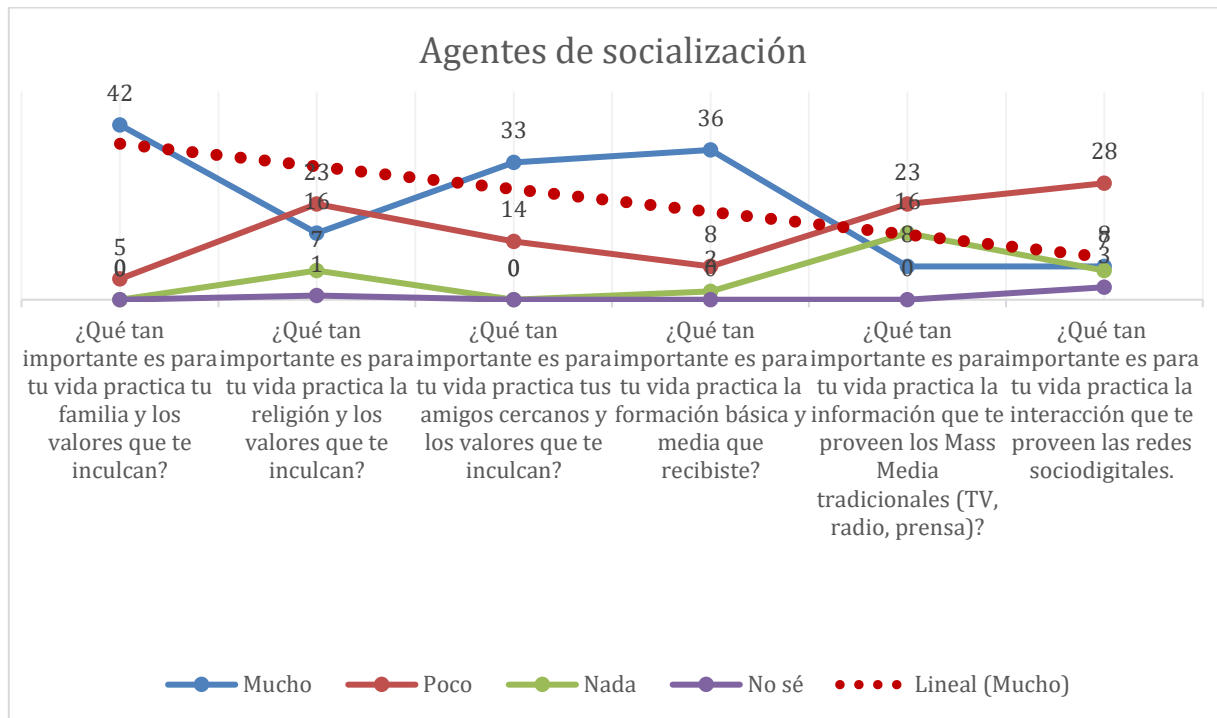
Gráfica 85



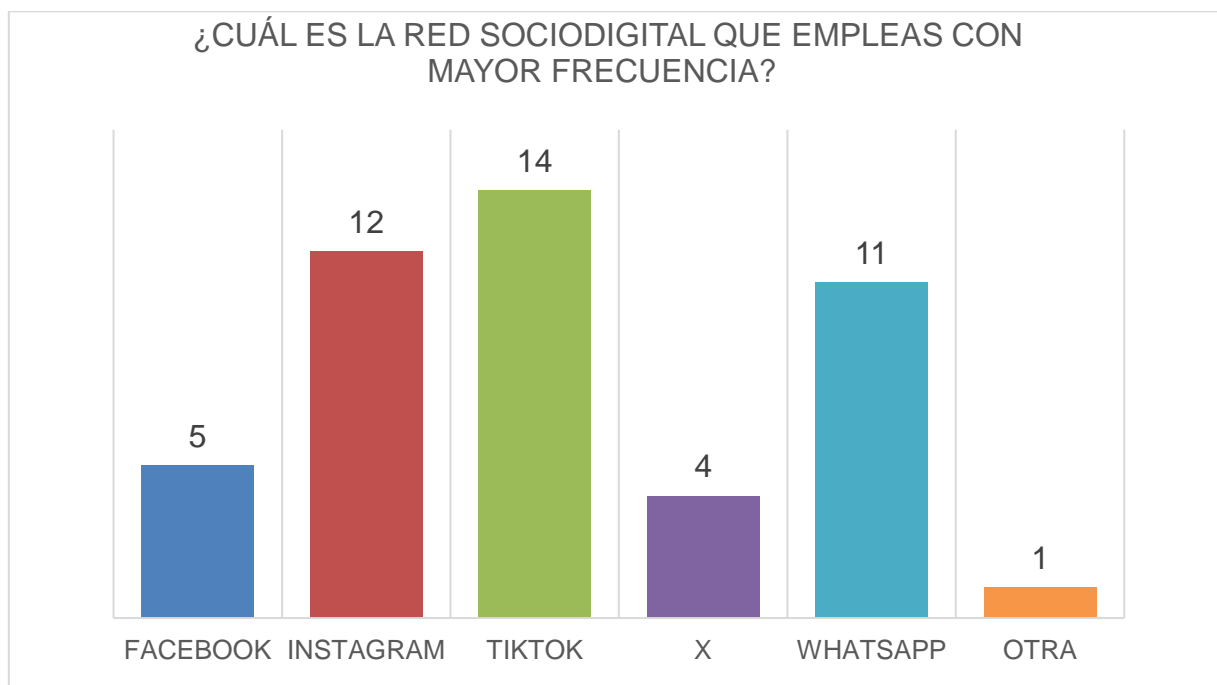
Gráfica 86



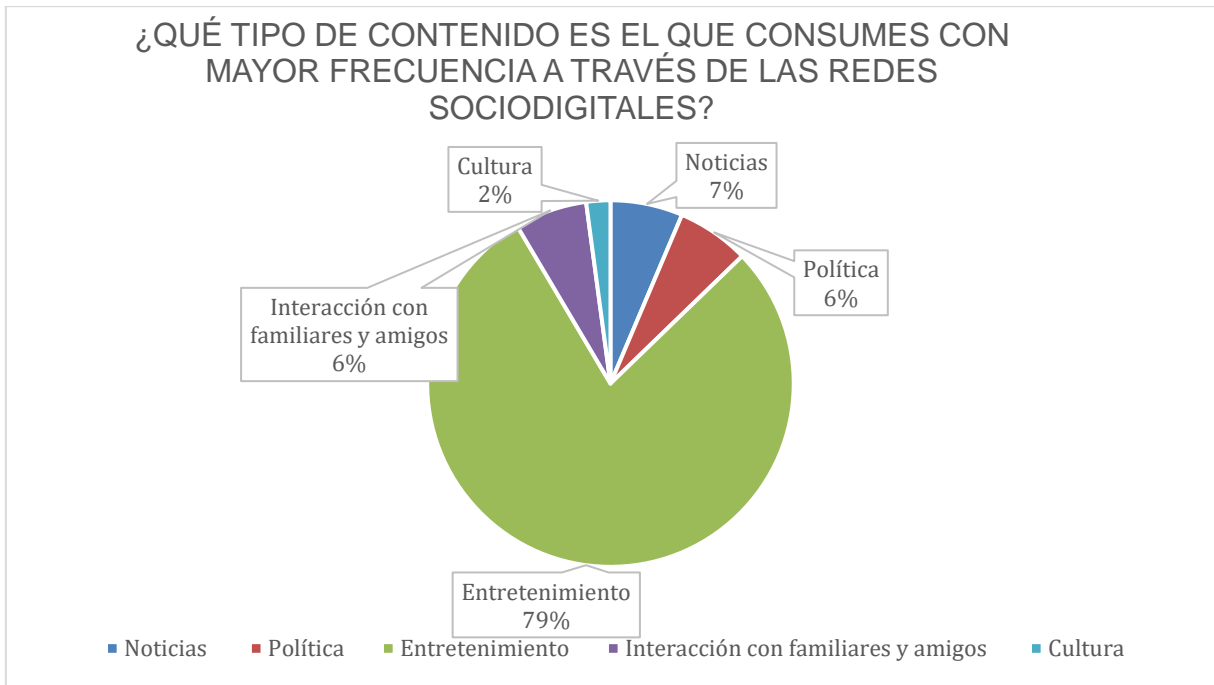
Gráfica 87



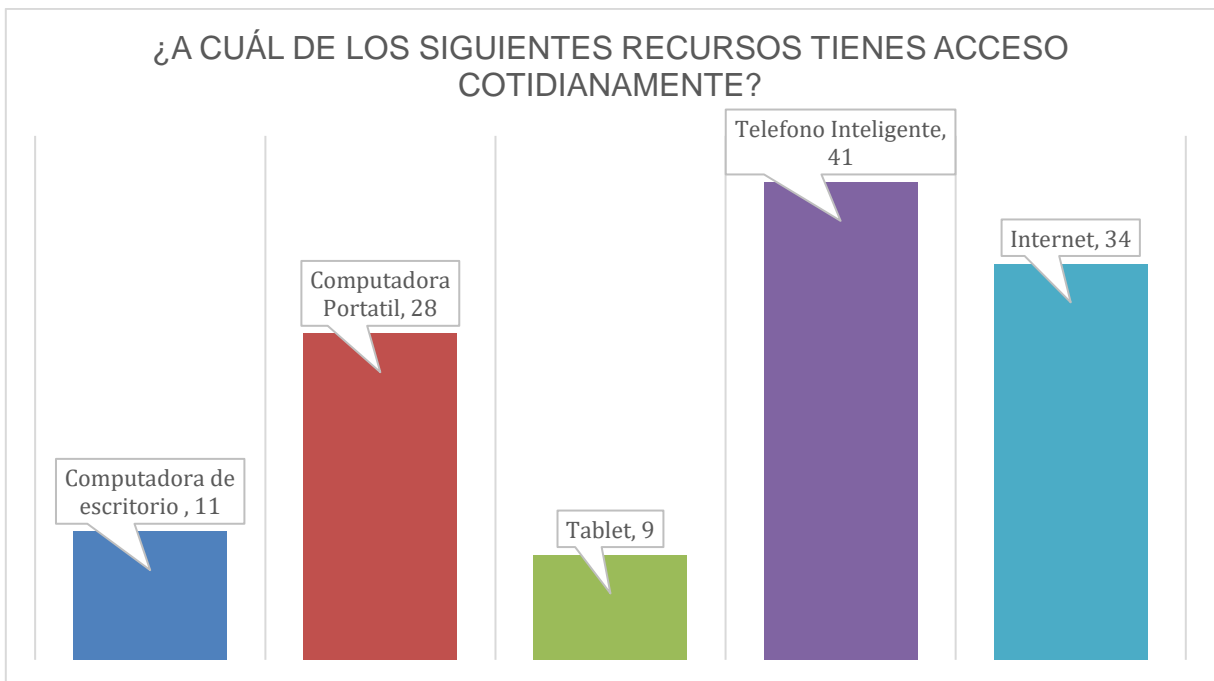
Gráfica 88



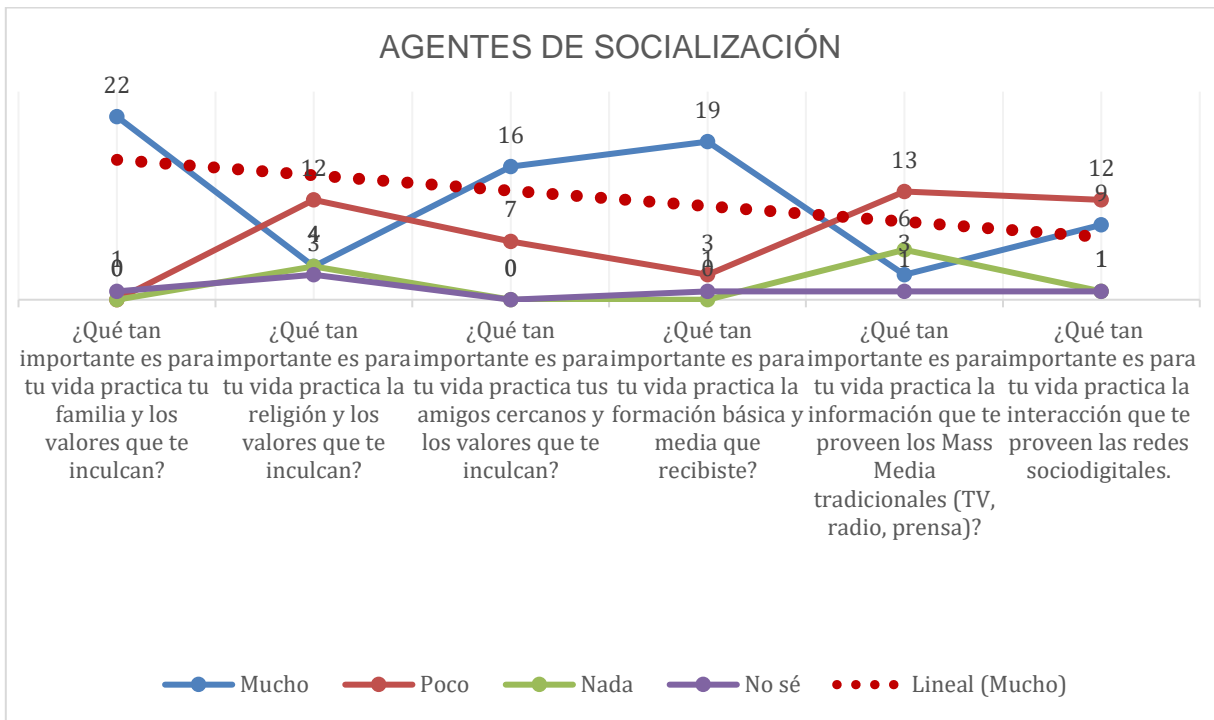
Gráfica 89



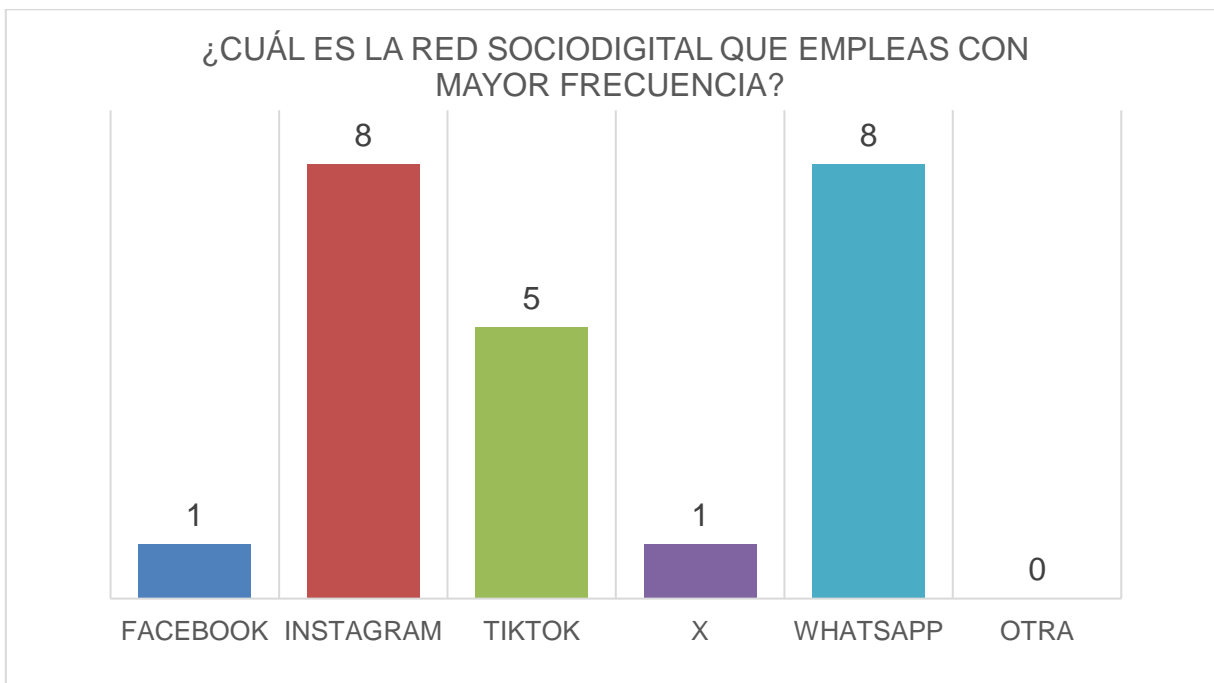
Gráfica 90



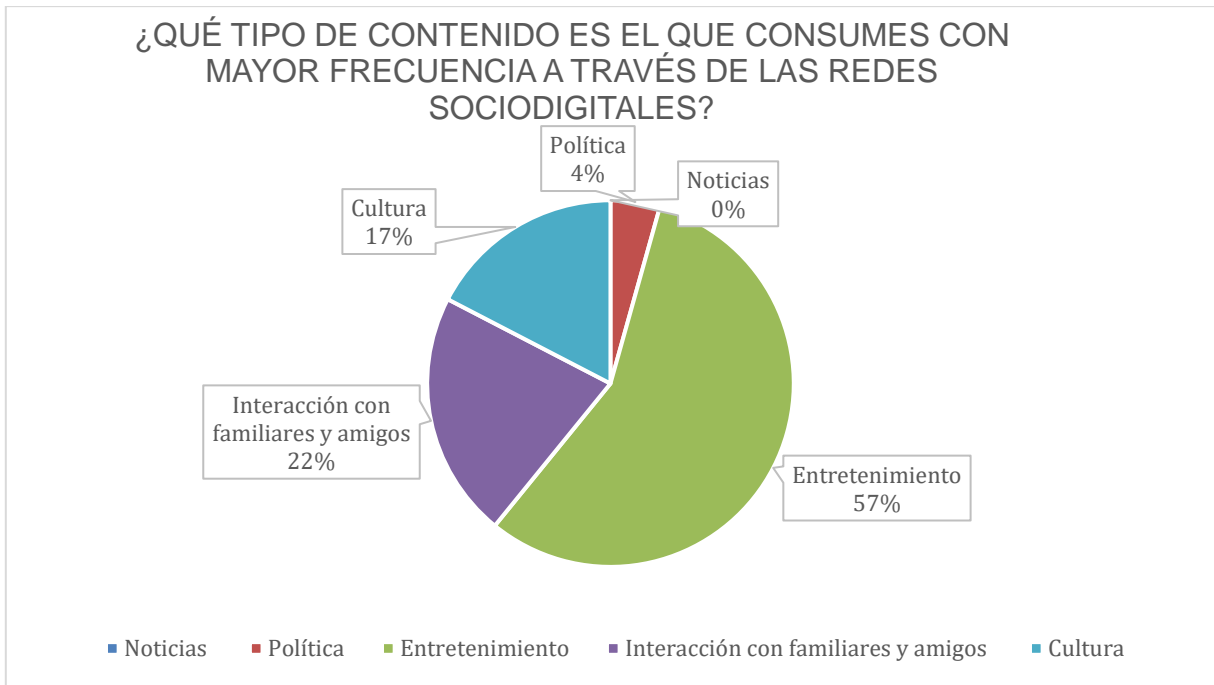
Gráfica 91



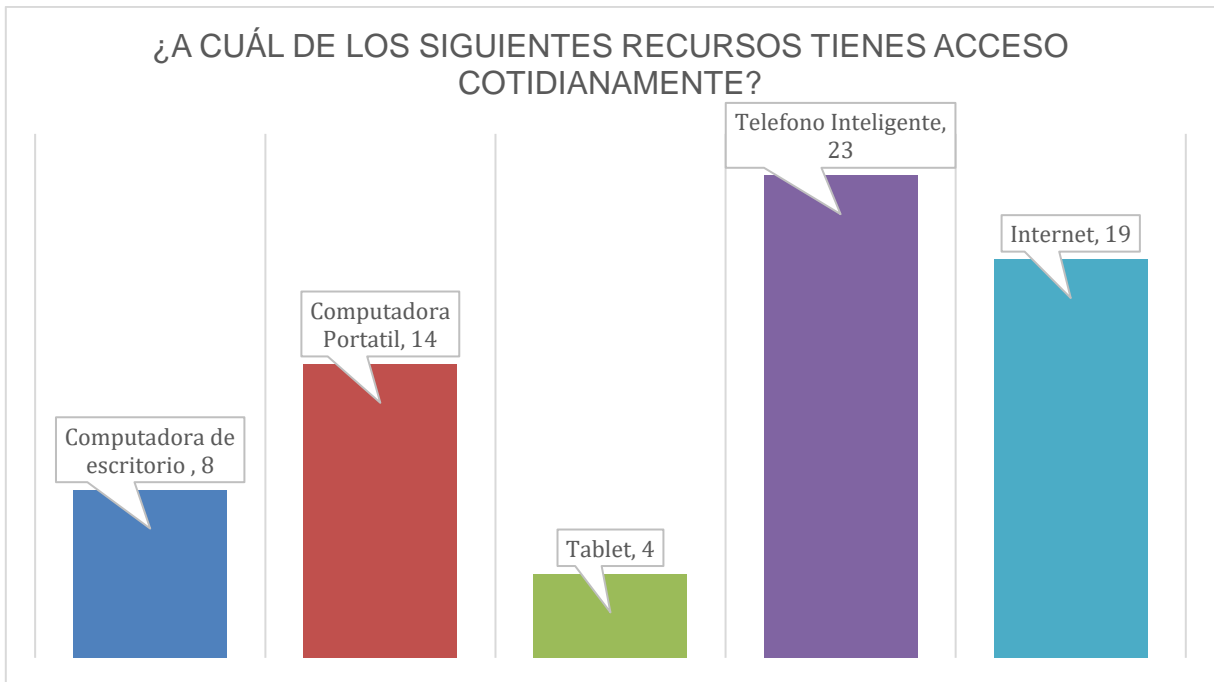
Gráfica 92



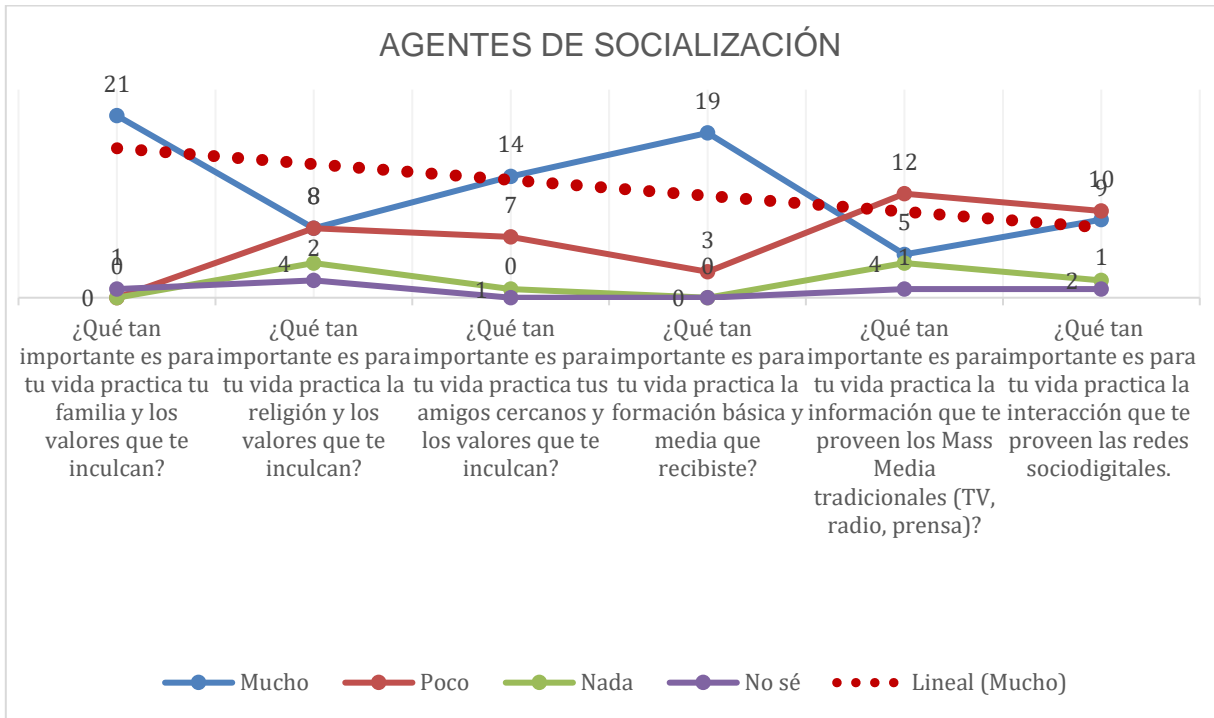
Gráfica 93



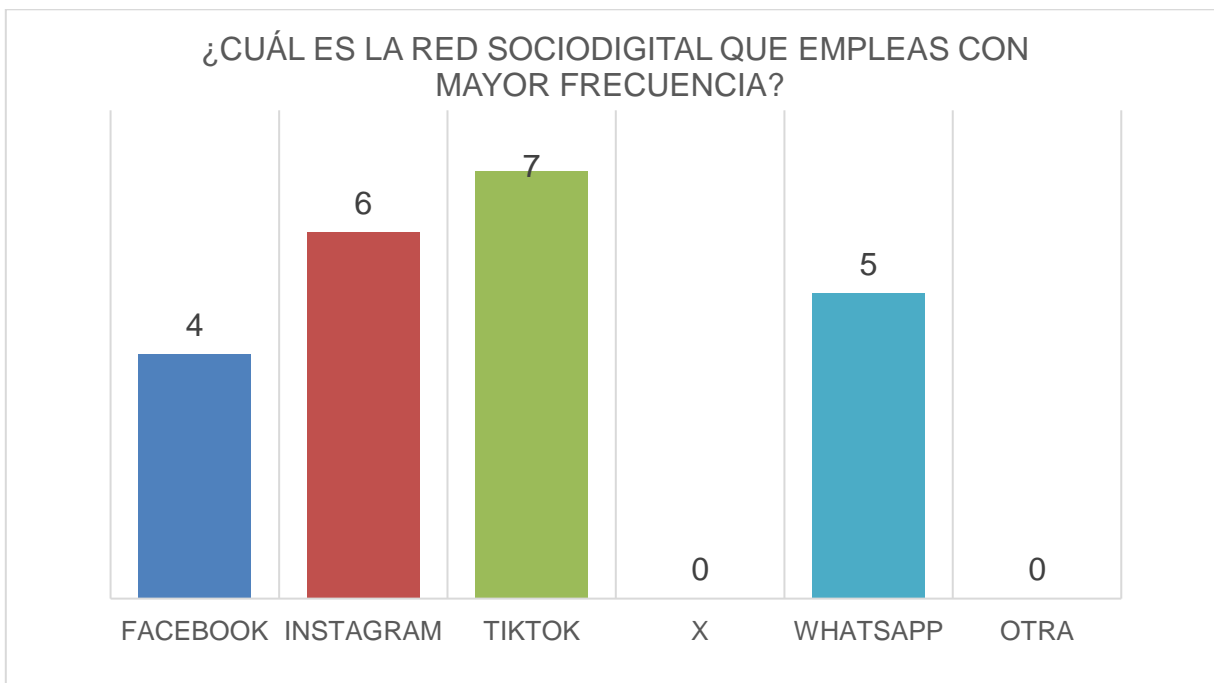
Gráfica 94



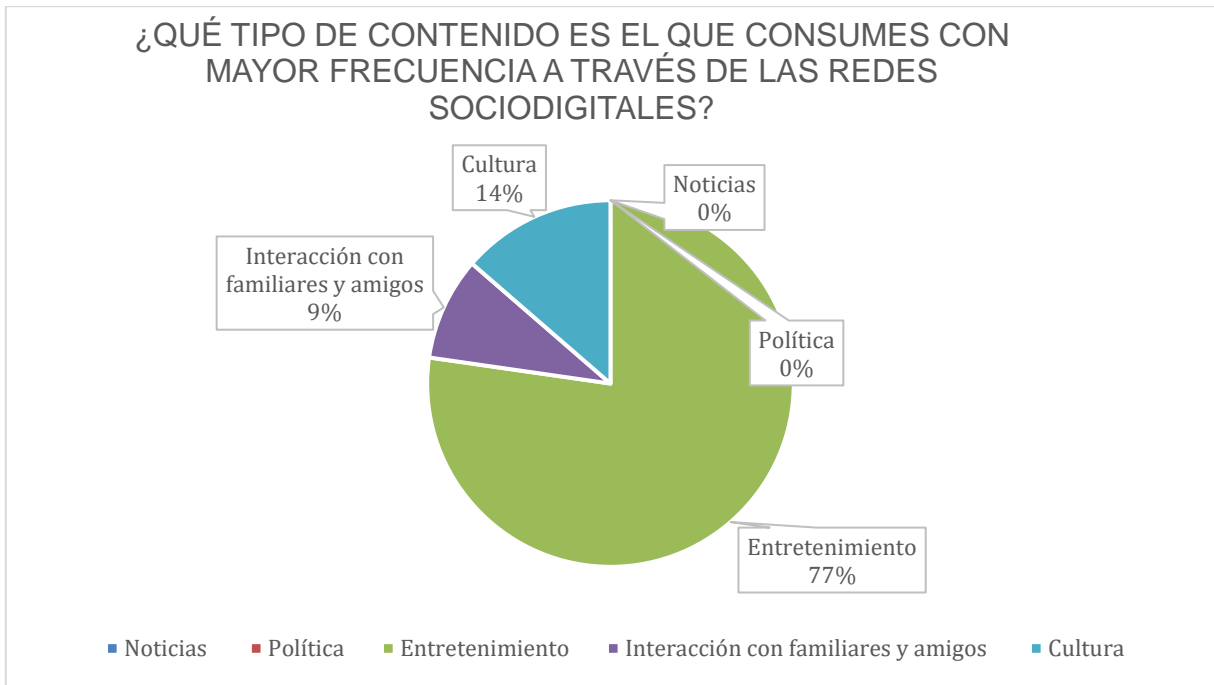
Gráfica 95



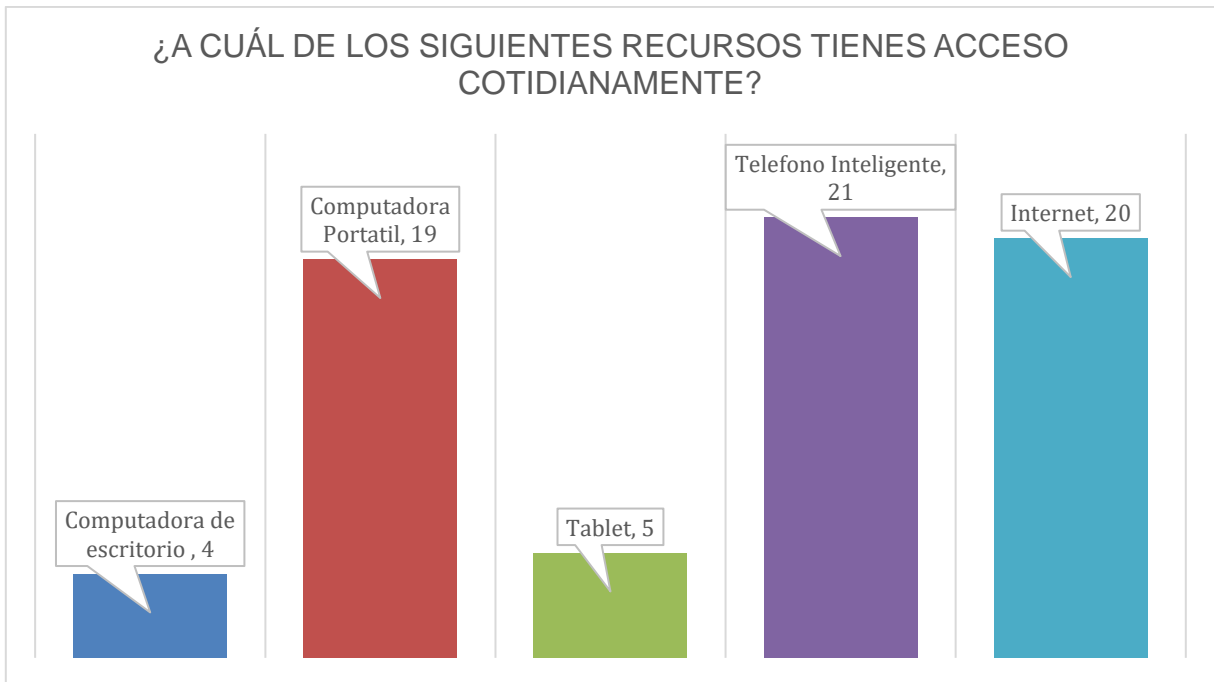
Gráfica 96



Gráfica 97

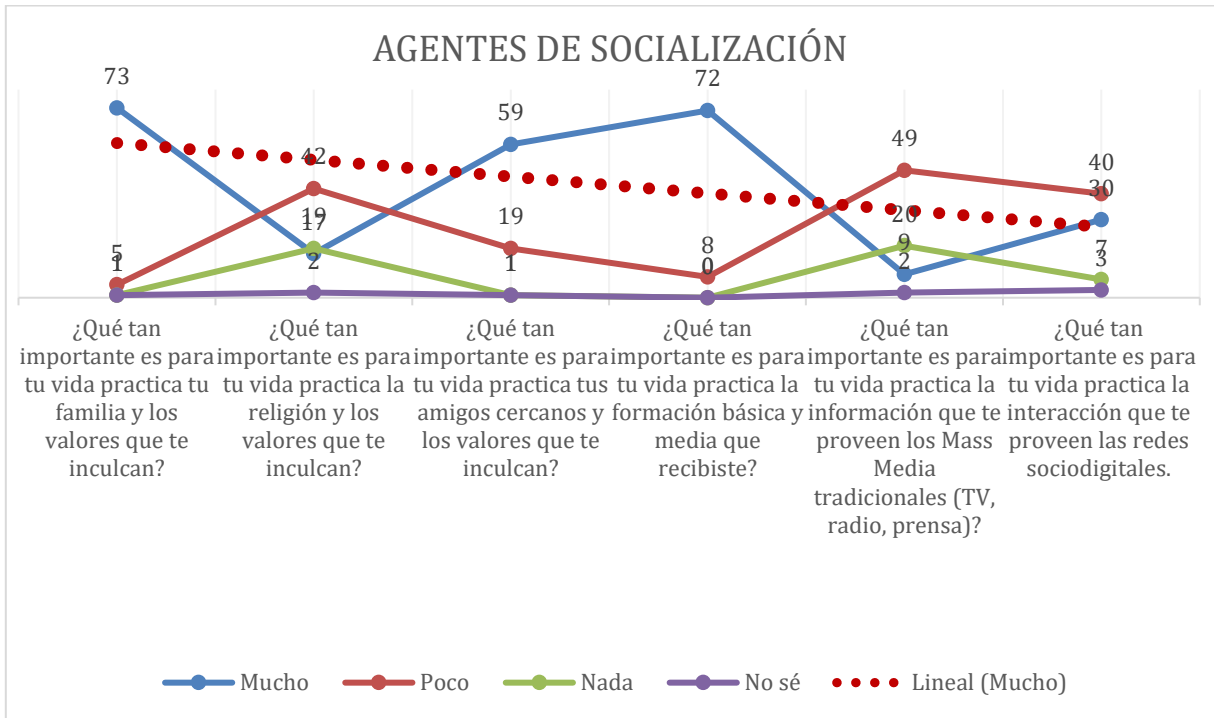


Gráfica 98

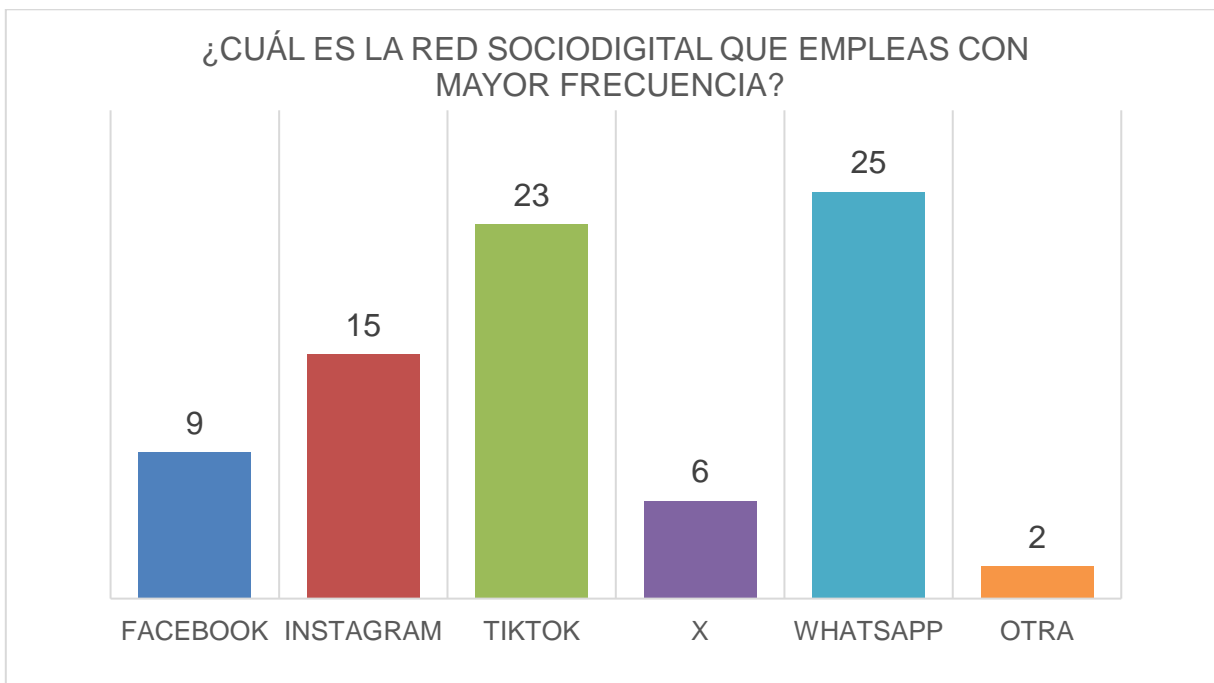


FACULTAD DE MEDICINA

Gráfica 99



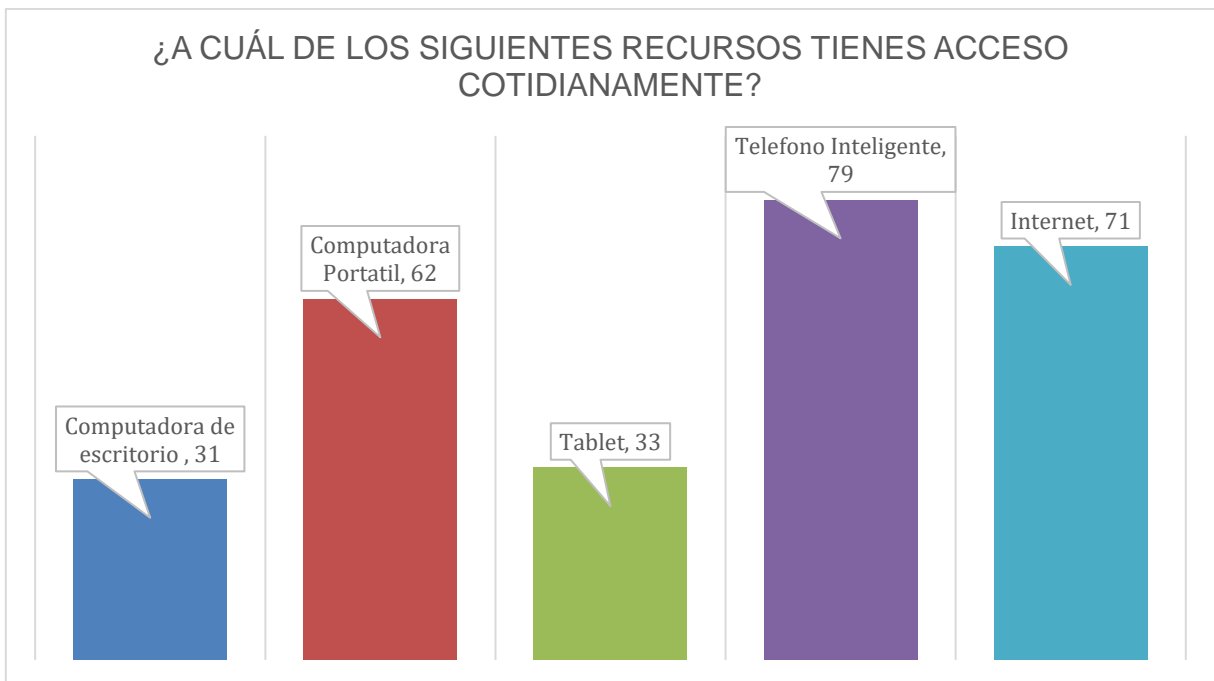
Gráfica 100



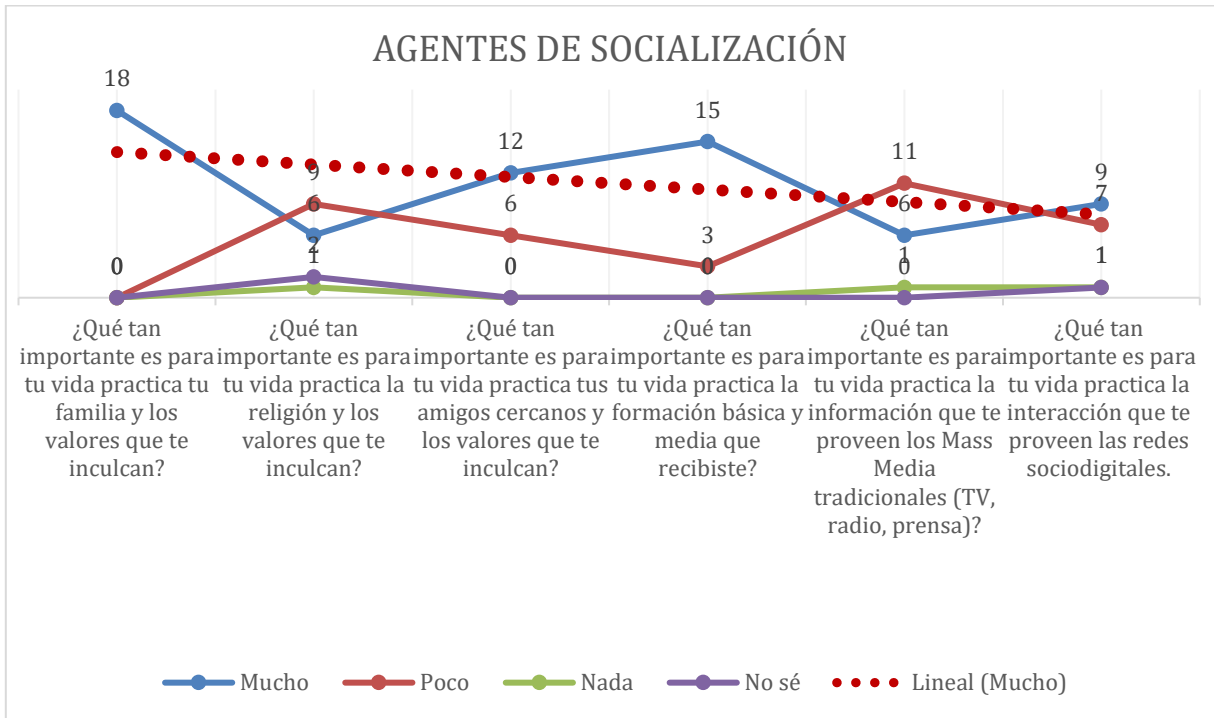
Gráfica 101



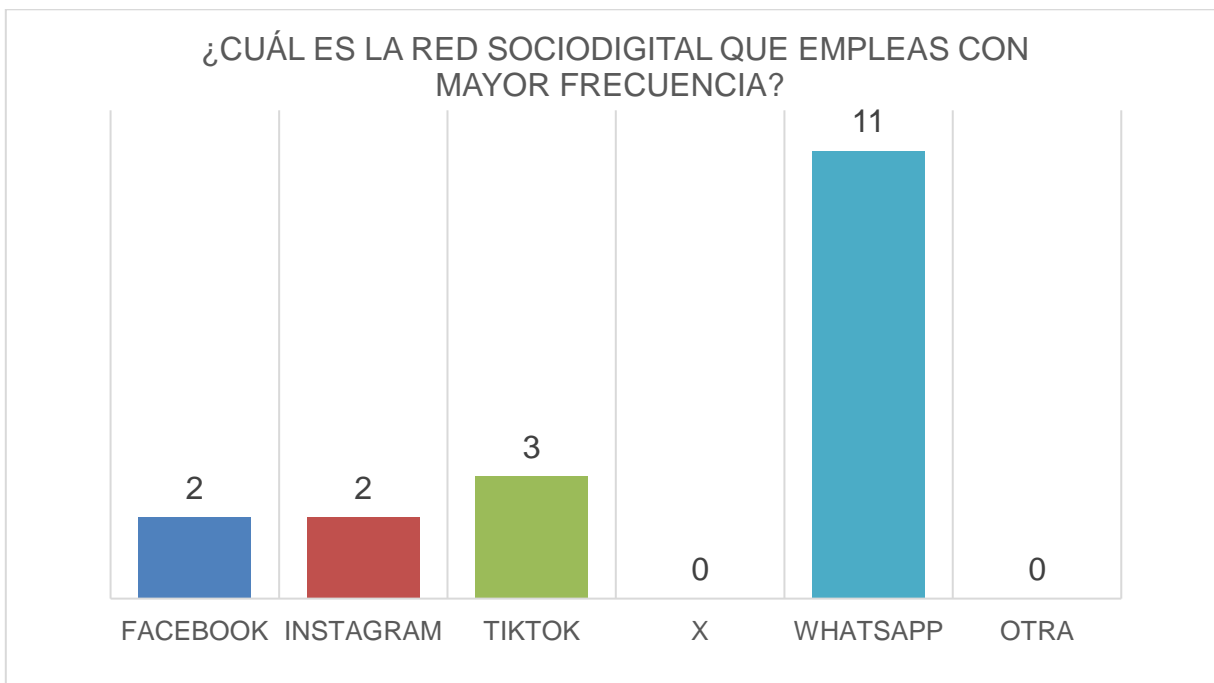
Gráfica 102



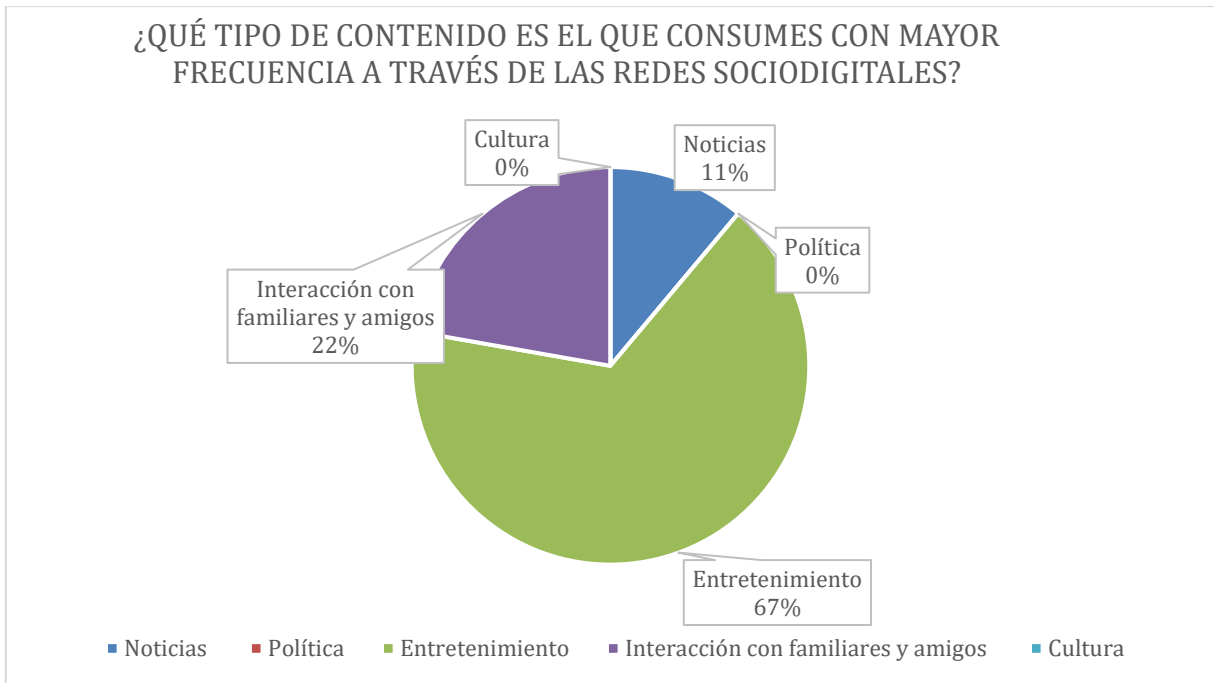
Gráfica 103



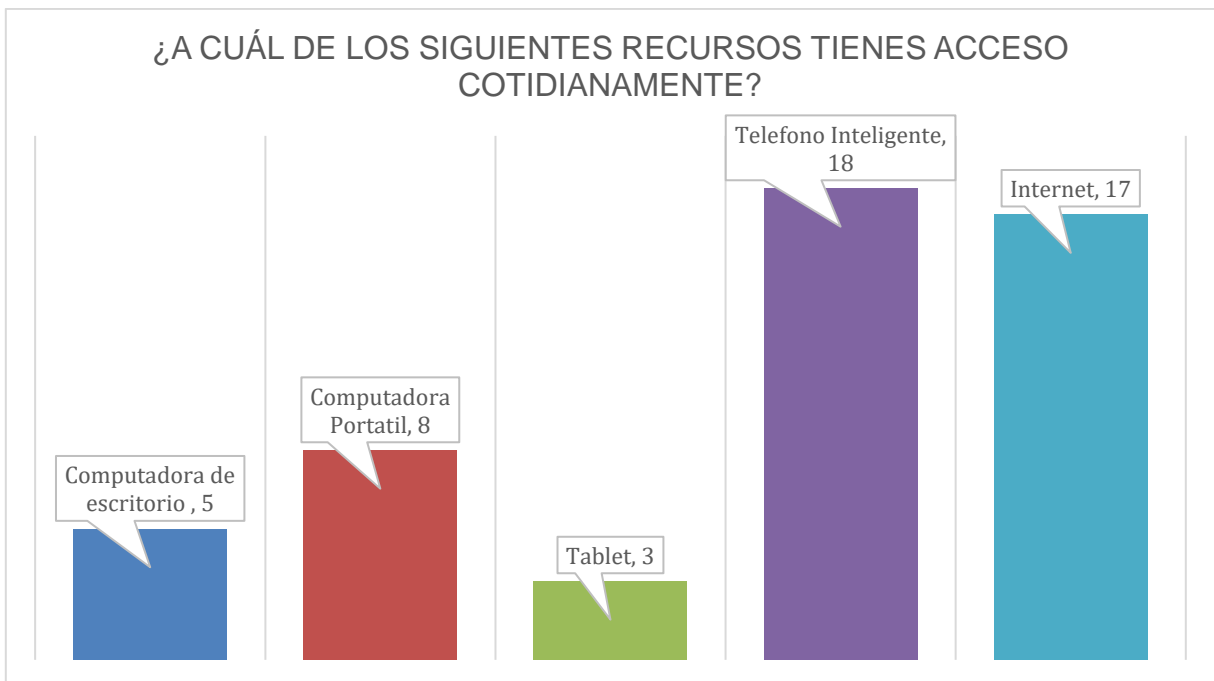
Gráfica 104



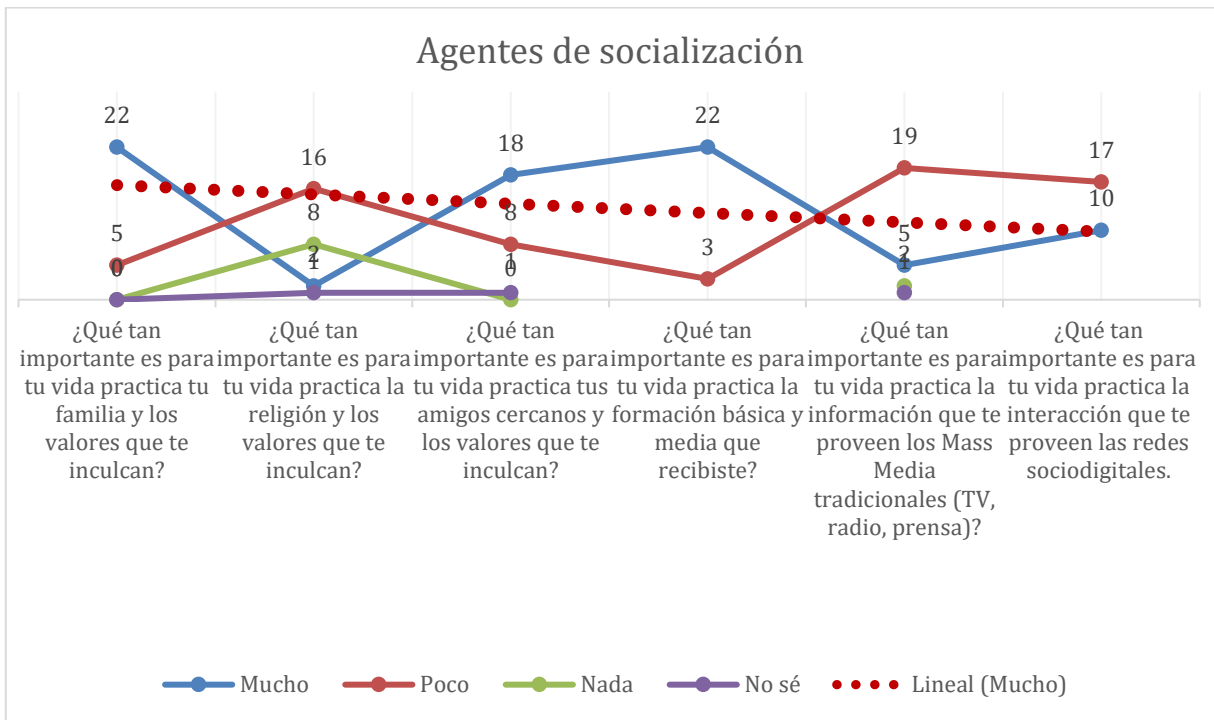
Gráfica 105



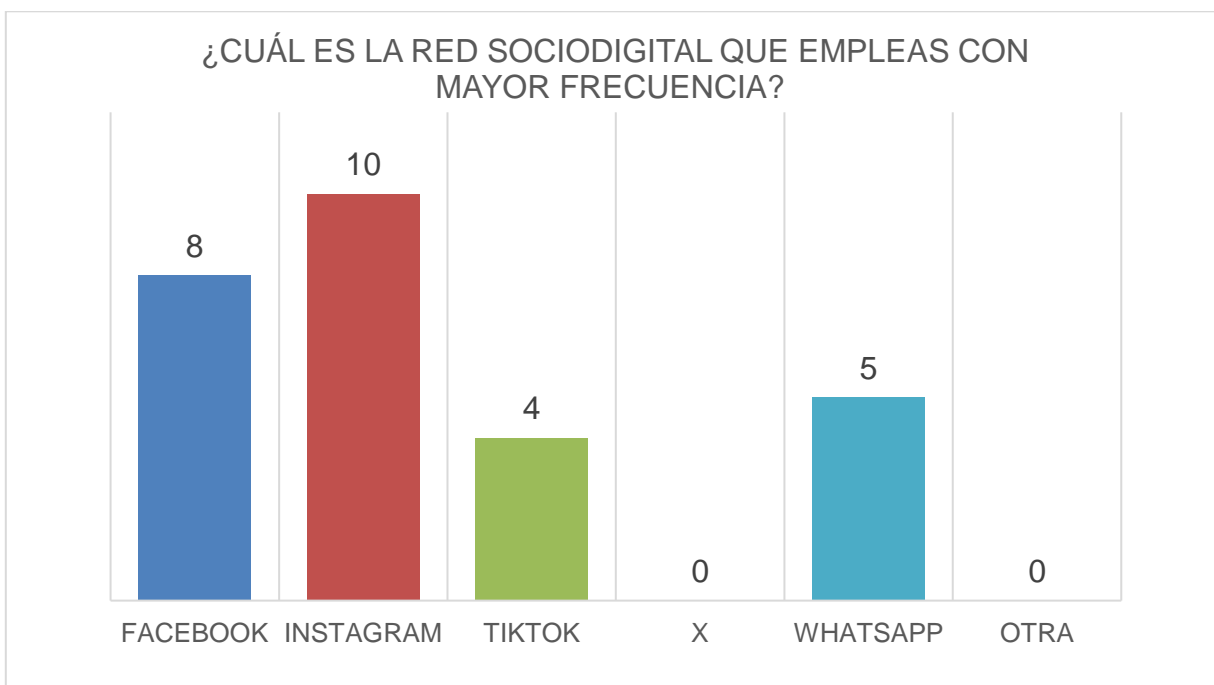
Gráfica 106



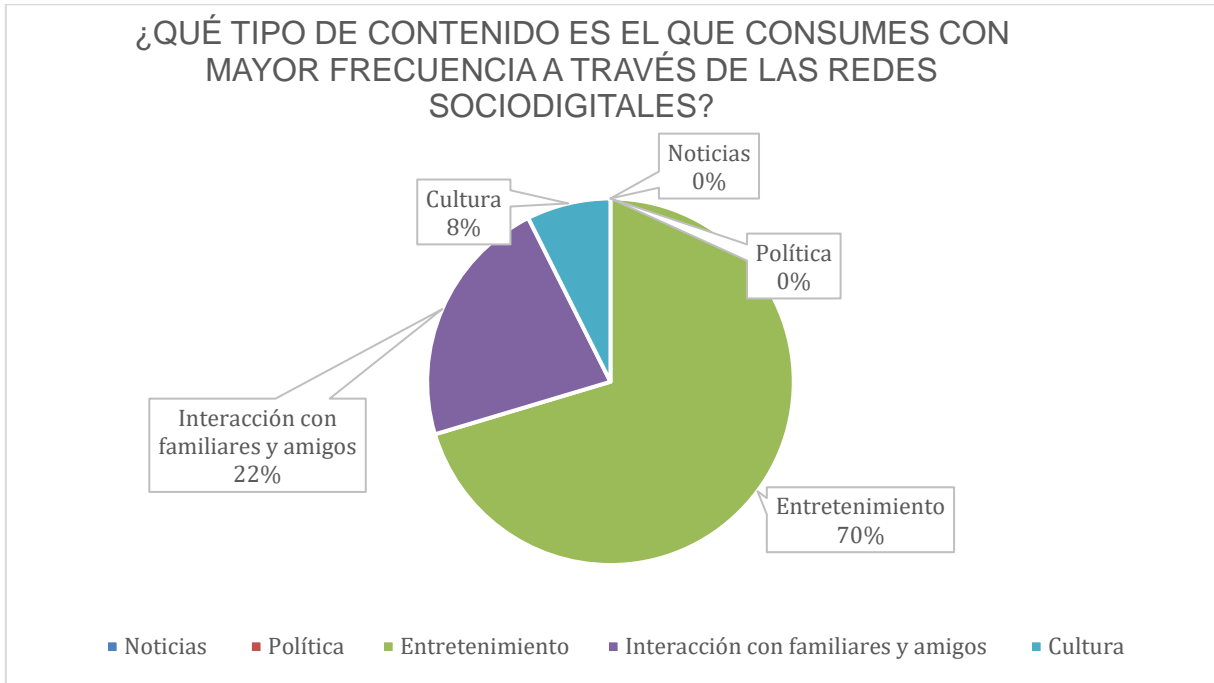
Gráfica 107



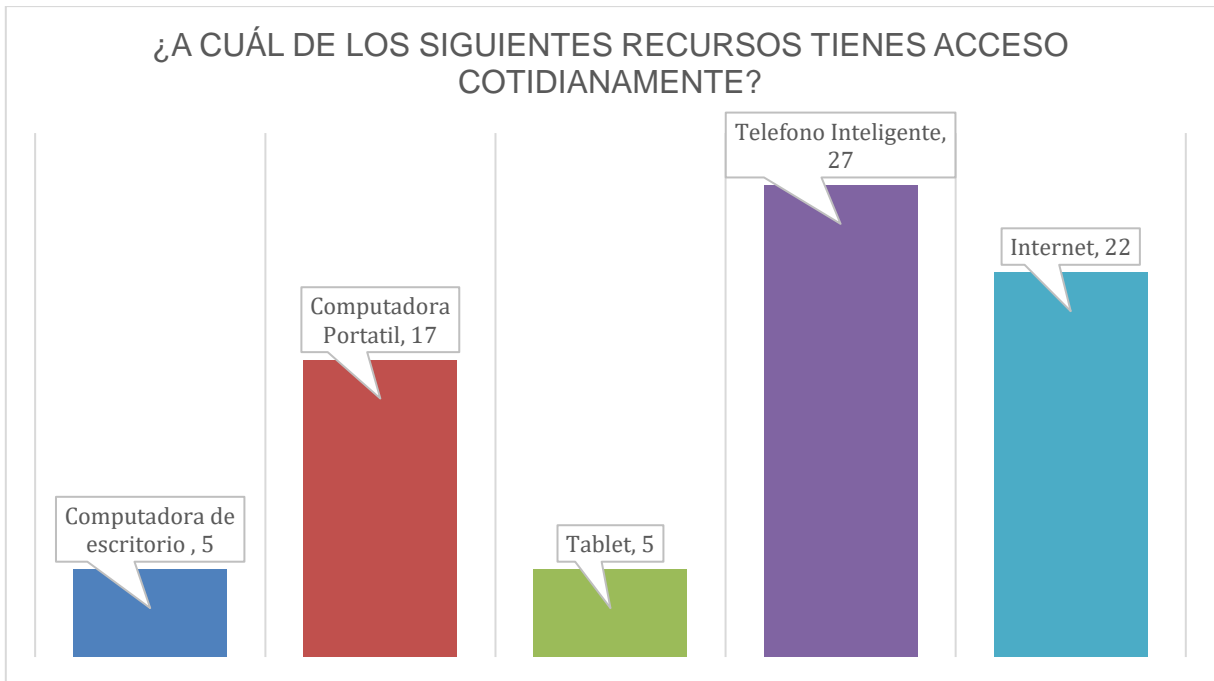
Gráfica 108



Gráfica 109

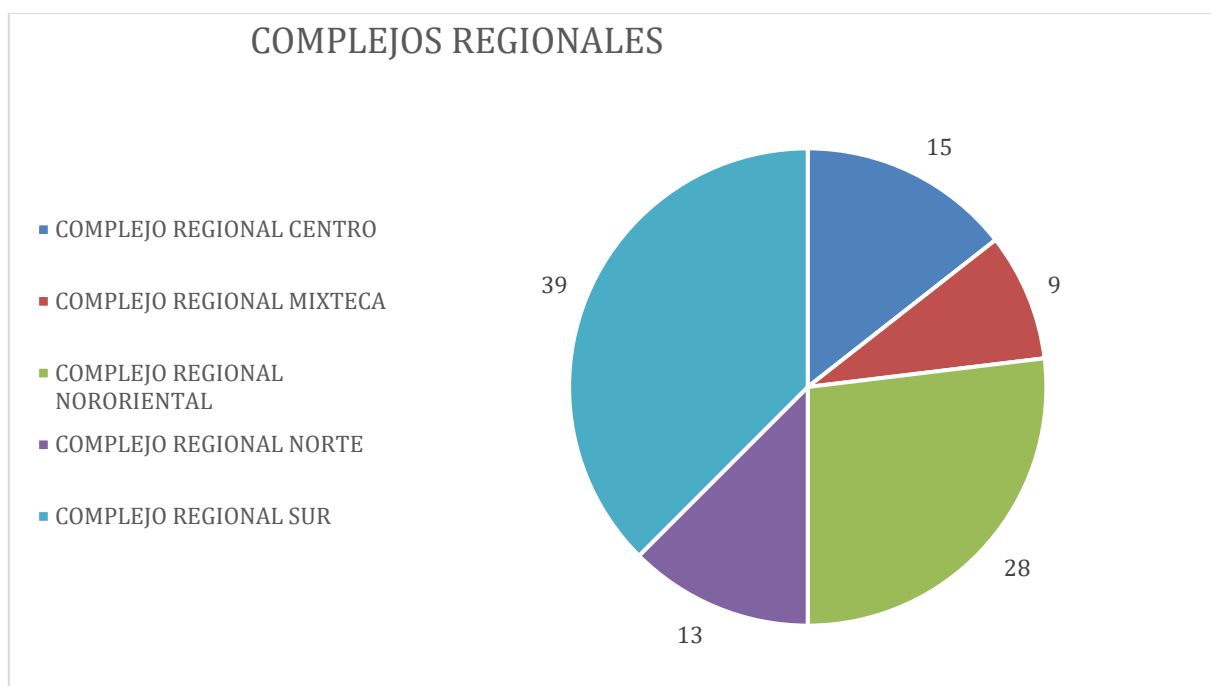


Gráfica 110



SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA COMPLEJOS REGIONALES

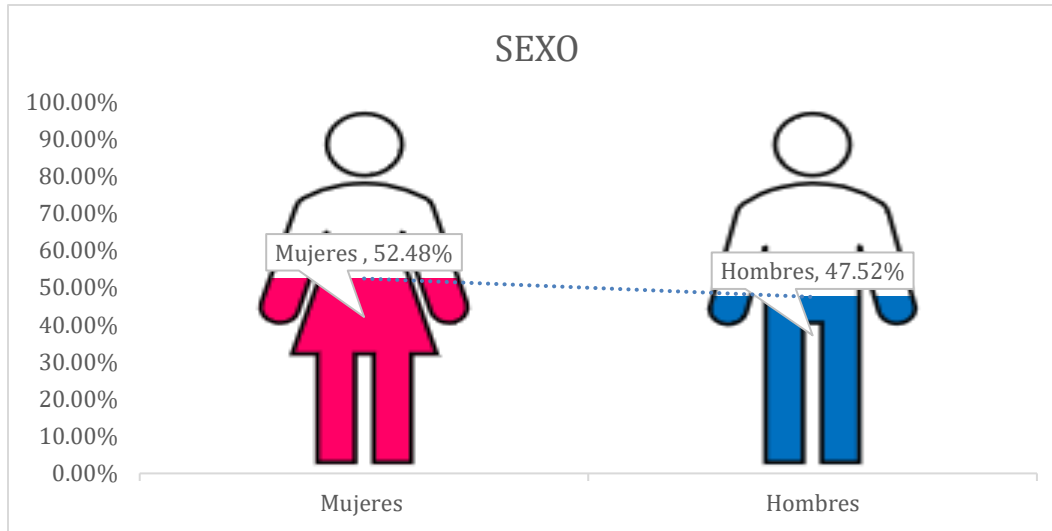
Gráfica 111



Participaron 104 jóvenes alumnos matriculados como estudiantes de licenciatura de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, pertenecientes a los cinco Complejos Regionales. Los programas educativos a los cuales pertenecen cada uno de las y los participantes fueron elegidos de manera aleatoria de acuerdo a las condiciones de cargas académicas de cada una de las unidades, las cuales pueden repercutir en el horario y días de la semana en la que acuden los estudiantes.

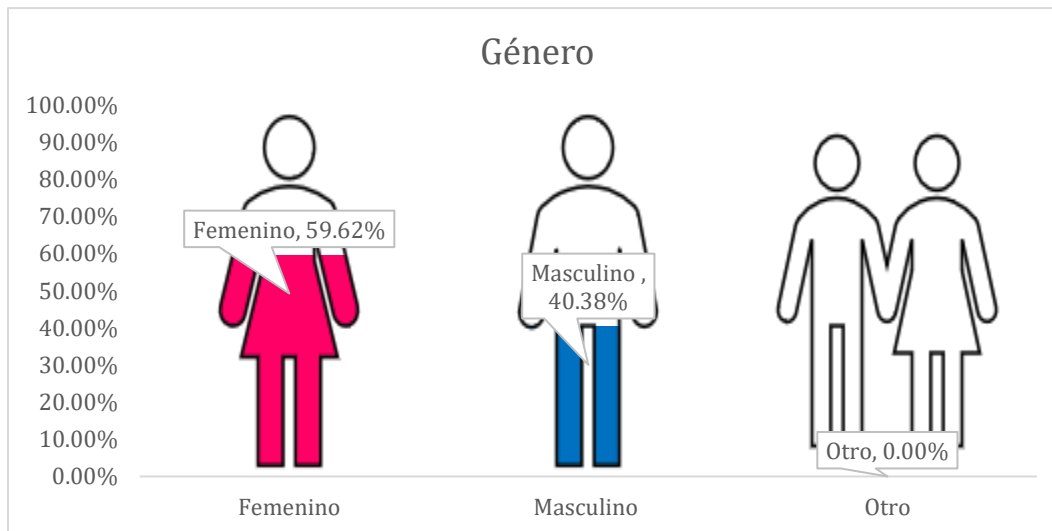
En puntos porcentuales el Complejo Regional Centro, tienen el 14.42 por ciento del total de los participantes, Complejo Regional Mixteca el 8.65 por ciento, el complejo regional nororiental el 26.92 por ciento, El complejo Regional norte el 12.50 por ciento y el Complejo Regional Sur el 37.5 por ciento

Gráfica 112



La gráfica muestra el porcentaje de participantes de acuerdo al sexo. De los 104 jóvenes alumnos participantes, 62 son mujeres y 42 hombres

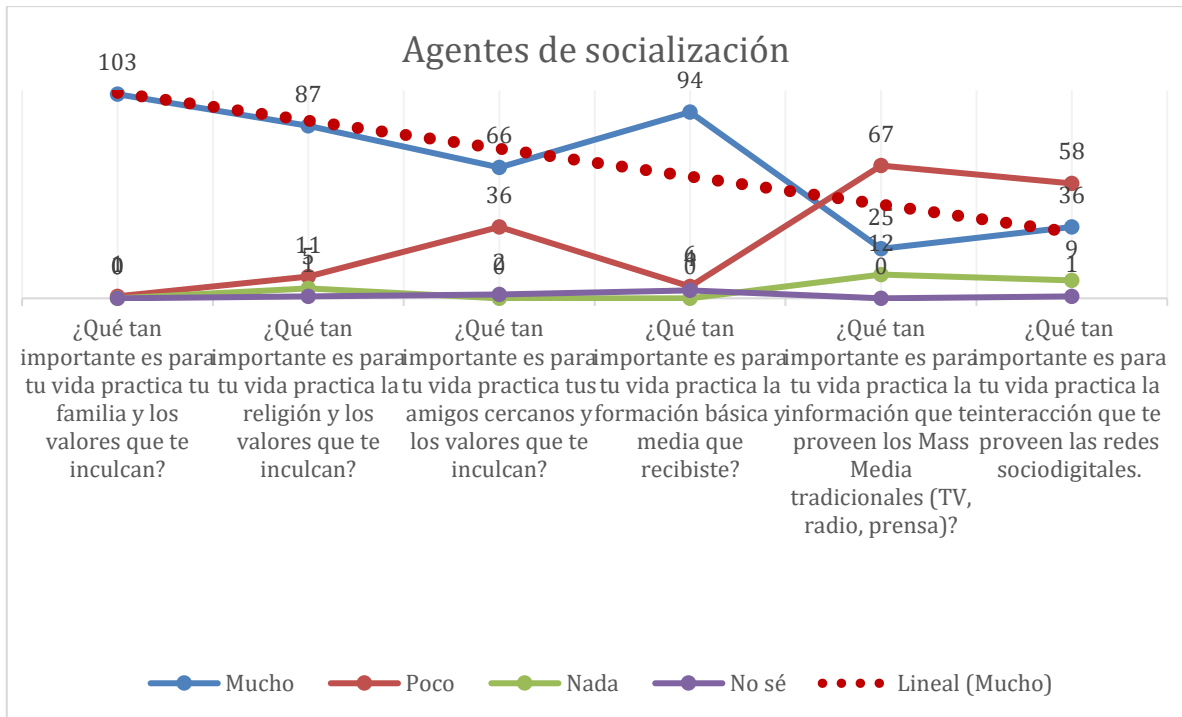
Gráfica 113



La gráfica muestra el porcentaje de participantes de acuerdo al género, visibilizando la diversidad e inclusión para el libre desarrollo.

De los 104 jóvenes alumnos participantes, 62 son de género femenino y 42 masculino ninguno se identifican con algún otro género .

Gráfica 114



En la pregunta “¿Qué tan importante es para tu vida practica tu familia y los valores que te inculcan?” 99.04 por ciento de los participantes menciona “Mucho”, 0.96 por ciento “Poco”, 0 por ciento “Nada” y 0 por ciento “No sé”. dentro de la escala establecida

En la pregunta ¿Qué tan importante es para tu vida practica la religión y los valores que te inculcan?” 83.65por ciento de los participantes menciona “Mucho”, 10.58 por ciento “Poco”, 4.81 por ciento “Nada” y 0.96 por ciento “No sé”, dentro de la escala establecida.

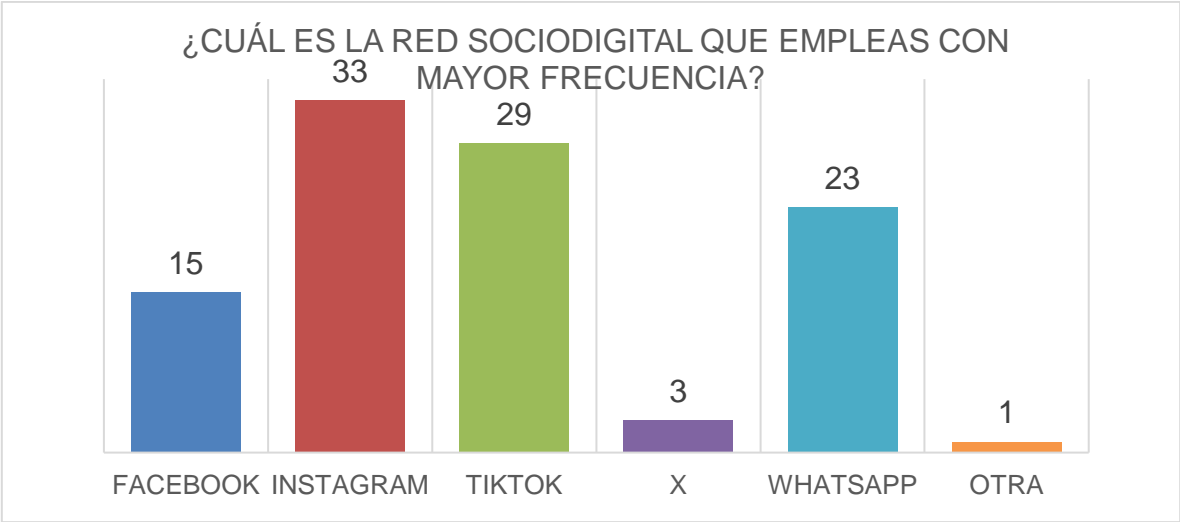
En la pregunta “¿Qué tan importante es para tu vida practica tus amigos cercanos y los valores que te inculcan?” 63.46 por ciento de los participantes menciona “Mucho”, 34.29 por ciento “Poco”, 0 por ciento “Nada” y 1.87 por ciento “No sé”, dentro de la escala establecida

En la pregunta “¿Qué tan importante es para tu vida practica la formación básica y media que recibiste?” 90.38 por ciento de los participantes menciona “Mucho”, 5.77 por ciento “Poco”, 0 por ciento “Nada” y 3.85 por ciento “no sé” dentro de la escala establecida.

En la pregunta “¿Qué tan importante es para tu vida practica la información que te proveen los Mass Media tradicionales (TV, radio, prensa)?” 24.04por ciento de los participantes menciona “Mucho”, 64.42 por ciento “Poco”, 11.54 por ciento “Nada” y 0 por ciento “no sé” dentro de la escala establecida.

En la pregunta “¿Qué tan importante es para tu vida practica la interacción que te proveen las redes sociodigitales?” 34.62 por ciento de los participantes menciona “Mucho”, 55.77 por ciento “Poco”, 8.65 por ciento “Nada” y 0.96 por ciento “no sé” dentro de la escala establecida.

Gráfica 115



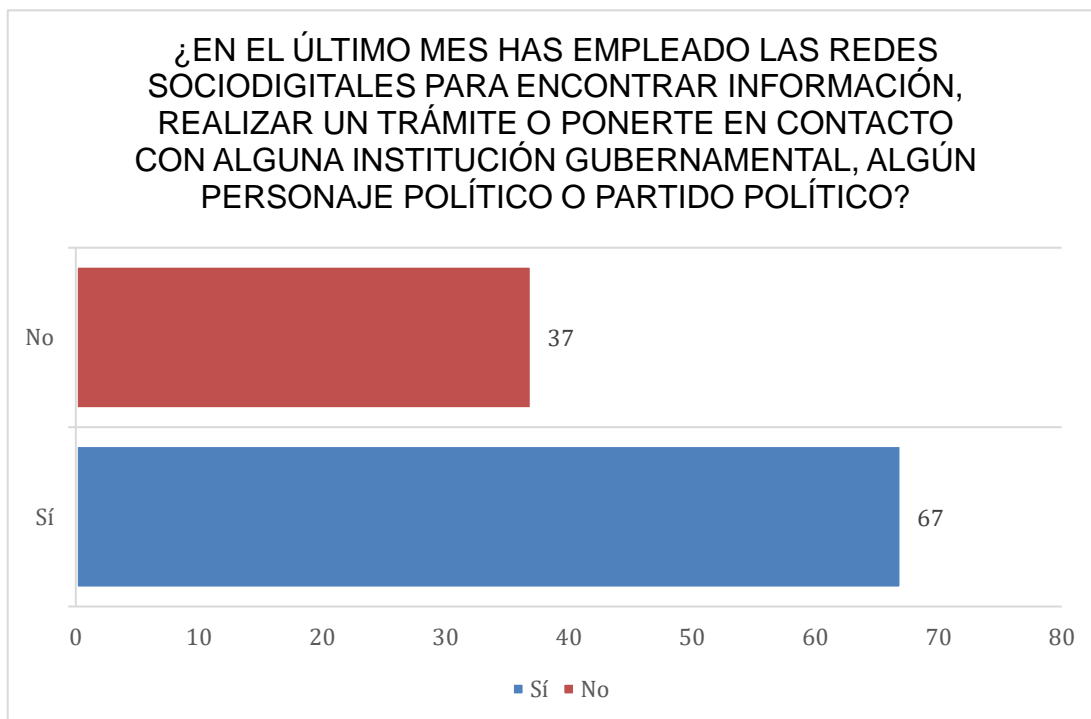
La red sociodigital que los jóvenes consumen con mayor frecuencia es “Instagram” representando un 31.73por ciento por ciento, seguida por “TikTok” con 27.88 puntos porcentuales, 22.12por ciento para “WhatsApp”, 14.42 por ciento para Facebook, 2.88 por ciento para “X” y 0.96 puntos porcentuales para otras dentro de las que destacan “YouTube”.

Gráfica 116



En la gráfica de proporcionalidad en la que los jóvenes estudiantes señalan el tipo de contenido que consumen con mayor frecuencia es el “Entretenimiento” con 75, seguido por la “interacción con familiares y amigos” y “Noticias” con 10 respuestas respectivamente, 7 participantes señalaron “cultura” y solo 2 personas participantes dicen consumir contenidos de “Política”.

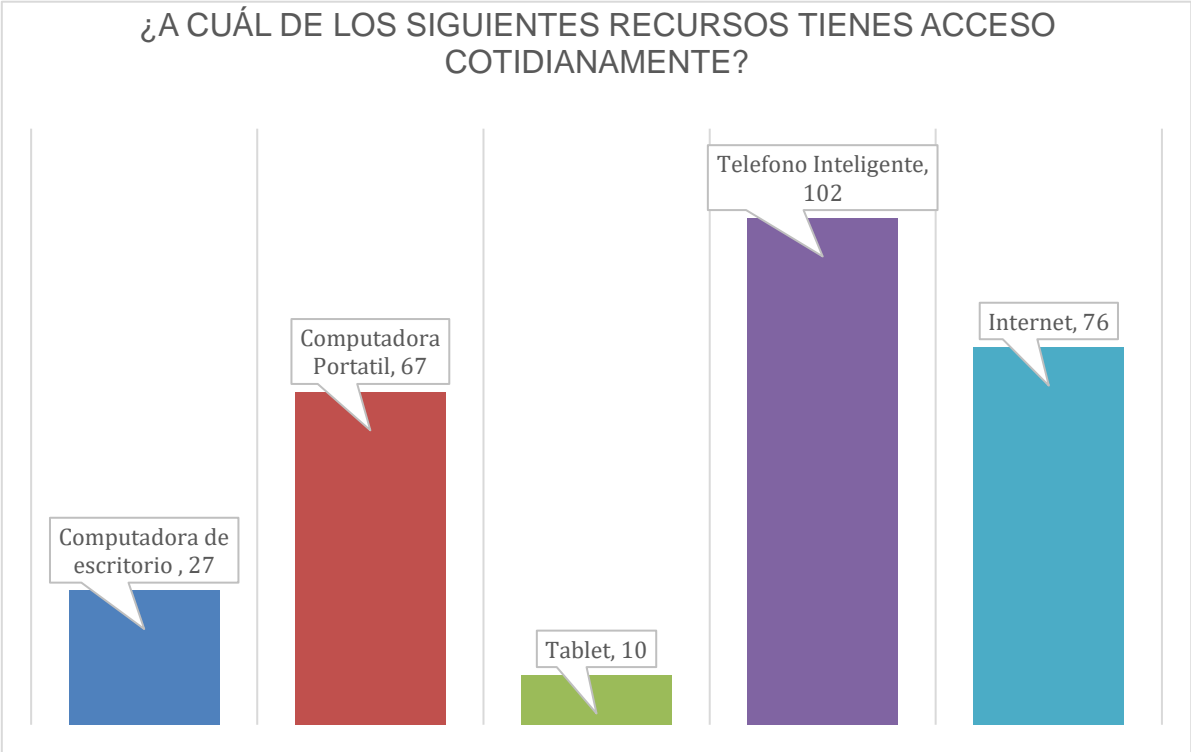
Gráfica 117



El 64.42 por ciento de los participantes, mencionan haber buscado información, realizar un trámite o ponerse en contacto con alguna institución gubernamental, algún personaje político o partido político a través de las redes sociodigitales en el último mes.

Mientras que el 35.58 por ciento menciona no haber realizado ninguna actividad similar en el último mes.

Gráfica 118



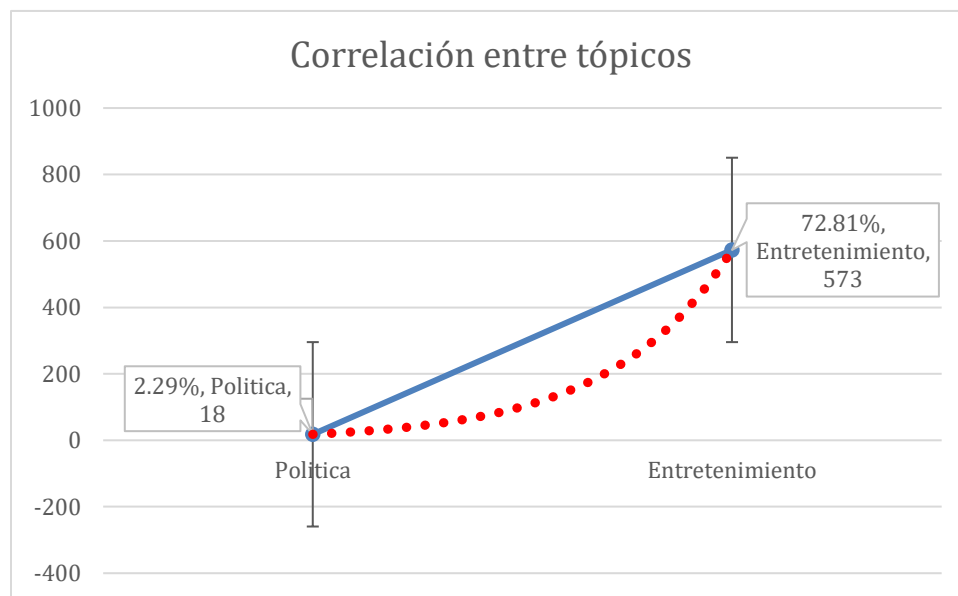
El 25.96 por ciento de los participantes cuenta con computadora de escritorio, el 64.42 por ciento tiene acceso a una computadora portátil, solo el 9.62 por ciento de los participantes tiene acceso a Tableta electrónica, mientras que el 98.08 por ciento cuenta con un teléfono inteligente y el 73.08 por ciento tiene acceso a internet de manera cotidiana.

6. Análisis de datos y discusión

Las cifras arrojadas como resultado de la aplicación del instrumento de medición implementado nos muestran varios puntos de análisis interesantes. Iniciaremos por la segmentación demográfica la cual nos mostró que, de un total de 787 jóvenes participantes, solo 18 consumen contenidos políticos. Siendo su principal tópico de consumo el entretenimiento con un total de 573 participantes.

La correlación porcentual entre estos dos factores del 72.81 contra el 2.29 por ciento, el cual resulta poco significativo en un muestreo total, determinando como irrelevante el tópico político contra otros tópicos.

Gráfica 119



Si bien hemos definido y especificado la determinación de la muestra apartados anteriores de este capítulo, es importante señalar que esta se realizó de manera multifacética para la identificación de preferencias dentro del consumo y utilización de las redes sociodigitales según la orientación académica de cada uno de los participantes.

Por ejemplo, se podría suponer que los jóvenes estudiantes de las unidades académicas pertenecientes a programas educativos de la Ciencias exactas podrían estar menos politizados que aquellos que pertenecen a unidades académicas con programas educativos en Ciencias Sociales y Humanidades.

Pero esto no resulta ser cierto en su totalidad, si bien existen algunos estudiantes que indican como uno de sus tópicos fundamentales consultados en las redes sociodigitales a la política, el número no es representativo, ni exclusivo de un área específica y menos aún guardan una relación estrecha con la proporcionalidad de la muestra por área académica.

Podemos observar comportamientos similares entre la Facultad de Ingeniería Química, cuya muestra representa un total de 2.5 por ciento y donde una alumna menciona emplear entre 5 y 6 horas de su día en redes sociodigitales consumiendo como principal contenido tópicos políticos, lo cual representa el 4.35 por ciento de la población de esa unidad académica.

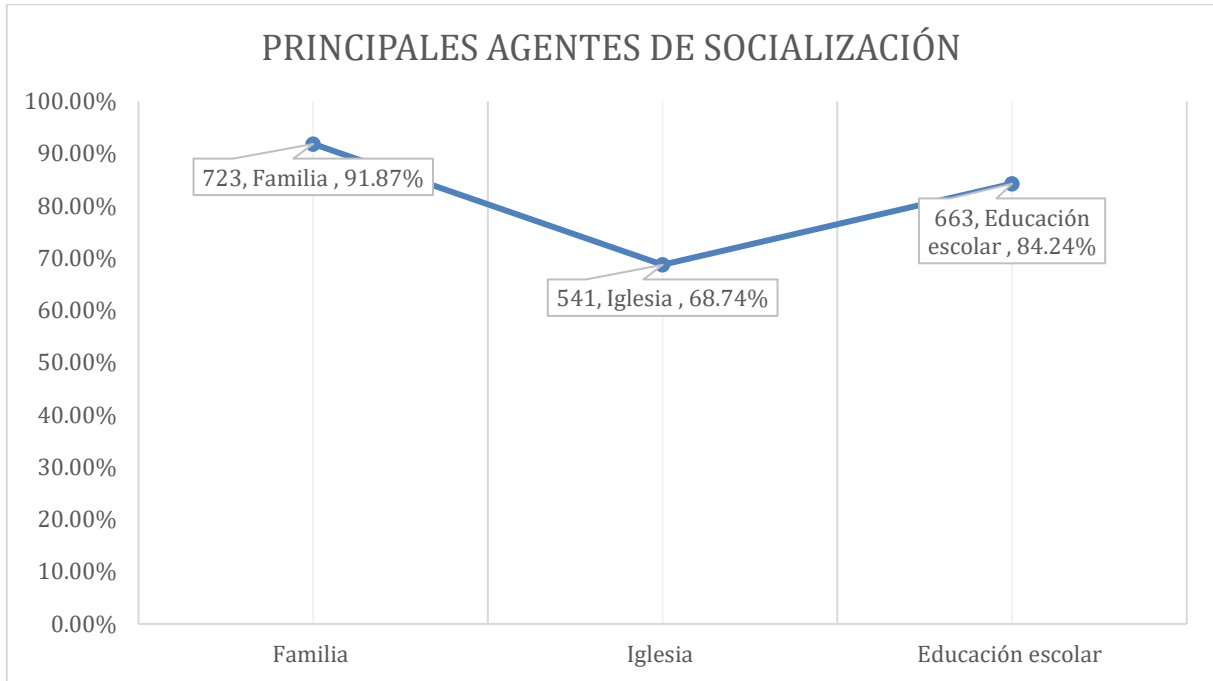
Mientras tanto, en la Facultad de ciencias políticas y sociales, cuya muestra total de 2.6 por ciento, de cuatro alumnos de la licenciatura en ciencias políticas, solo uno menciona emplear el mismo tiempo de consumo de redes sociodigitales, cuyo tópico principal es la política, representando prácticamente el mismo porcentaje de la muestra total de la población participante.

De acuerdo a lo anterior, es importante mencionar que este instrumento menciona el consumo de tópicos políticos a través de las redes sociodigitales, por lo que no por ello quiere decir que a los jóvenes no les interese la política.

Por lo que a continuación analizaremos el peso que tienen los agentes socializadores entre los jóvenes participantes.

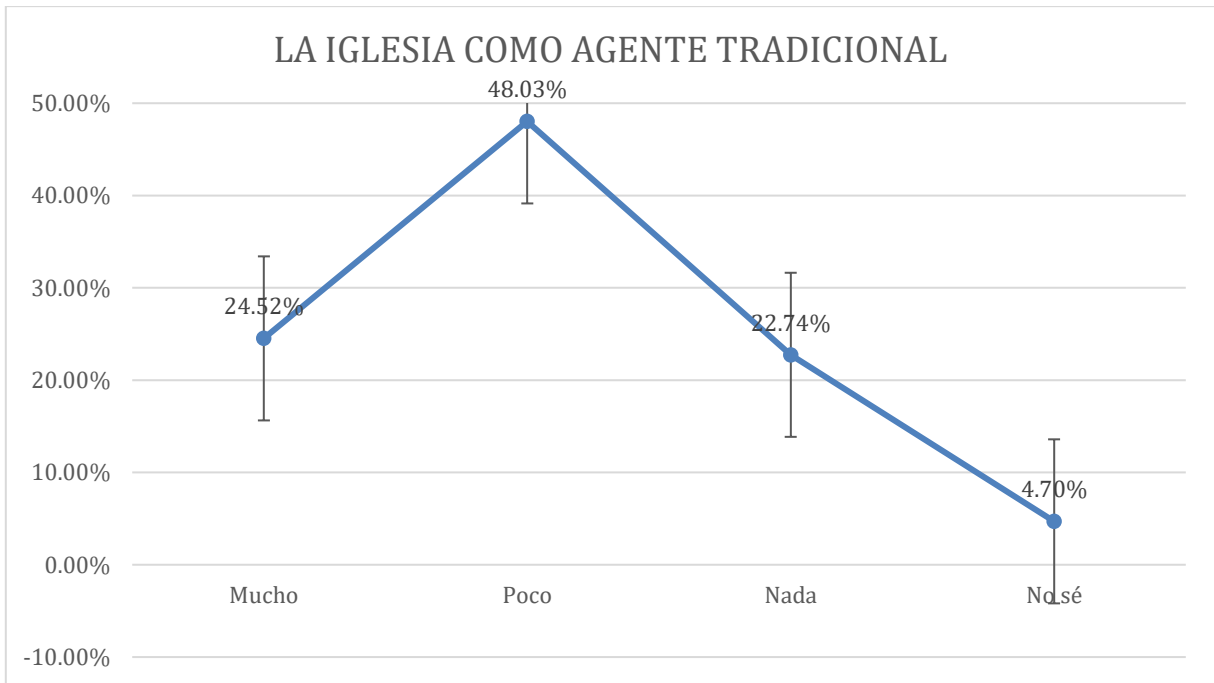
De acuerdo a los resultados obtenidos de un total de 787 participantes 723 afirma que son de vital importancia para su vida cotidiana los valores obtenidos por el agente de socialización de familia, posicionando a este como el más importante entre los participantes, seguido de la educación escolar en el segundo puesto y los iguales, es decir amigos cercanos en el tercero.

Gráfica 120



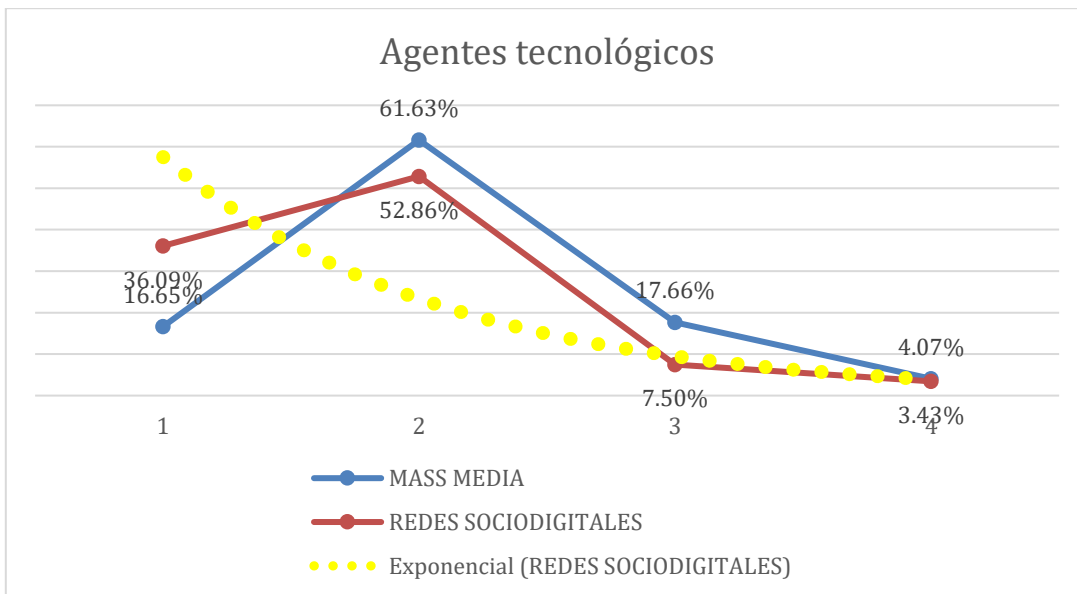
Con base en esta información podemos inferir que los agentes tradicionales continúan siendo los principales agentes de socialización de valores y aptitudes entre los jóvenes estudiantes, a excepción de la iglesia, que es bien sabido el papel fundamental que jugó para la socialización política en otros periodos de tiempo.

Gráfica 121



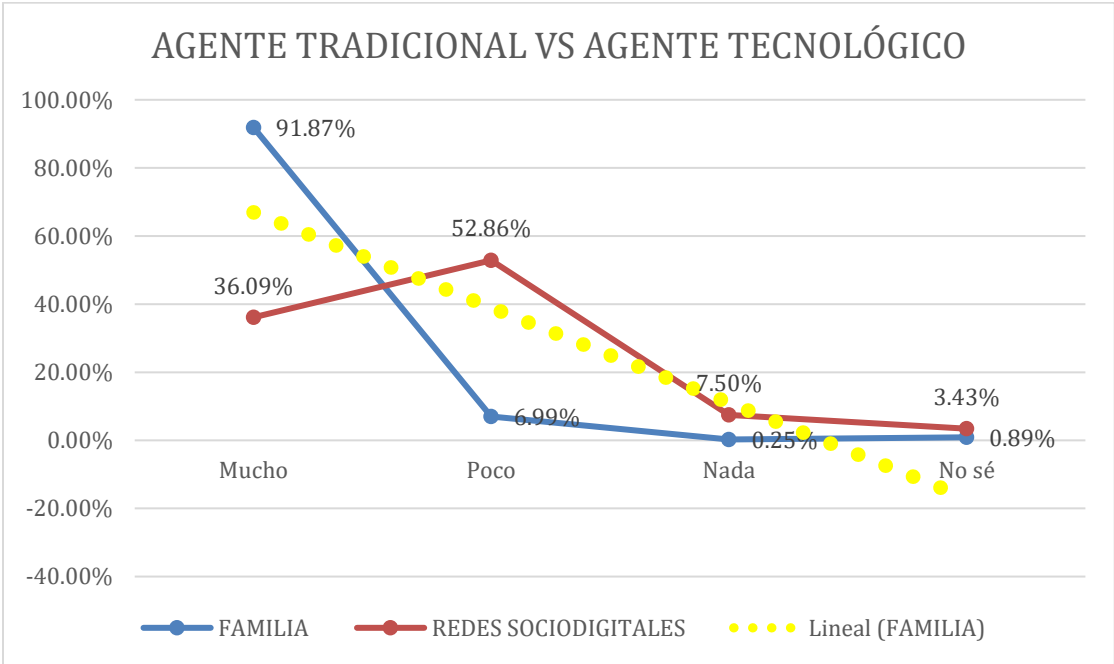
La grafica muestra como este agente tradicional es asociado con poca influencia en la vida cotidiana de los jóvenes participantes. Llegando a alcanzar el 70 por ciento entre los criterios de poco y nada importante.

Gráfica 122



En tanto a los resultados referentes a los medios de socialización digital podemos observar que cuyo pico prioritario se encuentra “poco” dentro de la escala determinada, dejando claro que los jóvenes no socializan de manera significativa valores a través de estos medios y si bien los es menor el número de jóvenes que reconoce como importante a los mass media tradicional, la curva de movimiento es similar a las redes sociodigitales, a partir de la escala de “poco”.

Gráfica 123



Como podemos ver en esta tabla comparativa, la tendencia sobre el agente socializador “Familia” es considerado con mayor peso que el agente “Redes Sociodigitales” de acuerdo a la ponderación de la escala presentada de izquierda a derecha.

En tanto a los complejos regionales la tendencia es la misma, la variación porcentual entre el agente tradicional de la “familia” y “redes sociodigitales” de 3 puntos.

El agente tradicional de la Iglesia muestra mayor aceptación en los complejos regionales a comparación de los resultados obtenidos con las unidades académicas, en las cuales es evidente el decremento.

Un punto sobresaliente es que en tanto a al equipamiento tecnológico es muy similar, a excepción del acceso a internet el cual se ve un tanto más limitado y cuya causa podría ser la ubicación geográfica de los mismos y la infraestructura con la cuentan.

CONCLUSIONES

Es verdad que la tecnología ha dado pasos agigantados y ha facilitado de innumerables formas la manera en la que nos comunicamos, pero, de acuerdo con nuestra investigación, las redes sociodigitales no cumplen una labor de socialización política, o sea, no arraigan valores, actitudes y aptitudes que permeen en la formación política de los jóvenes.

Son estas más bien una herramienta exponencial que polariza la ideología que han adquirido a través de los agentes tradicionales, como la familia, la educación escolar y los grupos de pares.

La función que cumplen estas sí es importante y no podemos demeritar sus alcances como la difusión magnificada de información, pero no son el principal objetivo de las redes sociales más utilizadas por los jóvenes, sino brindarles un momento de ocio, diversión y esparcimiento.

Sí bien, algunas de ellas pueden dentro de sus narrativas señalar múltiples objetivos distintos, en la práctica, al menos en el caso de los jóvenes participantes en esta investigación, no es así.

Puede que no sea limitativo, pero hasta el momento, los jóvenes no conciben a las redes sociodigitales como un agente de socialización política o un medio para la obtención de valores y mucho menos para generar posicionamientos políticos.

Los contenidos que consumen con mayor frecuencia, dejan claro que para la población objetivo no es importante consumir este tipo de contenidos a través de las redes sociodigitales.

Afortunadamente, el grado de socialización política de los jóvenes proviene de los agentes tradicionales con los que ha interactuado de manera presencial día a día, durante su crecimiento físico, psicológico, cognitivo y formativo.

De esta manera los jóvenes se pueden enfrentar con bases más sólidas a los algoritmos que emplean las redes sociodigitales, anteponiendo la socialización política obtenida previamente, a las tendencias establecidas en una aldea digital, ya que estos les permiten agruparse, compartir posturas preconstruidas por otros

agentes y quizá sí discutir y discernir de algún contenido expuesto a través de estos medios.

Incluso, las redes sociodigitales preferidas por los jóvenes, son aquellas que han ido evolucionando en cuanto a la inmediatez de la información, presentando datos de múltiples tópicos de manera inmediata y acelerada, lo cual se observa en la construcción de estas mismas, las cuales conforme van surgiendo, limitan el número de palabras que pueden emplear para prosumir, tal es el caso de Facebook, después el surgimiento de Instagram y tras la crisis sanitaria de COVID-19 el crecimiento de usuarios en TikTok.

La tecnología continúa su curso y hay que aprovechar las ventajas que nos brinda, las posturas extremistas y radicalizadas sobre el tema solo generan retroceso en la búsqueda de alternativas para lograr la formación de ciudadanos libres e informados que puedan participar activamente en la toma de decisiones de nuestro país.

Es así como podemos decir que la influencia de los agentes socializadores tradicionales aún forma una fuente importante de socialización política entre los jóvenes universitarios, dejando a un lado las redes sociodigitales como fuentes de socialización y acotándolas exclusivamente en un medio de comunicación globalizado.

Las redes sociodigitales son simplemente un espacio político contemporáneo de deliberación y debate público, sustituyendo la oralidad por la escritura, impidiendo el diálogo directo y sin mediación entre los ciudadanos, aún de la inmediatez tecnológica.

Una de las características principales de este nuevo prototipo evolutivo, es la opinión escrita desarrollando la capacidad de sintetizar opiniones en un número delimitado de caracteres. Mientras la palabra hablada nos obliga a hacer frente a nuestras opiniones, adquiriendo responsabilidad política. Con la escritura a través de las redes sociodigitales, nos escudamos detrás de un perfil para hacer todo tipo de señalamiento sin consecuencias establecidas, promoviendo un debate público político con mayor grado de politización.

La información, ya sea como fin o como medio está generando configuraciones en lo que nombramos la nueva sociedad digital. La única forma de generar procesos adecuados sobre el uso de las redes sociodigitales, es la participación aún activa de los agentes de socialización política tradicionales, generando estos un principio de facticidad preestablecido en la sociedad, evitando dar por sentados hechos que nos pudieran conducir a una era de la desinformación.

Es gracias a los agentes socializadores tradicionales que podemos en medio de esta sociedad digital crea los nuevos parámetros para ordenar el mundo informático establecidos por los nuevos monopolios informativos.

En conclusión, los agentes socializadores tradicionales siguen siendo fundamentales en la socialización política de los jóvenes, ya sea como reguladores de la Big Data, o a través del involucramiento responsable de los jóvenes en la vida política en la sociedad por medio de las nuevas herramientas tecnológicas.



Jóvenes y redes sociodigitales



ENCUESTA

Fecha: _____

CONTROL DEL ENTREVISTADO

UNIDAD ACADÉMICA: _____	PROGRAMA EDUCATIVO: _____
SEDE REGIONAL: _____	SEMESTRE: _____
SEXO: H () M ()	GÉNERO: FEMENINO () MASCULINO () OTRO () SI ASÍ LO DESEA ESPECIFIQUE: _____
EDAD: _____	

RESPONDE LAS SIGUIENTES PREGUNTAS DE ACUERDO A LO QUE CONSIDERES REFLEJA CON MAYOR AUTENTICIDAD LA SITUACIÓN EN LA QUE TE ENCUENTRAS. (Marca con una "X")

SECCIÓN I: AGENTES TRADICIONALES

	Mucho	Poco	Nada	No sé
1. ¿Qué tan importante es para tu vida práctica tu familia y los valores que te inculcan?				
2. ¿Qué tan importante es para tu vida práctica la religión y los valores que te inculcan?				
3. ¿Qué tan importante es para tu vida práctica tus amigos cercanos y los valores que te inculcan?				
4. ¿Qué tan importante es para tu vida práctica la formación básica y media que recibiste?				
5. ¿Qué tan importante es para tu vida práctica la información que te proveen los Mass Media tradicionales (TV, radio, prensa)?				
6. ¿Qué tan importante es para tu vida práctica la interacción que te proveen las redes sociodigitales.				

SECCIÓN II: REDES SOCIODIGITALES

7.- ¿Cuál es la red sociodigital que empleas con mayor frecuencia? (Elige solo una opción y marca con una "X")

Facebook
 Instagram
 TikTok
 X
 WhatsApp
 Otro _____

8.- ¿Cuántas horas al día dedicas a la utilización de redes sociodigitales?

1 hora o menos
 2 a 4 horas
 5 a 6 horas
 7 a 9 horas
 Más de 10 horas

9.- ¿Qué tipo de contenido es el que consumes con mayor frecuencia a través de las redes sociodigitales?

Noticias
 Política
 Entretenimiento
 Interacción con familiares y amigos
 Cultura

10.- ¿En el último mes has empleado las redes sociodigitales para encontrar información, realizar un trámite o ponerte en contacto con alguna institución gubernamental, algún personaje político o partido político?

Sí
 No

SECCIÓN III: EQUIPAMIENTO TECNOLÓGICO

11.- ¿A cuál de los siguientes recursos tienes acceso cotidianamente? (Marca con una "X" las opciones que correspondan)

Computadora de escritorio
 Computadora portátil
 Tablet
 Teléfono inteligente
 Internet

Anexo 2

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Dirigido a: Estudiantes de Nivel Licenciatura de las Unidades Académicas de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

Estimado estudiante, me permito hacer la atenta invitación para participar en el proyecto de investigación denominado “Socialización política juvenil en la era sociodigital. El caso de Puebla”, el cual realizo a través estudios de investigación en la Maestría en Ciencias Políticas perteneciente a la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de esta universidad, reconocido en el Programa Nacional de Posgrados de Calidad CONAHCYT.

El instrumento empleado para la recolección de la información será a través de una encuesta con una duración aproximada de cinco minutos, la cual podrá interrumpir en cualquier momento y retomarlo posteriormente durante el proceso de aplicación si así lo desea.

De igual forma hago de su conocimiento que se protegerá su identidad sin contar con la capacidad de determinarse de manera directa o indirecta, siendo anónima y confidencial.

La participación en la encuesta no implica ningún riesgo potencial ni se requiere de muestras biológicas.

Los resultados de este estudio serán publicados con fines científicos y la información es recolectada única y exclusivamente estadística, además de enriquecer y contribuir en la investigación de las Ciencias Sociales, por lo que agradezco de antemano su participación voluntaria en dicho proyecto.

Sin otro particular quedo de usted:

Lucia Jeannette Vega Arroy
Matricula: 222470021
lucia.vegaarroyo@viep.com.mx
Cel: 2225274877

Anexo 3

Carta Bioética

A quien corresponda:

Por medio del presente me permito saludarle, al mismo tiempo hacer de su conocimiento que el instrumento denominado “Jóvenes y redes sociodigitales” el cual forma parte de la investigación titulada “Socialización política juvenil en la era sociodigital. El caso de Puebla” fue diseñado para su aplicación bajo los siguientes principios éticos de investigación:

Autonomía: La participación de los estudiantes será voluntaria una vez que accedan a responder dicho instrumento y en todo momento se protegerán los derechos sobre el individuo.

No maleficencia: La aplicación del instrumento no conlleva riesgo alguno, no atenta contra la integridad del alumno, ni genera daño a su persona.

Justicia: Podrá participar de manera voluntaria toda la población universitaria de nivel licenciatura hasta alcanzar el número de muestra, sin distinción de sexo, religión, preferencia sexual, grupo étnico, raza o nivel socioeconómico, además de facilitar las medidas necesarias para personas vulnerabilizadas.

La distribución del tamaño muestral para la aplicación del instrumento de medición fue calculada por unidad académica, mediante una población finita con coeficiente de confianza de 99.7 %, con ambas proporcionalidades del 50% y un error de muestreo del 5 %.

De igual forma se harán valer en todo momento los principios generales del Código de ética y conducta de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

Sin más por el momento queda de usted:

Lucia Jeannette Vega Arroy
Matricula: 222470021
lucia.vegaarroyo@viep.com.mx
Cel: 2225274877

Anexo 4

INDICE DE TABLAS Y GRÁFICAS

Tabla 1	Cobertura geográfica
Tabla 2	Muestra desagregada por sexo
Gráfica 1	Número de encuestados por unidad académica
Gráfica 2	Edades agrupadas
Gráfica 3	Sexo
Gráfica 4	Género
Gráfica 5	Agentes de socialización
Gráfica 6	Redes Sociodigitales
Gráfica 7	Horas de consumo
Gráfica 8	Tipo de contenido
Gráfica 9	Contacto Institucional
Gráfica 10	Equipamiento tecnológico
Gráfica 11	Escuela de Artes Plásticas y Audiovisuales Agentes de socialización
Gráfica 12	Escuela de Artes Plásticas y Audiovisuales Redes sociales
Gráfica 13	Escuela de Artes Plásticas y Audiovisuales Contenido
Gráfica 14	Escuela de Artes Plásticas y Audiovisuales Equipamiento tecnológico
Gráfica 15	Facultad de Administración Agentes de socialización
Gráfica 16	Facultad de Administración Redes sociales
Gráfica 17	Facultad de Administración Contenido
Gráfica 18	Facultad de Administración Equipamiento tecnológico
Gráfica 19	Facultad de Arquitectura Agentes de socialización
Gráfica 20	Facultad de Arquitectura Redes sociales
Gráfica 21	Facultad de Arquitectura Contenido
Gráfica 22	Facultad de Arquitectura Equipamiento tecnológico
Gráfica 23	Facultad de Artes Agentes de socialización
Gráfica 24	Facultad de Artes Redes sociales
Gráfica 25	Facultad de Artes Contenido
Gráfica 26	Facultad de Artes Equipamiento tecnológico

Gráfica 27	Facultad de Ciencias Agrícolas y Pecuarias Agentes de socialización
Gráfica 28	Facultad de Ciencias Agrícolas y Pecuarias Redes sociales
Gráfica 29	Facultad de Ciencias Agrícolas y Pecuarias Contenido
Gráfica 30	Facultad de Ciencias Agrícolas y Pecuarias Equipamiento tecnológico
Gráfica 31	Facultad de Ciencias Biológicas Agentes de socialización
Gráfica 32	Facultad de Ciencias Biológicas Redes sociales
Gráfica 33	Facultad de Ciencias Biológicas Contenido
Gráfica 34	Facultad de Ciencias Biológicas Equipamiento tecnológico
Gráfica 35	Facultad de Ciencias de la Computación Agentes de socialización
Gráfica 36	Facultad de Ciencias de la Computación Redes sociales
Gráfica 37	Facultad de Ciencias de la Computación Contenido
Gráfica 38	Facultad de Ciencias de la Computación Equipamiento tecnológico
Gráfica 39	Facultad de Ciencias de la Comunicación Agentes de socialización
Gráfica 40	Facultad de Ciencias de la Comunicación Redes sociales
Gráfica 41	Facultad de Ciencias de la Comunicación Contenido
Gráfica 42	Facultad de Ciencias de la Comunicación Equipamiento tecnológico
Gráfica 43	Facultad de Ciencias de la Electrónica Agentes de socialización
Gráfica 44	Facultad de Ciencias de la Electrónica Redes sociales
Gráfica 45	Facultad de Ciencias de la Electrónica Contenido
Gráfica 46	Facultad de Ciencias de la Electrónica Equipamiento tecnológico
Gráfica 47	Facultad de Ciencias Físico Matemáticas Agentes de socialización
Gráfica 48	Facultad de Ciencias Físico Matemáticas Redes sociales
Gráfica 49	Facultad de Ciencias Físico Matemáticas Contenido
Gráfica 50	Facultad de Ciencias Físico Matemáticas Equipamiento tecnológico
Gráfica 51	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales Agentes de socialización
Gráfica 52	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales Redes sociales
Gráfica 53	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales Contenido
Gráfica 54	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales Equipamiento tecnológico
Gráfica 55	Facultad de Ciencias Químicas Agentes de socialización
Gráfica 56	Facultad de Ciencias Químicas Redes sociales
Gráfica 57	Facultad de Ciencias Químicas Contenido

Gráfica 58	Facultad de Ciencias Químicas Equipamiento tecnológico
Gráfica 59	Facultad de Contaduría Pública Agentes de socialización
Gráfica 60	Facultad de Contaduría Pública Redes sociales
Gráfica 61	Facultad de Contaduría Pública Contenido
Gráfica 62	Facultad de Contaduría Pública Equipamiento tecnológico
Gráfica 63	Facultad de Cultura Física Agentes de socialización
Gráfica 64	Facultad de Cultura Física Redes sociales
Gráfica 65	Facultad de Cultura Física Contenido
Gráfica 66	Facultad de Cultura Física Equipamiento tecnológico
Gráfica 67	Facultad de Derecho Agentes de socialización
Gráfica 68	Facultad de Derecho Redes sociales
Gráfica 69	Facultad de Derecho Contenido
Gráfica 70	Facultad de Derecho Equipamiento tecnológico
Gráfica 71	Facultad de Economía Agentes de socialización
Gráfica 72	Facultad de Economía Redes sociales
Gráfica 73	Facultad de Economía Contenido
Gráfica 74	Facultad de Economía Equipamiento tecnológico
Gráfica 75	Facultad de Enfermería Agentes de socialización
Gráfica 76	Facultad de Enfermería Redes sociales
Gráfica 77	Facultad de Enfermería Contenido
Gráfica 78	Facultad de Enfermería Equipamiento tecnológico
Gráfica 79	Facultad de Estomatología Agentes de socialización
Gráfica 80	Facultad de Estomatología Redes sociales
Gráfica 81	Facultad de Estomatología Contenido
Gráfica 82	Facultad de Estomatología Equipamiento tecnológico
Gráfica 83	Facultad de Filosofía y Letras Agentes de socialización
Gráfica 84	Facultad de Filosofía y Letras Redes sociales
Gráfica 85	Facultad de Filosofía y Letras Contenido
Gráfica 86	Facultad de Filosofía y Letras Equipamiento tecnológico
Gráfica 87	Facultad de Ingeniería Agentes de socialización
Gráfica 88	Facultad de Ingeniería Redes sociales

- Gráfica 89 Facultad de Ingeniería Contenido
- Gráfica 90 Facultad de Ingeniería Equipamiento tecnológico
- Gráfica 91 Facultad de Ingeniería Química Agentes de socialización
- Gráfica 92 Facultad de Ingeniería Química Redes sociales
- Gráfica 93 Facultad de Ingeniería Química Contenido
- Gráfica 94 Facultad de Ingeniería Química Equipamiento tecnológico
- Gráfica 95 Facultad de Lenguas Agentes de socialización
- Gráfica 96 Facultad de Lenguas Redes sociales
- Gráfica 97 Facultad de Lenguas Contenido
- Gráfica 98 Facultad de Lenguas Equipamiento tecnológico
- Gráfica 99 Facultad de Medicina Agentes de socialización
- Gráfica 100 Facultad de Medicina Redes sociales
- Gráfica 101 Facultad de Medicina Contenido
- Gráfica 102 Facultad de Medicina Equipamiento tecnológico
- Gráfica 103 Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia Agentes de socialización
- Gráfica 104 Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia Redes sociales
- Gráfica 105 Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia Contenido
- Gráfica 106 Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia Equipamiento tecnológico
- Gráfica 107 Facultad de Psicología Agentes de socialización
- Gráfica 108 Facultad de Psicología Redes sociales
- Gráfica 109 Facultad de Psicología Contenido
- Gráfica 110 Facultad de Psicología Equipamiento tecnológico
- Gráfica 111 Número de encuestados por complejo regional
- Gráfica 112 Sexo
- Gráfica 113 Género
- Gráfica 114 Agentes de socialización
- Gráfica 115 Redes Sociodigitales
- Gráfica 116 Tipo de contenido
- Gráfica 117 Contacto Institucional
- Gráfica 118 Equipamiento tecnológico

Gráfica 119 Correlación de tópicos

Gráfica 120 Principales agentes de socialización

Gráfica 121 La iglesia como agente de socialización tradicional

Gráfica 122 Agentes tecnológicos

Gráfica 123 Agentes tradicionales vs agentes tecnológicos

Bibliografía

- Ángel J. Gordo y Araceli Serrano. (2018). *Estrategias y prácticas cualitativas de investigación social*. Pearson educación .
- Arendt, H. (1993). *La condición humana*. Paidós.
- Arzoz, A. A. (2003). *Carta al homo ciberneticus* . Edaf.
- Bogdan., S. J. (1984). *Introducción a los métodos cualitativos*. Ediciones paidos.
- Campbell, D. E. (2006). WHAT IS EDUCATION'S IMPACT ON CIVIC AND SOCIAL ENGAGEMENT? En *Measuring the Effects of Education on Health and Civic Engagement*. OECD.
- Cansino, C. (2016). *Del Homo Videns al Homo Twitter : democracia y redes sociales*. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.
- Castells, M. (1998). *La sociedad en red, tecnología, economía, política y sociedad La Era de la información*. Siglo veintiuno editores.
- Castells, M. (1999). *La era de la información, economía sociedad y cultura. El poder de la identidad. Vol. II*. siglo veintiuno editores.
- Cordero, O. L. (2020). Socialización política como un proceso de aprendizaje social: medios tradicionales vs medios digitales. *Cuaderno jurídico y político*, 6(16).
- Duran, J. B. (2015). *50 conceptos clave de Sociología*. Editorial UOC.
- Durkheim, É. (1976). *Educación como socialización* . Ediciones sígueme.
- ENDUTIH. (4 de JULIO de 2022). *INEGI*. Obtenido de <https://www.inegi.org.mx/programas/dutih/2022/>
- Espinoza, F. S. (2013). *Manual de SPSS con aplicaciones a las ciencias sociales* . Plaza y Valdés.
- Espinoza, F. S. (2015). *Estadística con aplicación a las ciencias políticas*. piso 15.
- Foucault, M. (1973). *El orden del discurso*. Tusquets Editores, S A.
- Górriz, M. K. (2021). Socialización política. En C. R. Cansino Ortiz, *Treinta claves para entender el poder, léxico para la nueva comunicación política Vol.V*. Piso 15 editores.
- Han, B. C. (2022). *Infocracia; la digitalización y la crisis de la democracia*. Penguin Random House Grupo Editorial.
- Han, B.-C. (2013). *En el Enjambre*. Herder.

Han, Byung-Chul. (2021). *No cosas. Quiebras del mundo de hoy*. Penguin Random House Grupo Editorial.

Lipovetsky, G. (1986). *La era del vacío*. Gallimard.

Miller, J. D., & Woods, L. (2022). Public Attitudes and Behaviors about COVID-19 in the United States: A case study in issue. (*Arbor*, Ed.) 198(806). Obtenido de <https://arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/view/2614>

Sartori, G. (1998). *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Taurus.

Scott, J. C. (2000). *Los dominados y el arte de la resistencia. Discursos ocultos*. Era.