

Internet, Redes Sociales y Cultura Política de los Jóvenes en México: la Experiencia en Universidades Privadas de Élite / Internet, Social Networks and Political Culture of Youth in Mexico: Experience in Private Universities of Elite.

Dr. Jorge G. Arenas Basurto Universidad de las Américas, Puebla (UDLAP)

Introducción

Una pregunta central que sustenta este proyecto de investigación es ¿cuál es el interés por el uso político de Internet entre los jóvenes mexicanos? Responder a esta cuestión lleva a dejar asentado que, a principios del presente siglo se contaban muy pocos estudios sobre el uso político de Internet entre la población juvenil. Las sociedades occidentales experimentaron una explosión de iniciativas por parte de diversos sectores y los activistas sociales buscando implicar a esta franja de la población que, por aquellos entonces, era calificada por la mayoría como políticamente apática. Se perseguía capitalizar políticamente el entusiasmo, la creatividad y el conocimiento que los jóvenes estaban adquiriendo con Internet.

En México, varios estudios han analizado las prácticas políticas de la juventud mexicana y uno de los temas relevantes es el relativo a las instancias o mecanismos sociales mediante los cuales los jóvenes adquieren las actitudes, orientaciones, valores y preferencias políticas que integran justamente a la denominada cultura política. Sin embargo, la mayor parte de estas investigaciones (Gómez Tagle et al., 2012, Gómez Tagle, 2017, Aguilar López, 2017, Tejera Gaona, 2006, Rodríguez Domínguez, 2017, Vivero Ávila and Díaz Jiménez, 2017, Tejera Gaona, 2017) han tomado como principales referentes en la conformación de los valores y las orientaciones políticas de los jóvenes los medios tradicionales de socialización política, a saber, la familia, los círculos cercanos de conocidos y amigos, la escuela, la prensa escrita, la radio y la televisión, etc.

No es sino hasta en años recientes cuando surge el interés explícito por determinar el impacto de Internet y específicamente de las redes sociales (Twitter, Facebook, Instagram, YouTube, etc.) en las actitudes, orientaciones y valores políticos de la juventud mexicana. En este sentido, una encuesta nacional realizada en el 2018, durante las campañas de los candidatos por la presidencia de la República, por las gubernaturas de algunos estados y otros

cargos importantes de elección popular (COLMEX, 2018), arroja evidencias importantes sobre los usos relacionados con el Internet y las redes sociales por parte de los jóvenes mexicanos y su relación con la cultura política.

1) Análisis e Interpretación de la Encuesta sobre Cultura Política de los Jóvenes Mexicanos 2018.

Entre otros aspectos relevantes de esta encuesta para el tema del impacto del Internet y de las redes sociales en la configuración de la cultura política de los jóvenes, es importante resaltar que el nivel de interés de los jóvenes hacia la política es mínimo. Los asuntos políticos provocan poca atracción a los jóvenes mexicanos, esto se respalda con la evidencia de que un 57.4% de los encuestados afirmó estar poco interesado. Lo anterior guarda relación con la falta de seguimiento por redes de las propuestas o información de los candidatos durante las campañas de 2018. Casi la mitad de los jóvenes (48.5%) no siguieron a los candidatos, a pesar de que la gran mayoría usa las redes sociales y el internet, es decir, de que tienen los medios de comunicación a su alcance.

Dentro de la encuesta arriba mencionada, dos secciones en particular son relevantes para esta investigación: 1) Acceso y participación a través de las tecnologías de la información y la comunicación; 2) Participación política no institucional y redes sociales e internet.

La primera sección es muy breve y se concentra básicamente en reportar si los jóvenes encuestados (entre 18 y 29 años) saben usar la computadora y navegar en Internet. Sólo una minoría del 6% carece de estas habilidades y el 93.4 respondió afirmativamente. Con respecto a los usos que hacen los jóvenes del Internet es interesante constatar que alrededor 9 de cada 10 jóvenes reportan estar inscritos en la red social de Facebook, usar Whats App y tener correo electrónico. Alrededor de 5 de cada 10 afirman estar inscritos en la red social YouTube y en la de Instagram. Los números descienden y alrededor de 3 de cada 10 están inscritos en Twitter y tienen Netflix. Esta sección concluye con la pregunta ¿Para qué usa las redes sociales o el correo electrónico? El 55% respondió que para “comunicarse”, la proporción disminuye significativamente para incluir “relaciones de amistad” y por

entretenimiento, respectivamente 18% y 12%. Solo un 5% afirmó que “para buscar información (trabajo, escuela).

La segunda sección que se intitula “Participación Política no Institucional y Redes Sociales e Internet” es interesante y novedosa, ya que se abordan actividades fuera de las instituciones y prácticas tradicionales de la política. A partir de los resultados de la encuesta, se infiere que existe un desencanto de los jóvenes hacia la política. Apenas un 7.9% muestra mucho interés en la política, un porcentaje muy pequeño; 6 de cada 10 jóvenes declaran importarles poco la política y una tercera parte afirma que nada. Es importante destacar que, a pesar de que la mayoría de los jóvenes usa Internet y las redes sociales, no este medio por el que se enteraron de lo que sucedía en la campaña presidencial sino la televisión (spots comerciales, noticieros y programas), la cual sigue siendo como en el pasado el principal medio por el que los jóvenes se informaron de la campaña presidencial. En este rubro, conductos de comunicación como las redes sociales, Internet, Facebook, Whats App, ocuparon un lugar secundario.

Por otra parte, pareciera que los eventos políticos no han sido lo suficientemente promocionados en redes sociales o Internet. En este sentido, la falta de seguimiento de información de los candidatos por redes es una tendencia que se encontró en dicha sección. Un 48.5% reportó no haber seguido la información de los candidatos. De ahí, el 23.8% consideró que Andrés Manuel López Obrador fue el candidato del que más se informaron en redes. En relación con la esfera política, las actividades que más realizaron los jóvenes durante las campañas en las redes sociales, el internet o WhatsApp, fueron la búsqueda de información noticiosa o política, el intercambio de las opiniones sobre política y opinar acerca de asuntos sociales o políticos. Por lo tanto, la participación política no institucional en redes e internet se da, principalmente, por investigación de la situación actual en la sociedad o tener un diálogo entre personas para exponer sus posturas políticas.

También el nivel de uso de las redes sociales, el internet o WhatsApp juega un papel fundamental en la sección. En relación con la participación de foros de discusión en línea, la mayoría de los jóvenes no participa en foros de discusión en línea (71.7%). Entre las actividades de participación que más destacan son: la búsqueda de información noticiosa, un 39.7% ha buscado en pocas ocasiones información de este tipo, y un 10.6% de jóvenes lo

busca mucho; el intercambio de las opiniones sobre política, para ilustrarlo mejor un 38.2% ha intercambiado pocas opiniones y un 8.7% intercambia muchas opiniones; y la consulta de información política, por ejemplo, un 37.7% ha consultado poco este tipo de información, y un 10% de jóvenes consulta mucho la información política a través de Internet, redes sociales o Whatsapp. Aunque se perciba como un porcentaje bajo, comparado con otras actividades políticas como el voluntariado en campaña política (Solo un 20.9% lo realizó en pocas ocasiones y un 3.5% fue voluntario muchas veces), estas son las más practicadas.

En suma, durante las elecciones de 2018, el candidato del que más se recibió información y con el que más se identificó la juventud fue Andrés Manuel López Obrador. Durante estas elecciones, la familia y los amigos o compañeros de trabajo o de escuela siguieron constituyendo la fuente sobre los asuntos de política más confiable para los jóvenes (respectivamente, en un 69% y un 55%), mientras que redes sociales como LinkedIn, Instagram y Twitter fueron las menos confiables.

Algunas conclusiones provisionales que se desprenden de los resultados de esta encuesta del 2018, apuntan a que la participación política ha cambiado a través del tiempo y las nuevas tecnologías han permitido un acceso más fácil a la información, así como la comunicación. Las redes sociales y el internet son plataformas de participación política no institucional, en la que los jóvenes pueden expresar sus opiniones políticas, debido a que la mayoría hacen uso de estas redes de comunicación. No obstante, los jóvenes se sienten poco atraídos hacia la política, por lo que, no existe una interacción deseable con los problemas políticos y sociales de México. Esto pareciera confirmarse con la circunstancia de que en internet y en las redes sociales no se realizan una diversidad de actividades relacionadas con los asuntos políticos, y menos que estén directamente vinculados a políticos o partidos políticos; ya que los jóvenes no se sienten identificados con ellos ni les tienen confianza. La mayoría de los jóvenes usa las redes para buscar información, aunque el nivel de confianza de aquéllas se baja. En conclusión, sería idóneo impulsar la diversificación de las formas de participar políticamente en el internet y en las redes sociales, procurando impulsar el diálogo y la información confiable, a fin de que los jóvenes se sienten más atraídos hacia la política nacional.

2) Estado Actual y Aportaciones Teóricas al Campo de Estudio del Internet, las Redes Sociales y la Cultura Política

Para lograr una mejor interpretación de las encuestas que buscan describir el impacto de las redes sociales en la configuración de la cultura política de los jóvenes es importante contar con un bagaje teórico que permita orientar las interpretaciones y abonar a este campo de conocimiento en construcción. En este sentido, esta sección busca recuperar apuntes centrales sobre estos temas contenidos en las investigaciones de Joan Subirat (2014, Subirats, 2015), que sin duda permiten una mirada comparada sobre el Internet y la cultura política para los jóvenes en países europeos y el caso de los jóvenes mexicanos. Esta sección recupera puntos centrales del edificio teórico de este autor con respecto al tema.

En las últimas dos décadas un tema que se ha decantado ha sido el interés por el uso político de Internet entre la población juvenil. A principios del presente siglo se contaban muy pocos estudios sobre el uso político de Internet entre la población juvenil. Las sociedades occidentales experimentaron una explosión de iniciativas por parte de diversos sectores y los activistas sociales buscando implicar a esta franja de la población que, por aquellos entonces, era calificada por la mayoría como políticamente apática. Se perseguía capitalizar políticamente el entusiasmo, la creatividad y el conocimiento que los jóvenes estaban adquiriendo con Internet.

¿El Internet más efectivo para involucrar a los jóvenes desafectos?

Los estudios concluyen que Internet no es más efectivo que los métodos tradicionales para implicar políticamente a los jóvenes desafectos. Resulta una herramienta con una gran efectividad para incrementar la movilización de aquellos jóvenes que ya tienen un interés político. Se creía (y todavía se cree) que la aparición de Internet posibilita un incremento significativo de la participación política en general, y de los jóvenes en particular, pues éstos son los grandes usuarios de esta tecnología.

Comportamiento de los jóvenes con respecto a Internet

Datos del proyecto europeo CivicWeb5, que muestra que el 90% de los jóvenes usa Internet.

Un término medio de 6,2 días por semana y 3,3 horas por día. Mientras el 85% de los jóvenes utiliza Internet, este porcentaje se reduce a la mitad entre la población de 50 a 59 años y a cifras inferiores al 20% cuando se superan los 60 años.

La brecha digital generacional y educativa persiste

La educación, la edad y la clase social continúan reproduciendo desigualdades en el acceso y el uso de Internet. Más allá que el uso de Internet se haya equilibrado entre distintos grupos sociales (por ejemplo, entre jóvenes y adultos), aquellos grupos que son relativamente privilegiados en el uso de Internet (jóvenes, formados y profesionales cualificados) se han aprovechado de las oportunidades que ofrece a un ritmo más rápido que el resto de la sociedad.

Internet expande la visión de la política y de la participación ciudadana

Internet difiere de los otros medios de comunicación y ofrece nuevas posibilidades de participación política. A diferencia de las viejas formas de comunicación y de participación, permite el anonimato la instantaneidad amplía la accesibilidad posibilita la participación continuada sin intermediarios puede ser más igualitario multiplica las posibilidades de información, es de carácter internacional y permite un uso personalizado

Tecnología y comportamientos políticos: “tecno deterministas” y “voluntaristas”

Al estudiar el impacto del Internet sobre la cultura política de los jóvenes es posible identificar dos grandes corrientes: la “tecno-determinista” y la “voluntarista”. La primera postura asevera que la tecnología condiciona y transforma la participación política. En este tenor, los grupos que más utilicen Internet (los jóvenes) van a ser los que más participen políticamente. Así, la aparición de Internet va a generar una mayor participación política online y, a su vez, un cambio de las viejas formas de participación offline hacia nuevas formas de participación online. La postura “voluntarista” arguye que es la participación política la que guía el uso de la tecnología; así, los jóvenes que no sean políticamente activos offline tampoco lo van a ser online, mientras que los jóvenes activos offline también lo serán online. Existe una tercera posición que es un intento de combinación: Internet revitaliza la participación política de los jóvenes, pero no desencadena un cambio de viejas a nuevas formas de participación política.

Visiones voluntaristas e intento de combinar ambas visiones

Defiende que es la participación política la que guía el uso de la tecnología. Sostiene que los jóvenes que no sean políticamente activos offline tampoco lo van a ser online, mientras que los jóvenes activos offline también lo serán online. Un intento de combinación: Internet revitaliza la participación política de los jóvenes, pero no desencadena un cambio de viejas a nuevas formas de participación. La política tradicional ha repensado sus formatos comunicativos para continuar jugando un papel relevante en el uso político que los jóvenes hacen de Internet.

Sitios web no interactivos VS interactivos

Internet resulta un excelente vehículo para la participación cívico política si existe un interés previo por estas cuestiones. Las páginas web que los jóvenes visitan con más frecuencia son las de música, películas y noticias. Los jóvenes no muestran interés por los sitios web relacionados con la política tradicional (elecciones, partidos políticos, etc.)

Algunos estudios indican que existen distintos modelos de webs cívicas si eran para activistas, potenciales votantes o para consumidores. Básicamente distingue entre sitios web no interactivos más utilizados por organizaciones tradicionales (partidos políticos, sindicatos, instituciones públicas, etc.) El uso de estas páginas por los jóvenes es muy bajo.

Internet y comportamiento político un campo polémico en construcción...

Se observa que, a diferencia de los adultos, el uso que hacen los jóvenes de Internet está muy desvinculado de la política tradicional (instituciones públicas y partidos). Los jóvenes recrean acciones como recibir convocatorias de protestas, buscar información sobre acontecimientos políticos o escribir en foros y prensa online. El envío de correos y la firma de peticiones online las formas más frecuentes de participación política digital entre los jóvenes.

Sí que se preocupan por cuestiones cívico políticas, muestran preocupaciones por problemas de carácter colectivo, los que los afectan más directamente, y tienen interés por la política (en sentido amplio) en la medida en que se preocupan por la resolución de estos problemas.

¿Cuál es el uso político de las redes sociales por parte de los jóvenes en México?

Un estudio bastante agudo para el contexto mexicano es el de Alejandro Moreno Álvarez (2018) quien en líneas generales asevera que “las redes sociales inciden en la tribalización y balcanización de las preferencias políticas. Provocan un efecto de “cámara de eco”: excluimos aquéllos cuyas opiniones no son afines a nuestra ideología y adoptamos grupos que profesan nuestras preferencias. Afirma Moreno que “la internetización es uno de los rasgos más importantes del cambio electoral mexicano (en algunos contextos) las redes sociales sustituyeron la estructura partidaria”

3) Las elecciones extraordinarias de Puebla este 2 de junio del 2019 un laboratorio de las preferencias del electorado internetizado

El presente estudio busca analizar el uso del Internet, particularmente el uso de las redes sociales, en las pautas de comportamiento y cultura política de la población estudiantil de una universidad privada de élite: la Universidad de las Américas, Puebla. El estudio adquiere relevancia no solo para la comprensión de los alcances de las tecnologías digitales en la conformación de la cultura política de los estudiantes, sino por la relevancia de las próximas elecciones extraordinarias en Puebla para elegir gobernador (a raíz del fallecimiento de la gobernadora Martha Erika Alonso) y elecciones municipales en 5 ayuntamientos. Esta investigación aplicará varios instrumentos entre la población estudiantil: encuestas y entrevistas semiestructuradas.

Apunte metodológico.

Para avanzar en este estudio se ha efectuado un seguimiento de los intercambios en las redes sociales, básicamente en Twitter. Esta plataforma exige un tratamiento no solo cuantitativo (frecuencia de usuarios y seguimiento de “líderes” de opinión, sino también un enfoque cualitativo. El siguiente cuadro resume algunos aspectos centrales del análisis de discurso de los intercambios en Twiteer:

Análisis del discurso	
Características del lenguaje utilizado	El lenguaje tiene tendencias políticas al populismo. También, se vio que las expresiones carecen de la ideología del nacionalismo. Por otra parte, los valores neoliberales tienen gran influencia en twitter.
Emociones percibidas	Existe poca compasión y empatía. La insensibilidad se manifiesta en los tweets. Por ejemplo, con el caso de la explosión de ducto en Hidalgo o el accidente de la gobernadora de Puebla. Asimismo, el enojo con el nuevo gobierno es destacable, al igual que la defensa por parte de sus seguidores fieles.
Tipo de interacción	Existen relaciones entre personas o de un grupo a otro. De igual forma, un individuo puede influir en un grupo. En su mayoría, las relaciones son de conflicto. Otros casos encontrados demuestran que es una relación con la intención de informar.
Enfoque disciplinario	Ciencia política, Economía, Derecho, Historia y Sociología. Por lo tanto, es interdisciplinario.
Huellas del contexto	El discurso presentado en twitter refleja el sentir de la sociedad mexicana hoy en día. El contexto histórico advierte una falta de confianza por parte de los mexicanos al gobierno, y en general, hace que se perciba a la política como algo sucio. Esto tiene su causa en las circunstancias del pasado, con líderes políticos corruptos y el uso de la represión. Por otro lado, la gente está despertando y encuentra nuevas formas de manifestarse en contra o de informarse. Twitter es una plataforma para periodistas y expertos en el tema, que les permite comunicar noticias o sus pensamientos con una mayor libertad que en foros formales. Esto permite que exista un mayor acceso a la

	información para todos y una versión alternativa a la historia contada por los mandos de poder. En su mayoría, son jóvenes los que utilizan este medio.
--	---

BIBLIOGRAFÍA

- AGUILAR LÓPEZ, J. 2017. Construcción de la identificación partidaria de la juventud en México. *In: GÓMEZ TAGLE, S. C. (ed.) La cultura política de los jóvenes*. México: El Colegio de México, Centro de Estudios Sociológicos.
- COLMEX 2018. Encuesta sobre Cultura Política de los Jóvenes Mexicanos 2018. Informe de Resultados Jóvenes 18 a 29 años.
- GÓMEZ TAGLE, S., TEJERA GAONA, H., AGUILAR LÓPEZ, J., RAMÍREZ, J. & DÍAZ JIMÉNEZ, O. F. 2012. Informe de la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012.
- GÓMEZ TAGLE, S. C. 2017. *La cultura política de los jóvenes*. México: El Colegio de México, Centro de Estudios Sociológicos.
- MORENO ÁLVAREZ, A. 2018. *El cambio electoral. Votantes, encuestas y democracia en México*, México, FCE.
- RODRÍGUEZ DOMÍNGUEZ, E. 2017. Configuración ciudadana e imaginarios participativos en los jóvenes mexicanos. *In: GÓMEZ TAGLE, S. C. (ed.) La cultura política de los jóvenes*. México: El Colegio de México, Centro de Estudios Sociológicos.
- SUBIRATS, J. (ed.) 2015. *Ya nada será lo mismo: los efectos del cambio tecnológico en la política, los partidos y el activismo juvenil*, Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD).
- SUBIRATS, J., FUSTER, M., MARTÍNEZ, R., BERLINGUER, M. & SALCEDO, J. L. (eds.) 2014. *Jóvenes, internet y política*, Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, Fundación de Ayuda contra la Drogadicción.
- TEJERA GAONA, H. 2006. Cultura ciudadana, gobiernos locales y partidos políticos en México. *Sociológica*, 21, 41-70.
- TEJERA GAONA, H. 2017. Participación y cultura: la comparación entre jóvenes y adultos. *In: GÓMEZ TAGLE, S. C. (ed.) La cultura política de los jóvenes*. México: El Colegio de México, Centro de Estudios Sociológicos.
- VIVERO ÁVILA, I. & DÍAZ JIMÉNEZ, O. F. 2017. Algunas actitudes de los jóvenes hacia la política: ¿Compromiso cívico o desafección política? *In: GÓMEZ TAGLE, S. C. (ed.) La cultura política de los jóvenes*. México: El Colegio de México, Centro de Estudios Sociológicos.