

## **La participación política digital de las y los jóvenes en México**

**Ángel Gustavo López Montiel**  
**Tecnológico de Monterrey**

### **Introducción**

Analizar la participación política de los jóvenes en México es complicado debido a todos los elementos que hemos mencionado anteriormente, en un espacio donde las tecnologías y las diversas plataformas con las que se convive cotidianamente, han generado nuevos fenómenos que contrastan con la manera en que se asumía la participación política hasta hace unos años.

En buena medida, la complejidad del estudio sobre las juventudes, pasa por las diversas formas en que estas se expresan no únicamente en términos políticos, sino en todas las dimensiones de interacción social. Es por ello que los actores políticos, han tenido complicaciones para poder acercarse a este sector de manera eficiente, pues sus necesidades no tienen que ver con las de los grupos que son más estables y que pueden ser capturados de manera mucho más eficiente por las estructuras electorales de los partidos políticos, debido a la existencia de las necesidades más concretas que pueden ser resueltas por dichas estructuras partidarias.

En el caso de un grupo de profesionistas, por ejemplo, se pueden identificar necesidades comunes que construyen la promesa política y establecen un vínculo clientelar, de manera contraria a lo que ocurre con la población joven, donde al tener tantos elementos de identidad (trabajo, escuela, música, ropa, etc.), no se puede ubicar un aspecto en particular que conecte con toda la comunidad, sino solo con quienes tienen la necesidad específica que se plantee. De esta forma, los diversos estudios que abordan esta participación, muestran resultados contrastantes y que en muchos sentidos no son conclusivos, pero son relevantes para comprender la forma en que los diversos actores se aproximan a ellos.

### **Juventudes**

En una primera instancia, podemos encontrar que es problemática la forma en que se define a la juventud, pues de entrada tenemos que ubicar alguna estrategia que clasifique a las personas en grupos que puedan ser observados, en términos de edad, ubicación escolar, relación con otras generaciones, así como en prácticas de consumo.

Clasificar a las personas por edad es una de las estrategias más utilizadas en el estudio de las juventudes, sin embargo, eso no permite observar diferencias entre las líneas de división que pueden ser relevantes, en términos de la forma en que articulan su decisión por el tipo de experiencias que han tenido a lo largo de su vida, así como por los contextos específicos en que viven, y que no necesariamente tiene que ver con la identidad por edad.

Por ejemplo, dos personas jóvenes que viven en situaciones de clases sociales distintas, pero que tienen la misma edad, bajo las mismas condiciones pueden desarrollar procesos de decisión diferenciados, que son propios de las distintas experiencias que asumen a partir de los contextos sociales en que se desarrollan. Cuando vemos que las personas jóvenes también están sujetas a mecanismos de presión social, crimen, deserción escolar, violencia, familiar, no reconocimiento de sus necesidades individuales, entre otras, estas experiencias impactan a las personas y sus decisiones de manera distinta, independientemente de su edad, del lugar en que viven, de la existencia de una familia, etc.

Analizar e interpretar estas complejidades en el contexto de la manera en que se sintetizan en la participación política y ubicando de manera transversal la existencia de tecnologías que son comunes, pero con distinto nivel de disponibilidad y uso, es relevante para poder identificar estrategias que permitan potencializar la participación juvenil, con mecanismos innovadores, pero al mismo tiempo que enriquezcan el proceso democrático.

Como lo comentamos, los estudios sobre la participación de adolescentes y jóvenes en el espacio político mexicano, es muy variado en términos de metodología e intereses, sin embargo, hay algunos aspectos que podemos tomar en cuenta para poder establecer algunas pistas que nos permitan comprender la forma en que se motiva este tipo de participación, independientemente de los espacios de división tradicional en términos de clase, edad, ingreso o capacidades de consumo.

Además, hay perspectivas que han planteado de manera comparada la forma en que las juventudes mexicanas participan en contraste con las de otros países, donde existen otro tipo de incentivos en el contexto de sus sistemas políticos y electorales, para poder interiorizar la participación juvenil. Un elemento relevante en torno a las formas en que se motiva este tipo de participación, y la comprensión que tienen sobre su relevancia de manera agregada con otros grupos de edad o sectores con intereses distintos, pero también sobre el contexto político en su conjunto.

Un límite de este tipo de estudios, es hacer una clasificación de términos generacionales, que busca diversas características que pueden ser comunes a las personas que viven en el contexto de una misma época, aquellas que ubican a Millennials, Centennials, generación Z, etc., pues usualmente se tiende a simplificar la forma en que estas comunidades interactúan, sus identidades y sus intereses, sin detenerse a ver la forma en que los diversos valores que esta época representa, influyen en la comprensión de su participación política y electoral.

De hecho, en el contexto del consumo, las formas en que indican la pertenencia a una generación ciertos tipos de tendencias no son concluyentes, a pesar de que, en términos de mercados se ha buscado configurar una misma condición en términos generacionales, para hacer más sencilla la prospección y venta de productos que pueden ser atractivos por esas divisiones de edad.

Otro elemento importante, gira en torno a los mecanismos legales que han dotado a las y los jóvenes de derechos y capacidades como parte de la comunidad política y que son reconocidos por diversas organizaciones en el contexto gubernamental, como resultado del trabajo de varias organizaciones de la sociedad civil que han empujado un conjunto de reformas para poder articular a los distintos mecanismos de identidad que las y los jóvenes pueden plantear, para los que se requieren respuestas diferenciadas.

Si bien, el marco legal es únicamente un espacio que delimita y otorga un conjunto de condiciones a la niñez, la adolescencia y la juventud, son fundamentales porque han modificado la forma en que las diversas organizaciones públicas, incluyendo los partidos políticos, entienden la participación juvenil en el espacio de las decisiones públicas que son propias de cada espacio político o de gobierno.

En ese sentido, tenemos ya el conjunto de elementos que pueden configurar la participación de las personas jóvenes en la política y las elecciones, por lo que ahora recuperaremos algunos de los elementos que ya hemos mencionado, además de otros que nos permiten ubicar lo que ha pasado en términos de dicha participación.

Hay diversos estudios que muestran la manera en que las personas se hacen de información para poder participar, esos análisis tienden a ubicar a partir de una perspectiva fundamentalmente culturalista, la forma en que los diversos espacios de información aportan elementos para que las personas puedan procesar su decisión, sobre por quién votar.

En la actualidad contamos con un cúmulo importante de estudios sobre la participación política contemporánea de las personas jóvenes en México, que nos dan pistas sobre los diversos condicionantes que la motivan, así como elementos para poder analizar las tendencias y la incidencia de las TIC en ellas (Gómez Tagle, 2017; Martínez y Tavera, 2021). Aunque como lo mencionamos, los resultados son variados, pero permiten tener una comprensión más precisa de lo que ocurría hace algunos años, además de que la intervención gubernamental a través del programa “Jóvenes construyendo el futuro” que busca universalizar una beca a lo largo de distintos sectores, nos permite contar con una variable que pueda explicar alguna parte de la motivación para participar o en la conformación de una preferencia electoral.

### **La información como precursor de participación electoral**

Un primer aspecto que atienden la mayor parte de los estudios sobre jóvenes o sobre comportamiento electoral, gira en torno a los mecanismos de información y su vínculo con la disposición a participar políticamente, ya sea porque puede generar *engagement*, o porque pueda alimentar los motivos por los que la persona decida participar.

En el caso de Guanajuato, por ejemplo, en 2023, el Instituto Electoral del Estado realizó diversos estudios, buscando obtener elementos para entender y mejorar su planeación en actividades de educación cívica. En dicho estudio se pudo observar que entre más

joven es la persona mayor es la incidencia que tienen las redes sociales en ella como mecanismo para hacerse de información y entre más adulta es la persona, van disminuyendo la relevancia de Internet y las redes sociales en comparación con la radio o la televisión.

Sin embargo, a pesar de que las personas jóvenes en general se ubicaron en esta condición, no necesariamente fue un motivador para su participación, puesto que también dijeron no haber formado su identidad a partir de la información obtenida en redes, sino que a una proporción importante, en ocasiones más del 50% de los municipios analizados, habían sido llevadas a votar por algún partido político, mientras que para otros grupos no movilizados, la información no había sido suficiente para involucrarles en política.

De la misma forma, hubo algunos municipios, fundamentalmente rurales, donde la mayor parte recibió información de los medios tradicionales como radio o televisión, pero eso no necesariamente les generó mayor interés en política, pues tampoco hablaron en sus familias, escuelas o trabajo, sobre temas electorales que pudiera reforzar la información recibida.

De esta forma, las principales fuentes de información, sean redes o los medios tradicionales, contienen mecanismos diferenciados que los actores políticos deben comprender, para buscar incidir en las decisiones de su grupo objetivo (IEEG, 2023), pues si bien las personas pueden estar expuestas a información, eso no es suficiente para motivar la participación.

Cuando analizamos esta última condición en el contexto del comportamiento electoral, vemos que hay una diferencia en términos de la votación de las personas jóvenes con respecto a las personas adultas, donde estas últimas presentan la mayor proporción de participación en términos de edad, lo que podría llevarnos a pensar que el tipo de información no es suficiente, ni su fuente, para poder motivar la participación de las personas jóvenes, aunque algunos estudios ubican a dicha información como un motivador.

Por otro lado, hay estudios en donde se ubican para las elecciones de 2015, diversos análisis en términos de la forma en que las diversas plataformas que existen en Internet, han orientado la participación de las personas jóvenes (De la Garza et al., 2017). La existencia de dichas plataformas, pero sobre todo su interacción en ellas sobre temas de política, incentiva la participación posterior en elecciones, pues involucra a las personas en el debate público, llevándolas a participar en mayor medida en comparación con aquellas personas que no se involucran previamente a través de una red social. De esta forma, la información no es suficiente, sino que la interacción generada por la red social, es relevante para generar *engagement* y pueda ser un mecanismo que motive la participación en la elección.

En ese sentido, se puede explorar la relación entre el involucramiento de los jóvenes electores en política a partir de su exposición e interacción en redes sociales y una mayor

participación. En el estudio del IEEG, por ejemplo, se observó una menor participación por parte de aquellas personas que obtenían información a través de otras fuentes, como la televisión y el radio, por ser espacios donde la interacción es nula, a menos que haya la posibilidad de llamar o enviar un mensaje de whatsapp, aunque es menos probable que las personas jóvenes lo hagan, a diferencia de las personas adultas.

Otro estudio de Martínez y Maldonado (2017) en el área metropolitana de Monterrey, buscó establecer la relación entre el consumo de información y las fuentes dentro de las redes sociales de donde, provenía la información que los jóvenes utilizaban como mecanismo de información, para identificar una mayor propensión a participar electoralmente de manera posterior. En ese sentido se planteó que, en el caso de la interacción en discusiones sobre política en redes sociales, incentiva la participación convencional, pero no necesariamente incide en otras formas de participación. Esto es relevante pues va en línea con los planteamientos hechos a lo largo de este documento, sobre la forma en que se conciben valores como elementos de motivación para algunos tipos de participación, en este caso asociados a servicios en internet.

El tipo de redes sociales también es relevante para determinar las formas de participación de las personas, debido a las diferencias en las maneras de interactuar que se dan dentro de ellas. Por ejemplo, las personas adultas utilizan en mayor medida Facebook, mientras que las personas jóvenes se enfocan a Tiktok, pero en ambas los contenidos y la interacción están diferenciados y generan también niveles de involucramiento y desarrollo de crítica distintos, a partir de las necesidades de participación en cada red social (Colás-Bravo et al. 2013).

Por ejemplo, Carrasco y otros autores (2021) encontraron que la discusión sobre vacunas de Covid19 en Twitter alcanzaba niveles de involucramiento que podrían determinar la intención de vacunarse o no, y predisponer a las personas participantes en esas discusiones a hacerlo. Por otro lado, Martínez-Carmona y Tavera (2021) también ubicaron diversas aproximaciones de las personas universitarias al tema de Covid19, en un contexto fundamentalmente presencial, pero donde se identificaron aspectos de la experiencia de actividades en línea donde aspectos como la inmediatez y una mayor condición de individualidad, predisponían a las personas a comportamientos más intolerantes como parte de su interacción con otras personas.

Estos estudios son relevantes, porque cuando comenzó a estudiarse la relación entre comunicación y política se encontró que en diversos contextos los medios de comunicación tendían a inhibir la participación de las personas, en la medida en que la información se estandarizaba en el contexto de la competencia, entre las grandes televisoras (Lang y Lang, 1966).

En el caso de México, el dominio de Televisa durante varios años y de manera posterior la incorporación de Tvazteca, generó una tendencia que reafirmaba fundamentalmente las preferencias que las personas tenían sobre el partido dominante, mientras que podía incidir de manera determinante en la participación de las personas que no estaban en el contexto de dichos partidos, a partir de la forma en que modificaban el mensaje y los

determinantes asociados a los receptores, condicionando las formas de participación que resultaban de ello (Paniagua, 2006).

En este caso, podemos ubicar el hecho de que las redes sociales exponen a las personas a espacios de información, no necesariamente verificados, pero que sólo por estar más informadas puede tender a participar más que las personas que no lo están en la misma forma, parcializando las posiciones a partir de información no necesariamente correcta, como se ha planteado con el caso de las *fake news* para el caso de México (Lida et al., 2022); aunque se requiere de interacción para poder ir más allá y detonar la participación, aspecto que los medios tradicionales no generan en la misma forma.

Tal vez uno de los estudios más relevantes sobre participación política de jóvenes en México es el de Gómez Tagle (2017), quien desarrolló un esquema para identificar los valores asociados a la cultura política en este grupo, para tratar de ubicar la forma en que se configuran sus preferencias políticas, así como fenómenos como la participación, el abstencionismo, el apego o no a partidos, el involucramiento, etc. En ese análisis, se desarrollan varias hipótesis sobre los elementos valorativos que influyen en la juventud, los elementos que explican su baja afección por la política, por la democracia, etc., aunque es limitado en términos del análisis de herramientas como la tecnología, o espacios de participación como lo virtual.

Si bien se identifican aspectos relevantes en torno a los valores agregados de las personas jóvenes sobre cultura, es importante ver la forma en que ellos son percibidos en un contexto donde los valores han cambiado en sus contenidos y relevancia. Es decir, usualmente aceptamos que la confianza política es relevante como precursor de participación, pues usualmente las personas que más confían también son las que más participan. Sin embargo, es importante cuestionarnos esta relación en un contexto de altos niveles de desconfianza, como se han dado en los años recientes, pues aún con ellos, los niveles de participación electoral de jóvenes se han mantenido en comparación con otros años. El tema es si los parámetros de análisis que teníamos para la época moderna, siguen siendo válidos en un contexto de hipermodernidad con contenidos de valor distintos.

En un estudio similar de Tagle y Díaz (2020) para el Estado de México, se encontraron elementos similares al estudio nacional, donde la mayor parte de las personas jóvenes no se interesa en política, al mismo tiempo que mantiene bajos niveles de involucramiento, a pesar de que puedan utilizar redes sociales o se informen en términos electorales a partir de ellas, mientras que la mayor parte reporta que la información más importante sobre temas políticos es obtenida a través de medios electrónicos tradicionales, como la televisión y la radio.

Lo anterior a pesar de que los niveles de educación son superiores a los de generaciones anteriores, pues se desafía uno de los supuestos de interpretación donde mayor educación podría ser un motivador de participación, lo que no necesariamente se ha dado con las generaciones actuales.

Todos estos planteamientos son relevantes para comprender la forma en que la juventud configura sus mecanismos de participación, pero aún sabemos poco sobre los procesos que generan *engagement* en términos de procesos electorales en este sector, además de cómo esa condición predispone a la acción, incluso con el uso de tecnología.

Tal vez de los elementos que podemos concluir, es que las redes sociales permiten que las personas se expongan a información sobre política y eso sea el primer paso para que puedan involucrarse, el segundo elemento es lo que hace que las personas se interesen y participen dentro de la misma red social u otro mecanismo, para entonces generar interés y conectar con la intención de participar efectivamente en la elección, más allá de lo que eso implica.

Cuando la red social les permite interactuar, como el caso de “X”, el involucramiento se incrementa, mientras que otras plataformas más utilizadas por este sector como TikTok, tienen menos posibilidades de interacción, aunque sus contenidos aportan más información que, dicho sea de paso, los estudios también muestran que son más confiables para dichas personas que los que encuentran en otros espacios como Facebook o plataformas de internet como Wikipedia.

Otro espacio de acción está en los procesos de comunicación política, que ya hemos tratado ampliamente, donde las estrategias tienen herramientas muy potentes en la tecnología, tanto en las plataformas como en las aplicaciones que se han construido recientemente como medios de involucramiento en campañas y otro tipo de procesos políticos.

Las herramientas digitales representan un desafío para las perspectivas clásicas de la comunicación política, porque no necesariamente se replican las mismas condiciones que cuando se utilizan a los medios tradicionales. Condiciones de horizontalidad, ubicuidad, inmediatez y viralidad, que caracterizan a la comunicación en el espacio virtual, implican la necesidad de mecanismos de involucramiento que parten de supuestos de valor que no son compatibles con aquellos que funcionan en el contexto de la modernidad, ni asumen de la misma forma el funcionamiento de la democracia.

## **Ciberactivismo**

Otro elemento importante de la participación juvenil tiene que ver con el ciberactivismo, mismo que se ha mostrado en diversas vertientes a partir del uso de diversas herramientas que las redes sociales aportan, como tendencias, hashtags, likes o dislikes, menciones, reposts, etc., pero cuya efectividad y repertorio de estrategias ha variado no solo por el grado de involucramiento, sino por los mecanismos que la política formal sigue teniendo y más aún la electoral, donde el resultado final sigue estando en términos de un voto en una papeleta.

Hemos podido experimentar fenómenos como las protestas asociadas a temas de género y de la comunidad LGBTQIA+, que han sido relevantes para incidir no únicamente en decisiones de política pública, sino también en obligar a la acción a

diversos actores políticos, gubernamentales y sociales en torno a diversas áreas de preocupación de estos movimientos. Si bien lo que está en juego son aspectos asociados al ejercicio de la individualidad de las personas, donde el nivel de *engagement* es mucho más vinculante cuando se han violado derechos o condiciones sensibles, el reto es cómo el espacio cívico y electoral pueden ser también elementos que provoquen dicho *engagement* y que haya incidencia en los espacios de decisión pública de manera tan efectiva como se ha logrado en otras áreas de acción.

En ese sentido, el ciberactivismo por sí mismo no genera ese *engagement*, sino que es una herramienta con nuevos mecanismos de protesta que son más cercanos y propios de una comunidad fundamentalmente digital y que prefiere actuar en esos términos. En algún sentido se ha buscado explicar este tipo de fenómenos con base en el esquema de los movimientos sociales tradicionales y, posteriormente, de los nuevos movimientos sociales. Sin embargo, contienen elementos que no necesariamente son explicados por la forma en que las perspectivas clásicas los han planteado, pues no únicamente las herramientas, sino los repertorios, las formas de movilización, los objetivos, etc., son distintos a los que se ubican en el contexto formal de la sociedad y la política, en un espacio fundamentalmente presencial.

Los mecanismos de apoderamiento no tienen que ver con su despliegue y toma de espacios públicos, o la atención de los medios o de los espacios políticos como resultado de estos procesos contenciosos, sino fundamentalmente con la apropiación de la agenda en espacios virtuales, el uso de repertorios virtuales para la visibilización de la demanda, la denuncia y la protesta, pero también con el traslado de esta condición de virtualidad que están siendo observados por los actores políticos y gubernamentales, para finalmente incidir en sus decisiones.

Algunos autores como Almazan y Gil (2013) han buscado establecer algunas propuestas teóricas que permitan comprender la forma en que estos movimientos se desarrollan en el espacio del internet y con herramientas tecnológicas. Hara (2011) planteó el término de *online social movements* para ubicar acciones de *e-protest*, *e-movements* y *e-activism* que se dan en Internet y que no necesariamente tienen un resultado que se configura en el contexto formal de la política, pero que cuando lo tienen, necesariamente tienen que pasar al espacio presencial.

Sin embargo, también hay protestas presenciales bajo el esquema formal de la política, cuyas acciones son soportadas por mecanismos online, como aquellas donde para coordinar actividades o burlar las acciones represivas de las autoridades o de otros grupos, se usan herramientas tecnológicas y mecanismos virtuales que resultan en acciones mucho más eficientes para los grupos en protesta.

De esta forma, el ciberactivismo es una herramienta efectiva para diversos temas, particularmente de la agenda hipermoderna, pero no necesariamente como base de un movimiento sindical que busca el reconocimiento de un contrato colectivo de trabajo, donde el mecanismo es fundamentalmente formal y presencial debido a su condición de evento moderno.



Como lo hemos mencionado, en el caso de México también podemos ubicar un área de *ciberactivismo* o *e-activism* muy intenso en algunos momentos, pero pocas de esas acciones han tenido un impacto en el incremento de la participación por parte de las comunidades juveniles, tal vez con excepción del, anteriormente mencionado, caso #yosoy132 o de algunos movimientos mucho más locales (Almazán y Gil, 2013). Sin embargo, en sus efectos tienden aún a ser marginales, pues quedan en desventaja antes las redes clientelares que tienen un mayor número de personas vinculadas y comprometidas con una acción particular el día de la elección.

Las condiciones en que se da el ciberactivismo son muy variadas, así como los públicos involucrados, pero las diversas experiencias abren áreas de aprendizaje que pueden ser utilizadas por los diversos actores políticos en términos de la segmentación de los mercados de electores jóvenes, de acuerdo a necesidades específicas que los diversos grupos tengan.

El ciberactivismo es muy importante en términos de los nuevos mecanismos de participación política y social que los jóvenes tienen, porque les permite articular desde espacios virtuales un conjunto de mecanismos y apoyos con los que pueden incidir en la agenda pública, para poder visibilizar problemas que deben ser atendidos por la autoridad, pero también por otros actores políticos y sociales en el contexto de la influencia que las diversas organizaciones formales buscan conformar.

Lo cierto es que el ciberactivismo tiene límites en términos de su eficiencia con el fin de incidir en la política cuando está basada en la construcción de mayorías formales en los diversos órganos de decisión pública. Si bien la presión generada por redes sociales puede ser replicada por medios tradicionales, a los que la dimensión formal es más sensible, es un espacio al que no se accede si la protesta virtual no tiene la suficiente fuerza para hacerse visible.

Estas formas de ciberactivismo, aún siguen en el desarrollo y consolidación de repertorios de acción que les permiten identificarse no únicamente como actores políticos o sociales distintos, con necesidades no necesariamente formales, que buscan incidir en la agenda, sino también como parte de los procesos de corresponsabilidad política social, que se han consensado en los últimos años y que son parte no únicamente del discurso hipermóderno, sino también de la gobernanza.

## **Inteligencia artificial**

Otro elemento relevante es el uso de inteligencia artificial (IA) en todas sus formas, no únicamente como mecanismo de generación de objetos comunicacionales, o de simplificación y aceleración de procesos, sino también como herramienta de información que puede resolver, en tiempo real, problemas de contenidos en torno al ejercicio de la ciudadanía. No únicamente porque herramientas como los chats basados en IA pueden ser fuentes de información con niveles elevados de confiabilidad, sino también porque

pueden facilitar procesos de *engagement* e involucramiento en acciones virtuales o también formales. En este caso mencionaremos lo que algunas aplicaciones pueden hacer, pero no daremos nombres de ellas, pues están en un constante cambio en términos de su funcionalidad, propietarios, nombre y uso.

La inteligencia artificial es una herramienta que puede potenciar la profundización de las capacidades democráticas, y relanzar el interés por ella, a partir de las distintas posibilidades de participación e incidencia que se pueden construir con el uso de aplicaciones basadas en este tipo de tecnologías, que en realidad son muy variadas en su construcción y alcances.

Por ejemplo, un tipo de IA con la que estamos en contacto cotidianamente es la generativa, misma que desarrolla productos a partir de las demandas que le hacemos (una pregunta-una respuesta), que va conformando a partir de las capas de información que tiene disponibles y a su alcance, con base en procesos lingüísticos que va “aprendiendo”. Por ello, si se le alimenta con información falsa, posiblemente genere resultados que pueden ser inexactos en términos de lo que buscamos hacer. Es entonces fundamental generar procesos con información fidedigna que sean la base de los insumos que una aplicación basada en este tipo de AI, pueda utilizar para dar respuestas o generar procesos secundarios que sean fidedignos.

Si bien es cierto que uno de los principales temores que se ha manifestado en diversos países, sobre la posibilidad de generar contenidos falsos para poder incidir en la opinión de las personas de manera efectiva, también es cierto que se ha podido identificar un conjunto de estrategias que limiten el mal uso de este tipo de herramientas, ya sea a través de la regulación que se ha buscado instrumentar en torno a su uso y de manera específica en procesos políticos, pero también a partir del desarrollo de tecnologías que limiten la incidencia perversa que se puede generar ya sea con información falsa o con mecanismos que pueden buscar inhibir la participación o limitar sus alcances, lo que también puede hacerse con herramientas en el contexto formal y tradicional de la política.

Limitar o vigilar estrechamente el desarrollo y uso de la AI ante el temor de que pueda hacerse un mal uso de ella, implicaría también evitar el uso de una tecnología que tiene muchas más aplicaciones benéficas para los procesos democráticos, en un contexto donde seguramente el resto del mundo seguirá desarrollando herramientas basadas en ella.

Hay algunas herramientas que ya se utilizan para modificar las tendencias de opinión en algunas redes sociales, que están basadas fundamentalmente en mecanismos que falsean las identidades o que construyen participantes que opinan de manera coordinada para modificar las tendencias, en términos de las preferencias sobre las opiniones construidas en torno al proceso democrático. Si bien disminuyen la calidad del debate, se han desarrollado estrategias que permiten a las personas usuarias saber si quien opina es en realidad una persona o un ente artificial que solo busca generar algún tipo de contención en el contexto de un debate público.

Sin embargo, dichas prácticas pueden ser limitadas a partir de procesos de regulación, por un lado, pero también por los mismos grupos de personas usuarias que pueden encontrar formas para contrarrestar los mecanismos de incidencia, ya sea utilizando otras herramientas de inteligencia artificial, pero generando mecanismos de educación, o tecnológicos que limiten la incidencia de dichos grupos en el debate en redes sociales.

Dichos temores se fundan también en las estrategias que se han desarrollado en los últimos años, donde se ha podido falsificar la voz o imagen de diversas figuras políticas, para simular discursos o propaganda que pueda incidir de manera negativa, ya sea en esos personajes, o en procesos que los involucran, por lo que ha resultado relevante la generación de mecanismos de verificación que permitan que las personas, pero también los actores políticos, puedan prever la capacidad de falsificación que algunos grupos tienen a partir del uso de inteligencia artificial.

Asimismo, estas herramientas pueden potenciar de manera significativa las capacidades para el fortalecimiento de la democracia, así como aquellas que tienen que ver con la generación de mecanismos de incidencia por parte de la ciudadanía en diversos procesos políticos que hasta ahora están reservados fundamentalmente para los espacios políticos.

Por ejemplo, hay aplicaciones de inteligencia artificial, que generan mecanismos de discusión y debate público, en donde no es únicamente la emisión de cuestionarios, a partir de los cuales las personas pueden generar opiniones, sino también ahora a partir de espacios de texto abierto en donde las personas pueden escribir sus opiniones y sus exigencias en torno a procesos políticos, y estas son procesadas por herramientas que generan reportes o insumos para la toma de decisiones y que pueden identificar aquellos problemas que resultan relevantes para ese proceso.

La educación digital es otro aspecto que está vinculado con la condición descrita, pero que implica un compromiso por parte del conjunto de actores políticos, gubernamentales y sociales, pues requiere de amplios recursos para ello. Si bien las herramientas tienden a ser intuitivas para su uso, es importante desarrollar competencias que permitan utilizarlas para la resolución de problemas concretos, en un marco establecido de parámetros que nos permitan aportar valor al desarrollo de procesos democráticos.

Por ejemplo, con base en una aplicación basada en la IA, que es capaz de reconocer los distintos atributos discursivos en una reunión, se puede generar resúmenes o minutas de trabajo con información fidedigna que después se convierten en insumos de toma de decisiones. En el caso de la política, estos mismos ejemplos pueden darnos un potencial de aplicaciones en donde las personas puedan de manera discursiva incidir en las orientaciones políticas de sus representantes y puedan moldear la forma en que se toman decisiones en los órganos colegiados de cualquier tipo, o ejecutivos unipersonales, y que al final puedan resultar cercanos al ideal de democracia directa que se había planteado desde finales del siglo XVIII.

Hay ejemplos de aplicaciones que reciben las opiniones de las bases de apoyo de personas legisladoras en algunos estados de los Estados Unidos, donde en lugar de los tradicionales mails o cartas, envían sus comentarios a través de las plataformas, con algunos elementos de interpretación textual. Esto genera gráficos y otros insumos que permiten a quien va a votar saber de las preferencias de sus votantes, con lo que pueden orientar su voto de mejor manera, siempre y cuando el partido político no condicione su reelección a votar por la línea que el partido ha planteado, como en el caso de México.

Si bien, en algunos países, los mecanismos de incidencia formal se realizan a través de formas de participación presencial, o el envío de cartas, correos electrónicos o mensajes a los espacios de representación, para que puedan moldearse los insumos a partir de los cuales fundamentan las decisiones que toman, con herramientas basadas en inteligencia artificial, se facilita el trabajo no únicamente de leer, sino también de procesar toda la información que llega y que busca de alguna manera ser reflejada en la decisión. Estos procesos pueden ser eventualmente articulados con mecanismos de transparencia, para que la decisión no únicamente esté de acuerdo con las preferencias planteadas por las bases de apoyo, sino que se vea hasta qué punto las opiniones de las y los electores están siendo reflejadas en la decisión final.

Por otro lado, los chats generados a partir de inteligencia artificial, se pueden convertir en fuentes fidedignas de información, o por lo menos en espacios donde se pueda discernir el tipo de información que se está presentando. Si bien en algunos momentos se ha criticado los límites en términos de calidad y de que la información esté verificada es importante plantear que es uno de los espacios de toma de decisiones más complejos, pero también centrales para el involucramiento en política, pues incluso estas herramientas podrían ser desarrolladas como mecanismos de información, por parte de autoridades electorales, pero también actores políticos, y universidades, para generar *engagement* y modelar las formas de participación electoral juvenil.

Otra herramienta que se debe usar en el contexto de la tecnología, es aquella que asegura la transparencia de los procesos de toma de decisiones, pero también en la claridad sobre el tipo de alcance de algoritmo que se usa en una aplicación de la IA o no, pero que resulta fundamental para que las personas puedan incrementar sus espacios de confianza con respecto a los factores políticos, y entonces tomen decisiones no únicamente informadas, sino también verificadas en términos de los contenidos que pueden observar. Si bien esto puede lograrse con tecnología, es importante también ubicar los procesos de educación digital que deben ser socializados y formar parte fundamental del uso consciente de tecnologías de información.

Se puede tomar la experiencia de algunos espacios en otros países, donde en lugar de regular el uso de las aplicaciones basadas en IA, se ha buscado dejar en libertad a los actores, tanto económicos como políticos, para poder hacer uso y desarrollar las herramientas, hasta el punto en que sus resultados y contenidos no transgredan leyes o incidan de manera negativa en los mercados, por lo que podemos esperar la conformación aún más intensa de aplicaciones con mayores capacidades que las que tenemos ahora en la mayor parte de las dimensiones sociales.

Para el uso de herramientas de IA necesitamos también la existencia de políticas agresivas de datos abiertos, a partir de las cuales se puedan alimentar diversas aplicaciones, que puedan tener como objeto la contribución al debate público, a partir de la compilación y procesamiento de información que resulta relevante en torno a decisiones públicas, algo que debe ser instrumentado desde la sociedad civil, puesto que a pesar de las políticas de gobierno abierto que incluyen los datos abiertos, en ocasiones la información no está actualizada o el momento de oportunidad para la toma de decisiones ha pasado inexorablemente.

Los mecanismos de gobierno abierto que promueven y en algunos casos, han hecho obligatoria la existencia de datos abiertos y amplia publicidad de la información pública, ha dejado en las organizaciones sociales la función de verificar y trabajar la información generada por los gobiernos, así como los procesos que utilizan para su desarrollo. Estos elementos son esenciales porque contribuyen de manera fundamental en la configuración de condiciones políticas que no habíamos tenido en el pasado, específicamente en términos del debate y la toma de decisiones, pero con base en información lo más fidedigna posible.

Uno de los límites que se tienen para alimentar de información a las aplicaciones de IA, gira en torno a los propios actores políticos, muchos de los cuales no están dispuestos a avanzar en el desarrollo de aplicaciones que puedan restarles control de diversos procesos que ellos tienen en el contexto político y social. Por ejemplo, en torno al conocimiento sobre programas sociales, padrones, distribución de recursos, espacios en que se distribuyen, así como información más fidedigna con la que se puedan generar ideas sobre la forma en que estos actores políticos operan, en términos de las distintas discusiones de interés público y elecciones. En algunos casos, estos mismos actores políticos han desarrollado discursos alabando el uso de la tecnología, pero se han opuesto a que algunos procesos electorales se lleven a cabo utilizándola, particularmente cuando la tecnología impide que se pueda controlar el voto.

Entre otros mecanismos, las formas de incidencia que se pueden generar a partir de las aplicaciones de IA, son importantes, pero también que sean desarrolladas por grupos de la sociedad civil, organizaciones de observación electoral, medios de comunicación o partidos políticos. El incremento de la capacidad de incidencia también va de la mano del *engagement* continuo, que se genera a partir del seguimiento y evaluación del desempeño de los diversos actores involucrados en un tema en particular, lo que implica incentivos que permiten mantener la atención y acción en torno a una aplicación. En este caso, podemos encontrar algunas aplicaciones desarrolladas en diversos países, donde se busca integrar demandas ciudadanas, con el seguimiento de las acciones llevadas a cabo por los gobiernos, generando incidencia continua, pero también manteniendo la atención de las personas involucradas.

Por otro lado, el financiamiento de diversas organizaciones sociales y políticas, ha estado vinculado al uso de estas herramientas, particularmente para poder generar mecanismos de comunicación que sean sensibles a las necesidades de financiamiento de sus

públicos, pero también aceptados y utilizados por diversos actores que consideran que sus acciones les aportan valor y que a partir de ellos puedan generarse diversas experiencias de relevancia para la incidencia pública, como es el caso de diversas aplicaciones sobre temas de salud o finanzas que ya se utilizan en las tiendas virtuales.

Por ejemplo, se pueden vincular a grupos interesados en las áreas de desarrollo de estas organizaciones, con fondos que sean útiles para el fortalecimiento de los procesos democráticos. Diversas páginas de Internet que recaudan fondos para proyectos sociales han encontrado en estas herramientas a aliados potenciales para incrementar su capacidad de éxito en la recaudación, pues su capacidad de sistematización de información amplía la posibilidad de llegar a un número más grande de personas que de alguna forma pueden contribuir.

Un aspecto importante tiene que ver con las capacidades en términos de recursos humanos, para el desarrollo de mecanismos basados en, IA y que tengan las características que se entienden como levantes por las organizaciones y las personas.

Por otro lado, es importante ubicar la forma en la que diversos procesos democráticos, se pueden escalar a partir del uso de la IA, no únicamente en términos de información, sino también en involucramiento, por parte de diversos actores sociales, como los grupos de jóvenes, y que a partir de ello puedan no únicamente potenciar su participación, sino que también puedan efectivamente incidir en las decisiones que los grupos políticos tomen.

### **3. Conclusiones**

Uno de los grandes pendientes en la consolidación de la democracia mexicana es la inclusión efectiva de las personas jóvenes en los diversos espacios de participación política que se dan a lo largo del país, pero de manera específica, en los procesos electorales debido a diversos elementos que tienen que ver con la estructuración misma de los procesos de participación política hasta algunos otros, como el cambio de época que hemos vivido desde inicios del siglo XXI, donde los valores que permean a la sociedad moderna, cambiaron sustancialmente para dar paso a una forma distinta de entender a la política.

En ese sentido, este documento busca establecer algunas discusiones sobre los distintos aspectos que se involucran en los procesos de participación política juvenil, pasando por una discusión sobre la relevancia de las nuevas tecnologías que se han configurado a lo largo del siglo XXI, y que son promisorias para enganchar e involucrar a las nuevas generaciones, no únicamente en el contexto electoral, sino en otros procesos de participación que la democracia exige.

Es por ello que hemos estructurado varias discusiones en torno a la intervención de la tecnología, en la configuración de las preferencias y las predisposiciones a la participación, incluyendo aspectos de comunicación política. Implican desafíos a la forma

en la que podemos intensificar el involucramiento de las personas en los distintos espacios de decisión pública.

Se elabora una discusión sobre algunas características del nuevo sistema político mexicano, diversos actores que son relevantes en el proceso de decisiones, la forma en que la estructuración de la política de manera formal ha cambiado sustancialmente y como esto se ve exacerbado no únicamente por los valores, hipermodernos, sino también por la forma en que Internet y los servicios que se prestan sobre la red, como las redes sociales y diversas aplicaciones de entre las cuales tenemos algunas de inteligencia artificial, que han comenzado a generar cambios en los procesos para la obtención de información, así como en aquellos mecanismos que provocan precisamente un involucramiento en discusiones públicas, a través de las herramientas que las redes sociales, y aplicaciones novedosas sobre inteligencia artificial pueden generar.

Si la hipótesis que planteamos es cierta, en el sentido de que las nuevas generaciones se involucran de una manera distinta en espacios públicos, pero también en otros contextos sociales, la forma en que normalmente las personas jóvenes se vinculaban a diversos contextos de su interés no se realiza hoy de la misma manera. En ese sentido se aportan diversas discusiones sobre mecanismos que han comenzado a ser utilizados de manera más intensa para moldear no únicamente las instituciones (reglas), sino también las decisiones que se toman en el contexto de los espacios públicos.

El uso de tecnologías por parte de los actores involucrados para promover la participación de las personas jóvenes, no se detiene únicamente en las que son tradicionales dentro del contexto de la democracia, sino que va más allá y apoya diversos procesos que han comenzado a ser señalados como fundamentales para la consolidación democrática.

De esta forma, buscamos ofrecer algunos elementos que puedan servir para que los diversos actores, políticos, gubernamentales y sociales, pueden aprovechar de manera eficiente, a las tecnologías que van apareciendo para no únicamente promover una mayor participación de las personas jóvenes, sino fundamentalmente para generar interés en los distintos aspectos de la decisión pública que la democracia mexicana implica.

### Bibliografía

Aguirre, J. (2013). *Nuevos alcances de la participación ciudadana a través de las redes sociales*. Culturales, 1(2), 119-150. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/694/69429400004.pdf>

Aguirre, J. (2014). *El potencial de los medios digitales ante la participación ciudadana tradicional y en el presupuesto participativo*. Comunicación y Sociedad, 22, 211-229. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5320770>

Akram, W. & Kumar, R. (2017). A Study on Positive and Negative Effects of Social Media on Society. *International Journal of Computer Sciences and Engineering*, 5(10). Disponible en: [https://www.researchgate.net/profile/Waseem-Akram-19/publication/323903323\\_A\\_Study\\_on\\_Positive\\_and\\_Negative\\_Effects\\_of\\_Social\\_Media\\_on\\_Society/links/5ab1c064a6fdcc1bc0bfefef/A-Study-on-Positive-and-Negative-Effects-of-Social-Media-on-Society.pdf?forcedefault=true](https://www.researchgate.net/profile/Waseem-Akram-19/publication/323903323_A_Study_on_Positive_and_Negative_Effects_of_Social_Media_on_Society/links/5ab1c064a6fdcc1bc0bfefef/A-Study-on-Positive-and-Negative-Effects-of-Social-Media-on-Society.pdf?forcedefault=true)

Almond, A. & Verba, S. (1963). *The Civic Culture. Political Attitudes and Democracy in Five Nations* (ed. 1989). SAGE Publications Ltd. Disponible en <https://www.marcialpons.es/libros/the-civic-culture/9780803935587/>

Aral, S. (2020). *The Hype Machine: How social media disrupts our elections, our economy and our health – and how we must adapt*. Currency.

Arano, F. (2020). *Las redes sociales en la formación de opiniones políticas*. Actas de Periodismo y Comunicación, 6(1). Recuperado de <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas/article/view/6515/5486>

Benjamin, Moffitt. (2022). Taking Account of the Visual Politics of Populism. Polity, doi: 10.1086/719829

Berelson, B.R., Lazarsfeld, P.F. & Mcphee, W.N. (1954) *Voting: A Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign*. University of Chicago Press, Chicago.

Bolaños, F. (2004). *La importancia del estudio del universo en la historia*. Revista Digital Universitaria, 5(4), 1-8. Recuperado de [https://www.revista.unam.mx/vol.5/num4/art20/abr\\_art20.pdf](https://www.revista.unam.mx/vol.5/num4/art20/abr_art20.pdf)

Bonet, A. (2020). *La ignorancia en la era de la información*. LinkedIn. Recuperado de <https://www.linkedin.com/pulse/la-ignorancia-en-era-de-información-angel-bonet/?originalSubdomain=es>

Braghieri, Luca, Ro'ee Levy, & Alexey, Makarin. (2022). "Social Media and Mental Health." *American Economic Review*, 112 (11): 3660-93.

Brewster, J. (2020, 6 de noviembre). Facebook Banned 'Stop The Steal'—Then Other Groups Popped Up In Its Place [en línea]. Forbes. Recuperado el 28 de marzo de 2024 de <https://www.forbes.com/sites/jackbrewster/2020/11/06/facebook-banned-stop-the-steal-then-other-groups-popped-up-in-its-place/?sh=15118b434cfe>

Caplan, B. (2007). *The Myth of the Rational Voter: Why Democracies Choose Bad Policies*. Princeton University Press.

Carrasco-Polaino, R., Martín-Cárdaba, M., & Villar-Cirujano, E. (2021). Citizen participation in Twitter: Anti-vaccine controversies in times of COVID-19. [Participación



ciudadana en Twitter: Polémicas anti-vacunas en tiempos de COVID-19]. *Comunicar*, 69, 21-31. <https://doi.org/10.3916/C69-2021-02>

Castells, M. (2000). *Materials for an exploratory theory of the network society*. British Journal of Sociology, 51(1), 5-24. Recuperado de <http://www.hugoperezidiart.com.ar/teoria-aplicada-2014/02-Castells-2000.pdf>

Castells, M. (2012). Autocomunicación de masas y movimientos sociales en la era de internet. En S. Aguilar (Ed.), *Anuari del conflicte Social 2011* (11-19). Universidad de Barcelona. Recuperado de <https://revistes.ub.edu/index.php/ACS/article/view/6235/7980>

Castells. M. (2000). *Internet y sociedad red*. UOC. Recuperado de <https://www.uoc.edu/web/cat/articles/castells/castellsmain2.html>

Castells. M. (2002). *La dimensión cultural de internet*. UOC. Recuperado de <https://www.uoc.edu/culturaxxi/esp/articles/castells0502/castells0502.html>

Cobo, C. (2019). *Ciudadanía digital y educación: nuevas ciudadanías para nuevos entornos*. Revista Mexicana de Bachillerato a Distancia, 11(21), 1-8. Disponible en <http://revistas.unam.mx/index.php/rmbd/article/view/68214>

Colás-Bravo, P., González-Ramírez, T., & de-Pablos-Pons, J. (2013). Young people and social networks: Motivations and preferred uses. [Juventud y redes sociales: Motivaciones y usos preferentes]. *Comunicar*, 40, 15-23. <https://doi.org/10.3916/C40-2013-02-01>

Coleman, S. (2006). *Digital voices and analogue citizenship. Bridging the gap between young people and the democratic process*. Public Policy Research. Disponible en [https://www.researchgate.net/publication/4777342\\_Digital\\_voices\\_and\\_analogue\\_citizenshipBridging\\_the\\_gap\\_between\\_young\\_people\\_and\\_the\\_democratic\\_process](https://www.researchgate.net/publication/4777342_Digital_voices_and_analogue_citizenshipBridging_the_gap_between_young_people_and_the_democratic_process)

Daniel, Javier, de la, Garza, Montemayor., Daniel, Barredo, Ibáñez. (2017). Ciberpolítica en México: un estudio sobre la participación de los jóvenes usuarios mexicanos durante las elecciones legislativas federales de 2015. *Index Comunicación*, No 7, Vol. 1.

Dentzel, Z. (2023). *El impacto de internet en la vida diaria*. OpenMind BBVA. Recuperado de <https://www.bbvaopenmind.com/articulos/el-impacto-de-internet-en-la-vida-diaria/>

Drezner, D. (2019). *The Ideas Industry: How Pessimists, Partisans, and Plutocrats are Transforming the Marketplace of Ideas*. Oxford University Press.

Durkin Richner, A. & Kunzelman, M. (2024, 5 de enero). Hundreds of convictions, but a major mystery is still unsolved 3 years after the Jan. 6 Capitol riot [en línea]. Associated Press. Recuperado el 21 de marzo de 2024 de <https://apnews.com/article/capitol-riot-jan-6-criminal-cases-anniversary-bf436efe760751b1356f937e55bedaa5>

Dwoskin, E., Newmyer, T. & Mahtani, S. (2021, 25 de octubre). The case against Mark Zuckerberg: Insiders say Facebook's CEO chose growth over safety [en línea]. The Washington Post. Recuperado el 28 de marzo de 2024 de <https://www.washingtonpost.com/technology/2021/10/25/mark-zuckerberg-facebook-whistleblower/>

Edgerly, S., Kjerstin T., Esther T., Emily K.V., & Leticia B. (2018) "*Do Parents Still Model News Consumption? Socializing News Use Among Adolescents in a Multi-Device World.*" New Media & Society 20:1263–81.

Estupiñán, A., Molina, E., Flores, S. & Martínez, J. (2016). *La participación digital en la construcción de la e-democracia y ciudadanía digital*. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo (RIDE). Recuperado de <https://www.ride.org.mx/index.php/RIDE/article/view/239/1917#info>

Falkinger, J. (2007). Attention economies. *Journal of Economic Theory*, 133(1), pp. 266 – 294.

Feliu, E. (2015). *La publicidad en la Comunicación Política*. Universidad de Alicante. Recuperado de <https://core.ac.uk/download/pdf/32324394.pdf>

Fisher, M. (2022). *The Chaos Machine: The inside story of how social media rewired our minds and our world*. Little, Brown and Company.

Flores, IJ. (2011). A 50 años de la cultura cívica: pensamientos y reflexiones en honor al profesor Sidney Verba. UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas. Recuperado de <https://biblio.juridicas.unam.mx/bjv/detalle-libro/3018-a-50-anos-de-la-cultura-civica-pensamientos-y-reflexiones-en-honor-al-profesor-sidney-verba>

Frenkel, S., Decker, B. & Alba, D. (2020, 20 de mayo). How the 'Plandemic' Movie and Its Falsehoods Spread Widely Online [en línea]. New York Times. Recuperado el 28 de marzo de 2024 de <https://www.nytimes.com/2020/05/20/technology/plandemic-movie-youtube-facebook-coronavirus.html>

Garret, G. (2009). *Graff 'Nadie llega a presidente sin Internet'*. PRNoticias. Recuperado de <https://prnoticias.com/2009/11/20/graff-nadie-llega-a-presidente-sin-internet/>

Garrett, R.K., & Stroud, N.J. (2014). "*Partisan Paths to Exposure Diversity: Differences in Pro- and Counterattitudinal News Consumption.*" *Journal of Communication* 64:680–701.

González, A. (2019). *Fake News: desinformación en la era de la sociedad de la Información*. Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación 45, 29-52. Recuperado de [https://institucional.us.es/revistas/Ambitos/45/Mon/Fake\\_News-desinformacion en la era de la sociedad de la informacion .pdf](https://institucional.us.es/revistas/Ambitos/45/Mon/Fake_News-desinformacion%20en%20la%20era%20de%20la%20sociedad%20de%20la%20informacion.pdf)

González, D. (2013). *La percepción de los jóvenes mexicanos respecto al uso de las tecnologías de la información y comunicación en las campañas políticas electorales* (Trabajo Fin de Grado). Universidad Autónoma de Nuevo León. Recuerdo de <http://eprints.uanl.mx/3484/1/1080256719.pdf>

González, E. (2021). *Redes Sociales y procesos electorales. El avance de las E-campañas electorales en México*. MDETIC. Recuperado de [https://infotec.repositorioinstitucional.mx/jspui/bitstream/1027/481/1/INFOTEC\\_MDETIC\\_EGD\\_19042021.pdf](https://infotec.repositorioinstitucional.mx/jspui/bitstream/1027/481/1/INFOTEC_MDETIC_EGD_19042021.pdf)

Guevara, R. (2016). *El estado del arte en la investigación: ¿análisis de los conocimientos acumulados o indagación por nuevos sentidos?* Revista Folios, 44, 165-179. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/3459/345945922011.pdf>

Hara, N., & Huang, B. (2011). Online social movements. *Annual Review of Information Science & Technology*, 45, 489-522.

Haunss, S. (2015). Promise and Practice in Studies Promise and Practice in Studies of Social Media and Movements. En L. Dencik. & O. Leistert (Ed.), *Critical Perspectives on Social Media and Protest: Between Control and Emancipation* (13-31). Rowman & Littlefield International. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/283321060\\_Promise\\_and\\_Practice\\_in\\_Studies\\_of\\_Social\\_Media\\_and\\_Movements](https://www.researchgate.net/publication/283321060_Promise_and_Practice_in_Studies_of_Social_Media_and_Movements)

Hintz, A., Dencik, L. & Wahl, K. (2017). *Digital citizenship and surveillance society*. *International Journal of Communication*, 11, 731-739. Recuperado de <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/5521/1929>  
[https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52053/Factsheet-Infodemic\\_spa.pdf](https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52053/Factsheet-Infodemic_spa.pdf)

Iida, T., Song, J., Estrada, J.L. *et al.* (2022) Fake news and its electoral consequences: a survey experiment on Mexico. *AI & Soc*

Insaurralde, K. (2022). *El rol del prosumidor en la distribución de Fake News*. Universidad Nacional de Quilmes. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/366988640\\_El\\_rol\\_del\\_prosumidor\\_en\\_la\\_distribucion\\_de\\_Fake\\_News](https://www.researchgate.net/publication/366988640_El_rol_del_prosumidor_en_la_distribucion_de_Fake_News)

Instituto Electoral Ciudad de México. (2024). *Cultura Cívica*. Instituto Electoral Ciudad de México. Recuperado de <https://www.iecm.mx/cultura-civica/>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía, INEGI. (2023). *Encuesta Nacional Sobre Disponibilidad y Uso De Tecnologías de la Información en los Hogares, ENDUTIH 2022*. Comunicado de prensa. Recuperado de [https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2023/ENDUTIH/ENDUTIH\\_22.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2023/ENDUTIH/ENDUTIH_22.pdf)

Instituto Nacional Electoral. (2022) Estudio Muestral sobre la participación ciudadana en las elecciones federales de 2021. Recuperado de <https://repositoriodocumental.ine.mx/xmlui/bitstream/handle/123456789/146658/CGor202211-29-ip-3.pdf>

International Telecommunications Union. (2021). Internet uptake has accelerated during the pandemic [en línea]. Recuperado el 22 de marzo de 2024 de <https://www.itu.int/itu-d/reports/statistics/2021/11/15/internet-use/>

Iyengar, S. & Hahn, K.S. (2009). “Red Media, Blue Media: Evidence of Ideological Selectivity in Media Use.” *Journal of Communication* 59:19–39.

Jorge, J. (2016). *Cultura Cívica. El Estudio Pionero de Almond y Verba*. Cambio Cultural. Recuperado de [https://cambiocultural.org/cultura-politica/cultura-civica/#\\_ftnref1](https://cambiocultural.org/cultura-politica/cultura-civica/#_ftnref1)

Julien, B., Pavan, A. & Rysman, M. (2021). Chapter 7 - Two-sided markets, pricing, and network effects. *Handbook of Industrial Organization*, 4(1), 485-592. Recuperado de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1573448X21000078>

Klayman, J. (1995). Varieties of Confirmation Bias. *Psychology of Learning and Motivation*, 32, 385 - 418. Disponible en: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0079742108603151>

Kosmidis, S. & Theocharis, Y. (2020). *Can Social Media Incivility Induce Enthusiasm? Evidence from Survey Experiments*. *Public Opinion Quarterly*, Volume 84, Issue S1, 2020, Pages 284–308 Disponible en: <https://academic.oup.com/poq/article/84/S1/284/5866285>

Ksiazek, T.B., Malthouse, E.C. & Webster, J.G. (2010). “News-Seekers and Avoiders: Exploring Patterns of Total News Consumption Across Media and the Relationship to Civic Participation.” *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 54:551–68.

La desinformación en la lucha contra la COVID-19 [en línea]. Disponible en:

Lakoff, G. (2009). *The Political Mind: Why You Can't Understand 21st-Century American Politics with an 18th-Century Brain*. Penguin Press.

Lan Fang, M., Wong, K.L.Y., Remund, L., Sixsmith, J. & Sixsmith, A. (2021). *Technology access is a human right!* Technology, Mind & Society; Conference Proceedings. Recuperado de <https://assets.pubpub.org/uj9k7q12/51634519937682.pdf>

Lang, K., y Lang, G. E. (1966). The mass media and voting. *Reader in public opinion and communication*, 2, 455-472.

López, R. (2020). *Impacto de las TIC en el modelo de organización electoral mexicano*. Enfoques Jurídicos, 1, 7-20. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7391994>

Lupia, A. (2015). *Uninformed: Why People Seem to Know So Little about Politics and What We Can Do about It*. Oxford: Oxford University Press.

Maite, A. (2021). *Streaming Wars. La nueva televisión*. Revista Mediterránea de Comunicación, 13(1), 457-459. Recuperado de [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/120433/1/ReMedCom\\_13\\_01\\_29.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/120433/1/ReMedCom_13_01_29.pdf)

Martínez-Carmona, Carlos & Tavera, Ligia. (2021). Familia, escuela y privilegios durante el Covid-19: videgrabaciones juveniles universitarias. Revista Mexicana de Sociología. 83. 93-126.

Marzal, J. & Casero, A. (2022). *Editorial. El desarrollo de nuevas narrativas y formatos en el campo de la comunicación*. AdComunica, 24, 11–16. Recuperado de <https://www.e-revistas.uji.es/index.php/adcomunica/article/view/6753/7172>

Mayumi, Silva. (2022). Visual Politics: Visual Political Communication on Social saMedia. doi: 10.14267/phd.2022065

Mazzucato, M. (2015). *The Entrepreneurial State: Debunking public vs private sector myths*. Public Affairs.

Mohd, Firdauz, Mohd, Fathir., Isma, Zuriyya, Ismail., Faridah, Hanem, Ab, Rashid. (2023). Visual Politics and Kansei: A Prelude on Social Media Visual Framing towards Political Participation. International journal of academic research in business & social sciences, doi: 10.6007/ijarbss/v13-i6/17385

Morozov, E. (2011). *The Net Delusion. The dark side of internet freedom*. Public Affairs. Disponible en <https://www.hachettebookgroup.com/titles/evgeny-morozov/the-net-delusion/9781610391061/?lens=publicaffairs>

Negroponte, N. (1995). *Being Digital*. Alfred a Knopf Inc.

Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., Levy, D.A.L. & Nielsen, R.K. (2017). "Reuters Institute Digital News Report 2017." Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. Recuperado de [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web\\_0.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf)

Oficina del Fiscal General de los Estados Unidos. (2024). Three Years Since the Jan. 6 Attack on the Capitol [en línea]. Recuperado el 21 de marzo de 2024 de <https://www.justice.gov/usao-dc/36-months-jan-6-attack-capitol-0>.

Organización Panamericana de la Salud. (2020). Entender la infodemia y

Ortiz, G. (2019). Participación política juvenil en las redes sociales digitales. La investigación en América Latina, España y Portugal. En Lemun et. Al (Ed.), *Juventudes y tecnologías digitales. tendencias y discusiones actuales en la investigación científica*. Fomento Editorial (21-41). Recuperado de [https://www.researchgate.net/profile/Consuelo-Lemus/publication/343430963\\_Juventudes\\_y\\_tecnologias\\_digitales\\_Tendencias\\_y\\_discusiones\\_actuales\\_en\\_la\\_investigacion\\_cientifica/links/5f57a524299bf13a31abcf43/Juventudes-y-tecnologias-digitales-Tendencias-y-discusiones-actuales-en-la-investigacion-cientifica.pdf#page=21](https://www.researchgate.net/profile/Consuelo-Lemus/publication/343430963_Juventudes_y_tecnologias_digitales_Tendencias_y_discusiones_actuales_en_la_investigacion_cientifica/links/5f57a524299bf13a31abcf43/Juventudes-y-tecnologias-digitales-Tendencias-y-discusiones-actuales-en-la-investigacion-cientifica.pdf#page=21)

Paniagua Rojan, F. J., (2006). Influencia de los medios en el voto. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación, (95), 30-39.

Pérez, G. (2022). *La tenue frontera perceptual entre la acción política real y la virtual: un estudio en jóvenes universitarios mexicanos*. Socialium,6(1), 65-81. Recuperado de <https://revistas.uncp.edu.pe/index.php/socialium/article/view/1030/1624>

Pérez, V. (2010). *El Político en la red social*. Editorial Club Universitario. Disponible en <https://www.buscalibre.com.co/libro-el-politico-en-la-red-social/9788499481579/p/16119565>

Perrigo, B. & Bergengruen, V. (2021, 10 de noviembre). Facebook Employees Found a Simple Way To Tackle Misinformation. They ‘Deprioritized’ It After Meeting With Mark Zuckerberg, Documents Show [en línea]. Time. Recuperado el 29 de marzo de 2024 de <https://time.com/6116354/facebook-employees-deprioritized-misinformation/>

Piscitelli, A. (2005). *Internet, la imprenta del siglo XXI*. Editorial Gedisa. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=729636>

Price, V. & Zaller, J. (1993). “Who Gets the News? Alternative Measures of News Reception and Their Implications for Research.” Public Opinion Quarterly 57:133–64.

Prior, M. (2007). *Post-Broadcast Democracy: How Media Choice Increases Inequality in Political Involvement and Polarizes Elections*. Cambridge: Cambridge University Press.

Rachman, G. (2022). *The Age of the Strongman: How the Cult of the Leader Threatens Democracy Around the World*. Other Press.

Ramírez, C. (2018). *No es la tecnología, es la cultura política*. Letras Libres. Recuperado de <https://letraslibres.com/revista/no-es-la-tecnologia-es-la-cultura-politica/>

Rev. (2021, enero 6). Donald Trump Speech “Save America” Rally Transcript January 6 [en línea]. Rev. Recuperado el 22 de marzo de 2024 de

<https://www.rev.com/blog/transcripts/donald-trump-speech-save-america-rally-transcript-january-6>

Rodrigo, Sandoval-Almazan., J., Ramon, Gil-Garcia. (2013). Cyberactivism through Social Media: Twitter, YouTube, and the Mexican Political Movement "I'm Number 132". doi: 10.1109/HICSS.2013.161

Rodrigo, Sandoval, Almazán. (2015). Analizando el Ciberactivismo en México: El caso de #YoSoyMedico17. Boletín Científico Sapiens Research, 5(2):66-72.

Rosado, M. (2018). *La Finalidad de la metodología Cualitativa*. Fundación para la Investigación Social Avanzada. Recuperado de <https://isdfundacion.org/2018/09/26/la-finalidad-de-la-metodologia-cualitativa/>

Sánchez-Biosca, V. (1996). *El montaje cinematográfico. Teorías y Análisis*. Paidós. Recuperado de <https://roderic.uv.es/rest/api/core/bitstreams/5b046792-cdcd-4a32-9236-174c58edd1f5/content>

Sandoval-Almazan, R. (2020). Rise and Fall of Digital Activism in Mexico From 2000-2019. In A. Solo (Ed.), *Handbook of Research on Politics in the Computer Age* (pp. 264-290). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-0377-5.ch015>

Santos, V. (2019). *De homo sapiens a homo videns*. El libre pensador. Recuperado de <https://librepensador.uexternado.edu.co/de-homo-sapiens-a-homo-videns/>

Sartori, G. (1997). *Homo videns. La Sociedad Teledirigida*. Taurus. Recuperado de <https://www.redmovimientos.mx/2016/wp-content/uploads/2016/10/Homo-Videns.pdf>

Savaget, Paulo. Tulio Chiarini, Steve Evans, (2019) Empowering political participation through artificial intelligence, Science and Public Policy, Volume 46, Issue 3, June, Pages 369–380, <https://doi.org/10.1093/scipol/scy064>

Serrano, A. (2015). La participación ciudadana en México. Estudios Políticos, 34, 93-116. Disponible en <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0185161615000025>

Soto, J. (2015). *Nosotros entre las imágenes (o los usos sociales de las imágenes)*. Iztapalapa. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades, 78(1), 103-137. Recuperado de <https://revistaiztapalapa.izt.uam.mx/index.php/izt/article/view/118/207>

Strömbäck, J. & Shehata, A. (2019). "The Reciprocal Effects between Political Interest and TV News Revisited: Evidence from Four Panel Surveys." Journalism & Mass Communication Quarterly 96:473–96.

Stroud, N.J. (2011). Niche News: The Politics of News Choice. Oxford: Oxford University Press.

Tagle, S. G. (2017). *La cultura política de los jóvenes*. El Colegio de Mexico. <https://doi.org/10.2307/j.ctt1z27h66>

Toff, B. & Kalogeropoulos, A. (2020). *All the News that's Fit to Ignore. How the Information Environment Does and Does Not Shape News Avoidance*. Public Opinion Quarterly, Vol. 84, Special Issue, pp. 366–390. Recuperado de <https://academic.oup.com/poq/article/84/S1/366/5869633>

Topper, Derek. (2018) Relationships between fandoms in American professional sports, Sports Analytical Group at Berkeley, University of California at Berkeley.

Urbinati, N. (2019). *Me the People: How Populism Transforms Democracy*. Harvard University Press.

Vattimo. Giani. (1985) El fin de la modernidad. Nihilismo y hermenéutica en la cultura posmoderna / *La fine della modernità*; Milán

Velarde, O., Bernete, F. & Franco, D. (2015). *Paradigmas de los efectos de las TIC en la cultura y en el conocimiento*. Revista Latina de Comunicación Social, 70, 347-380. Recuperado de <https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/871/1325>

Vercelli, A. (2013). *La participación política ciudadana en la era digital Análisis de las tecnologías digitales que se utilizan para la gestión de derechos ciudadanos*. Revista Virtualis. Recuperado de <https://www.revistavirtualis.mx/index.php/virtualis/article/view/72/137>

Vermeulen, T., & van den Akker, R. (2015). Utopia, sort of: A case study in metamodernism. *Studia Neophilologica*, 87, 55-67. <http://doi.org/10.1080/00393274.2014.981964>

Viñas, R., Belinche, M., Secul, C., & López, Y. (2023). *Comunicación política en la era digital y su vinculación con el territorio. Disputas y tensiones en el escenario latinoamericano*. Más Poder Local, 51, 43-59. Recuperado de <https://www.maspoderlocal.com/index.php/mpl/article/view/118/comunicacion-politica-y-territorio-latinoamerica>

Vizrt, (2023) Engaging Sports Fans and Gen Z, Vizrt

Webster, S.T & Albertson, B. (2022). *Emotion and Politics: Noncognitive Psychological Biases in Public Opinion*. Annual Review of Political Science. Recuperado de <https://www.annualreviews.org/content/journals/10.1146/annurev-polisci-051120-105353>

Westen, D. (2008). *The Political Brain: The Role of Emotion in Deciding the Fate of the Nation*. Public Affairs.



Wolf, M. (2023). *The Crisis of Democratic Capitalism*. Penguin Press.

Yoav, Galai. (2023). Political Visual Literacy. *International Political Sociology*, doi: 10.1093/ips/olad010

Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power*. Public Affairs.