



ID: 112431

Recibido: 2021-02-26

Revisado: 2021-03-14

Aceptado: 2021-04-27

OnlineFirst: 2021-06-15

Publicación Final: 2021-10-01

DOI: <https://doi.org/10.3916/C69-2021-04>

## Medios digitales y prácticas políticas universitarias en la esfera pública

### Digital media and university political practices in the public sphere



**Ana-Laura Maltos-Tamez**

Investigadora, Tecnológico de Monterrey, Escuela de Humanidades y Educación, México (México)



**Dr. Francisco-Javier Martínez-Garza**

Coordinador de Investigación, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Autónoma de Nuevo León, México (México)



**Dr. Oscar-Mario Miranda-Villanueva**

Profesor, Tecnológico de Monterrey, Escuela de Humanidades y Educación, México (México)

### Resumen

En un contexto comunicativo predominantemente digital, las prácticas políticas de los jóvenes universitarios son de importancia para la vitalidad de las esferas públicas y la consolidación de la democracia participativa. El objetivo de este estudio fue conocer cómo se relaciona el uso de los medios digitales con las prácticas de conversación y participación políticas de los universitarios. Mediante un muestreo por cuotas, se realizó una encuesta a 435 estudiantes de nivel licenciatura residentes en la Zona Metropolitana de Monterrey, México, durante el segundo semestre de 2020. Entre estos estudiantes con acceso favorecedor a los medios digitales, se encontraron correlaciones positivas con magnitudes de pequeñas a moderadas y estadísticamente significativas entre los diversos usos de los medios digitales y sus prácticas políticas. El uso noticioso se correlacionó moderadamente con la conversación política, así como el uso social con las actividades políticamente motivadas, y el uso creativo con todas las formas de participación. La conversación política incidió principalmente en la relación entre la participación y el uso noticioso. Estos hallazgos respaldan la relevancia del papel activo de los jóvenes en su socialización política, pues la interacción social y la creación de contenidos se relacionaron más estrechamente con la participación política que el consumo de noticias, el cual fue más provechoso para la participación al articularse a través de la conversación política.

### Abstract

In a predominantly digital communicative context, the political practices of young university students are relevant for the vitality of public spheres and the consolidation of participatory democracy. The objective of this study was to learn how the use of digital media relates to the political talk and participation practices of university students. Using quota sampling, a survey was conducted among 435 undergraduate students residing in the Metropolitan Area of Monterrey, Mexico, during the second semester of 2020. Among these students with favorable access to digital media, positive correlations with small to moderate and statistically significant magnitudes were found between the various uses of digital media and their political practices. News use was moderately correlated with political talk, as was social use with politically motivated activities, and creative use with all forms of participation. Political talk mainly affected the relationship between participation and news use. These findings support the relevance of the active role of young people in their political socialization, as social interaction and content creation were more closely correlated with political participation than news consumption was, which was more beneficial to participation when articulated through political talk.

### Palabras clave / Keywords

Medios digitales, conversación política, participación política, esfera pública, jóvenes, estudiantes universitarios. Digital media, political talk, political participation, public sphere, young people, university students.

## 1. Introducción

Los medios digitales son herramientas y espacios ineludibles para los procesos democráticos actuales, principalmente entre los jóvenes que han crecido bajo el paradigma digital y, en ese contexto, han formado su sentido sobre lo político y su relación con ese ámbito (Ahmad et al., 2019; Ekström et al., 2014; Xenos et al., 2014). En esta posición están los actuales estudiantes universitarios, considerados además una población de importancia para la consolidación de la democracia participativa (Barredo et al., 2018; De-la-Garza-Montemayor et al., 2019), toda vez que el acceso a la educación supone condiciones superiores de involucramiento en diversos dominios públicos, como el económico o el cultural. El objetivo de esta investigación fue conocer, mediante un enfoque cuantitativo que emplea la técnica de la encuesta, cómo se relaciona el uso de los medios digitales con las prácticas de conversación y participación políticas de los estudiantes universitarios en la Zona Metropolitana de Monterrey, la segunda urbe más poblada en México. En el espectro de sus orientaciones políticas, las prácticas de conversación y participación de los jóvenes son relevantes para la vitalidad de las esferas públicas (Dahlgren, 2011), en el sentido racional, deliberativo y estructurado de Habermas (1991), pero también como espacios de expresión del horizonte social de las experiencias individuales (Negt & Kluge, 1993). Estas prácticas contribuyen a la generación de sentido sobre la democracia en las esferas públicas, lo transforman, y evitan su estancamiento (Dahlgren, 2011) y, por lo tanto, son indicadores de su calidad. Aspirar a una democracia participativa, donde la participación se extienda a aspectos del proceso de toma de decisiones más allá del voto (Wessels, 2018), y donde los jóvenes aprovechen las posibilidades que los medios digitales ofrecen para tomar un papel amplio y activo en los asuntos públicos, representa un reto frente a la tendencia global de desafección política entre las nuevas generaciones, caracterizada por el sentimiento de impotencia, cinismo y falta de confianza en el proceso político (Infante et al., 2019; Lannegrund-Willems et al., 2018; Torcal & Montero, 2006).

Ante esto, conceptualizar la participación política (Brady, 1998; Norris, 2002; Tilly, 2008) de los jóvenes en un sentido menos rígido, orientado al corto plazo y a sus intereses particulares (Ohme, 2018), como «las actividades de los ciudadanos que afectan la política» (Van-Deth, 2016: 1), contribuye a su exploración en un contexto comunicativo predominantemente digital. Con ese propósito, se parte del supuesto de que las experiencias comunicativas cotidianas de los jóvenes en la esfera digital inciden sobre su proceso de socialización política, y así, en la forma que toman sus prácticas políticas, incluyendo sus hábitos de conversación (Muñiz et al., 2018; Ping-Yu & Won-Oh, 2018; Vaccari & Valeriani, 2018) y de participación (Kahne & Bowyer, 2018; Neundorf & Smets, 2017; Xenos et al., 2014).

### 1.1. El paradigma digital como contexto en la socialización política de los jóvenes

Los actuales jóvenes universitarios pertenecen a una generación que creció inmersa en un «nuevo» paradigma de comunicación, uno constituido sobre los medios digitales como columna vertebral, y de ahí la relevancia de analizar su impacto en su proceso de socialización política, es decir, en la adquisición de la cultura política que les rodea (Greenberg, 2009). Entendidos como un rango de medios que codifican y decodifican la información en lenguaje binario, soportados por dispositivos electrónicos generalmente conectados a Internet (Wessels, 2018), los medios digitales han derivado en nuevas formas de comunicación e interacción. Caracterizados por la inmediatez, la variedad y la cantidad de información a la que dan soporte, estos medios desafían las prácticas informativas tradicionales. En los ambientes digitales, los jóvenes no son consumidores pasivos de contenidos, sino que los seleccionan, crean y distribuyen con relativa facilidad, dejando un rastro de información (Sparviero, 2019) que simultáneamente determina su experiencia. Estos medios se han abierto a redes de socialización virtuales, en donde las identidades son negociadas cotidianamente y desde temprana edad (Patra, 2018).

Como agentes de socialización política, los medios digitales no solo están ganando terreno en la difusión de la información y en el establecimiento de agendas, sino que han dado lugar a espacios alternos de deliberación y participación. Las condiciones particulares de la población universitaria la hacen de interés en este campo de investigación, pues se ha encontrado que un mayor nivel educativo y el ser joven se relaciona con un mayor aprovechamiento de Internet y los medios digitales (Van-Deursen et al., 2014).



## 1.2. Acceso y uso de los medios digitales

El potencial de estos medios para la activación de los jóvenes ciudadanos tiene como primer condicionante el acceso físico a la tecnología, que es un factor elemental en la relación que los jóvenes establecen con la misma (Martínez-Domínguez, 2018; Tirado-Morueta et al., 2017). El proceso de apropiación de los medios digitales comienza precisamente accediendo a ellos. Van-Dijk (2017) explica el acceso como fases sucesivas que culminan con una mayor participación en diversos dominios sociales, entre ellos el político. Estas fases parten del acceso motivacional y físico, referentes a la inclinación de las personas para utilizar la tecnología, y a los espacios y dispositivos de los que disponen, respectivamente.

Más allá del acceso, el abordaje del uso de los medios digitales debe incluir la variedad de prácticas de los usuarios, una tarea compleja en el ecosistema de medios actual. Ekström et al. (2014) elaboran una propuesta en donde identifican cuatro factores clave que distinguen los usos en espacios digitales con la finalidad de analizarlos de forma independiente, pero interrelacionada entre sí. Las categorías resultantes incluyen: 1) El uso noticioso, que se refiere a las actividades relacionadas con acceder a noticias en línea; 2) El uso social, centrado en la interacción en redes sociodigitales; 3) El uso creativo, relacionado con la producción de contenidos; y 4) El juego, principalmente los hábitos en torno a la interacción social. Los autores señalan la relevancia de cada uno de estos aspectos en las orientaciones públicas de los jóvenes, pero indican que el juego es el uso menos relacionado con el involucramiento cívico, razón por la cual no fue abordado en la parte empírica de este estudio.

## 1.3. Dominio político: Conversación, participación y su articulación

Parte de la discusión sobre las prácticas políticas en la esfera digital se ha centrado en cómo los jóvenes sacan ventaja de las herramientas tecnológicas, aumentando su participación y dando visibilidad a discursos que difícilmente eran incluidos en los medios pre-digitales. La literatura ha reportado consecuencias positivas del uso de medios digitales y redes sociales sobre la deliberación (Dzisha, 2018; Hampton et al., 2017), la conversación política (Vaccari & Valeriani, 2018), y la participación «online» y «offline» (Ahmad et al., 2019; Carbonai & Zilio, 2017; De-la-Garza-Montemayor et al., 2019; Macafee, 2018; Xenos et al., 2014). Además, estos espacios han sido cuna del ciberactivismo y de un ecosistema informativo como espacio público oposicional que ha potenciado movimientos sociales durante las últimas décadas (Sierra-Caballero, 2018).

No obstante, analizar el impacto de los medios digitales en las prácticas políticas únicamente en función de sus aspectos facilitadores, es solo parte de este complejo campo de investigación, ya que el aumento en las posibilidades de participación en estos medios no es necesariamente correspondiente al incremento de la participación en general, a la calidad de las prácticas ciudadanas (Wessels, 2018), o a la configuración de un ambiente virtual democrático (Dahlgren, 2018). Cada vez se vuelven más evidentes fenómenos que contribuyen a la desinformación y polarización de la opinión pública, tales como un ambiente informativo infestado de «fake news» (Molina et al., 2021), o el efecto de las redes sociodigitales como «echo chambers» que contribuyen a reforzar perspectivas y opiniones ya establecidas de los individuos (Guo et al., 2020), e incluso, a amplificar discursos extremistas (Torregrosa et al., 2020). Sin tomar una postura excesivamente positiva, se puede reconocer que con las posibilidades que los medios digitales han puesto a disposición de las instituciones e individuos, el dominio político se encuentra en constante transformación. Este estudio se aproxima a esta transformación desde las prácticas políticas de los jóvenes universitarios, incluyendo dos aspectos articulados entre sí: la conversación cotidiana sobre política y la participación política. Por conversación política nos referimos a una práctica comunicativa informal no circunscrita al consumo mediático (Muñiz et al., 2018) que, «si no siempre deliberativa, es aun así una parte crucial del sistema democrático deliberativo» (Mansbridge, 1999: 211). La conversación política es una práctica de interés, pues, en combinación con diversos recursos tecnológicos, puede contribuir a los repertorios participativos de los ciudadanos (Peña-Serret, 2018; Vaccari & Valeriani, 2018).

En cuanto a participación política, la propuesta de Van-Deth (2014), más tarde retomada por Ohme (2018), se estructura en torno a la distancia entre el individuo y los procesos políticos. Van-Deth (2014) explica la participación como un concepto multidimensional relacionado con el entendimiento de las personas sobre el sistema político, el lugar en que los ciudadanos se posicionan a sí mismos en él, y la relación que establecen con el poder, lo cual se manifiesta en diferentes tipos de involucramiento. El modelo de participación política de Van-Deth (2014) se compone por cuatro tipos de actividad, según a dónde se dirige la acción: 1) Comportamiento de voto (PPI); 2) Participación dirigida al sistema político (PPII), que incluye las actividades de las personas que, sin formar parte del gobierno, se dirigen claramente a él o a sus integrantes; 3)

Participación a nivel de la comunidad (PPIII), que se refiere a las actividades que realizan los miembros de la comunidad para mejorarla, pero sin dirigirlas a alguna entidad gubernamental; y 4) Actividades políticamente motivadas (PPIV) que no implican una acción dirigida al gobierno o a la comunidad, sino la expresión de un mensaje con carga política. En función de la literatura pertinente y del objetivo de estudio, se formularon las siguientes preguntas de investigación: 1) ¿Cómo acceden y utilizan los medios digitales los jóvenes universitarios?; 2) ¿Cómo es la relación del uso de los medios digitales con las prácticas de conversación y participación políticas de los jóvenes universitarios?; y 3) ¿Cómo inciden los hábitos de conversación política en la relación entre el uso de los medios digitales y la participación política?

## 2. Metodología

El estudio se realizó con un enfoque cuantitativo, mediante la aplicación de una encuesta a estudiantes de nivel licenciatura residentes en la Zona Metropolitana de Monterrey, quienes conforman una población de 210.516 alumnos (Gobierno del Estado de Nuevo León, 2020).

Tras una fase piloto para afinar la precisión, claridad y exhaustividad del instrumento, se conformó un cuestionario final (Maltos-Tamez et al., 2021) estructurado en tres secciones: una correspondiente al acceso y uso de los medios digitales, otra sobre diversos aspectos de la cultura política de los estudiantes, entre ellos la conversación política y sus prácticas de participación, y una final para obtener información demográfica.

La encuesta se realizó durante tres semanas del segundo semestre del año 2020, a través de la plataforma en línea SurveyMonkey. La invitación a participar en el estudio se difundió a través de Facebook, Twitter e Instagram, y fue compartida por correo electrónico y WhatsApp con profesores de diferentes instituciones, solicitando la participación entre sus alumnos. Adicionalmente, se incentivó a los estudiantes a participar y completar el instrumento mediante el sorteo de tarjetas de regalo.

### 2.1. Composición de la muestra

Se conformó una muestra no probabilística por cuotas de 435 participantes. La recolección de datos durante la pandemia de COVID-19 impuso limitantes sobre el diseño del estudio, pues la aplicación del instrumento en una plataforma en línea y a través de una convocatoria abierta impidió la selección aleatoria de los participantes. No obstante, mediante el muestreo por cuotas, al reproducir las características de la población de estudio, se pretende «aproximar los resultados que se obtendrían con muestras probabilísticas» (Romero & Bologna, 2013: 288).

De esta manera, se asignó una cuota por género similar a la de la población de estudiantes de licenciatura en Nuevo León (Gobierno del Estado de Nuevo León, 2020), de forma que se incluyeron 212 mujeres (48,7%) y 223 hombres (51,3%). La edad de los participantes osciló entre los 16 y 24 años, con una media de 20 años. Se contrastó la distribución de la muestra según el tipo de institución de los participantes con la distribución de los estudiantes de licenciatura en el estado (Secretaría de Educación Pública, s.f.). El 61,6% (N=268) de los participantes pertenecían a la Universidad Autónoma de Nuevo León (vs. 47,7%), 20,9% (N=91) eran estudiantes de universidades grandes y medianas (vs. 12,1%), y 17,5% (N=76), de universidades pequeñas o micro (vs. 29,3%)<sup>1</sup>. Además, se comparó la distribución de la muestra respecto a una medición propia del estrato socioeconómico de los participantes según su Área Geoestadística Básica (AGEB) Urbana de residencia con la distribución de esa misma medida en la población general de la Zona Metropolitana de Monterrey<sup>2</sup>. La muestra se conformó en un 5,3% (N=23) por participantes en el estrato bajo (vs. 14%), 24,8% (N=108) en el medio-bajo (vs. 30,2%), 25,7% (N=112) en el medio (vs. 25,8%), 21,1% (N=92) en el medio-alto (vs. 16,1%), y 23% (N=100) en el alto (vs. 14%). Estas comprobaciones dieron certeza sobre la representatividad de la muestra. En cuanto al estrato socioeconómico, se observó una distribución con menor representación de los niveles bajo y medio-bajo, pero se considera que es razonable encontrar una menor cantidad de estudiantes universitarios en estos estratos en comparación con la población en general, pues serían los sectores con menor posibilidad de acceder a la educación universitaria.

### 2.2. Medición de las variables

Respecto al acceso, se les preguntó a los participantes sobre los servicios de conexión a Internet de los que disponen, los dispositivos que utilizan para conectarse, y el tiempo que dedican a actividades en línea de acuerdo con la aproximación de Van-Dijk (2017).



El uso de los medios digitales fue abordado mediante la tipología de Ekström et al. (2014), incluyendo el uso noticioso, social y creativo. El uso noticioso se midió mediante un reactivo sobre la frecuencia con que los estudiantes consultan noticias en medios digitales en una escala tipo Likert de cero (nunca) a cuatro (todos o casi todos los días). Se preguntó sobre los medios en que consultan noticias, en una escala para ordenar de cero (no utilizado) a 10 (el más utilizado). El uso social se midió mediante un índice aditivo conformado por siete reactivos (alfa de Cronbach=0,775) sobre actividades en redes sociodigitales, respondidos en una escala de frecuencia tipo Likert de cero (nunca) a cuatro (todos o casi todos los días). Se preguntó sobre las plataformas sociodigitales más frecuentemente utilizadas en la misma escala. En cuanto al uso creativo, se utilizó un índice aditivo de siete reactivos (alfa de Cronbach=0,744) relativos a la creación y publicación de contenido en medios digitales, los cuales se respondieron en una escala de frecuencia tipo Likert de cero (nunca) a cuatro (una o varias veces por semana). La variable conversación política fue medida por un índice aditivo de cinco reactivos (alfa de Cronbach=0,769) que cuestionaron sobre qué tan comúnmente los estudiantes se involucran en diferentes situaciones de diálogo sobre política, tanto en línea como en persona. Estos reactivos fueron respondidos en una escala tipo Likert de cero (nada común) a cuatro (muy común). Por último, la participación política se midió a través de índices aditivos individuales para cada tipo de participación según el modelo de Van-Deth (2014), utilizando una versión traducida al español y con adaptaciones menores de los reactivos desarrollados por Ohme (2018): siete reactivos para la participación dirigida al sistema (PPII) (alfa de Cronbach=0,769), siete más para la participación a nivel comunidad (PPIII) (alfa de Cronbach=0,815), y seis para las actividades políticamente motivadas (PPIV) (alfa de Cronbach=0,788). Los reactivos cuestionaban a los estudiantes sobre la frecuencia con que habían realizado actividades propias de cada tipo de participación en los tres años inmediatos anteriores, y se respondieron en una escala tipo Likert de cero (nunca) a cuatro (más de 10 veces). Adicionalmente, se incluyó un reactivo sobre el comportamiento de voto (PPI). En todos los casos, el coeficiente alfa de Cronbach para los conjuntos de reactivos que integraron las variables fue superior a 0,75, indicando una fiabilidad aceptable para los índices utilizados.

### 3. Análisis de resultados

A continuación, se detallan los resultados obtenidos tras el análisis estadístico, el cual incluyó la cuantificación a nivel descriptivo de las variables y el análisis bivariado de los índices de uso y prácticas mediante el coeficiente de correlación de Pearson. Retomando las preguntas de investigación, en primera instancia, se incluyen las características del acceso y uso que hacen los estudiantes de los medios digitales, para a continuación dar lugar a las secciones que exploran las relaciones del uso de los medios digitales con la conversación y la participación política de los universitarios, así como la incidencia de la conversación política en estas relaciones.

#### 3.1. Nivel de acceso y uso de los medios digitales

El acceso a los medios digitales en esta población es bastante extendido. Casi la totalidad de los encuestados (98,9%, N=430) cuenta con servicio de Internet en su hogar, y poco más de la mitad (56,8%, N=247) utiliza Internet a través de un servicio de datos móviles.

Los estudiantes cuentan en promedio con tres dispositivos electrónicos con acceso a Internet. Los más utilizados son teléfonos inteligentes (91,3%, N=397), seguidos por computadoras portátiles (78,4%, N=341), televisores inteligentes (36,1%, N=157), computadoras de escritorio (25,1%, N=109), y consolas de videojuegos (24,1%, N=105). Los jóvenes pasan en promedio 12 horas diarias realizando actividades en línea. Más de la mitad de ellos (54%, N=235) indicaron estar conectados a Internet 12 o más horas diarias.

Respecto al uso noticioso, se encontró que cerca de tres cuartas partes de los estudiantes (71,8%, N=312) consultan noticias sobre política en medios digitales al menos una vez por semana. La media del índice de uso noticioso fue 2,39 (DE=1,20). Los medios que los estudiantes utilizan principalmente para informarse son el «news feed»<sup>3</sup> de sus redes sociales (M=7,03, DE=3,35), perfiles de redes sociales de medios noticiosos (M=6,23, DE=3,51), sitios web de medios noticiosos (M=5,94, DE=3,75), televisión (M=5,59, DE=4,20) y redes sociales de periodismo ciudadano (M=4,57, DE=3,56). Los medios menos utilizados fueron radio, periódico impreso, otras personas en servicios de mensajería instantánea, y suscripción a un servicio RSS (M≤2,17).

Por otro lado, el índice de uso social registró una media de 1,63 (DE=0,67). Las redes sociodigitales más frecuentemente utilizadas fueron WhatsApp<sup>4</sup> (M=3,93, DE=0,31), Facebook (M=3,53, DE=0,96), YouTube

(M=3,34, DE=0,95), Instagram (M=3,34, DE=1,14), Twitter (M=1,88, DE=1,67) y TikTok (M=1,47, DE=1,6). Pinterest, Reddit, Snapchat, LinkedIn, Tumblr fueron plataformas utilizadas en menor medida (M≤1,00). En cuanto al uso creativo, el índice obtuvo una media de 0,53 (DE=0,62), encontrando que las actividades de creación de contenido más frecuentes entre los estudiantes fueron publicar fotografías, dibujos o manifestaciones artísticas o expresivas; y publicar textos o vídeos de opinión (25,8% y 19,3% de los jóvenes realizan estas actividades al menos una vez al mes, respectivamente). Hacer reseñas de productos, películas, libros, etc.; hacer «podcasts» o «streaming»; hacer memes propios; subir entradas a blogs; y hacer tutoriales en vídeo fueron actividades con menor frecuencia (11,9%, 10,3%, 9,9%, 7,2% y 7% de los estudiantes las realizan al menos una vez al mes, respectivamente).

### 3.2. La relación del uso de los medios digitales con la conversación y participación políticas de los universitarios

El análisis de datos mostró que tres cuartas partes de los encuestados (74,5%, N=324) reportó frecuencias bajas y muy bajas de conversación sobre política. El índice de conversación política tuvo una media de 1,17 (DE=0,78), siendo más común el diálogo en persona (M=1,76, DE=1,03) que en línea (M=0,79, DE=0,77). En cuanto a la participación política, los datos sobre comportamiento de voto (PPI) indicaron que el 74% (N=173) de los estudiantes con mayoría de edad en su momento (N=234) acudió a votar en las elecciones anteriores de julio de 2018. Los índices obtenidos para la participación en general la ubican en niveles cercanos al límite inferior (M=0,45, DE=0,49). La Tabla 1 muestra los índices obtenidos para cada tipo de participación, así como las actividades que los conforman en orden de mayor a menor frecuencia según su puntuación media. Como puede observarse, los índices para la participación dirigida al sistema (PPII) y las actividades políticamente motivadas (PPIV) son muy similares (M=0,47 y M=0,48, respectivamente); la participación a nivel comunidad obtuvo un índice menor (M=0,41).

**Tabla 1. Prácticas de participación política de los estudiantes**

	Media	DE
<b>PPII: Participación dirigida al sistema</b>	0,47	0,55
Firmar una petición en línea sobre algún asunto político o social	1,20	1,28
Invitar a otras personas o difundir información para participar en alguna demostración, huelga o protesta	0,70	1,12
Participar en alguna demostración, huelga o protesta	0,35	0,68
Contactar a algún político vía correo electrónico o redes sociales	0,32	0,74
Firmar una petición en papel sobre algún asunto político o social	0,34	0,72
Contactar o visitar a algún político en persona	0,20	0,60
Donar dinero a una organización política	0,16	0,50
<b>PPIII: Participación a nivel comunidad</b>	0,41	0,54
Ser voluntario en una organización local	0,63	0,99
Participar en eventos culturales para apoyar proyectos en tu comunidad	0,58	0,88
Apoyar proyectos de recaudación de fondos para el cuidado de tu comunidad	0,44	0,80
Recolectar dinero para apoyar proyectos de tu comunidad	0,38	0,74
Dar mantenimiento a instalaciones públicas en tu área local	0,35	0,74
Participar en reuniones sobre tu área local	0,33	0,69
Hacer arte callejero en tu comunidad	0,13	0,55
<b>PPIV: Actividades políticamente motivadas</b>	0,48	0,63
Compartir publicaciones en redes sociales sobre asuntos políticos o sociales	1,09	1,26
Expresar tu opinión en publicaciones en redes sociales sobre un asunto político o social	0,85	1,20
Comprar o boicotear algún producto por razones políticas, éticas o ambientales	0,36	0,87
Usar placas, accesorios o ropa con un mensaje político	0,21	0,65
Cambiar tu información o imagen de perfil en redes sociales por un asunto social	0,28	0,70
Crear un grupo en alguna red social para discutir o apoyar una causa política	0,12	0,47

Nota. N=435. Los reactivos fueron traducidos al español y adaptados a partir de la versión original desarrollada por Ohme (2018).

De acuerdo con el coeficiente de Pearson (Tabla 2), los usos social y creativo de los medios digitales mostraron correlaciones positivas con significancia estadística, pero de magnitud pequeña<sup>5</sup> con el índice de conversación política. La correlación con este índice fue ligeramente más fuerte, alcanzado una magnitud moderada, en el caso del uso noticioso.



Se encontraron además correlaciones positivas de magnitud pequeña entre los diversos usos de los medios digitales, y cada tipo de participación política. Únicamente en los casos de la relación entre el uso social y las actividades políticamente motivadas (PPIV), y entre el uso creativo y todos los tipos de participación se observaron correlaciones que alcanzaron una magnitud moderada.

**Tabla 2. Correlaciones entre el uso de los medios digitales, la conversación política y la participación política de los estudiantes**

	Conversación política		Participación II	Participación III	Participación IV
Uso noticioso	r	0,302**	0,146**	0,144**	0,198**
	p	0,000	0,002	0,003	0,000
Uso social	r	0,232**	0,291**	0,146**	0,343**
	p	0,000	0,000	0,002	0,000
Uso creativo	r	0,226**	0,325**	0,350**	0,299**
	p	0,000	0,000	0,000	0,000

Nota. N=435 \*\*, La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

### 3.3. La incidencia de la conversación política en las correlaciones detectadas

Por último, se examinó si la conversación política podría incidir en la relación entre el uso de los medios digitales y la participación política de los jóvenes, encontrando que, al controlar su efecto (Tabla 3), las correlaciones entre el uso noticioso y la participación política no alcanzan el valor establecido de significancia estadística ( $p \leq 0,01$ ), mientras que, la mayor parte de las correlaciones que se presentaron entre los usos social y creativo con las distintas formas de participación se redujeron en magnitud, pero mantuvieron el nivel de significancia estadística. La excepción fue el caso de la correlación entre el uso social y la participación política a nivel comunidad (PPIII), lo que seguramente puede explicarse por la propia naturaleza de este tipo de participación.

**Tabla 3. Correlaciones parciales entre el uso de los medios digitales y la participación política de los estudiantes controlando el efecto de la conversación política**

		Participación II	Participación III	Participación IV
Uso noticioso	r	0,023	0,049	0,065
	p	0,627	0,311	0,177
Uso social	r	0,220**	0,075	0,272**
	p	0,000	0,118	0,000
Uso creativo	r	0,261**	0,299**	0,223**
	p	0,000	0,000	0,000

Nota. N=435 \*\*, La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

## 4. Discusión y conclusiones

Entre los resultados más relevantes del estudio está la identificación de correlaciones positivas y estadísticamente significativas entre los usos de los medios digitales y las prácticas políticas de los universitarios. El uso noticioso se correlacionó a nivel moderado con la conversación política, así como el uso social con las actividades políticamente motivadas, y el uso creativo con todas las formas de participación. La conversación política incidió principalmente en la relación entre uso noticioso y participación.

Aunque está fuera del alcance del estudio, es importante contextualizar estos resultados ante el confinamiento por la pandemia de COVID-19, el cual ha modificado las condiciones de acceso y uso de los medios digitales entre los jóvenes, quienes han tenido que realizar sus actividades académicas e interacciones sociales a través de Internet. Ahora bien, ante estas condiciones, el nivel de acceso a los medios digitales entre los universitarios fue favorecedor, como lo muestran los resultados en donde casi la totalidad de ellos cuenta con servicio de Internet en casa. Podríamos plantear entonces preguntas adicionales sobre por qué la participación en el dominio político se ubica en niveles bajos aún en una población con estas características de acceso (Van-Dijk, 2017), en vista de que los índices de participación y conversación fueron cercanos al límite inferior en la escala utilizada.

Estos resultados se toman con la reserva de que este estudio midió niveles de participación, y no su calidad. Sin llegar a esa pretensión, al comparar los índices de participación, encontramos que la participación dirigida al sistema (PPII) y las actividades políticamente motivadas (PPIV) son más frecuentes entre los estudiantes que la participación a nivel comunidad (PPIII), lo que podría explicarse por la exigencia de tiempo de las actividades o por la etapa de la vida en que se encuentran los estudiantes. Lo anterior da lugar a reflexionar sobre el papel de la Universidad como facilitadora de oportunidades de participación, es decir, sobre si el proceso de socialización política de los estudiantes a su paso por la Universidad conlleva o no una mayor posibilidad de que el uso de los medios digitales sea provechoso para la participación política. Cruz-Sánchez y Garay-Cruz (2019) sugieren que la cultura participativa en las aulas resulta de la gestión académico-administrativa tanto en plataformas de aprendizaje como en redes sociodigitales; y subrayan el papel de los docentes en crear condiciones para la participación. La investigación sobre las prácticas políticas de los universitarios no puede dejar de lado la intersección con las prácticas participativas que se generan en los entornos educativos como espacios de socialización primordiales en esa etapa de la vida.

Por otro lado, la presencia de correlaciones moderadas entre los usos social y creativo con la conversación política y casi todos los tipos de participación abona a los supuestos sobre la relación positiva del uso de los medios digitales con estas prácticas políticas (Ahmad et al., 2019; Carbonai & Zilio, 2017; De-la-Garza-Montemayor et al., 2019; Macafee, 2018; Vaccari & Valeriani, 2018; Xenos et al., 2014;). Asimismo, destaca, la importancia del papel activo de los jóvenes en su proceso de socialización política (Amnã et al., 2009; Ohme, 2018), y en la conformación de las esferas digitales como espacios abiertos a la expresión colectiva de sus experiencias (Negt & Kluge, 1993), al encontrar que las prácticas de interacción y creación se relacionan más estrechamente con la participación política que el consumo de contenidos noticiosos, un uso más bien pasivo.

La literatura ya ha señalado la importante relación entre el consumo de noticias y la conversación política (Martínez-Villarreal et al., 2019; Muñiz et al., 2018; Ping-Yu & Won-Oh, 2018; Saldierna et al., 2017; Xenos et al., 2014); no obstante, en este estudio, la fuerza de esa relación no se traslada al ámbito de la participación, en donde las correlaciones observadas fueron más débiles en comparación con los otros índices de uso. Ante esto se retoma la idea de la conversación política como una práctica comunicativa que podría alterar la participación política de los jóvenes (Peña-Serret, 2018; Vaccari & Valeriani, 2018), más que como un fin o un ejercicio deliberativo en sí misma. Los resultados sugieren que existe una incidencia de la conversación política sobre la relación entre el uso de los medios digitales y la participación política, sobre todo en el caso del uso noticioso. Van-Deursen et al. (2014) indican que las oportunidades que se generan por el acceso a los medios no pueden compensar la falta de interés de los ciudadanos. Los autores proponen que el potencial en realidad está en las posibilidades adicionales de expresión que estos ofrecen a quienes ya tienen ese interés en el ámbito político. La conversación política actúa como una articulación entre el consumo de noticias en los medios digitales y la participación política.

Este acercamiento a los universitarios y a las formas en que utilizan los medios digitales y en que se involucran en el dominio político, sugiere la relevancia de la interacción social y la creación de contenidos en su activación ciudadana, y de la conversación como engrane entre el consumo de noticias y su participación política. Futuros enfoques comparativos podrían contribuir a contrastar esta población con poblaciones de otras características, más aún en la medida en que sea posible realizar ejercicios de muestreo probabilístico. Las aportaciones del estudio son valiosas para la continua investigación centrada en los jóvenes universitarios, y para la orientación de estrategias institucionales sobre alfabetizaciones digitales y participación política. Es necesario, además, continuar indagando mediante un enfoque cualitativo de investigación que profundice y matice las relaciones encontradas, y explore las trayectorias de uso y apropiación de los medios digitales que propician la activación política entre los universitarios.

## Notas

<sup>1</sup> La clasificación responde al tamaño de la matrícula de las instituciones. La Universidad Autónoma de Nuevo León es la única en la categoría «mega», con más de 50 mil alumnos. La categoría «grande» incluye instituciones con matrículas mayores a 10 mil alumnos, y la «mediana», de más de 5 mil. En conjunto, estas corresponden al Tecnológico de Monterrey, la Universidad de Monterrey, la Universidad del Valle de México, la Universidad Metropolitana de Monterrey, la Universidad Regiomontana, y la Universidad Tec Milenio. La categoría «pequeña» incluye instituciones de menos de 5 mil alumnos.

<sup>2</sup> Los participantes proporcionaron colonia y municipio de residencia para identificar su Área Geoestadística Básica (AGEB) Urbana. Cada una de estas áreas fue ubicada en una escala de nivel socioeconómico promedio de cinco niveles (bajo, medio-bajo, medio, medio-alto y alto). La medición se realizó de acuerdo con seis criterios: 1) Viviendas en donde al menos una persona de 25 años o más tiene educación superior; 2) Viviendas con más de 2,5 ocupantes por dormitorio;



3) Población derechohabiente a servicios de salud; 4) Población ocupada de 12 años o más; 5) Viviendas que disponen de automóvil o camioneta; y 6) Viviendas que disponen de Internet; desarrollados con base en la metodología de la Asociación Mexicana de Inteligencia de Mercado y Opinión (2017), y la información disponible en el Inventario Nacional de Vivienda 2016 (Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Historia, s.f.).

<sup>3</sup> «News feed» se refiere a la sección de redes sociodigitales que muestra actualizaciones de información al usuario.

<sup>4</sup> Se incluyó WhatsApp a pesar de no ser propiamente una red social, por su relevancia como herramienta de interacción social, y su funcionalidad para la difusión de contenidos.

<sup>5</sup> Las interpretaciones del tamaño del efecto siguen la convención de Cohen (Salkind, 2007) utilizada en las ciencias del comportamiento, según la cual, los coeficientes para correlaciones de Pearson se consideran «pequeños» cuando alcanzan una magnitud de 0,1, «moderados», a partir de 0,3, y «grandes», a partir de 0,5.

## Contribución de Autores

Idea, A.L.M.T.; Revisión de literatura (estado del arte), A.L.M.T., O.M.M.V.; Metodología, A.L.M.T., F.J.M.G., O.M.M.V.; Análisis de datos, A.L.M.T.; Resultados, A.L.M.T., F.J.M.G., O.M.M.V.; Discusión y conclusiones, A.L.M.T., F.J.M.G., O.M.M.V.; Redacción (borrador original), A.L.M.T.; Revisiones finales, A.L.M.T., F.J.M.G., O.M.M.V.; Diseño del Proyecto y patrocinios, A.L.M.T., O.M.M.V.

## Referencias

- Ahmad, T., Alvi, A., & Ittefaq, M. (2019). *The use of social media on political participation among university students: An analysis of survey results from rural Pakistan*. Sage. <https://doi.org/10.1177/2158244019864484>
- Amná, E., Ekström, M., Kerr, M., & Stattin, H. (2009). Political socialization and human agency. The development of civic engagement from adolescence to adulthood. *Statsvetenskaplig Tidskrift*, 111(1), 27-40. <https://bit.ly/2XBkX8z>
- Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado y Opinión (Ed.) (2017). *Nivel socio económico AMAI 2018*. <https://bit.ly/3oJSlpF>
- Barredo, D., De-la-Garza-Montemayor, D.J., & Días, D.L. (2018). La relación entre el consumo de medios digitales, la participación y la eficacia política. Un estudio sobre los jóvenes universitarios en Colombia. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, 945-960. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1290>
- Brady, H.E. (1998). Political participation. In J.P. Robinson, P.R. Shaver, & L.S. Wrightsman (Eds.), *Measures of political attitudes* (pp. 737-801). Academic Press. <https://bit.ly/3yawDQG>
- Carbonai, D., & Zilio, P.R. (2017). Engajamento cívico e internet. Notas de pesquisa, a partir de uma tipologia. *Sociedade e Estado*, 32(2), 521-532. <https://doi.org/10.1590/s0102-69922017.3202011>
- Cruz-Sánchez, I., & Garay-Cruz, L.M. (2019). Aulas universitarias, tecnologías digitales y cultura de la participación. *Cuestiones Pedagógicas*, 27, 87-100. <https://doi.org/10.12795/CP.2019.i28.06>
- Dahlgren, P. (2011). Young citizens and political participation. Online media and civic cultures. *Taiwan Journal of Democracy*, 7(2), 11-25. <https://bit.ly/3icMhV>
- Dahlgren, P. (2018). Public sphere participation online: The ambiguities of affect. *International Journal of Communication*, 12, 2052-2070. <https://doi.org/10.3917/enic.024.0005>
- De-la-Garza-Montemayor, D.J., Peña-Ramos, J.A., & Recuero-López, F. (2019). Online political participation of young people in Mexico, Spain and Chile. [La participación política online de los jóvenes en México, España y Chile]. *Comunicar*, 61, 83-92. <https://doi.org/10.3916/C61-2019-07>
- Dzisha, W.S. (2018). Social media and elections in Ghana: Enhancing democratic participation. *African Journalism Studies*, 39(1), 27-47. <https://doi.org/10.1080/23743670.2018.1452774>
- Ekström, M., Olsson, T., & Shehata, A. (2014). Spaces for public orientation? Longitudinal effects of Internet use in adolescence. *Information, Communication & Society*, 17(2), 168-183. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2013.862288>
- Gobierno del Estado de Nuevo León (Ed.) (2020, July 30). *Estadística educativa del nivel superior 2019-2020*. <https://bit.ly/3snu9vB>
- Greenberg, E.S. (2009). Consensus and Dissent: Trends in Political Socialization Research. In E.S. Greenberg (Ed.), *Political Socialization* (pp. 1-16). Atherton Press.
- Guo, L., Rohde J.A., & Wu, D. (2020). Who is responsible for Twitter's echo chamber problem? Evidence from 2016 U.S. election networks. *Information, Communication & Society*, 23(2), 234-251. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1499793>
- Habermas, J. (1991). *The structural transformation of the public sphere*. MIT Press. <https://bit.ly/3y81spm>
- Hampton, K.N., Shin, I., & Lu, W. (2017). Social media and political discussion: When online presence silences offline conversation. *Information, Communication & Society*, 20(7), 1090-1107. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1218526>
- Infante, J.M., Wright, C., & Cantú, J. (2019). Introducción: Desafección de la democracia. In J.M. Infante, C. Wright, & J. Cantú (Eds.), *Desafección política en Nuevo León* (pp. 11-27) Comisión Estatal Electoral. <https://bit.ly/39s8Wbm>
- Instituto Nacional de Estadística Geografía e Historia (Ed.) (s.f.). *Inventario Nacional de Vivienda 2016*. <https://bit.ly/3ol6eoz>
- Kahne, J., & Bowyer, B. (2018). The political significance of social media activity and social networks. *Political Communication*, 35(3), 470-495. <https://doi.org/10.1080/10584609.2018.1426662>

- Lannegrand-Willems, L., Chevrier, B., Perchec, C., & Carrizales, A. (2018). How is civic engagement related to personal identity and social identity in late adolescents and emerging adult? A person-oriented approach. *Journal of Youth and Adolescence*, 47, 731-748. <https://doi.org/10.1007/s10964-018-0821-x>
- Macafee, T. (2018). The interplay between social media politics and offline political participation. *American Communication Journal*, 20(1), 19-30. <https://bit.ly/3vLz7Dg>
- Maltos-Tamez, A.L., Martínez-Garza, F.J., & Miranda-Villanueva, O.M. (2021). *Encuesta sobre el uso de medios digitales y la cultura política de los jóvenes universitarios*. <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.14119736>
- Mansbridge, J. (1999). Everyday talk in the deliberative system. In S. Macedo (Ed.), *Deliberative politics: Essays on democracy and disagreement* (pp. 211-239). Oxford University Press. <https://bit.ly/3tDNS9T>
- Martínez-Domínguez, M. (2018). Acceso y uso de tecnologías de la información y comunicación en México: Factores determinantes. *Revista de Tecnología y Sociedad*, 8(14), 1-18. <https://doi.org/10.32870/pk.a8n14.316>
- Martínez-Villarreal, J.D., Rivera-Hernández, P.P., & Rodríguez-Burgo, K.E. (2019). El uso de la internet versus medios tradicionales de comunicación. Su impacto en la participación política de los jóvenes en el área metropolitana de Monterrey Nuevo León. *Justicia*, 24(36), 1-14. <https://doi.org/10.17081/just.24.36.3768>
- Molina, M.D., Sundar, S.S., Le, T., & Lee, D. (2021). 'Fake news' is not simply false information: A concept explication and taxonomy of online content. *American Behavioral Scientist*, 65(2), 180-212. <https://doi.org/10.1177/0002764219878224>
- Muñiz, C., Echeverría, M., Rodríguez-Estrada, A., & Díaz-Jiménez O.F. (2018). Los hábitos comunicativos y su influencia en la sofisticación política ciudadana. *Convergencia*, 77, 99-123. <https://doi.org/10.29101/crcs.v25i77.9298>
- Negt, O., & Kluge, A. (1993). *The public sphere and experience*. University of Minnesota Press. <https://bit.ly/3ulQZyF>
- Neundorf, A., & Smets K. (2017). Political socialization and the making of citizens. *Oxford Handbooks Online*. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199935307.013.98>
- Norris, P. (2002). *Democratic phoenix: Reinventing political activism*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511610073>
- Ohme, J. (2018). Updating citizenship? The effects of digital media use on citizenship understanding and political participation. *Information, Communication & Society*, 22(13), 1903-1928. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1469657>
- Patra, S.K. (2018). Intersubjectivity world of virtual reality: Facebook users behaviour in the context of privacy, self and identity. *Media Watch*, 9(2), 182-193. <https://doi.org/10.15655/mw/2018/v9i2/49386>
- Peña-Serret, D. (2018). Participación política en el contexto multimedia de comunicación digital: Hacia un enfoque interdisciplinario. *Interdisciplina*, 7(18), 175-198. <https://doi.org/10.22201/ceiich.24485705e.2019.18.68454>
- Ping-Yu, R., & Won-Oh, Y. (2018). Social media and expressive citizenship: Understanding the relationships between social and entertainment expression on Facebook and political participation. *Telematics and Informatics*, 35(8), 2299-2311. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2018.09.010>
- Romero, W., & Bologna, E. (2013). Técnicas de muestreo. In E. Bologna (Ed.), *Estadística para psicología y educación* (pp. 269-297). Editorial Brujas. <https://bit.ly/3w67rZN>
- Saldierna, A.R, Muñiz, C., & Marañón, F.J. (2017). Formación ciudadana en la democracia: Análisis del efecto de los medios de comunicación en la generación de conocimiento político en los pre-ciudadanos. *ALCEU*, 17(34), 198-215. <https://doi.org/10.46391/ALCEU.v17.ed34.2017.142>
- Salkind, N.J. (2007). Pearson product-moment correlation coefficient. In *Encyclopedia of Measurements and Statistics*. Sage. <https://doi.org/10.4135/9781412952644.n338>
- Secretaría de Educación Pública (Ed.) (s.f.). *Panorama de la educación superior en el estado de Nuevo León, Ciclo Escolar 2015-2016*. <https://bit.ly/38H8gjd>
- Sierra-Caballero, F. (2018). Civeractivismo y movimientos sociales. El espacio público oposicional en la tecnopolítica contemporánea. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, 980-990. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1292>
- Sparviero, S. (2019). From passive consumption of media goods to active use of media brands: On value generation and other differences. *Communication & Society*, 32(3), 67-79. <https://doi.org/10.15581/003.32.3.67-78>
- Tilly, C. (2008). *Contentious performances*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511804366>
- Tirado-Morueta, R., Mendoza-Zambrano, D.M., Aguaded, I., & Marín-Gutiérrez, I. (2017). Empirical study of a sequence of access to Internet use in Ecuador. *Telematics and Informatics*, 34(4), 171-183. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2016.12.012>
- Torcal, M., & Montero, J.R. (2006). *Political disaffection in contemporary democracies: Social capital, institutions, and politics*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203086186>
- Torregrosa, J., Panizo-Lledot, A., Bello-Orgaz, G., & Camacho, D. (2020). Analyzing the relationship between relevance and extremist discourse in an alt-right network on Twitter. *Social Network Analysis Mining*, 10(68). <https://doi.org/10.1007/s13278-020-00676-1>
- Vaccari, C., & Valeriani, A. (2018). Digital political talk and political participation: Comparing established and third wave democracies. *SAGE Open*, 8(2) 1-14. <https://doi.org/10.1177/2158244018784986>
- Van-Deth, J.W. (2014). A conceptual map of political participation. *Acta Politica*, 49(3), 349-367. <https://doi.org/10.1057/ap.2014.6>
- Van-Deth, J.W. (2016). *What is political participation?* Oxford Research Encyclopedia of Politics. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228637.013.68>



- Van-Deursen, A., Van-Dijk, J., & Helsper, E. (2014). *Investigating outcomes of online engagement*. Media@LSE Working Paper Series. <https://bit.ly/38He1x9>
- Van-Dijk, J. (2017). *Digital divide: Impact of access*. The International Encyclopedia of Media Effects. <https://doi.org/10.1002/9781118783764.wbieme0043>
- Wessels, B. (2018). *Communicative civic-ness: Social media and political culture*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315660653>
- Xenos, M., Vromen, A., & Loader, B.D. (2014). The great equalizer? Patterns of social media use and youth political engagement in three advanced democracies. *Information, Communication & Society*, 17(2), 151-167. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2013.871318>