



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

UNIDAD XOCHIMILCO

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

LICENCIATURA EN SOCIOLOGÍA

MODULO XII: SOCIOLOGÍA Y SOCIEDAD

TRIMESTRE 23/PRIMAVERA

JOSE LUIS CISNEROS

IMPACTO DE HÁBITOS DE CONSUMO CULTURAL DIGITAL EN JÓVENES  
ESTUDIANTES DE LA UAM-XOCHIMILCO EN LA ERA POST-PANDÉMIA

MARÍA FERNANDA CORNEJO REYES

MATRICULA: 2172023873

17 DE OCTUBRE DE 2023

*Dedico esta investigación a los profesores que me brindaron de su tiempo y sabiduría, a mis padres quienes son un pilar y quienes me forjaron como persona.*

Índice	
Resumen.....	4
Palabras clave.....	4
Introducción.....	4
Planteamiento del tema.....	6
Objetivos de la investigación.....	7
<i>Pregunta General</i> .....	7
<i>Objetivos específicos</i> .....	8
Marco teórico.....	8
Conceptos.....	12
<i>Cultura</i> .....	12
<i>Cibercultura y consumo</i> .....	14
Marco Histórico.....	16
<i>Internet</i> .....	16
<i>Medio de comunicación</i> .....	20
<i>Internet como medio de comunicación</i> .....	22
<i>Internet en México</i> .....	23
<i>Redes Sociales en México</i> .....	24
<i>Hábitos de consumo en la UAM-X</i> .....	27
<i>Entretenimiento</i> .....	33
<i>Ocio</i> .....	34
Metodología.....	35
<i>Diseño de la investigación e instrumentos</i> .....	36
<i>Población y muestra</i> .....	36
Hallazgos.....	36
Conclusión.....	43
Anexos.....	47
Referencias.....	49

## **Resumen**

La presente investigación aborda el desafío de aprovechar la informática e Internet como herramientas coadyuvantes en la superación de los déficits en el desarrollo del país y la mejora del bienestar de la población. Se centra en el análisis del papel desempeñado por las redes sociales en el impulso y motivación de los jóvenes universitarios para expandir sus conocimientos y comprensión académica de manera dinámica. Asimismo, se examina la influencia del contexto académico y social en el desarrollo de estos individuos. El estudio se basa en los resultados obtenidos a partir de la aplicación de cuestionarios a estudiantes de la Universidad Autónoma Metropolitana-X durante el turno vespertino, con el fin de identificar patrones de consumo de contenido en redes sociales y su relación con el rendimiento académico.

## **Palabras clave**

consumo cultural, consumo digital, hábitos, hábitos de consumo, redes sociales, universidad

## **Introducción**

La presente investigación constituye una reflexión profunda sobre el desafío que representa el aprovechamiento de las herramientas de la informática e Internet en aras de superar las carencias en el desarrollo nacional y fomentar el bienestar de la población. Es imperativo reconocer que la cibercultura, en la que el ser humano ha crecido y en la que se desenvuelve cotidianamente en el mundo cibernético, ha emergido como un medio de comunicación central en la sociedad contemporánea. Este entorno digital ofrece oportunidades y desafíos de gran envergadura, particularmente en el ámbito educativo.

El enfoque central de este estudio se centra en el análisis del papel fundamental desempeñado por las redes sociales en el estímulo y motivación de los jóvenes universitarios para expandir sus horizontes de conocimiento y comprensión académica de manera dinámica y participativa. La influencia de este contexto académico y social en el desarrollo de estos individuos no debe subestimarse, ya que las interacciones y relaciones en el entorno digital juegan un papel cada vez más crucial en la configuración de sus perspectivas y trayectorias educativas.

Es preciso resaltar que el advenimiento de la pandemia en el año 2019 ha catalizado una transformación sin precedentes en las costumbres y hábitos de consumo de la población. En respuesta a este evento disruptivo, la sociedad ha transitado hacia una nueva dinámica en la que el tiempo dedicado a las redes sociales se ha visto ampliado de manera significativa. Este fenómeno ha resultado en una mayor dependencia de estas plataformas como fuentes de información, entretenimiento y, cada vez más, de formación académica.

No obstante, es crucial abordar este fenómeno con un enfoque equilibrado. Si bien las redes sociales ofrecen un potencial valioso como herramienta de apoyo en el proceso de aprendizaje, es de suma importancia mantener una gestión consciente del tiempo dedicado a estas plataformas. Se debe velar por no comprometer la salud y el bienestar social de los jóvenes universitarios, preservando un equilibrio entre la interacción en el mundo digital y las actividades presenciales, físicas y sociales que son igualmente esenciales para su desarrollo integral.

El estudio se fundamenta en los resultados obtenidos a través de la aplicación de cuestionarios a estudiantes de la Universidad Autónoma Metropolitana-X durante el

turno vespertino. Estos instrumentos de recolección de datos han permitido identificar patrones de consumo de contenido en redes sociales y, de manera correlativa, establecer conexiones con el rendimiento académico de los participantes. Estas evidencias proporcionan una valiosa base empírica para comprender las dinámicas subyacentes y evaluar el impacto de las redes sociales en la esfera educativa.

### **Planteamiento del tema**

En el marco de este estudio, se parte de la premisa fundamental de que todo avance y progreso está intrínsecamente vinculado al conocimiento. En esta perspectiva, se otorga una relevancia particular al acto de consumir información, especialmente en el contexto de las relaciones sociales en el ámbito universitario.

Es habitual abordar la noción de una sociedad que se beneficia del acceso a herramientas potenciadas por las continuas actualizaciones tecnológicas. El auge de la tecnología digital ha marcado una transformación radical y veloz en la forma en que las personas se relacionan con la cultura. Esta revolución digital ha desencadenado una serie de cambios en la manera en que los jóvenes interactúan con el entorno cultural que los rodea. Es precisamente en este punto donde radica el enfoque central de la investigación, ya que este acceso ofrece una ventana de oportunidad para evaluar los estilos de vida, expectativas y percepciones de los jóvenes universitarios, considerando el impacto sustancial que estas dinámicas poseen en sus vidas y en la configuración del entorno académico y cultural que les rodea.

Cabe destacar que la pandemia del 2019, la cual provocó un cambio sin precedentes en la forma en que las personas se relacionan con el mundo, ha tenido un impacto significativo en la manera en que los jóvenes universitarios consumen

cultura a través de plataformas digitales. El distanciamiento social y las restricciones impuestas por la pandemia han llevado a una mayor dependencia de la tecnología para acceder y participar en manifestaciones culturales, por ello la elección de los jóvenes universitarios es particularmente relevante ya que, a causa del cambio abrupto en el estilo de vida, los jóvenes cambian las percepciones según el ambiente donde el sujeto se desarrolla.

### **Objetivos de la investigación**

El propósito de esta investigación es realizar un análisis comprensivo del fenómeno del consumo cultural digital entre los jóvenes universitarios de la Universidad Autónoma Metropolitana de la Unidad Xochimilco. Este cometido se llevará a cabo mediante la aplicación de un enfoque multidisciplinario que abarca aspectos socioculturales tecnológicos, buscando así abordar de manera integral dicho fenómeno contemporáneo.

El objetivo primordial, consiste en adentrarse en las dinámicas, motivaciones y patrones que guían el consumo cultural en el entorno digital, considerando las particularidades y contextos propios de los jóvenes universitarios. Esto implica comprender cómo esta revolución digital ha moldeado y redefinido no solo las formas de acceso y consumo de la cultura, sino también cómo ha influenciado en la definición de tendencias y valores culturales.

### ***Pregunta General***

¿Cómo afecta y moldea el consumo cultural digital en jóvenes universitarios su formación de identidad, su percepción del mundo y su participación en la sociedad?

### ***Objetivos específicos***

Esta investigación tiene como propósito investigar los patrones de consumo, las motivaciones subyacentes y los efectos en el panorama cultural actual de este grupo demográfico.

- Analizar las preferencias y patrones de consumo cultural digital en jóvenes universitarios
- Evaluar el impacto del consumo cultural digital en los jóvenes universitarios

### **Marco teórico**

En la presente investigación se citan personajes como Pierre Bourdieu, donde este tiene como objetivo conocer en que se fundamenta un poder simbólico, el cual va siendo transmitido a través del consumo cultural constante en jóvenes adultos. El principal argumento, se basará en la demostración de la formación y reproducción de información, donde se puede encontrar un sin fin de significados, especialmente en la educación, cultura, y los medios de comunicación.

Dentro de los parámetros de estudio de Bourdieu. P (1988), este considera importante definir el concepto de “habitus” en el sujeto a estudiar, es decir, poder dar una estructura educativa y un valor, así como representar un conjunto, campo universitario, como una forma de socialización influenciada a partir de las redes sociales. El principal argumento, se basará en la reproducción de información, donde se puede encontrar un sin fin de significados, especialmente en la educación, cultura, y los medios de comunicación.



Si bien, se concentrará información del alumnado de la Universidad Autónoma Metropolitana de la Unidad Xochimilco, debe aclararse que, y como plantea Bourdieu, dependiendo del espacio social y entorno de desenvolvimiento, este influirá en el tipo de relaciones, conversaciones y consumo. Mientras que, en el concepto de prácticas, esta se observa a través de los medios de comunicación.

Según Flachsland. C. (2003), comenta que Bourdieu tiene un carácter científico cuestionado. construye una propuesta teórica para comprender y explicar el mundo, elabora una metodología para abordar el estudio del mundo social. y alerta la necesidad de que la sociedad se interroge a sí mismo, un socio análisis. El objetivo es el análisis de la sociedad y su existencia de estructuras objetivas. mientras que el subjetivismo es la representación de los desarrollos de Max Weber.

Bourdieu. P (1988), especifica la estructura del capital como una apropiación de aquello que proporcionan los medios de comunicación. Aquí, es donde juega el papel de dominación, es decir, que se da un poder a los medios dado que es una de las fuentes principales de la distribución de la cultura.

Retomando, se plantea que el poder simbólico es aceptado debido a una estructura de dominación, es decir, la tecnología de hoy. Debido a la globalización de la tecnología y el cómo la mayoría de la población tiene en su posesión aparatos electrónicos, se ha creado una dependencia hacia dicha ciencia tecnología, tanto así que es visto ya como parte del estilo de vida, donde en su mayoría es utilizada para el consumo académico, entretenimiento, etc. Por esto mismo Bourdieu, considera que el consumidor el "*habitus*" se expresa bajo esa denominación al formar parte de su vida cotidiana, descubre interpretaciones, y acciones las cual emplea en su entorno.

Por otro lado, Debord. G (1968) afirma esta dependencia a las tecnologías. Los aparatos electrónicos permiten tener información al instante, la cual puede utilizarse

como una mercancía. Dentro del texto, “La sociedad del espectáculo” se da a conocer que, al implementar el consumo de las tecnologías, se vuelven parte de los valores del sujeto, o “habitus” según Bourdieu, y a su vez este empieza con el consumo de mecanización. Si bien Bourdieu plantea la idea de dominación, Debord no se queda atrás, ya que está consciente del mundo actual y conoce sobre el consumo. “...El espectáculo moderno, en cambio, expresa lo que la sociedad puede hacer, pero en tal expresión lo permitido es absolutamente contrario a lo posible...” (Debord G, 1968, p 46)

Dado a que, en la actualidad, se utiliza de manera cotidiana el consumo digital. A causa de ello, el sujeto se vuelve el espectador de un campo específico, es decir, al generar el campo digital como la mercancía; esta toma el dominio de la vivencia del consumidor. Tomando en cuenta palabras de Debord, G (1968) -la mercancía conocida como el consumo se vuelven en valores-, valores que, como consumidor, adoptaremos para poder exteriorizarlas.

Guy Debord (1968) argumentó:

---

*El espectáculo es una permanente guerra de opio cuyo objetivo es conseguir la aceptación de la identificación entre bienes y mercancías, así como entre la satisfacción de necesidades y la supervivencia consumista es algo que siempre debe ampliarse, porque no deja de contener la privación. No hay un más allá de la supervivencia ampliada ningún límite de detección de crecimiento, porque ella misma no se encuentra más allá de la privatización, sino que es la privación misma enriquecida*

---

Con dicho apartado, se logra plantear una visión crítica y profunda sobre el consumo cultural digital en la sociedad contemporánea. Revelando cómo el espectáculo, en todas sus formas, actúa como una especie de narcótico, buscando persuadirnos a

conectar nuestra identidad con los productos y las mercancías que consumimos. El consumo se ha convertido en una búsqueda constante de satisfacción que nunca parece estar completa, perpetuando una privación subyacente.

Debord. G (1968), sugiere que este ciclo de ampliación del consumo está enraizado en la lógica de la supervivencia consumista, una lógica que parece no tener límites en su búsqueda de crecimiento y expansión. Esta expansión, sin embargo, no representa una verdadera plenitud o enriquecimiento, sino más bien una privatización que refuerza la sensación de privación.

Desde esta perspectiva, el texto nos insta a ser críticos y reflexivos en nuestra relación con el consumo cultural digital. Nos recuerda que la búsqueda incesante de satisfacción a través del consumo puede ser una ilusión, y que es importante cuestionar la conexión entre identidad y mercancías.

Es por ello que, la frase “...el espectáculo es su complemento moderno y desarrollado, en el cual la totalidad del mundo aparece, globalmente, como el equivalente general de todo aquello que la sociedad puede ser y puede hacer...” (Debord G 1968, p 59), cobra sentido cuando se plantea la idea de que la sociedad se encuentra inmersa en un escenario donde las plataformas digitales e imágenes de las mismas dominan nuestras percepciones y con ello el comportamiento que se ejerce con y para la sociedad.

De mismo modo, gracias al control o dominio digital sobre la gente que consume dicho “producto”, genera cierta admiración hacia productos o “celebridades” a través de las pantallas de cualquier dispositivo. Al encontrarnos con interés hacia dicho contenido, la sociedad percibe que el comportamiento o el obtener objetos específicos ayudarían a conseguir la “*vida del espectáculo*” ideal. Por consiguiente, el tipo de contenido incentiva a los jóvenes a aspirar un estilo de vida “ideal”

basándose en que las acciones realizadas por el "sujeto ideal" pueden ser aplicadas por ellos mismos.

Bourdieu (2003) emerge como un valioso recurso al abordar el objeto de estudio y al brindar una perspectiva crítica sobre la dinámica social. La investigación se focaliza en una muestra específica: los jóvenes que están en proceso de formación, influenciados por la institución educativa y el contenido que esta proporciona. Asimismo, el escenario escogido sirve como el entorno propicio para la manifestación de las prácticas sociales y las percepciones individuales.

En este período de interacción, se observa que las acciones emprendidas están intrínsecamente vinculadas al consumo de cada individuo. Como resultado, los jóvenes universitarios configuran grupos de convivencia en los que, de manera inconsciente, se establecen jerarquías y estatus entre ellos. Este proceso se alinea con la noción bourdiana de que "...En cada juego, según las características del campo, hay determinadas cartas válidas y eficientes (los distintos tipos de capital). La estructura del juego está definida por las relaciones de fuerza entre los jugadores..." (Bourdieu, 2003, p. 37).

## **Conceptos**

### ***Cultura***

El término "cultura" ha sido objeto de análisis y reinterpretación constante, y en virtud de ello, ha evolucionado en su comprensión y alcance. Diversos campos del conocimiento, como la antropología, la sociología y la filosofía, han desempeñado un papel crucial en la formulación y evolución de conceptos culturales. Esto subraya la riqueza y la complejidad intrínseca de este fenómeno, el cual trasciende las

barreras disciplinarias y se convierte en un objeto de estudio interdisciplinario. La cultura, aparentemente simple en su naturaleza, se revela como un desafío significativo. Esta complejidad emana tanto del hecho de que los individuos que componen una sociedad, al encontrarse inmersos en ella, poseen una percepción subjetiva de lo que constituye la cultura, como de la continua implicación de esta en la vida social desde tiempos ancestrales. A lo largo de la historia, se han sucedido innumerables intentos por conceptualizar la cultura, impulsados por la incesante interacción entre esta y la dinámica social.

Desde tiempos antiguos, se han documentado múltiples y variados enfoques respecto a la definición de cultura, cada uno de los cuales ha contribuido de manera significativa al entendimiento de este fenómeno multidimensional. Estos distintos conceptos han arrojado luz sobre diversos aspectos y facetas de la cultura, enriqueciendo así la perspectiva sobre su naturaleza y su impacto en la sociedad.

En este contexto, resulta esencial reconocer la pluralidad de perspectivas que confluyen en el entendimiento de la cultura. Cada aproximación a su definición aporta una dimensión valiosa, lo que en última instancia enriquece la comprensión global de este constructo fundamental en la vida humana y social.

A pesar de la importancia y utilidad de los conceptos generales de cultura en el establecimiento de pautas fundamentales, es preciso reconocer que estos no brindan una explicación exhaustiva del fenómeno en su totalidad. La plena identificación y comprensión de la cultura aún constituye un desafío en el ámbito científico, requiriendo una exploración más detallada y rigurosa. En consecuencia, resulta imperativo examinar de manera concisa algunos de los conceptos de cultura más destacados que han sido propuestos a lo largo de la historia de la sociedad. Este análisis tiene como propósito identificar las fuentes de estas

conceptualizaciones y establecer los nexos históricos que las vinculan, a fin de proporcionar una perspectiva contextual esclarecedora sobre la evolución del pensamiento cultural.

Por otro lado, el comienzo de la cultura se produce cuando una persona adquiere la capacidad de simbolizar libre y arbitrariamente, es decir, de ser creativo, y al mismo tiempo asignar un significado correspondiente a las cosas o acontecimientos, con captación y apreciación. este significado. La cultura puede entenderse mejor como el eje de modelos de comportamiento, costumbres, tradiciones, hábitos específicos, pero como una serie de mecanismos de control, planes, regulaciones, fórmulas, reglas, instrucciones para controlar el comportamiento y una persona, una persona.

Mientras tanto, Gadamer H (2000) sugiere que la cultura es el dominio de todo lo que es más común cuando lo compartimos. Para él, el lenguaje existe a nivel universal, un espacio para que fluyan las emociones, y mientras se tenga una conversación y podamos escucharnos, somos una conversación.

### ***Cibercultura y consumo***

El término "ciberespacio", acuñado por primera vez por el renombrado escritor William Gibson en su obra pionera "Neuromante", representa un espacio accesible desde cualquier rincón del mundo físico, habilitado por las telecomunicaciones y la estructura interconectada de Internet. Este dominio digital constituye una realidad virtual enriquecida con archivos electrónicos que abarcan distintos formatos como audio, texto, video, y la presencia de imágenes simbólicas exclusivas.

El ciberespacio engloba los dispositivos de comunicación y procesamiento de información que interconectan todos los sistemas informáticos en red. A su vez, Quiñores F (2005) enfatiza que la sociedad cibernética se cimienta en cinco pilares estructurales esenciales para una comprensión cabal: multimedia, hipermedia, realidad virtual, redes mainframe, y las autopistas de la información, siendo Internet el epicentro de esta transformación.

Las actividades primordiales de la comunidad cibernética encuentran su ámbito de desarrollo en el ciberespacio: desde foros de discusión en línea hasta transferencias electrónicas de fondos, pasando por medios de comunicación digitales y comunicación vía correo electrónico. Este ámbito permite la fusión de diversos medios, la interactividad, la inmersión en entornos de realidad virtual, y el acceso a la información con total libertad de elección de contenidos. Además, facilita la construcción de relaciones públicas en una esfera que trasciende las limitaciones geográficas y temporales.

La cibercultura emerge como una consecuencia directa de la influencia de la teoría de sistemas y la cibernética en una cultura que adopta el pensamiento complejo moderno y se involucra en la construcción de la vida a través de nuevas categorías e ideas. En este contexto, es imperativo reconfigurar una sociedad moderna, basada en marcos conceptuales que proporcionen una mayor profundidad y visión prospectiva. Estos preceptos encuentran una expresión tangible en la cultura cibernética, donde las nuevas realidades dan forma a conceptos inéditos, especialmente en lo que concierne a las relaciones humanas, la gestión de la información y, sobre todo, la esfera digital en constante evolución.

La sociedad tiende a reducir la distancia geográfica a una proximidad más inmediata a través del consumo de un espectro cultural. Al ser un producto en circulación, se

percibe como un consumo que puede eventualmente transformarse en una fuente de información; igualmente, surge el consumo de entretenimiento que con el tiempo puede evolucionar hacia un contenido más superficial. Aunque la modernidad se ha caracterizado por los cambios continuos a los que ha estado sujeta a lo largo del tiempo, es innegable que estos avances nos han llevado a replantear nuestra percepción de la realidad espacial.

## **Marco Histórico**

### ***Internet***

A lo largo de la historia, la humanidad ha empleado una diversidad de métodos para comunicarse. Esta evolución es consecuencia del progreso y desarrollo de la sociedad, lo que ha llevado a la comprensión y adopción simultánea de estos métodos a lo largo del tiempo. Desde la comunicación gestual hasta la transmisión a larga distancia mediante dispositivos tecnológicos de vanguardia, esta evolución comunicativa refleja no solo un cambio tecnológico, sino también una transformación cultural y social.

Esta evolución en los métodos de comunicación ha moldeado la forma en que las sociedades se organizan y se relacionan entre sí. Con el tiempo, se ha presenciado un tránsito de sistemas más rudimentarios, como las señales y los gestos, hacia tecnologías sofisticadas que permiten la comunicación instantánea a nivel global. Este cambio no solo ha ampliado el alcance de la comunicación, sino que también ha influido en la creación de nuevas formas de interacción social y cultural.



La comunicación ha sido un pilar fundamental en la evolución de la sociedad. Desde los primeros signos y señales que permitieron la coordinación entre grupos prehistóricos hasta la instantaneidad de la comunicación digital actual, cada etapa ha dejado una marca significativa en cómo nos relacionamos e interactuamos.

La llegada de la maquinaria marcó un hito en la historia de la comunicación al posibilitar una homogeneidad en la producción del lenguaje, permitiendo su transmisión a través de medios y generando una producción masiva del mismo. Es crucial reconocer que el proceso evolutivo de la comunicación es constante, exigiendo un entendimiento profundo de cómo se moldearán las generaciones futuras. La comunicación experimentó una transformación radical. Las redes sociales, las aplicaciones de mensajería y las plataformas de video conectan a personas de todo el mundo en tiempo real. Esta instantaneidad en la comunicación ha redefinido la naturaleza de las interacciones humanas, generando nuevas formas de comunidad y cultura digital.

El filósofo McLuhan M (1972), se destacó por su análisis perspicaz sobre el futuro de la comunicación y su relación con la tecnología digital, anticipando de manera visionaria los cambios que ocurrirían en la forma en que consumimos cultura a través de medios electrónicos. Sus reflexiones profundizaron en las transformaciones en las interacciones humanas, apoyándose en la teoría de la psicología de Gestalt, lo que le permitió comprender la dinámica de los intercambios culturales mediados por las herramientas de comunicación.

Otro concepto clave abordado por McLuhan (1972) es la automatización, un fenómeno que surge como consecuencia de la interacción entre la información y la electricidad, transformando la ideología y la dinámica social de la humanidad. La electricidad y la automatización han abolido la tradicional distinción entre producción, consumo y

educación, alineándose con una visión globalista de interconexión simultánea que define la era de la revolución eléctrica.

Sin embargo, para Castells (2001), menciona que la creación y el desarrollo del internet es una aventura humana extraordinaria, pues esta muestra la capacidad de las personas para trascender las reglas institucionales, la superación de barreras burocráticas al igual que los valores establecidos en la creación del nuevo mundo, es decir, del mundo cibernético. Sirve para respaldar la idea de que la cooperación y la libertad de información favorecen la innovación en las medidas de competencia y derechos de propiedad.

La configuración y así como la disponibilidad de una tecnología particular en un periodo histórico específico influye de manera significativa en sus características intrínsecas y en los propósitos para los que es empleada en el desarrollo de un individuo determinado. En este sentido, Internet no constituye una excepción a esta premisa, ya que su trayectoria histórica proporciona valiosas claves para analizar y comprender su evolución a lo largo de los años.

El surgimiento del Internet se remonta a la creación de una red de ordenadores establecida por la “Advanced Research Projects Agency Network”, es decir, de la Red de la Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada (ARPA) durante el mes de septiembre.

Esta iniciativa tuvo como objetivo principal la movilización de recursos universitarios para alcanzar una ventaja tecnológica y fomentar la investigación de vanguardia en el campo de la informática. La creación de esta red se justificó como un medio para compartir una diversidad de contenido entre ordenadores a nivel global,

estableciendo así una red informática interactiva que revolucionaría la transmisión digital.

En la década de los setentas, la comunicación experimentó una notable transición hacia la predominancia de los medios visuales. Revistas y televisores se erigieron como los principales canales a través de los cuales se transmitían mensajes y se difundía la cultura de la época. Esta evolución marcó un hito en la forma en que la información era consumida y compartida por la sociedad.

Esta transformación no solo impulsó la difusión masiva de información, sino que también estableció nuevas formas de interacción y conexión a nivel global. La convergencia de estas tecnologías de la información con la cultura de los setentas redefinió la manera en que las personas accedían y procesaban la información, sentando las bases para la revolución digital que se avecinaba.

Krugman H, destacado psicólogo especializado en el análisis del comportamiento de los consumidores, abrió nuevas perspectivas al centrar sus investigaciones en el estudio de los hábitos y preferencias de consumo de los individuos. Sus aportes fueron fundamentales para comprender cómo los sujetos interactúan con los medios y cómo estos influyen en sus decisiones y percepciones.

Lo que hizo posible que el internet tuviera un avance considerable fue la llegada de Tim Bernes-Lee, pues a inicios de los años noventa, 1991, sentó las bases para una nueva forma de comunicación al introducir el concepto de la comunicación en redes. Berners-Lee comprendió que toda forma de información, desde noticias y actualizaciones hasta los servicios de comunidades en línea, poseía un valor significativo en este nuevo ecosistema digital. El cambio de milenio impulsó activamente la construcción de canales de comunicación en redes, que rápidamente

se transformaron en vehículos interactivos y de retroalimentación, dando lugar a una nueva infraestructura global.

### ***Medio de comunicación***

Los medios de comunicación constituyen el vehículo primario a través del cual se transmite un mensaje hacia su receptor. Esta transmisión varía en naturaleza y alcance según el tipo de receptor y el canal de comunicación empleado. Entre estos canales, se distinguen los medios de comunicación interpersonales, cuya naturaleza es más directa y personalizada.

La clasificación de los medios de comunicación es esencial para comprender la ubicación y función de las redes sociales en este panorama. Dentro de este estudio, se destacarán las redes sociales en función de su notoriedad y presencia en la esfera digital, lo cual permitirá un análisis detallado de su impacto en la sociedad contemporánea.

Los medios de comunicación reflejan a la sociedad de una manera selectiva y esta desarrolla estereotipos de personas, situaciones y maneras de relacionarse, que determinan opiniones acerca de ella. En cualquier sociedad moderna compleja existen grandes posibilidades de manipulación y control, puesto que la composición de problemas ideológicos de manera adicional, los medios contribuyen a crear una ignorancia en cuanto a la identidad del individuo al momento de idealizar las aspiraciones que se muestran en los medios de comunicación.

La clasificación de los medios de comunicación es esencial para comprender la ubicación y función de las redes sociales en este panorama. Dentro de este estudio, se destacarán las redes sociales en función de su notoriedad y presencia en la

esfera digital, lo cual permitirá un análisis detallado de su impacto en la sociedad contemporánea.

Es imperativo reconocer que los medios de comunicación no solo reflejan la sociedad, sino que también la moldean de manera selectiva. A través de la representación mediática, se desarrollan estereotipos que configuran percepciones sobre individuos, situaciones y dinámicas relacionales.

Todo proceso comunicativo implica tres elementos fundamentales: un emisor, un mensaje y un receptor. El proceso de comunicación implica la transmisión de información por parte del emisor, su canalización hacia el receptor a través de un medio y la decodificación por parte del último. Este proceso es igualmente aplicable a las plataformas de internet y, de manera destacada, a las redes sociales, las cuales ejemplifican de manera palpable el proceso de comunicación en la era digital.

A lo largo de los años, estas tecnologías de comunicación han ido evolucionando y se han integrado de manera orgánica en las prácticas sociales cotidianas. Se han convertido en elementos populares en las rutinas comunicativas y prácticas culturales, influyendo de manera considerable en la configuración de la vida diaria de las personas y en la mediación de la sociabilidad. La historia y los medios de comunicación proporcionan una amplia evidencia de la interconexión entre las tecnologías, sus usuarios y las organizaciones, así como de su integración en las infraestructuras sociales y culturales en su conjunto.

A medida que Internet evolucionaba y se consolidaba en la infraestructura funcional que conocemos en la actualidad, el número de usuarios experimentó un crecimiento exponencial. Este fenómeno se debió, en gran medida, a la migración de las actividades cotidianas interpersonales hacia el ámbito online, especialmente a partir de finales del siglo XX.

La expansión de Internet como medio de comunicación y herramienta para llevar a cabo una variedad de actividades, tanto personales como profesionales, transformó la manera en que las personas interactúan y se relacionan en el entorno digital. Este cambio no solo redefinió las dinámicas de comunicación, sino que también generó un impacto significativo en la economía, la educación y otros ámbitos de la sociedad.

El acceso generalizado a Internet se convirtió en un pilar fundamental para la participación activa en la vida social, económica y cultural. La conectividad digital se integró de manera progresiva en la rutina diaria de las personas, facilitando el intercambio de información, la colaboración en proyectos y el acceso a recursos educativos y de entretenimiento.

### ***Internet como medio de comunicación***

Internet al dar señales de crecimiento, novedad, y actualizaciones, esta última tomó forma en la comunicación, donde a comienzos del año 2000, muchos usuarios comenzaban a considerar al internet como un medio, al estar con sitios de información al momento, es decir, noticias, tendencias, moda del instante según la región entre muchos otros. Los internautas (usuarios conectados a la red de internet), comenzaron a utilizar dicha plataforma para generar mayor información, al igual que el consumo de la misma, poco a poco fueron basando su vida social al mundo virtual, pues como anteriormente se mencionó, la información es un contenido variado, y esta misma mantiene a la población atento a la información que puede comunicarse. Claro que, al tener en cuenta dicha atención, los usuarios comenzaron a tornar su vida interpersonal al virtual y por consiguiente a un distanciamiento social.

## ***Internet en México***

Debido al gran crecimiento del internet, el uso de la informática volvió al sector público una inversión en bienes informáticos, generando que la población ocupara las computadoras día con día. El uso del internet se convirtió en algo fundamental para la sociedad, pues al brindar un medio de comunicación, México logró ocupar el número 28 en cifras en cuanto a la disposición de computadoras a la sociedad.

Un aspecto importante para la sociedad mexicana, fue la presencia de mayor información al alcance de las instituciones que requerían de ella. Las primeras instituciones de educación superior consiguieron establecer un enlace a internet pese a la baja calidad y velocidad.

Existieron muchas instituciones las cuales requerían del sector virtual, siendo así el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, la Universidad de las Américas, el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, la Universidad Nacional Autónoma de México, entre muchas otras. Si bien, desde el inicio de este apartado se aclara que el objetivo consiste en albergar y esparcir información, las nuevas generaciones no solo se benefician de las aportaciones tecnológicas solo con información académica.

El surgimiento de Internet representa uno de los hitos más significativos en la historia de la humanidad, y de manera inherente, dio lugar a un fenómeno igualmente relevante: las redes sociales. Estas plataformas, concebidas como espacios de interacción digital, han sido apropiadas y moldeadas principalmente por la juventud contemporánea.

## ***Redes Sociales en México***

La era digital ha transformado radicalmente la manera en que interactuamos con el mundo que nos rodea. Internet ha democratizado el acceso a una amplia gama de actividades, desde la gestión de correos electrónicos hasta la comunicación instantánea y la adquisición de bienes y servicios. En este contexto, México se destaca por la proliferación de plataformas digitales populares que han permeado la vida cotidiana de sus habitantes.

Entre las plataformas más prominentes destaca Facebook, una red social que ha redefinido la forma en que las personas se conectan, permitiendo vínculos con amigos, familiares y colegas, tanto en el ámbito educativo como laboral. YouTube, por otro lado, se posiciona como una fuente inagotable de contenido audiovisual, ofreciendo una variada selección de videos que abarcan una amplia gama de temas. Twitter, por su parte, se distingue por su capacidad para conectar a los usuarios no solo con sus relaciones personales, sino también con expertos, celebridades y tendencias globales en tiempo real. Instagram, una plataforma visual por excelencia, ofrece un espacio para compartir imágenes y videos, preferentemente de corta duración, permitiendo la expresión artística y la construcción de identidades digitales.

Por último, TikTok ha emergido como una de las plataformas más influyentes del año, facilitando la creación y distribución de imágenes y videos de corta duración. Los usuarios de esta plataforma constantemente comparten contenido que se vuelve viral, generando momentos de disfrute efímero pero significativo.

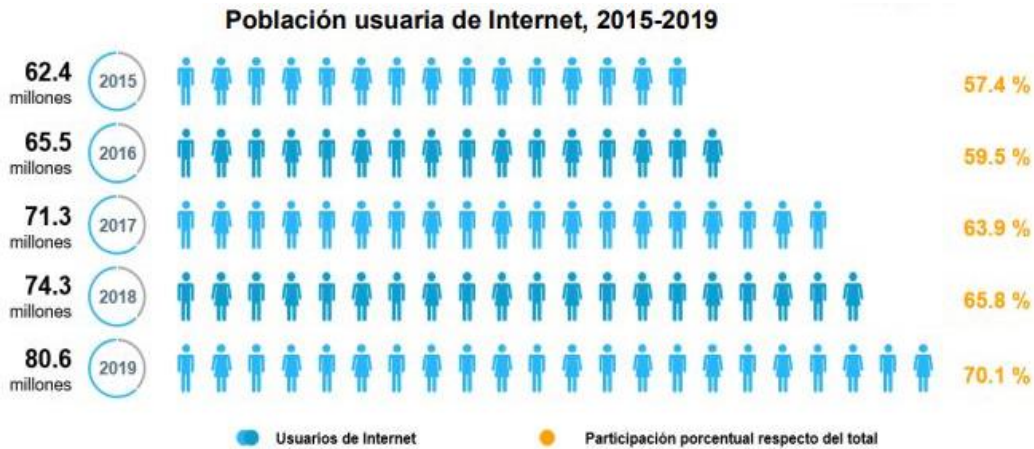
Esta diversidad de plataformas digitales ha permeado diferentes aspectos de la sociedad mexicana, desde la esfera personal hasta la profesional. Su influencia se refleja en la forma en que nos comunicamos, compartimos experiencias y



accedemos a información. La presencia y relevancia de estas plataformas en el ámbito mexicano subraya la importancia de comprender y analizar el impacto de la era digital en la vida contemporánea.

Si es cierto, que el gran hit del internet para involucrarse en cualquier tema surgió a partir de la aparición de la plataforma de videos más exitosa “YouTube” en el año de 2005, fue gracias a las generaciones que crecieron con los dispositivos móviles quienes comenzaron con el uso masivo de dichas redes, consiguiendo consigo correos para registrarse y consumir dicho contenido. Para aquel entonces, en la época de los 2010, los niños, pre-adolescentes, adolescentes, estudiantes y adultos jóvenes iniciaron en la búsqueda masiva de información para utilizarla en el campo académico, y claro... para su entretenimiento. Frente a dicho escenario digital, los ciudadanos particulares y grupos de usuarios han decidido navegar en la red para recolectar y detectar información relevante según para cada usuario

Durante la década de 2010, se realizó una investigación acerca de cuantos usuarios son los que consumían del contenido digital, teniendo altas cifras como se muestra en la gráfica 1. La investigación, ha dado a conocer los números registrados para aquel entonces, proporcionando información sobre los internautas, así como el porcentaje de usuarios masculinos (51,6%) como mujeres (48,4%) en una población de 80,6 millones de internautas. De esta misma cantidad, se descubrió que el 95,3% contaba con teléfonos inteligentes para su conectividad a internet, mientras que el 33,2% de la población tenía acceso a ésta debido a la posesión de computadoras portátiles.



Nota: Porcentajes calculados respecto del total de la población de seis años o más.

Gráfica 1 Fuente: Adaptado de Gobierno de México (2019) “Población usuaria de Internet”

El uso que proporciona conectividad a través del internet, llega con una cifra en cantidades mayores (millones), a causa de que cada ciudadano puede contar con un dispositivo electrónico. Actualmente las personas utilizan dispositivos como Smartphone, tabletas, computadoras, laptops y televisores con conexión a internet etc. para consultar cualquier tipo de contenido, como se muestra en la gráfica 2.



Gráfica 2 Fuente: Adaptado de Gobierno de México (2018) “Usuarios de Internet según equipo de conexión”

Para el año 2022, México ya contaba con una impresionante cifra de 93.1 millones de internautas, los cuales dedicaban en promedio entre 4 y 5 horas diarias a la navegación a través de sus dispositivos móviles. Este dato representa una variable de especial interés para la presente investigación, puesto que proporciona información valiosa acerca del grupo demográfico que concentra este consumo (jóvenes de 18 a 24 años de edad). Más adelante, profundizaremos en el análisis de este grupo y su patrón de consumo.

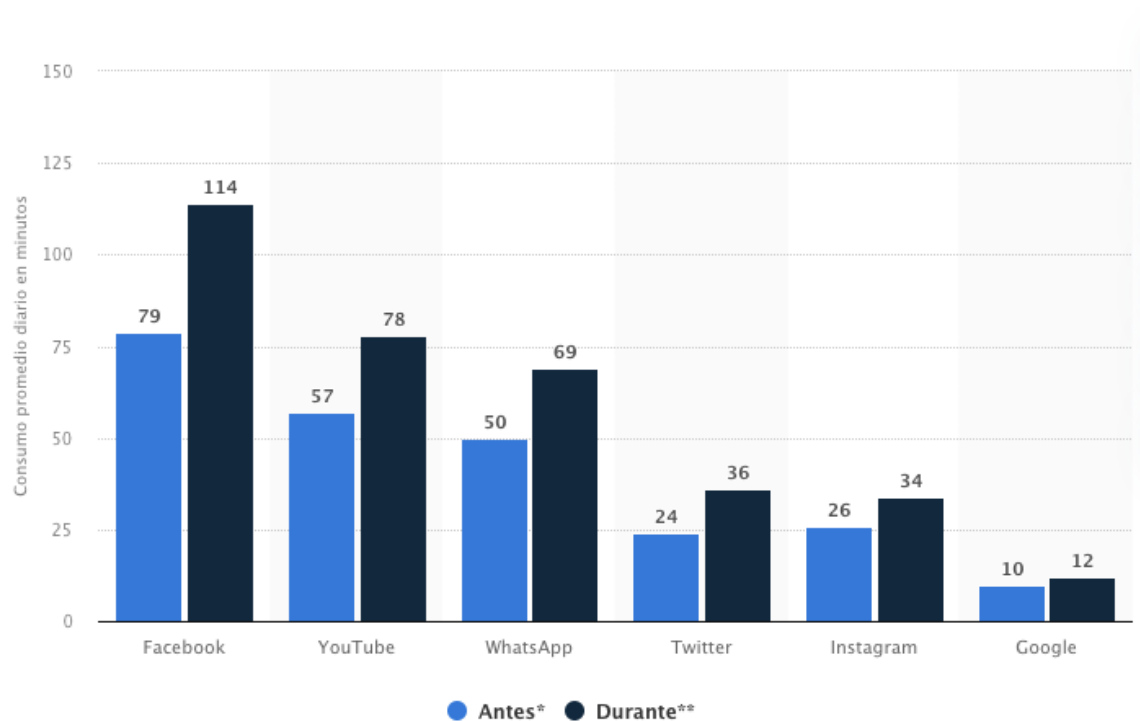
### ***Hábitos de consumo en la UAM-X***

Los hábitos de consumo, revelan una dinámica dual entre lo interno y lo externo. Desde una perspectiva interna, los rastros de decisiones previas de consumo de un individuo moldean su comportamiento actual. Estos patrones, arraigados en la propia experiencia y necesidades, actúan como guías invisibles en la elección de productos y servicios. Por otro lado, desde una óptica externa, el contexto social y las prácticas observadas en otros individuos desempeñan un papel significativo. Aquí, el consumo se convierte en una manifestación tangible del nivel de vida y prosperidad económica, influyendo en las decisiones de consumo. En este sentido, el proceso de adquirir bienes y servicios se configura como un acto intrínsecamente vinculado tanto a la historia personal como a las dinámicas sociales más amplias (Pecorari, 2017, p. 13). En consecuencia, los patrones de compra pueden ser moldeados tanto por experiencias personales como por referencias provenientes de terceros, influyendo de manera directa en la adquisición de bienes o servicios.

La Real Academia de la Lengua (s.f.) define el hábito como el “modo especial de proceder o conducirse, adquirido por repetición de actos iguales o semejantes, u originado por tendencias instintivas”. Aspe y López (1999) añaden que el concepto

de hábito corresponde al conjunto de actividades destinadas a alcanzar un bien, a medida que un ser humano ejerce su libertad para adquirirlos a lo largo de su vida. A partir de estas dos primeras definiciones, es posible establecer que los hábitos implican un efecto de repetición que influye en las acciones de los consumidores.

Por estos motivos, este concepto se relaciona con la capacidad que posee el ser humano de adoptar una forma de comportarse diferente a su naturaleza, siempre que esto no contradiga su esencia. Cabe destacar que, aunque puedan parecer similares, las costumbres presentan una diferencia notable respecto a los hábitos. En este sentido, mientras que los segundos se realizan de manera consciente, reflexiva y libre, haciendo uso de la razón y la lógica, las costumbres se llevan a cabo de forma mecánica y repetitiva, tal como se presentan en la gráfica 4.

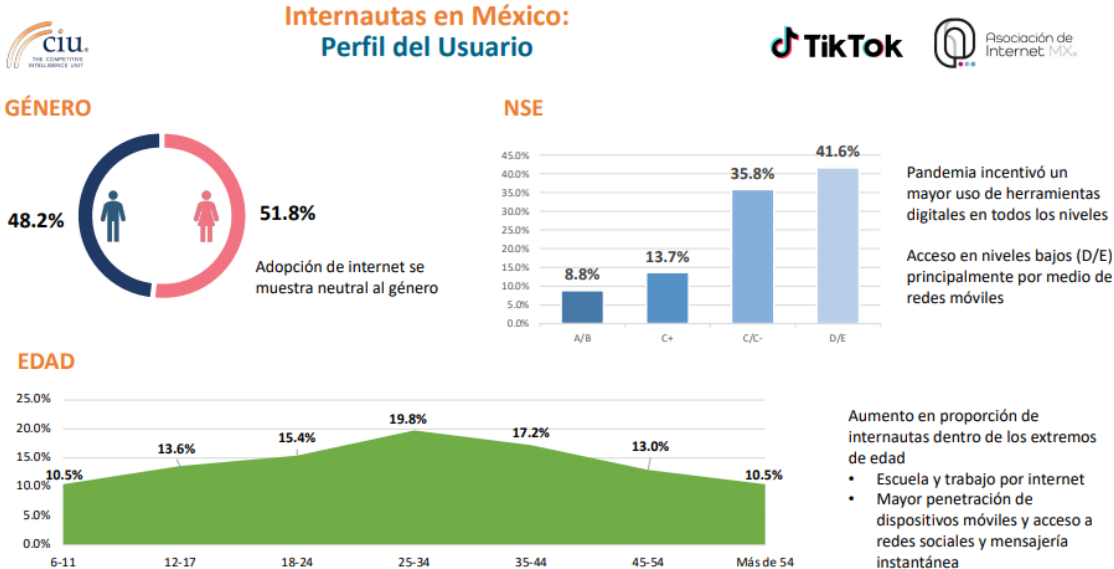


Gráfica 4 Fuente: Adaptado de Statista (2023) “Consumo de redes sociales en México”

Además, como complemento a lo anteriormente expuesto, Lázaro (2011) aborda el tema desde una perspectiva psicológica, donde se destaca que tanto los hábitos como cualquier otra forma de conducta se adquieren a través de la experiencia y se llevan a cabo de manera regular y automática.

Sin duda, la llegada de la pandemia de Coronavirus SARS-CoV-2 (COVID-19) marca un momento histórico de relevancia global. Este acontecimiento precipitó medidas de aislamiento destinadas a mitigar la propagación de la enfermedad, lo cual conllevó al cierre de establecimientos comerciales, empresas, instituciones educativas y otros entes, con la excepción, por supuesto, de los hospitales, los cuales se mantuvieron operativos para atender a los afectados durante el curso de la pandemia.

Tanto el ámbito laboral, el cual debió adaptarse para evitar atrasos económicos, implementando el *home-office* (trabajo desde casa), como el ámbito académico también se vio comprometida a transitar hacia la modalidad de enseñanza a distancia.



Gráfica 5 Fuente: Adaptado de Asociación de Internet (2022) “Internautas en México”

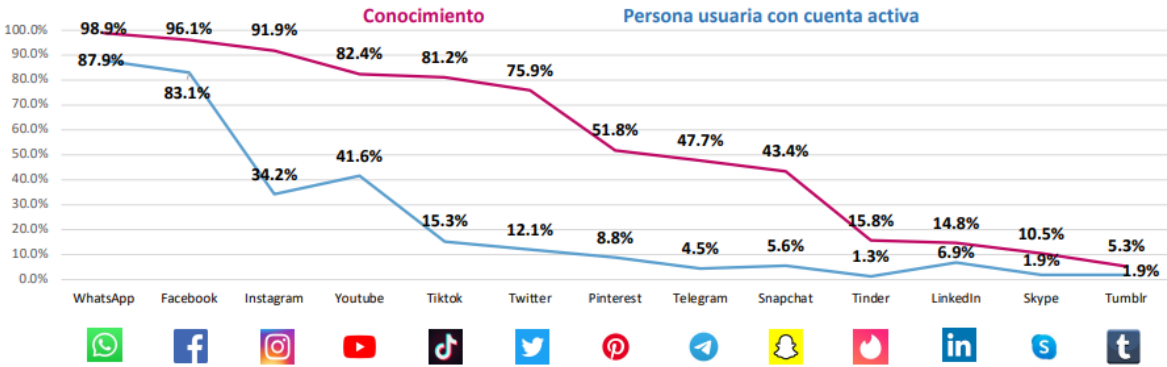
Es pertinente destacar que este cambio de paradigma tuvo lugar en marzo de 2020, momento en el cual los estudiantes se vieron obligados a readaptar sus rutinas diarias. Las instituciones educativas, se vieron en la necesidad de migrar hacia plataformas virtuales como Zoom, Google Meet, entre otras, con el propósito de asegurar la continuidad del proceso de enseñanza y evitar posibles rezagos académicos. Bajo este contexto, es innegable que esta coyuntura transformó las pautas de consumo y generó la creación de nuevos hábitos, predominando el uso de dispositivos electrónicos desde la comodidad del hogar en la mayoría de los casos, tal cual como se muestra en la gráfica 5.



Gráfica 6 Fuente: Adaptado de Asociación de Internet (2022) “*Actividades digitales de los usuarios mexicanos*”

En la gráfica 6, se muestra el reflejo de la transición del comportamiento social y las interacciones humanas al mundo virtual. Las redes sociales adquirieron un papel

preponderante, dicha representación encontrándose en la gráfica 7, al proporcionar una plataforma para la comunicación, el intercambio de información y la preservación de la cohesión social



Gráfica 7 Fuente: Adaptado de Asociación de Internet (2022) “Plataformas consumidas en México”

Indudablemente, en el proceso de transformación y adopción de nuevas rutinas que culminaron en la formación de hábitos digitales, en el cual se evidencia que el 95% de los usuarios de la red se dedicaban al consumo de las plataformas sociales más prominentes, tales como Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, y la reciente adición que ha experimentado un notable crecimiento: Tik Tok. Es imperativo recalcar que, con independencia de la plataforma, el contenido puede abordar una amplia gama de temáticas. En su mayoría, los usuarios se encuentran con una diversidad de contenido, que puede ser tanto informativo como académico, de entretenimiento, ocio, entre otros, como se puede observar en la tabla 1.

Actividades en internet	Niveles de escolaridad de los estudiantes		
	Secundaria (%)	Preparatoria (%)	Universidad (%)
Buscar información sobre educación, realizar investigaciones y tareas	95.1	97.5	97.1
Tomar cursos	61.4	67.4	78.7
Jugar en línea	54.0	52.2	39.9
Escuchar música gratuita y con costo, así como radio AM y FM	66.5	70.2	77.6
Ver videos gratuitos y con costo	84.3	86.0	92.7
Utilizar redes sociales	95.1	98.5	99.0
Intensidad de uso de internet			
Horas al día	6.3	7	8.2

Tabla 1 Fuente: Gómez, D. A. y Martínez, M. (2022) “*Actividades en Internet*”

Durante el periodo de la pandemia, que comprendió los meses de febrero a marzo, se observó un notable aumento en el consumo de contenido digital por parte de los usuarios. Las páginas de información experimentaron un incremento en su audiencia, como se ilustra en la tabla 1. Asimismo, el sector educativo experimentó un cambio significativo al migrar hacia el modelo de enseñanza a distancia, con un registro de 186 millones de usuarios que consultaron contenido relevante en la categoría académica.

En términos de duración, se constató un crecimiento del 64%, lo que indica que el impacto de la pandemia generó un nuevo hábito de seguimiento activo en las redes sociales y su contenido, sin importar si se trata de información, material académico, entre otros.

En el ámbito del entretenimiento, también se observó un aumento del 2,5%, y esta tendencia se mantuvo en ascenso a medida que pasaba el tiempo. Este fenómeno refleja el cambio en los patrones de consumo y la creciente importancia de las plataformas digitales como fuente de entretenimiento y aprendizaje durante el periodo de confinamiento.



Es relevante señalar que los conceptos de entretenimiento y ocio suelen ser objeto de confusión. Por ende, a continuación, se brindará un análisis más detallado de ambos términos con el fin de discernir sus distinciones.

### ***Entretenimiento***

En el presente contexto, el enfoque contemporáneo hacia el entretenimiento, según las perspicaces palabras de Han B. (2017), se caracteriza por una búsqueda constante de experiencias y un afán de superar los límites previos de diversión y emoción. Esta orientación no solo incide en la esfera emocional, sino que puede tener repercusiones más amplias en la calidad de vida de los individuos. La perpetua exigencia de superación puede dar lugar a un ciclo de insatisfacción constante, alimentando una sensación de insaciabilidad y vacío emocional que permea la experiencia cotidiana.

Por otro lado, esta inclinación hacia el entretenimiento como forma de auto-explotación voluntaria puede desplazar la importancia de la reflexión y la contemplación en la vida diaria. La búsqueda incesante de estímulos y experiencias nuevas puede eclipsar la oportunidad de cultivar una conexión más profunda consigo mismo y con el entorno circundante. En este frenesí constante por la novedad y la emoción, se corre el riesgo de perder de vista la riqueza que yace en la introspección y la apreciación pausada del mundo que nos rodea.

Resulta crucial reconocer que, si bien el entretenimiento representa una fuente valiosa de disfrute y recreación, su influencia en la sociedad contemporánea plantea cuestionamientos cruciales en lo que respecta a la calidad de vida y al equilibrio

entre la gratificación instantánea y la satisfacción duradera. El análisis perspicaz de Han nos invita a una reflexión profunda sobre cómo encontrar un punto de equilibrio entre el entretenimiento como fuente de gozo y el cultivo de una vida rica en significado y profundidad, donde la búsqueda de experiencias se armonice con la búsqueda de la autenticidad y el propósito.

## **Ocio**

Para enriquecer nuestra comprensión del entretenimiento, las palabras de Adorno. T (1951) aportan una perspectiva crítica sobre la noción de ocio en la sociedad contemporánea. Adorno argumenta que el ocio en la sociedad moderna no siempre se traduce en una liberación o un enriquecimiento personal, sino que con frecuencia se convierte en una manifestación de conformidad y alienación.

En este contexto, la *cibercultura* emerge como una industria que produce entretenimiento de masas, incluyendo películas, música popular y programas de televisión, entre otros. Sin embargo, esta producción tiende a estandarizar y homogeneizar para atraer al mayor número posible de consumidores. El ocio, en este escenario, transmuta en un estado de pasividad, donde el entretenimiento contemporáneo ya no sirve como estímulo para el aprendizaje del espectador. En cambio, se convierte en una forma de catarsis superficial y efímera, llevando al espectador hacia un conformismo cultural que desalienta la participación activa en la sociedad.

Esta dinámica del ocio en la sociedad actual puede tener un impacto profundo, generando una sensación de alienación y desconexión. Esta alienación surge de la uniformidad en la oferta de entretenimiento y la consiguiente pérdida de autenticidad y originalidad. En lugar de promover la reflexión y el análisis crítico del entorno, el

entretenimiento de masas tiende a fomentar un pensamiento superficial y complaciente. Como resultado, en lugar de fomentar la reflexión crítica y la participación activa en la sociedad, se promueve un pensamiento superficial, la complacencia y el escapismo. Esta perspectiva crítica nos insta a considerar con detenimiento los efectos del entretenimiento contemporáneo en la sociedad y a cuestionar el papel que desempeña en la formación de la cultura y la participación ciudadana.

## **Metodología**

Se tornó ineludible desarrollar líneas de investigación que exploren las diversas dimensiones de su implementación y que se concentren en producir un mayor conocimiento del perfil de los alumnos como una dimensión importante en la revisión de estrategias de enseñanza, dando cuenta de la complejidad de su objeto e incluyendo necesariamente la exploración en profundidad de las prácticas sociales particulares y las representaciones que los consumos culturales suponen. Por ello, este capítulo explora las características de las investigaciones sobre consumos culturales realizadas especialmente en relación con los diseños metodológicos aplicados y los datos obtenidos, destacando los rasgos salientes de los trabajos relevados.

Además, da cuenta de la articulación entre la investigación en consumos culturales juveniles y las prácticas educativas como contexto desde el cual abordar la indagación de consumos culturales como modo de comprender mutaciones de la cultura y de la adolescencia en relación con la escuela. Para finalizar, considerando específicamente la pertinencia de la recolección de datos cualitativos y cuantitativos

se proponen lineamientos metodológicos que orienten el diseño e implementación de proyectos de investigación relevantes

### ***Diseño de la investigación e instrumentos***

En cuanto al tipo de diseño metodológico, la investigación requirió de un método transversal correlacional causal, puesto que posee como propósito la descripción de las vinculaciones entre dos a más variables en un determinado objetivo. Es claro que, al enfocarse a un análisis dirigida a alumnos universitarios de la UAM-X, en el presente año, esta deberá consistir en descripciones semi-variadas y que estén vinculadas a las relaciones causales. Para la realización y obtención de datos como la influencia del consumo, se utilizó un cuestionario para medir dichos hábitos, al igual que los medios por donde consume contenido cultural digital,

### ***Población y muestra***

Para llevar a cabo el presente estudio, se ha optado por una metodología precisa, diseñada para analizar las preferencias y patrones de consumo cultural digital en el cuerpo estudiantil de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco. Dicha institución alberga una población total de 13,875 estudiantes a nivel licenciatura en periodo lectivo del año 2023, lo que la convierte en un escenario propicio para indagar en las dinámicas culturales de esta demografía.

### **Hallazgos**

La selección de la muestra ha sido realizada con cuidadosamente, centrando el enfoque en estudiantes que cursan programas afines a las Ciencias Sociales y

Humanidades, específicamente aquellos inscritos en el área correspondiente. Esta área comprende una población total de 4,743 estudiantes, lo que representa el 34.12% del número total de alumnos en la unidad Xochimilco, según se detalla en la tabla 2.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA  
ESTADÍSTICA ESCOLAR  
POBLACIÓN INSCRITA CLASIFICADA POR DIVISIÓN, CARRERA Y TURNO DEL TRIMESTRE 23/P  
EN EL PROCESO DE INSCRIPCIÓN / REINSCRIPCIÓN

UNIDAD: XOCHIMILCO		TRONCO INTERDIVISIONAL			TRONCO DIVISIONAL			TRONCO CARRERA			TOTAL DE LA POBLACIÓN CON ASIG. DE GPO. SIN. GRAN					
DIVISIÓN	PLAN	MAT.	VES.	TOTAL	MAT.	VES.	TOTAL	MAT.	VES.	TOTAL	MAT.	VES.	TOTAL	GPO.	GRAN	%
CSH	LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN	69	57	126	75	35	110	273	208	481	417	300	717	63	780	5.6
CSH	LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL	122	0	122	117	2	119	600	0	600	839	2	841	34	875	6.3
CSH	LICENCIATURA EN ECONOMÍA	68	60	128	61	45	106	243	164	407	372	269	641	88	729	5.3
CSH	LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA	127	56	183	125	42	167	557	244	801	809	342	1151	61	1212	8.7
CSH	LICENCIATURA EN SOCIOLOGÍA	67	24	91	54	23	77	327	129	456	448	176	624	34	658	4.7
CSH	LICENCIATURA EN POLÍTICA Y GESTIÓN SOCIAL	75	0	75	72	1	73	296	0	296	443	1	444	45	489	3.5
SUBTOTAL		528	197	725	504	148	652	2296	745	3041	3328	1090	4418	325	4743	34.2
		%	11.1	4.2	15.3	10.6	3.1	13.7	48.4	15.7	64.1	70.2	23.0	93.1	6.9	100.0
CBS	LICENCIATURA EN BIOLOGÍA	81	26	107	83	24	107	558	0	558	722	50	772	7	779	5.6
CBS	LICENCIATURA EN ENFERMERÍA	54	22	76	61	24	85	331	0	331	446	46	492	4	496	3.6
CBS	LICENCIATURA EN ESTOMATOLOGÍA	79	29	108	93	28	121	423	165	588	595	222	817	3	820	5.9
CBS	LICENCIATURA EN QUÍMICA FARMACEUTICA BIOLÓGICA	88	68	156	93	68	161	509	318	827	690	454	1144	26	1170	8.4
CBS	LICENCIATURA EN MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA	106	30	136	121	28	149	987	0	987	1214	58	1272	10	1282	9.2
CBS	LICENCIATURA EN AGRONOMÍA	80	36	116	101	28	129	413	0	413	594	64	658	18	676	4.9
CBS	LICENCIATURA EN MEDICINA*	105	0	105	106	0	106	669	0	669	880	0	880	7	887	6.4
CBS	LICENCIATURA EN NUTRICIÓN HUMANA	61	16	77	65	20	85	422	0	422	548	36	584	5	589	4.2
SUBTOTAL		654	227	881	723	220	943	4312	483	4795	5689	930	6619	80	6699	48.3
		%	9.8	3.4	13.2	10.8	3.3	14.1	64.4	7.2	71.6	84.9	13.9	98.8	1.2	100.0
CAD	LICENCIATURA EN ARQUITECTURA	85	66	151	84	50	134	494	226	720	663	342	1005	74	1079	7.8
CAD	LICENCIATURA EN DISEÑO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA	50	17	67	51	10	61	332	0	332	433	27	460	28	488	3.5
CAD	LICENCIATURA EN DISEÑO INDUSTRIAL	50	18	68	51	13	64	354	0	354	455	31	486	38	524	3.8
CAD	LICENCIATURA EN PLANEACIÓN TERRITORIAL	42	13	55	51	15	66	206	0	206	299	28	327	15	342	2.5
SUBTOTAL		227	114	341	237	88	325	1386	226	1612	1850	428	2278	155	2433	17.5
		%	9.3	4.7	14.0	9.7	3.6	13.4	57.0	9.3	66.3	76.0	17.6	93.6	6.4	100.0
TOTAL		1409	538	1947	1464	456	1920	7994	1454	9448	10867	2448	13315	560	13875	100.0
		%	10.2	3.9	14.0	10.6	3.3	13.8	57.6	10.5	68.1	78.3	17.6	96.0	4.0	100.0

Nota:\* Las alumnas y los alumnos de Medicina cursan en el turno único.

Tabla 2 Fuente: Gómez, D. A. y Martínez, M. (2022) "Población total de la UAM-X"

La muestra para esta investigación se delimitó específicamente al Área 3, que corresponde a Ciencias Sociales y Humanidades. Este sector incluye las licenciaturas en administración, comunicación, economía, política y gestión social, psicología y sociología. El Área de Ciencias Sociales y Humanidades (CSH) para la realización de este estudio, se seleccionó aleatoriamente a 60 alumnos, que representará a la población del Área 3. Dicha muestra, interpreta el 1,26% del total de alumnos del área CSH. En ésta se tomó en cuenta al género femenino y masculino en misma cantidad, aunque cabe mencionar que existe un mayor número

de mujeres matriculadas (2,548 representando el 53,72% del área) que hombres (2,195 el cual representa el 46,28% del área) como se muestra en la tabla 3.

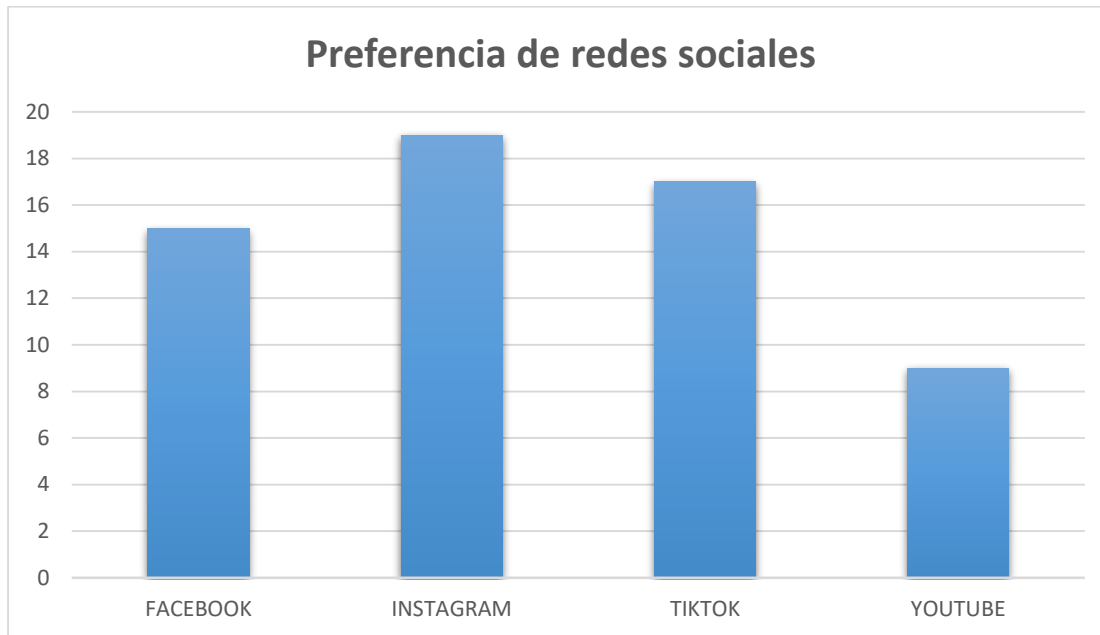
Tabla 3 “Población por género de la UAM-X”

*Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco*

Ciencias Sociales y Humanidades	Género de la población				Muestra		
	Masculino	Femenino	Total	Total (%)	Masculino	Femenino	Total (%)
<i>Licenciatura en Administración</i>	372	408	780	16,45	5	5	1,28
<i>Licenciatura en Comunicación</i>	434	441	875	18,47	5	5	1,14
<i>Licenciatura en Economía</i>	452	277	729	15,37	5	5	1,37
<i>Licenciatura en Política y Gestión Social</i>	421	791	1212	25,53	5	5	0,83
<i>Licenciatura en Psicología</i>	266	392	658	13,88	5	5	1,52
<i>Licenciatura en Sociología</i>	250	239	489	10,30	5	5	2,04

En el transcurso de la administración del cuestionario, se logró recabar información relativa a las preferencias de contenido, específicamente orientado hacia el material audiovisual. A pesar, de que la población estudiantil dispone de recursos en forma de contenido impreso, incluyendo revistas, libros e investigaciones, es evidente que prevalece una marcada inclinación hacia la versión digital de estos recursos. Además, cabe mencionar que también existen preferencias entre plataformas para consultar dicha información recabada, como se muestra en la gráfica 8

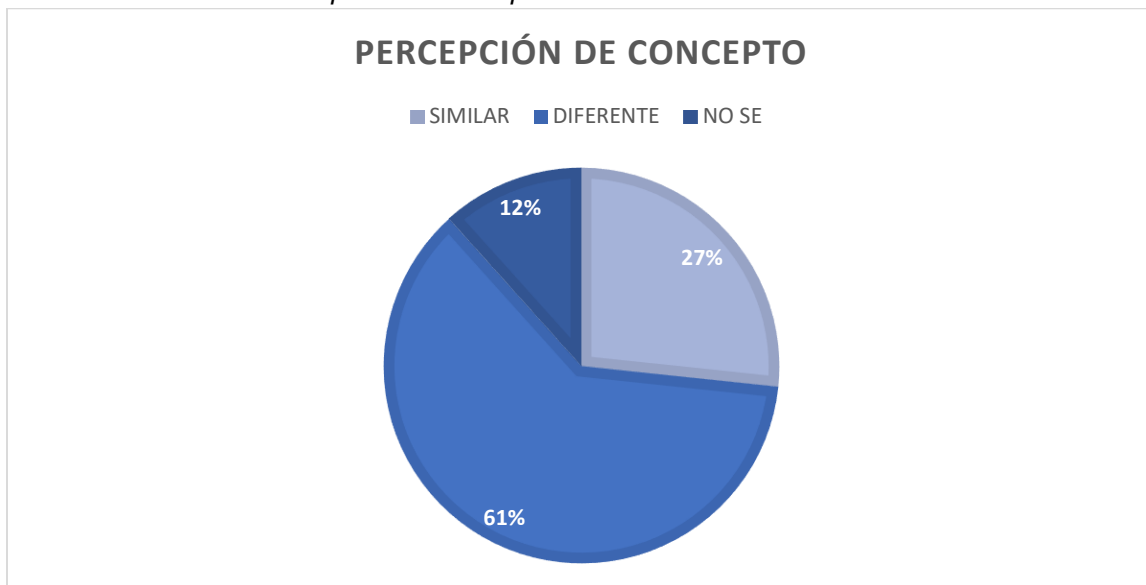
Gráfica 8 “Preferencia de redes sociales”



Indudablemente, en el proceso de transformación y adopción de nuevas rutinas que culminaron en la formación de hábitos arraigados, se evidencia que el 95% de los usuarios de la red se dedicaban al consumo de las plataformas sociales más prominentes, tales como Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, y la reciente adición que ha experimentado un notable crecimiento, Tik Tok. Tal como se evidenció en la investigación, ambos conceptos tienden a suscitar interpretaciones distintas. En su mayoría, los encuestados señalaron que los consideran conceptualmente similares o diferentes, mientras que, en casos excepcionales, simplemente no contaban con el conocimiento preciso de ambas distinciones.

Es imperativo recalcar que, con independencia de la plataforma, el contenido abordado puede versar sobre una amplia gama de temáticas. En su mayoría, los usuarios se encuentran con una diversidad de contenido, que puede ser tanto informativo como académico, de entretenimiento o recreativo, entre otros. Es relevante señalar que los conceptos de entretenimiento y recreación suelen ser objeto de confusión. Por ende, a continuación, se brindará un análisis más detallado de ambos términos con el fin de discernir sus distinciones, mostrándose en la gráfica 9.

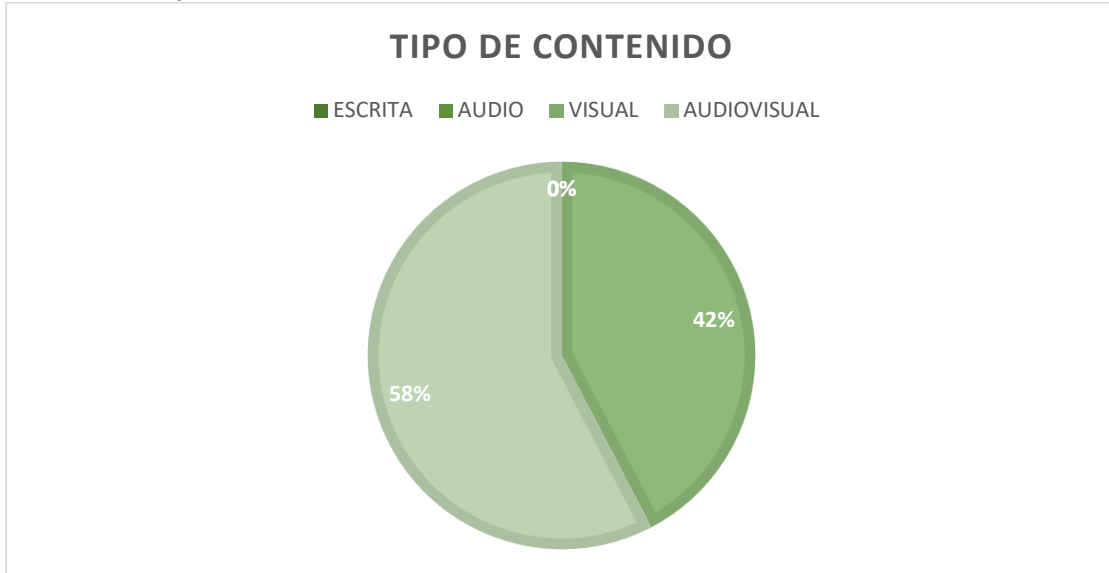
Gráfica 9 “Percepción de concepto”



En el transcurso de la administración del cuestionario, se logró recabar información relativa a las preferencias de contenido, específicamente orientado hacia el material audiovisual. A pesar de que la población estudiantil dispone de recursos en forma de contenido impreso, incluyendo revistas, libros e investigaciones, es evidente que prevalece una marcada inclinación hacia la versión digital de estos recursos, tal como se muestra en la gráfica 10.

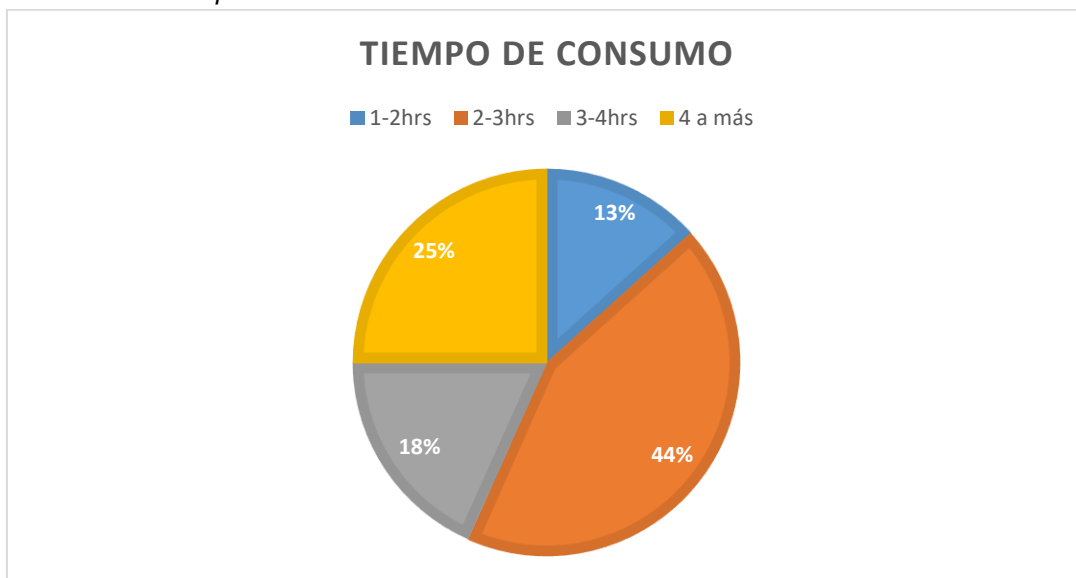


Gráfica 10 "Tipo de contenido"



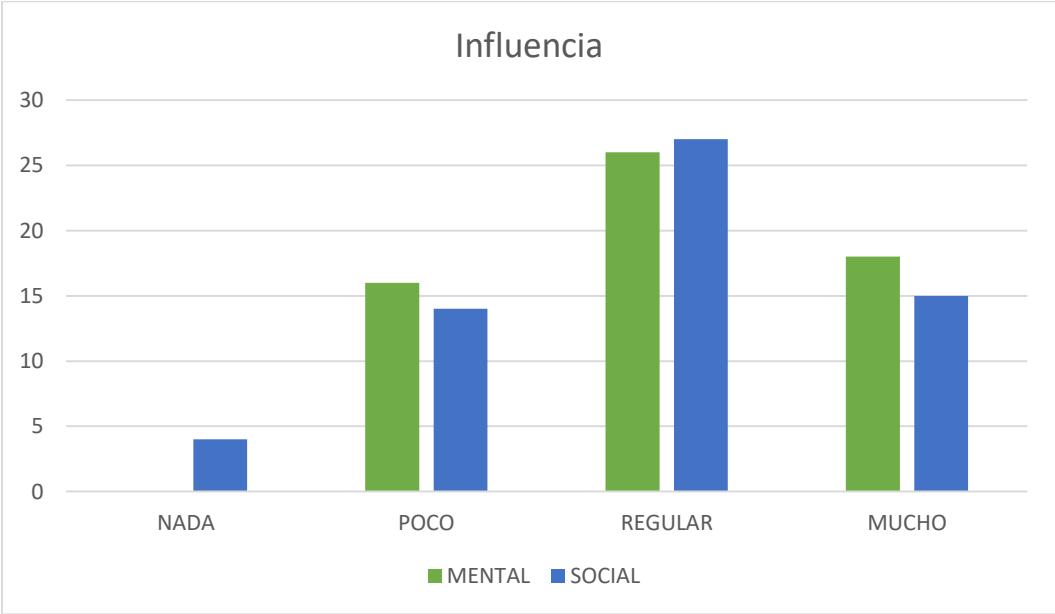
Efectivamente, el tránsito hacia el espacio cibernético implica para los individuos una inmersión continua, ante las pantallas, dicho parámetro puede notarse en la gráfica 11.

Gráfica 11 "Tiempo de consumo"



Esta transición no está exenta de implicaciones sustanciales, especialmente al momento de retornar al ámbito presencial, donde se han observado repercusiones notables. Estas repercusiones abarcan diversos ámbitos, incluyendo la salud mental de los sujetos. Asimismo, se aprecia un cambio significativo en la valoración de la vida virtual, que adquiere una preeminencia notable en las actividades diarias. Esta reconfiguración en las prioridades y el énfasis en la interacción en el mundo digital se traduce en ajustes palpables en el comportamiento social de los individuos.

Gráfica 12 “Influencia en universitarios”



El tránsito hacia el espacio cibernético, que implica una conexión ininterrumpida a lo largo del día, presenta una serie de dinámicas peculiares que influyen en la readaptación al entorno presencial, como se acota en la gráfica 12. Esta experiencia no solo afecta la esfera individual, sino que también incide en la interacción social de los individuos. Las diferencias en los modos de comunicación y la priorización de

la vida virtual frente a la presencial generan un cambio en las dinámicas sociales tradicionales. Así, el comportamiento social se ve moldeado por esta nueva realidad digital, lo que evidencia la relevancia de comprender y abordar estos fenómenos en el contexto actual.

## **Conclusión**

Durante el periodo de la pandemia, se evidenció un notorio aumento en el consumo de contenido digital por parte de los usuarios. Este fenómeno fue especialmente pronunciado en las páginas de información, así como en aquellas que se encuentran dirigidas al entretenimiento. Simultáneamente, el ámbito educativo experimentó una transformación significativa al adoptar masivamente el modelo de enseñanza a distancia, con millones de usuarios que recurrieron al contenido relacionado con la categoría académica.

Este indicador señala que el impacto de la pandemia generó un nuevo hábito de seguimiento activo en las redes sociales, independientemente del tipo de contenido consumido, ya sea informativo o material académico, entre otros.

El avance tecnológico y la omnipresencia de Internet han transformado radicalmente la forma en que las personas acceden y comparten información. Las redes sociales han emergido como plataformas influyentes que no solo facilitan la interconexión global, sino que también tienen el potencial de impactar positivamente en el ámbito académico

En el contexto del entretenimiento, se observó un incremento, y esta tendencia se mantuvo en constante crecimiento a medida que avanzaba el tiempo. Este fenómeno refleja el cambio en los patrones de consumo y resalta la creciente

relevancia de las plataformas digitales como fuentes de entretenimiento y aprendizaje durante el periodo de confinamiento.

A pesar de la falta de un perfil detallado del estudiante universitario en los estudios que abordan el uso de redes sociales en jóvenes universitarios en México, se han realizado análisis interdisciplinarios con el fin de comprender el uso de redes sociales entre diferentes carreras universitarias. Estos análisis revelan un alto consumo de contenido audiovisual por parte de los encuestados, que lo utilizan tanto para fines de comunicación como para el disfrute y el intercambio de conocimientos.

Es importante destacar que la investigación sobre el uso de las redes sociales digitales entre los jóvenes universitarios en México es un tema emergente que está cobrando relevancia. Aunque los primeros hallazgos se han obtenido de investigaciones en curso, esto es indicativo de una temática de investigación en constante evolución. Sin embargo, se reconoce la necesidad de realizar más investigaciones, algunas de las cuales podrían no haber sido identificadas debido a limitaciones de tiempo y espacio. En este sentido, aunque no se ha logrado visualizar completamente el impacto de las redes sociales digitales en la vida de los universitarios, se vislumbran diversos avances y desafíos en esta área.

El interés de los jóvenes universitarios en las redes sociales es innegable, siendo atraídos tanto por su contenido atractivo como por su accesibilidad. No obstante, es relevante señalar que, si bien muchas de estas plataformas están diseñadas para el disfrute efímero, su potencial para aplicaciones académicas es digno de consideración. Bajo los hallazgos de la presente investigación, se ve necesario utilizar las plataformas más consumidas para ejecutar dinámicas académicas

La influencia del entorno académico y social en la formación de los estudiantes desempeña un papel crucial. Al explorar el mundo digital, los jóvenes encuentran

intereses que frecuentemente se alinean con su entorno académico y las relaciones que establecen con compañeros de estudio y amigos, tanto dentro como fuera de su área de especialización.

El análisis de los datos recopilados a través de cuestionarios aplicados a estudiantes de la UAM-X durante el turno vespertino revela una notoria diversidad en las preferencias de contenido en las redes sociales. Se destaca la singularidad de este consumo, que se orienta hacia la ampliación del conocimiento en el ámbito académico. Este fenómeno demuestra que, cuando se emplean de manera estratégica, las redes sociales pueden convertirse en una herramienta valiosa para el estudio universitario, facilitando un entorno propicio para la comprensión y aplicación de los conceptos adquiridos en investigaciones y proyectos académicos.

Las redes sociales al emerger como plataformas influyentes que no solo facilitan la interconexión global, sino que también tienen el potencial de impactar positivamente en el ámbito académico. Este estudio, de manera sistemática, examina cómo las redes sociales influyen en el desarrollo académico de los estudiantes universitarios en la Universidad Autónoma Metropolitana-X. Con dicha información, se sugiere la implementación de programas de orientación que ayuden a los estudiantes a maximizar los beneficios de las redes sociales en su proceso de aprendizaje, al tiempo que se previene una dependencia poco saludable de las mismas. De esta manera, se puede lograr un aprovechamiento óptimo de estas plataformas en el ámbito académico, contribuyendo al desarrollo integral de los estudiantes a lo largo de su trayectoria universitaria.

Es crucial abordar este potencial con precaución y consideración. Aunque las redes sociales poseen el poder de enriquecer la experiencia académica, es imperativo mantener un equilibrio para prevenir la sobreexposición y el consiguiente detrimento en otras áreas del desarrollo estudiantil. Se recomienda que las instituciones educativas fomenten la formación de habilidades de gestión del tiempo y promuevan

una utilización consciente de estas herramientas. Además, se sugiere la implementación de programas de orientación que ayuden a los estudiantes a maximizar los beneficios de las redes sociales en su proceso de aprendizaje, al tiempo que se previene una dependencia poco saludable de las mismas. De esta manera, se puede lograr un aprovechamiento óptimo de estas plataformas en el ámbito académico, contribuyendo al desarrollo social integral de los estudiantes en su trayectoria universitaria.

## Anexos

Cuestionario

Edad: a)18-23 b)23-28 c)28-33

Sexo: a) Masculino b) Femenino

¿Cuál es la carrera en la que te encuentras?

- a) Administración                      b) Comunicación Social      c) Economía  
d) Política y Gestión Social      e) Psicología                      f) Sociología

¿Cuál es la red social que utilizas más y por qué?

- a) Instagram                              b) Facebook                      c) Twitter  
d) YouTube                                e) Tik tok                              f) Telegrama

Prefieres el contenido:

- a) Visual                      b) Auditivo                      c) Audiovisual                      d) Escrito

¿Entretenimiento y ocio son el mismo concepto?

- a) Similar                      b) Diferente                      c) No lo se

¿Qué función le das a las redes sociales?

- a) Entretenimiento      b) Informativo                      c) Ocio  
d) Académico              e) Todas las anteriores

¿Cuántas horas al día sueles pasar en las redes sociales al día?

- a) 0-1 hrs                      b) 1-2 hrs                      c) 2-3 hrs  
d) 3-4 hrs                      e) 4 o más

¿Qué tipo de contenido es de tu interés?

a) Películas, series    b) Libros, documentos    c) Fotografía, diseño

¿Cómo autentificas que el contenido sea verídico?

a) Verificar reputación del autor    b) Corroboro en múltiples fuentes

c) Analizó referencias y citas    d) Todas las anteriores

¿Cómo consideras que influye y enriquece el consumo cultural en la formación académica?

a) Si, amplía horizontes y conocimientos    b) No, en su mayoría distrae

c) Depende del tipo de contenido

¿Qué impacto crees que tiene el entorno universitario en tus preferencias culturales?

a) Poco    b) Regular    c) Mucho    d) Nada

¿Cómo ha influido el consumo cultural en el campo universitario?

a) Fomenta mi creatividad    b) Facilita la interacción social

c) Amplia mi lenguaje    d) Incrementa mi visión informativa

e) Todas las anteriores



## Referencias

Adorno, T. W. (1951). Minima moralia: reflections from damaged life. <http://ci.nii.ac.jp/ncid/BA90163899>

Arregi, S., Arantzazu, Han, S., & Byung-Chul. (2017). La sociedad del cansancio. En Herder eBooks. <https://doi.org/10.2307/j.ctvt9k12c.10>

Aspe, V., & López, A. (1999). Hacia un desarrollo humano: valores, actitudes y hábitos. México: Limusa Editores. BARRIENTOS, C. (2007). Analice si sus hábitos dañan el medio ambiente. Recuperado de: <http://www.elsiglodetorreon.com.mx/noticias/278903.analice-si-sus-habitos-de-consumo-dañan-ambiehtmlm>.

Bauman, Z. (2007) Vida de consumo. Polity Press Ltd., Cambridge

Bourdieu. P. (1988) La distinción. Criterio y bases sociales del gusto. Altea Taurus Alfaguara, S. A

Castells, M (2001) La Galaxia Internet. Areté Primera Edición, México, D.F p. 317

Debord. G. (1968) La sociedad del espectáculo. Editions Gallimard

Deloitte. (2014). Boletín Invierno 2014. Recuperado de [https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/mx/Documents/risk/Gobierno-Corporativo/GC\\_Boletin\\_invierno2014\\_tema2.pdf](https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/mx/Documents/risk/Gobierno-Corporativo/GC_Boletin_invierno2014_tema2.pdf)

Estudio sobre los Hábitos de Personas Usuarias de Internet en México 2022 (Publica). (s.f.). Recuperado de <https://irp.cdn-website.com/81280eda/files/uploaded/18%C2%B0%20Estudio%20sobre%20los%20Habitos%20de%20Personas%20Usuarias%20de%20Internet%20en%20Mexico%202022%20%28Publica%29%20v2.pdf>

Flachsland. C. (2003) Pierre Bourdieu y el Capital simbólico Ed. Campo de Ideas, SL, Madrid

Gadamer H (2000) Elogio de la teoría. Discursos y artículos, Barcelona, Península

García, A. Riquelme, R (2023) México se acerca a tener 80% de su población conectada a internet. Tecnología. Recuperado de <https://www.economista.com.mx/tecnologia/Mexico-se-acerca-a-tener-80-de-su-poblacion-conectada-a-internet-20230619-0039.html>

Geertz, C. (1987) La interpretación de las culturas. Barcelona: Gedisa

Gobierno de México. (s.f.). Cuántos usuarios de Internet somos en México. Secretaría de Comunicaciones y Transportes. Recuperado de <https://www.gob.mx/sct/articulos/cuantos-usuarios-de-internet-somos-en-mexico>

Gómez, D. A. y Martínez, M. (2022). Usos del internet por jóvenes estudiantes durante la pandemia de la covid-19 en México. Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad, 12(22). <http://dx.doi.org/10.32870/Pk.a12n22.724>

González, G. A. (julio, 2016). Definición de ARPANET. DefiniciónABC. Recuperado de: <https://www.definicionabc.com/tecnologia/arpamet.php>

Lazaro, C. (2011). Hábito de consumo de alcohol y su relación con la condición física saludable en adolescentes de la región de Murcia. Tesis doctoral. Facultad de Educación de la Universidad de Murcia. Murcia- España.

Ledesma R (2013) ¿Las redes sociales han obtenido tanto auge en México debido a que ya se han convertido en un medio de comunicación masivo? Universidad Nacional Autónoma de México. Recuperado de: <https://ru.dgb.unam.mx/bitstream/20.500.14330/TES01000698247/3/0698247.pdf>

Mattelart A. (2007) Historia de la sociedad de la información. Ed. Paidós Ibérica S.A Barcelona

McLuhan. M (1972) Análisis de Marshall McLuhan Editorial Tiempo Contemporáneo. Argentina

McLuhan M. (1989) La aldea global. Transformaciones en la vida y los medios de comunicación mundiales en el siglo XXI La globalización del entorno Edición 1 Editorial Gedisa. Barcelona

Mejía, E. y Arboleda, M. (2004). Psicografía de los consumidores. Recuperado de: [dspace.icesi.icesi.edu.co/dspace/bitstream/item/445/3/psicografia.pdf](https://dspace.icesi.icesi.edu.co/dspace/bitstream/item/445/3/psicografia.pdf).

Pedreschi Caballero, R. J., & Nieto Lara, O. M. (2020). Influencia de la publicidad en el comportamiento de compra de los estudiantes de mercadeo de la Extensión Universitaria de Aguadulce. Revista Científica Guacamaya, 5(1), pp. 36–55.

Pecorari, N. (2017). booms de consumo e inversión: el rol del crédito a las firmas y de los hábitos en el consumo. Revista De Análisis Económico, 32 (1), pp. 95-144. Recuperado de: <http://biblio.uptc.edu.co:2084/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=e4edacaf-76f0-4f4a-9f5f10f6e99a9e82%40sessionmgr103>

Porter, L. (2020). Juventud actual, universidad futura (1.<sup>a</sup> ed.). Universidad Autónoma Metropolitana.

Quiñones F. (2005) De la cultura a la cibercultura. Redalyc <https://www.redalyc.org/pdf/4138/413835163015.pdf>

Rodríguez, M (2018) Redes sociales y hábitos de consumo en estudiantes universitarios, caso universidad pedagógica y tecnológica de Colombia, en Boyacá – Colombia. Revista Espacios. Volumen 39.

Ron J. (s.f.) Sobre el concepto de cultura. Cuadernos populares IADAP Recuperado de: <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/48111.pdf>

Rueda, A. (2006). La Informática, Internet Y La Economía En México A Principios Del Siglo XXI. Estudios Políticos, 8(7), 37-67.

Santos, M. Cruz. R (2015) Innovación tecnológica y procesos culturales. La construcción social de la tecnología: 2da Edición. Editorial Fondo de Cultura Económica. México

Statista Research Department (2023) Consumo promedio diario de algunas redes sociales y sitios web antes y durante la pandemia de COVID-19 en México. Recuperado de: <https://es.statista.com/estadisticas/1173702/tiempo-invertido-redes-sociales-mexico/>

Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco. (Año). Informe Anual Recuperado de: <https://escolares.xoc.uam.mx/archivos/INFORME-1.pdf>