

Jóvenes mexicanos tienen como acciones digitales favoritas la de chatear y escuchar música

Por el Staff de El Inversionista

El informe Jóvenes en México 2026 destaca, entre sus principales hallazgos sobre la conectividad y cultura digital, que más de 80 por ciento de ellos tienen consumos elevados de contenido audiovisual, accesible e instantáneo. El estudio, elaborado por el Observatorio de la Juventud Iberoamérica de la Fundación SM, también revela que hacen uso de las plataformas para buscar información para tareas y proyectos académicos (67.9 por ciento); leer noticias o artículos (51.9) y hacer trámites en línea (44.2), mientras que 33.7 toma clases o cursos en línea.

El profesor-investigador de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, Enrique Pérez Reséndiz, coautor del informe, advierte que el acceso a este mundo digital “no siempre es libre ni equitativo”. La cultura digital, subraya, “también

Informe revela que el acceso a este mundo digital “no siempre es libre ni equitativo” y está marcado por factores socioeconómicos, geográficos y de infraestructura, entre otros, que condicionan las posibilidades de acceso, de sociabilidad y de recreación en estos entornos

tiene una cara B, la cual está atravesada por brechas digitales de primer o segundo orden: factores socioeconómicos, geográficos y de infraestructura, alfabetización mediática, clase, género y territorio,

que condicionan las posibilidades de acceso, de sociabilidad y de recreación en estos entornos”. En cuanto a sus prácticas digitales, el estudio confirma que chatear o enviar

mensajes a través de plataformas como WhatsApp o Messenger es la función más frecuente, con 84.2 por ciento.

Le siguen, escuchar música o podcasts (77.9 por ciento) y ver videos en YouTube o TikTok (78.9). “Estas actividades no sólo son populares por su facilidad de uso y disponibilidad, sino porque permiten una forma de participación informal, lúdica y afectiva que se adapta a los ritmos y necesidades de la juventud”, agrega el documento.

Pero también advierte que existen otras prácticas digitales marginales, que darían pistas sobre la baja implicación de los jóvenes “en formas más propositivas, creativas o institucionales de participación digital, como foros o comunidades en línea, pues sólo 21.3 por ciento lo hace con cierta frecuencia”.

