



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS
FACULTAD DE HUMANIDADES
CAMPUS VI



EL PROCESO DE CONSTRUCCIÓN
DE LAS IDENTIDADES DIGITALES
EN JÓVENES DE TUXTLA
GUTIÉRREZ, CHIAPAS



Tesis
Que para obtener el grado de
Maestro en Estudios Culturales

Presenta
Jairo Naamán Alonzo García **M120333**

Director de tesis
Dr. Juan Pablo Zebadúa Carbonell



Tuxtla Gutiérrez, Chiapas;
Octubre de 2022



FACULTAD DE HUMANIDADES CAMPUS VI
COORDINACIÓN DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO
ÁREA DE TITULACIÓN
AUTORIZACIÓN/IMPRESIÓN TESIS

F-FHCIP-TM-016

Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. septiembre 27 del 2022
No. Oficio: CIP/318/2022

C. Jairo Naamán Alonzo García

Promoción: 10ª. promoción

Matrícula: M120333

Sede: Tuxtla Gutiérrez Chiapas

Presente.

Por medio del presente, informo a Usted que una vez recibido los votos aprobatorios de los miembros del **JURADO** para el examen de la **Maestría en: ESTUDIOS CULTURALES**

para la defensa de la Tesis intitulada:

EL PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DE LAS IDENTIDADES DIGITALES EN JÓVENES DE TUXTLA GUTIÉRREZ, CHIAPAS.

Se le **autoriza la impresión de Seis ejemplares y tres electrónicos (CD's)**, los cuales deberá entregar:

- Un CD: Dirección de Desarrollo Bibliotecario de la Universidad Autónoma de Chiapas.
- Un CD: Biblioteca de la Facultad de Humanidades C-VI.
- Seis y un CD: Área de Titulación de la Coordinación de Investigación y Posgrado de la Facultad de Humanidades C-VI, para ser entregadas a los Sinodales.

Sin otro particular, reciba un cordial saludo.

ATENTAMENTE
"POR LA CONCIENCIA DE LA NECESIDAD DE SERVIR"

AUTONOMA
FACULTAD DE HUMANIDADES
CAMPUS VI
COORDINACIÓN DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO
Dr. MOISÉS EMMANUEL TRUJILLO ZOZAYA
COORDINADOR DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO



Código: FO-113-05-05

Revisión: 0

CARTA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LA TESIS DE TÍTULO Y/O GRADO.

El (la) suscrito (a) Jairo Naamán Alonzo García
Autor (a) de la tesis bajo el título de “ El proceso de construcción de las identidades digitales en jóvenes de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. ”
presentada y aprobada en el año 20 22 como requisito para obtener el título o grado de Maestro en Estudios Culturales, autorizo a la Dirección del Sistema de Bibliotecas Universidad Autónoma de Chiapas (SIBI-UNACH), a que realice la difusión de la creación intelectual mencionada, con fines académicos para que contribuya a la divulgación del conocimiento científico, tecnológico y de innovación que se produce en la Universidad, mediante la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Consulta del trabajo de título o de grado a través de la Biblioteca Digital de Tesis (BIDITE) del Sistema de Bibliotecas de la Universidad Autónoma de Chiapas (SIBI-UNACH) que incluye tesis de pregrado de todos los programas educativos de la Universidad, así como de los posgrados no registrados ni reconocidos en el Programa Nacional de Posgrados de Calidad del CONACYT.
- En el caso de tratarse de tesis de maestría y/o doctorado de programas educativos que sí se encuentren registrados y reconocidos en el Programa Nacional de Posgrados de Calidad (PNPC) del Consejo Nacional del Ciencia y Tecnología (CONACYT), podrán consultarse en el Repositorio Institucional de la Universidad Autónoma de Chiapas (RIUNACH).

Tuxtla Gutiérrez, Chiapas; a los 29 días del mes de Septiembre del año 2022.


Jairo Naamán Alonzo García
Nombre y firma del Tesista o Tesistas

Esta investigación fue posible gracias al apoyo otorgado por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), a través de la beca número 852416, durante mis estudios de posgrado en la Maestría en Estudios Culturales, adscrita a la Facultad de Humanidades Campus VI, de la Universidad Autónoma de Chiapas. Durante el periodo de agosto de 2020 a julio de 2022.



DEDICATORIA

Para ustedes, las “juventudes locales y globales”, en especial, a las y los jóvenes que hicieron posible esta investigación, a ustedes les dedico lo que aquí se reúne que pretende ser un trabajo. El conjunto de análisis y reflexiones contenidas en estas páginas, no se compara con la felicidad de haberlos conocido y haber coincidido con ustedes en un mismo espacio tanto físico como virtual, me siento afortunado de haber logrado charlar con ustedes sobre este tema, desde la manera en cómo me brindaron parte de su tiempo y espacio para aceptarme y responder a los mensajes que se enviaban en el chat que tenemos en común.

Las circunstancias en las que nos conocimos fueron distintas a las que nos reunimos para esta ocasión. Padecimos juntos la contingencia de salud, un evento histórico para nada agradable, sin embargo, no fue impedimento para que siempre me brindaran un poco de su tiempo, y compartirme sus experiencias, sus pensamientos y sentires en estos tiempos oscuros. Ustedes, jóvenes, son testimonio de que, a pesar de las dificultades a las que nos enfrentamos todos, ustedes jóvenes se mantuvieron en pie siempre.

Para ustedes jóvenes, fueron y continúan siendo, motivo de inspiración, de fuerza para continuar en esta ruta en la que navegamos todos. La distancia no fue pretexto para lograr de algún modo, hacer conexión sobre los sentimientos desbordados en las charlas durante las entrevistas. Cuando lean estas líneas, espero hacerlos sentir bien y robarles una sonrisa, pues ustedes fueron el motivo para realizar estas reflexiones aquí reunidas. Miranda, Jhosed, Mariana, Manuel, Alondra, Ricardo y Waximara.

AGRADECIMIENTOS

Son varias las instituciones, las instancias y las personas que se involucraron para llevar a cabo para éste trabajo. Sin embargo, quiero comenzar agradeciendo al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), por el apoyo otorgado durante mis estudios de maestría. También, agradezco al cuerpo académico de la Maestría en Estudios Culturales, cada profesor que me impartió clases aportó de manera valiosa a mi formación académica.

Agradezco a mi director de tesis, el Dr. Juan Pablo Zebadúa Carbonell, quien estuvo de mi lado siempre, en las charlas dándome calma y paciencia, aportando ideas y consejos para que ésta investigación que aquí se presenta esté al fin terminada.

Mi gratitud para mis padres, Olindo y Macarena (Maky). Especialmente a mi madre, por su amor incondicional, por su paciencia y su fe en todo momento, por creer en mí. En deuda contigo siempre.

Agradezco a mi lectores y lectoras de tesis, al Dr. Jesús Abidán Ramos Salas, quien me brindó su apoyo en los diferentes seminarios y materias desde el inicio en la maestría. A la Dra. Karla Jeanette Chacón Reynosa, quien me aportó ideas valiosas sobre las emociones, con su buen sentido del humor y paciencia, que siempre sacaba sonrisas cuando estaba estresado o cansado. A la Dra. Bertha Palacios López, que me dio clases desde el primer semestre del posgrado, con aquella clase de *campos de los estudios culturales*, (lo recuerdo bien). Gracias por apoyarme en la recta final, por motivarme y por alentarme a ser mejor. Gracias por su paciencia. Al Dr. Enrique Gutiérrez Espinosa, por recibir mis trabajos, leerlos y brindarme ideas para mejorar siempre.

A Diana, por estar ahí siempre de manera incondicional, apoyándome de manera extraordinaria, por no dejarme caer a pesar de que tenías que ver por tus heridas. Gracias por tu tiempo y espacio.

ÍNDICE

Introducción	8
Capítulo 1. PROCESOS, CONSTRUCCIONES Y PRÁCTICAS JUVENILES EN LAS REDES SOCIALES DIGITALES	23
1.1. ¿A qué se le llama identidad digital?	34
1.1.1. El constructivismo estructuralista de Bourdieu	45
1.1.2. El universo de las redes sociales digitales	55
1.1.3. Cultura digital, cultura de consumo	65
1.2. El poder simbólico de las redes sociales digitales	74
1.2.1. Los estudios culturales en la era digital	85
1.2.2. Lo emocional y lo digital: el poder indivisible	95
1.2.3. Diagnóstico de consumo digital juvenil actual	106
Capítulo 2. CHIAPAS: CONTEXTO SOCIOCULTURAL EN LA PANDEMIA DE LA COVID-19	117
2.1. Consumo cultural e identidad digital en Tuxtla Gutiérrez	129
2.2. Identidad digital: entre un estilo de vida y el consumo	143
2.3. Tecnología, juventud y pandemia	154
Capítulo 3. CONSTRUCCIONES DE LAS IDENTIDADES DIGITALES JUVENILES DE TUXTLA: ANÁLISIS Y RESULTADOS	167
3.1. Las redes sociales digitales como campo de lucha juvenil	169
3.2. Construcción de las identidades digitales en los perfiles en Facebook y WhatsApp	174
3.2.1. Identidades digitales como egolatrías	174
3.2.2. Identidades digitales desde los memes	180
3.2.3. Identidades digitales como posición política	185
3.2.4. Identidades digitales desde las poses y el glamour	189
3.2.5. Identidades digitales como eros digital	195
3.3. Tendencias de contenidos en Facebook	201
3.4. Sentimiento y emoción digital	220
3.5. Efectos emocionales de las redes sociales digitales en las y los jóvenes	224
Conclusiones	238
Referencias	246
Anexos	258

Introducción

La presente investigación, aborda a las identidades digitales juveniles y cómo estas se van construyendo a partir de las interacciones que tienen en las redes sociales digitales como Facebook y WhatsApp. Respecto a nuestro trabajo, la pandemia de la Covid-19 marca un antes y un después, pues las identidades digitales se han estado construyendo y formando desde antes de la pandemia, ésta último vino a acentuar sus efectos como la desigualdad en cuanto al acceso a internet, la adquisición de dispositivos como teléfonos celulares y computadoras. Pero no solo esto, los efectos más fuertes son las emociones que transmiten las redes hacia las personas, especialmente los jóvenes, legitimando discursos y prácticas en sus vidas cotidianas.

Actualmente, vemos que el mundo depende de los medios tecnológicos y digitales para realizar múltiples actividades, éstas, han sido inscritas en las dinámicas sociales de la vida modernidad y la posmodernidad. Podemos identificar como redes sociales digitales, a: Facebook, WhatsApp, Twitter, entre otras.

El uso de estos espacios virtuales o plataformas, ha ido en aumento debido al crecimiento demográfico en el mundo, buscar espacios de comunicación e información de manera instantánea y conectarse con otras partes del mundo de manera eficaz. En cuanto a dispositivos tecnológicos como teléfonos móviles o Smartphone's y tablet's, se puede decir que es uno de los talones de Aquiles del presente siglo, éstos han proliferado como uno de los tantos desarrollos tecnológicos que satisfacen las “necesidades humanas”.

Nadie puede prescindir ni mantenerse alejado de las redes sociales digitales, de los medios tecnológicos que han imperado en la sociedad, en la vida cotidiana de las personas, conformando espacios de información, convivencia y comunicación. La pertinencia de este tema en la actualidad, se encuentra en el análisis de los datos recabados, que ayudan a argumentar y construir interpretaciones comprensivas de los espacios

virtuales en las que se encuentran las personas, especialmente las y los jóvenes. Cada vez, son más las personas, especialmente las y los jóvenes, que destinan más tiempo a las redes sociales digitales a través de dispositivos electrónicos como el teléfono móvil, realizando múltiples actividades que las lleva a perderse hasta cierto punto en los rincones de internet. Sibilia (2012), señala que la sociedad contemporánea está fascinada por los seductores influjos de las imágenes, ésta producción de imágenes se ha expandido de manera exponencial, gracias a las redes informáticas digitales. En este sentido, en esta investigación, se analiza la abstracción del mundo real a un mundo digital, virtual. La influencia de los medios electrónicos y digitales, es un punto fundamental para ver los fines que persigue el mercado digital y los usuarios.

Con lo anterior, la investigación opera bajo el supuesto de que las redes sociales digitales, influyen de manera evidente y directa en la vida de las personas, especialmente de las y los jóvenes que están en el proceso de construcción de sus identidades con relación a sus gustos e intereses. Esto se da en el entorno sociocultural, de forma individual como social, pero también, de manera física como digital. Si bien, las redes sociales digitales interpelan en la vida de las personas, esto se ve reflejado con las actitudes y estilos de vida que se ven actualmente ajenos o alejados del contexto en el que se encuentran. En este sentido, se puede hablar de ideas o, mejor dicho, de ideologías que emana internet, que son adquiridas por los usuarios. La dominación o influencia que tienen las redes sociales digitales hacia las y los jóvenes, puede entenderse con la idea de L. Althusser, en su texto *Ideología y aparatos ideológicos del Estado*, (2011), donde plantea a las instituciones como: la iglesia, la escuela, la familia, la política, entre otras, como medios de control y dominación. Por medio de éstas instituciones, los sujetos están atrapados en las lógicas materiales, simbólica y discursivas de las clases hegemónicas que operan a través de las empresas de gran capital, coaccionando a la sociedad en los diferentes contextos y de diferentes formas.

En este sentido, una de las formas más actuales de dominación la encontramos en el uso que hacen los jóvenes de las redes sociales digitales. Por su parte, Jonh B. Thompson (2002), elabora toda una génesis de la ideología, y cómo se ha configurado en la sociedad. Actualmente, la podemos encontrar y adquirirla a través de los medios de comunicación masivos siendo estos espacios de transmisión de contenidos mediáticos, donde la diversidad, ayuda a configurar las prácticas culturales de las personas de manera cotidiana en los contextos sociales.

A partir de lo anterior, Thompson, ofrece la idea de “mediatización de la cultura moderna” a partir del dominio de las “industrias de los medios”. Esta última, es caracteriza por Thompson, como los medios por donde pasa la “música pop”, “los deportes”, entre otras cosas que configuran y forman parte de la vida cotidiana de las personas.

Actualmente, podemos ubicar dentro de la industria de los medios, a las redes sociales digitales, los diferentes contenidos simbólicos que “ofrecen” son los afectan de algún modo a los usuarios orillándolos a construir su realidad en medida de las cosas y contenidos a los que estén expuestos. De acuerdo con Berger y Luckmann (2003), la realidad se muestra como un “mundo intersubjetivo”, “mundo que se comparte con otros”. En este sentido, entendemos que la intersubjetividad es la interacción de las personas, tanto de manera simbólica como material. Esta interacción se refleja como las prácticas culturales de las personas. A partir de las interacciones sociales, la realidad se construye de “manera colectiva”, en consensos con otras personas para que determinada construcción simbólica, discursiva y material pueda tener validez en la realidad.

En este tenor, es como verificamos a las redes sociales digitales, como una construcción social con una génesis, es decir, un origen que persiguen determinados fines. En concordancia con lo anterior, en el primer capítulo de ésta investigación, se abordan los fines y significados que persiguen las redes sociales digitales, ambos conceptos relacionados entre sí, se sostiene el argumento de que las industrias culturales o industrias de los medios,

conducen a los usuarios a un estilo de vida de consumo, trastocando no solo el plano material, sino también, el ámbito emocional de las personas.

El concepto de *identidad digital*, es de vital importancia, pues funge como el hilo de Ariadna para comprender las prácticas sociales, los estilos de vida y las actitudes de las y los jóvenes frente al universo digital y a su entorno. Huerta, Lagunes y Torres (2018) señalan que, la identidad digital es la “imagen que nos identifica”, que nos representa en los diferentes “perfiles”, en los distintos espacios virtuales, así como los “comentarios” y “publicaciones” que se hacen por correo “electrónico”, en las “redes sociales” y otros espacios sociales digitales.

Con esto, nos adentramos en las prácticas culturales que tienen las y los jóvenes en las redes sociales digitales, especialmente en Facebook y WhatsApp, donde pasan la mayor parte de su tiempo en línea. La identidad digital, se relación necesariamente con el consumo cultural o consumo digital, esto es, todo lo que aparece en internet y con lo que las personas están en contacto todo el tiempo, todos los objetos tanto materiales como simbólicos, forman parte de los productos de las industrias culturales que están siempre en la construcción y difusión de contenidos. En este sentido, la crítica que se plantea, es la imposición de contenidos y objetos por parte de las redes sociales digitales, contenidos mediáticos, discursos, objetos, todo, con fines y significados para tener el control del consumo, deseos y gustos de las personas. Con esto, se argumenta que la practica cultural digital, no es de manera autónoma o libre, más bien, la imponen las plataformas digitales.

Ésta imposición, vemos el poder de los medios digitales para controlar los contenidos, gustos e intereses, tendencias, verdades y mentiras, quizás esto parezca algo deducible, sin embargo, se critica el discurso de la modernidad y de los medios, donde mencionan que las juventudes son libres cuando navegan por internet. Lo que resulta todo lo contrario, las diferentes ideas que utilizamos para esclarecer a las identidades digitales como un juego de consumo, estilos de vida, permiten ver esas relaciones de poder y

el impacto de las redes sociales digitales en las emociones de las y los jóvenes. Para analizar las relaciones de poder y de fuerza con las que actúan las redes sociales digitales en los usuarios, nos apoyamos de la teoría constructivista estructuralista de Bourdieu (2000), ayuda a analizar y comprender las “estructuras objetivas independientes” de los sujetos, independientes de su “consciencia” y de su “voluntad”. Estas estructuras, de acuerdo con Bourdieu, son capaces de “orientar” y “coaccionar” las conductas de los sujetos o agentes. En este sentido, podemos identificar como estructura, al mundo virtual o digital, ya construido, estructurado, configurado, que se presenta a los usuarios como un menú de opciones múltiples. Las redes sociales digitales como estructura, sumergen a los usuarios con los diversos contenidos, para ser aprehendidos y consumidos.

En concordancia con lo anterior, en su teoría Bourdieu, señala que el “constructivismo” se refiere a que “existe una génesis social”, con relación a todo lo que se “percibe”, lo que se “piensa”, como se “acciona” en la realidad social, donde todo lo anterior, es parte del *habitus*. El constructivismo al que se refiere Bourdieu, tiene que ver con el origen de las prácticas sociales, y cómo estas determinan su forma de pensar, de ver la realidad y el mundo, y cómo actúan. En este sentido, Bourdieu (2011), explica al *habitus* como un conjunto de “estructuras estructuradas” pero también, son “estructuras estructurantes” del mundo. Es decir, estructuran al mundo y la vida social y cotidiana de las personas, pero también estructura o equipara a los sujetos para ese contexto.

En este sentido, las estructuras estructuradas y las estructuras estructurantes del *habitus*, permiten analizar cómo se construye o se estructura la identidad digital en las y los jóvenes en la actualidad, esto supone, descartar la visión del fenómeno digital como solo un proceso más que sucede o se da por inercia. Más bien, existe toda una organización estructurada para que las personas construyan sus gustos e intereses y elijan, en medida de lo que existe y ofrecen las industrias mediáticas. De este modo, es como se concibe la construcción de las identidades digitales.

Los contenidos que ofrecen las industrias culturales o industrias mediáticas por medio de las redes sociales digitales, constituyen en factor detonante que condiciona la vida de las personas que están inmersos en internet. En éste sentido, el consumo que realizan los usuarios afecta de manera decisiva el ámbito material, pero también trastoca el ámbito emocional. Analizamos aquí, a los consumos culturales digitales, desde la visión que ofrece Lipovetsky (1986), donde la “seducción”, es la estrategia principal de las industrias culturales para provocar el consumo y el arraigo en las personas. Además de que el objeto o contenido tiene un sentido y significado otorgado por parte de las empresas, las personas bautizan e interiorizan los contenidos con diversas significaciones.

Con relación al consumo, Lipovetsky señala que la abundancia de “productos, imágenes y servicios”, de la “sociedad del consumo” abre paso a la “estrategia de seducción”. Con esto, hace referencia que este proceso no es una simple acumulación, más bien, la seducción se relaciona con la “sobremultiplicación elecciones”. En este sentido, Lipovetsky señala que los individuos están “sumergidos” en un “universo transparente”, “abierto”, que ofrece múltiples “opciones” y “combinaciones”. Actualmente, este mundo transparente y abierto del que habla Lipovetsky, lo podemos identificar como internet. Las redes sociales digitales que operan en internet, ayudan a proliferar la transparencia del espacio, donde circula de todo, contenidos multimedia, información personal, entre otras cosas.

En concordancia con lo anterior, analizamos como las redes sociales digitales, seducen a las y los jóvenes, y a los usuarios en general, presentándoles objetos y discursos “novedosos”, que están de moda o son tendencias actuales. En este sentido, las personas son seducidas por la moda actual, donde ésta contiene un toque llamado *glamour*. De acuerdo con Scalisse (2021), este concepto, se refiere al “encanto natural” que tienen las personas o las cosas. También, este concepto consistía en una especie de “hechizo mágico” que “alteraba la percepción visual” de las personas, mostrando las cosas de una forma distinta de lo real.

Tanto la seducción, la moda y el glamour, son conceptos que se reflejan en el consumo y ayudando a que éste sea efectivo en todos los sentidos. Estos son arraigados por las personas de manera íntima en su vida social cotidiana, son casi imperceptibles, pero llamativos, fáciles de identificar y de interiorizar. En medida del consumo digital que realizan las personas en las redes sociales digitales, es como construyen su identidad digital coaccionada por las industrias mediáticas.

Podemos notar también, que no todas las experiencias digitales de las personas son iguales, existe una brecha enorme que dificulta el acceso y la igualdad a esta herramienta como lo es internet. Es en este sentido, como comienzan a aparecer estructuradas estas formas de estar y de coexistir en la realidad social. Precisamente con la teoría de Bourdieu, nos ayuda a comprender la génesis de la desigualdad, las consecuencias y repercusiones que ocasionan las estructuras asimétricas en la vida de las personas. La identidad digital de las personas, con base a sus gustos e intereses y todo lo que hacen en internet, pueden llegar a darse de manera abierta, es decir, ilimitada o limitada. De este modo, notamos las relaciones de poder que se generan en las redes sociales digitales, éstas son generadas por los mismos espacios con fines claros como reproducción de estilos de vida y altos índices de consumo cultural.

En concordancia con lo anterior, podemos decir que el acceso a internet, el conocimiento que se tienen sobre él, las cosas y contenidos que vemos y se adquieren, son parte una construcción del mundo social, guiada por intereses de las industrias de culturales, en términos de Horkheimer y Adorno (1994), que permite y restringe accesos dependiendo de la capacidad y posición económica que se tenga en el contexto determinado. Me pareció pertinente retomar la teoría de Bourdieu, porque explica cómo se legitima el poder en los discursos que después se traducen en prácticas sociales, ese poder casi imperceptible, aparece de manera implícita y explícita en la realidad social. Actualmente, podemos ver que se concreta en el aparato ideológico digital.

De acuerdo con lo anterior, abordamos a la identidad digital de los jóvenes como el fenómeno que se construye en el espacio virtual o digital, con relación a las experiencias que va teniendo en su deambular por las redes. Las investigaciones vertidas en este trabajo, se enfocan en explicar cómo se origina el poder en las redes sociales digitales y cómo se generan las desigualdades.

Para sostener la crítica y el análisis de lo que sucede en el contexto digital, partimos desde los Estudios Culturales, apoyamos con las ideas de Grossberg (2012), donde “los estudios culturales describen la vida cotidiana de las personas”, analiza cómo ciertas “estructuras y fuerzas” organizan la vida cotidiana de las personas. Es en este punto donde Grossberg se relaciona con las ideas de Bourdieu, al analizar esas relaciones de fuerza y poder que se ven en los contextos, en nuestro caso en el contexto digital de las redes sociales, y buscar explicar el modo y el sentido de las prácticas culturales de la vida cotidiana.

Podemos decir, que el contexto digital por sí mismo es consumo. En este sentido, la identidad digital no es totalmente libre, más bien, las redes sociales digitales, funcionan como un menú de opciones, líneas en las que se camina, se actúa, se vive y se siente. Es en este sentido, que argumentamos en el trabajo que las prácticas en sí, no son realmente lo queremos hacer o sentir, las industrias mediáticas han impuesto las prácticas y sentimientos con anticipadamente.

En concordancia con lo anterior, abordamos el punto de lo emocional y lo digital, donde hacemos hincapié en las repercusiones de la tecnología en las personas, especialmente en las juventudes, como sector propenso a implementación de ideologías y prácticas descontextualizadas. Lo anterior, va en contra del principio tecnológico donde era “herramienta para humanidad”, ahora es herramienta de control y dominación. Pero, ya no solo en las condiciones materiales en cuanto al acceso, sino también *emocional*. Lo anterior, es un aspecto que se resalta con Byung-Chul Han (2012), donde habla de una sociedad contemporánea cansada emocionalmente.

Advierte de un “Prometeo cansado”, haciendo alusión al hombre contemporáneo, su cansancio “psíquico” y emocional se debe a la “autoexploración” que hace de sí mismo. El autor menciona que el hombre contemporáneo mantiene una “batalla” con su “álder ego”. Es decir, ya no es una batalla con el exterior, sino interior, esto se ha provocado en medida de las influencias y discursos que han afectado a las personas durante décadas. En concordancia con lo anterior, las industrias mediáticas han legitimado prácticas que se han seguido, originando un estándar o ego, que debe seguirse. Al haber contextos distintos en la sociedad, notamos que no todas las personas pueden seguir los estilos impuestos.

De este modo, Byung-Chul Han, señala que, en el siglo XXI, las enfermedades serían “patológicas”, desde el punto de vista “neuronal”, indica que esto se identifica como “depresión”, “trastorno por déficit de atención con hiperactividad (TDAH), el trastorno límite de la personalidad (TLP) o el síndrome de desgaste ocupacional (SDO)”. En concordancia con el autor, podemos argumentar que estas patologías, son repercusiones del uso de las redes sociales digitales. En esta línea crítica sobre el impacto y las repercusiones de la tecnología en las personas, el análisis de Román Gubern (2000), indica que las nuevas tecnologías de comunicación e información afecta a nuestra vida de manera directa en tres planos: en el “físico, el intelectual y el emocional”. Con estos autores, nos acercamos a la condición de la social actual, en las prácticas que realizan con relación a las redes sociales digitales y el efecto colateral que estas tienen en sus vidas.

El abordaje teórico anterior, permite analizar lo que sucede en nuestra sociedad contemporánea, como se construye y se articula en medio de discursos y prácticas en las que se encuentran inmersas las personas, especialmente las y los jóvenes. Las patologías sociales en la actualidad, la mayoría devienen del uso de internet y de las redes sociales digitales que existen ahí, la identidad digital es la práctica misma enfocada en el consumo, pero también en la construcción de gustos e intereses. Creando así, formas nuevas de socialización generacional.

En el segundo capítulo, se aborda el marco contextual, es decir, el espacio geográfico donde surge y se desarrolla esta investigación. En este sentido, se explica la naturaleza de este análisis, pero también su importancia para explicar la dinámica de la sociedad actual, y cómo repercute en los contextos locales. Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, México, es el lugar donde se desarrolla éste trabajo, donde una de las constantes que se manejan en este apartado es el fenómeno de la pandemia de la Covid-19.

Lo anterior, explica la ubicación geográfica donde se desarrolló el trabajo de investigación, en concordancia con esto, como se sabe la pandemia de la Covid-19, repercutió de algún modo en el trabajo, sin embargo, el método que se eligió para explorar la realidad y las prácticas culturales juveniles encajó de manera satisfactoria para desarrollar la investigación en el ámbito digital.

La metodología que se utilizó fue la *etnografía virtual* de Christine Hine (2000), a partir de esto, se utilizaron algunos instrumentos como: la entrevista semiestructurada, el diario de campo digital y las encuestas elaboradas por medio de los Formularios de Google. Esto con el fin de recolectar información necesaria y precisa sobre las practicas que tienen las y los jóvenes en las redes sociales digitales, específicamente en sus perfiles de Facebook y WhatsApp.

Con respecto a la aplicación de las entrevistas y el objetivo que se tuvo para su implementación fue, recuperar las experiencias juveniles con respecto al uso de internet y las redes sociales digitales. Pero también, se analizaron sus vidas cotidianas en este periodo de confinamiento, su relación con la tecnología, sus actividades diarias y como estas afectan o tienen un efecto en las y los jóvenes.

En cuanto a las encuestas, la idea fue cuantificar de algún modo, y demostrar con datos, gráficas y números, cuánto tiempo utilizan las y los jóvenes las redes sociales digitales, qué contenidos ven o les llama la atención, y tratar de responder a la pregunta de para que utilizan las redes sociales digitales o internet en general. De este modo, es como la etnografía

virtual, funge como el camino para poder comprender lo que hacen las personas en internet, tal como lo cita textualmente Hine, en su texto.

En concordancia con lo anterior, las entrevistas aplicadas a las y los jóvenes de investigación, fueron codificadas con ayuda del software *atlas.ti*, el objetivo de la codificación fue tratar de encontrar categorías por medio de patrones que se repitieran y que dieran cuenta de los efectos de las redes sociales digitales en las y los jóvenes.

Estos aspectos son importantes, pues es información elaborada y extraída de nuestro universo de investigación, lo que significa aterrizar esta investigación para analizar de manera interpretativa y descriptiva los datos que se muestran y presentan en los resultados. Esto, indica tener un corte cualitativo, sin embargo, como se señaló anteriormente, las gráficas y datos numéricos da la cercanía con la rama cuantitativa con el fin de ofrecer interpretaciones a partir de las repeticiones. A partir de esto, vemos como lo cualitativo y lo cuantitativo se unen en una sola forma de trabajo para explicar lo que sucede con las juventudes digitales que se estudian en este trabajo.

El consumo cultural, aparece en este trabajo, en un primer momento se describe solo el concepto de cultura con Geertz (2003), para él, cultura son “estructuras socialmente establecidas”, lo que permite ver la construcción social de la realidad de manera colectiva y consensuada para que esta tenga significado y validez. La problemática sobre el proceso de construcción de las identidades digitales juveniles, se aborda en toda la investigación en los tres capítulos, dicha construcción la localizamos en el contexto digital, es decir, en las redes sociales digitales como espacios o lugares no tangibles que permiten la interacción social entre personas, especialmente entre jóvenes. En cuanto al consumo digital, nos remitimos al uso de las redes sociales digitales, que como señalamos al principio, las gráficas ayudan a clarificar la práctica que tienen los jóvenes sobre las redes digitales.

Otro tema que se aborda en este segundo capítulo es: *la identidad digital: entre un estilo de vida o consumo*, es decir, donde se tratar de explicar a las identidades por medio de contenidos, y ver si realmente al consumir se crea construye un estilo de vida autónomo o consumo, se abordan a autores como Christakis y Fowler (2010), donde las redes y las conexiones a las redes son parte de la vida natural, y más recientemente se da una conexión social digital de las personas.

A partir de lo anterior, se reflexiona y se analiza sobre el consumo por el consumo, o el consumo como una “organización de la vida”, como parte de un proceso, o consumo que evoca a un estilo de vida condenando a las personas a una suerte de dominación como se ha venido dando de hace siglos. Una de las tesis que se sostienen, es que las redes sociales digitales, y en general la web, proporciona los espacios y contenidos, ha propiciado y construido estilos de vida, prácticas que se legitiman en los procesos socioculturales de la sociedad, mostrándolos como necesarios, construyendo una lógica de “avance tecnológico y social.” Lo cierto es que tiende a dominar y a generar dependencia de contenidos y productos que ofrece a los usuarios.

En el apartado de *tecnología, juventud y pandemia*, se tratan de explicar estos tres conceptos y el papel que juegan en este fenómeno coyuntural como lo es la pandemia. Se aborda el concepto de juventud desde la perspectiva de Feixa (1999) y Hall y Jefferson (2014), donde se ve a la juventud como una construcción social que tiene que ver con varias condiciones historias desde la guerra, hasta el proceso por el que pasan las sociedades al tener a generaciones jóvenes a las que se necesita enseñar las actividades que se realizan en un grupo, contexto y sociedad.

Se aborda al concepto de tecnología, desde la perspectiva de Pierre Levy (2007), donde la tecnología en su máxima expresión vista y vivida desde el ciberespacio, como oportunidad de conexión y de experiencia con otros usuarios. El fenómeno de la pandemia de la Covid-19, más que dar una definición, o decir que es, se abordan con Díaz-Barriga (2020), los efectos

que ha causado y como ha imperado en el mundo. A partir de esto, vemos lo que es y significa una pandemia para las personas y cómo afectó los procesos sociales y cómo cambió la dinámica social en la que estaba programadas las sociedades.

El tercer y último capítulo, corresponde al análisis y resultados de la investigación, tiene por nombre: *construcciones de las identidades digitales juveniles de Tuxtla: análisis y resultados*. Este capítulo a su vez, tiene cuatro apartados, el primero: *las redes sociales como campo de lucha juvenil*, se centra en explicar a las redes sociales digitales como un campo de lucha simbólica, esto desde la perspectiva de Pierre Bourdieu (2002). Con esto, se da cuenta del poder que ejercen las redes sociales digitales sobre los usuarios, y como se dan las relaciones de poder entre usuarios, se da una lucha de egos por el *ser* y *estar* en las redes y demostrar la posesión adquisitiva material y simbólica.

En el segundo apartado del tercer capítulo, dominado como: *construcción de las identidades digitales en los perfiles de Facebook y WhatsApp*, realiza una pequeña introducción explicando sobre el análisis de las y los jóvenes de investigación en sus perfiles de Facebook y WhatsApp. Esto con el fin de ver los contenidos que comparten y en general, lo que consumen. De este apartado de se despliegan cinco subapartados, ordenados consecutivamente: *identidades digitales como egolatrías*, *identidades digitales desde los memes*, *identidades digitales como posición política*, *identidades digitales desde las poses y el glamour*, *identidades digitales como eros digital*. Los apartados anteriores, con tienen categorías con las que se realizó la inserción al campo, y que se encontraron en las prácticas culturales digitales de las y los jóvenes de investigación. Estas categorías, forman parte de las identidades digitales de las y los jóvenes, en general de las juventudes.

Los conceptos fueron abordados desde la perspectiva de varias autoras y varios autores, como, por ejemplo: la *egolatría*, desde la visión de Susana Pérez (2019), donde encontramos que hace referencia al amor

excesivo por sí mismo. Con respecto al apartado de los *memes*, se revisa la idea de Sussan Blackmore (2000), donde la autora argumenta que es una imitación o repetición de algo, este fenómeno lo identificamos en las redes como una forma de expresión sobre la realidad vivida o que se está viviendo en el momento, desde se comparten imágenes de tristeza, felicidad o romance, entre otras cosas. La *posición política* en redes, es reflexionada desde la idea de Bourdieu (2000), donde se ve la militancia digital, la postura política respecto a problemáticas y movimientos sociales en las redes. Esto es evidente, desde que las redes son un espacio de expresión y libertad para expresar pensamientos, estados de ánimo, problemáticas, entre otras cosas.

En cuanto a las *poses* y el *glamour*, son ideas analizadas desde la óptica de Valeria Scalisse (2021), y se explica este concepto dentro de la investigación como algo estético con relación a lo que comparten las y los jóvenes de investigación: fotos, imágenes, entre otras cosas. En cuanto al *eros digital*, se relaciona con el *eros electrónico* de Román Gubern (2000), respecto al primero, nos referimos al gusto desmedido por estar y permanecer en los espacios digitales o virtuales, y el segundo, tiene sus planteamientos con el autor, ese amor y dependencia de los medios electrónicos como: la televisión, la radio, entre otros, que provocan la captura de los espectadores en espacios procesos. Esto lleva precisamente a reflexionar sobre los efectos de los medios electrónicos.

Los últimos dos apartados del tercer capítulo son: *tendencias de contenidos en Facebook* y *las emociones en las identidades digitales*, donde en el primero nos enfocamos en analizar y mostrar algunas tendencias que han seguidos las y los jóvenes de investigación, con el fin de encontrar relación entre ellos, sobre los que comparten y el sentido del porqué comparten los contenidos. Desde este punto, vemos a las tendencias, como una ola, que va arrasando con los usuarios, llevándolos hasta cierto punto al consumo y al bautizo de las tendencias, de lo que es “importante” en el momento.

En cuanto al cuarto y último apartado del tercer capítulo, mostramos la traba con las categorías encontradas en cuanto a la codificación de las entrevistas y a las observaciones que se llevaron a cabo en los perfiles de las y los jóvenes de investigación, esto, en medida de lo que ellas y ellos iban compartiendo. Las categorías fueron emociones. La codificación consistió en buscar los efectos de las redes sociales digitales, por medio de patrones, y a partir de esto se realizó una interpretación y descripción de las categorías encontradas.

A partir de lo anterior, los efectos de las redes sociales digitales en las y los jóvenes, y en general, en las y los usuarios, tiene origen en los conceptos como egolatría, sin embargo, los efectos como emocionales como tristeza o ansiedad, detonan en prácticas más fuertes, pues las emociones son motores de consumo y expresión en las redes sociales digitales. Para que haya consumo, tiene que haber una conexión del contenido o producto con el usuario. En concordancia con esto, las emociones como efectos de las redes sociales digitales, constituyen el primer proceso para el consumo y la dominación de las redes sociales digitales hacia los usuarios.

CAPÍTULO 1. PROCESOS, CONSTRUCCIONES Y PRÁCTICAS JUVENILES EN LAS REDES SOCIALES DIGITALES

*no de más huella
que la de mis pies en la arena del mundo...*

Joaquín Vásquez Aguilar (Quincho). Fragmento tomado del poema: *A petición del mar*.¹

El fragmento anterior, me hizo reflexionar profundamente sobre lo que quieren las personas actualmente. La preocupación por *dejar huella*, es un problema que ha acompañado al hombre desde la antigüedad, ha dejado rastro de él con pinturas sobre las piedras, su legado escribiendo en papel, y actualmente de manera digital.

El *querer* está relacionado con el *poseer*, tanto de cosas, de conocimientos o personas, el menú de opciones se extiende a lo largo y ancho de los gustos e intereses, sin embargo, hacerse notar o dejar huella, es uno de los motores que impulsan o mueven a la sociedad actual. Esta preocupación conlleva al consumo y con esto, a la construcción de identidades y personalidades diversas y distintas. Muchos quieren dejar huella en los píxeles, otros queremos dejar huella en las arenas de la vida. Bienvenidos a casa.

¹ Éste poema fue encontrado y tomado de la página: *Círculo de poesía. Revista electrónica de poesía. (2020)*. Poesía mexicana: Joaquín Vásquez Aguilar.
https://circulodepoesia.com/2018/10/poesia-mexicana-joaquin-vasquez-aguilar/#_ftn1

Los procesos de construcciones sociales que se dan actualmente, son en medida de las “necesidades” de la misma sociedad por edificar paradigmas distintos que puedan aportar y entender la realidad de las personas y “guiarlos” por ésta hacia un mejor desarrollo colectivo humano. En las construcciones sociales, encontramos los discursos de orden teórico, como: los consensos éticos y morales, las ideas de bien y mal, esto dependiendo también del contexto en el que se sitúen los sujetos. Van Dijk, señala respecto a los discursos: “se trata del hecho de que el discurso es, también, un fenómeno práctico, social y cultural.” (2000, p. 21).

Con lo anterior, podemos constatar que los discursos son acciones construidas en potencia que esperan a ser realizados en la vida social de las personas, podemos ver también que tiene una relación y similitud muy importante con la ideología, donde es imprescindible no mencionarlo para dar cuenta de cómo ejercen influencia sobre las personas en determinados contextos sociales. Es importante hacer énfasis en lo que menciona Van Dijk, sobre la presencia que tienen los discursos en la cotidianidad de las personas vistos como fenómenos sociales y culturales.

El hecho de que se haga mención de que los discursos son actos en potencia no quiere decir que no se tenga una aplicabilidad, más bien, éste tiende a ser tan efectivo como la ideología como se mencionaba anteriormente. Principalmente porque las ideas son las que mueven a las personas y a la sociedad en general. Tienen que haber ideas, intereses y se pueda organizar a partir de estas.

En este sentido, en las plataformas digitales o redes digitales tienden a manejarse diferentes discursos que conecta y que atrapan a las personas, específicamente a los jóvenes que están en contacto permanente en estos espacios virtuales. La ventaja con la que cuentan estos espacios son las maneras en cómo se presentan los diferentes productos novedosos que atraen a las juventudes de diferentes edades, y los mantiene en un estadio de asombro.

La novedad que se hace presente en los artefactos emitidos por las industrias culturales, toman un gran valor para las diferentes audiencias consumidoras. Esto da para comprender el incremento en el uso desmedido de la tecnología debido a la pandemia causada por el Covid-19, en cierto momento era solo una forma o medio de trabajo más.

Hasta cierto punto, el uso de la tecnología fue tomado como un privilegio de quienes podían pagarla y tener acceso a la red, sin embargo, debido al confinamiento surgió la creciente necesidad de estar conectados para realizar diversas actividades que benefician a las personas en sus diferentes contextos y circunstancias. Si, por un lado, lo anterior pone de manifiesto que ante la actual crisis la tecnología es imprescindible, hay discursos e ideologías entre las personas y especialmente en los jóvenes, que los lleva a consumir lo existente y a utilizarlos como un móvil para la proliferación de sus contenidos y marcas. En este caso, las practicas digitales juveniles enfocadas en el consumo tecnológico y el uso de las diferentes redes sociales o plataformas digitales, conforman ya, el ser y el estar de las generaciones actuales que están inmersos de manera inmediata en estos espacios.

Los procesos en los que surge y se construye la identidad digital, no es un hecho aislado, sino más bien, esta intrínsecamente ligado a los intereses por un lado de las industrias culturales, y de las necesidades que han surgido por el acceso y uso de estos medios. El discurso general y cotidiano que suele utilizarse respecto a las juventudes es que “ellos le entienden a la tecnología y que es una manera diferente de vivir,” Sobre la tecnología se puede decir que se alimentan comentarios negativos como positivos, en el sentido de que viene a distorsionar la realidad de las personas, pero particularmente la realidad de las juventudes. Ambas ideas cotidianas pueden tomarse como un secreto a voces que es sabido por las personas, sin embargo, hay ideas bien definidas respecto a las redes digitales. Estas van enfocadas en defender sobre el porqué las utilizan, como se mencionó anteriormente.

Como señalamos anteriormente, los procesos y construcciones sociales se dan en el campo, en la realidad cotidiana de las personas, en el caso de las juventudes y su relación con los medios digitales pasa lo mismo, sin embargo, aquí distinguimos que el proceso funciona de manera indivisible con la subjetividad de las personas y cómo construyen a partir de su experiencia su realidad.

Se problematiza sobre las practicas digitales que tienen los jóvenes en los espacios virtuales, esto en el sentido sobre su control y consciencia respecto a sus concurrencias a las distintas paginas online. Respecto con lo anterior, Geert Lovink indica lo siguiente:

Los usuarios nuevos e ingenuos ocupados con su vida cotidiana han instalado las aplicaciones, iniciado sesión, creado una cuenta y aceptado los términos y condiciones para ingresar al mundo de la suavidad. Bienvenido al régimen de las comodidades liminales, la insoportable ligereza de deslizar, hacer clic y dar like. (2019, p. 20).

Con Lovink, podemos entender una idea respecto a los usuarios de las redes digitales, encontramos a los jóvenes como nuevos usuarios de internet y de lo que hay en él. A partir de esto, el autor señala que el uso de las redes digitales se da de manera inconsciente, pues él comenta que la ingenuidad de los usuarios no permite pensar de manera más detenida su andar en las redes.

Esto manifiesta una postura importante respecto a las prácticas digitales de los jóvenes, pero en general, sin importar la edad, hay personas que están inscribiéndose en esta “era digital”, ya sea por ocio o por actividades laborales y escolares. Como se ha señalado desde el principio, el uso de internet conlleva a desarrollar ciertos hábitos (o habitus en términos de Bourdieu), que se desarrollan en actitudes, rutinas y personalidades que son representadas por las personas en su cotidianidad.

En nuestro caso, las representaciones de las juventudes en la actualidad se dan en función de las redes sociales, estas entendidas como plataformas multimedia que ofrecen entretenimiento e información de todo

tipo. Desde este punto, las juventudes actuales están ligadas a la tecnología y por consiguiente su personalidad, pues es por medio de estas que aprenden estilos de vida que lo proyecta a vivir y ser de manera distinta a lo ya conocido. Es aquí donde entra la función de la novedad como lo nuevo, que atrapa a las personas y las sumerge en un estadio de “modo avión,” desconectándolas de la realidad en la que están.

Respecto con lo anterior, Suzanne Bearne, reportera de la BBC News, señala en su título de su artículo: “Nos estamos perdiendo la vida real”: la gente que decide deshacerse de su teléfono inteligente (2022), que hay personas que dejan a un lado su Smartphone y aposto que hacer esto mejoraría su salud mental. Algo de gran importancia si lo vemos desde la subjetividad de las personas, desde cómo se sienten emocionalmente y físicamente, la pregunta aquí es, ¿Qué buscan y qué esperan de las redes digitales? Pues al parecer al buscar entretenimiento terminan con más fatiga o estrés, esto empeora la situación inicial de las personas. En una de las entrevistas por Bearne, una mujer de 36 años comenta lo siguiente:

‘Estaba en el parque, con los niños, mirando absorta el móvil. Cuando levanté la vista todos los padres —hasta 20—, estaban mirando sus teléfonos, deslizando continuamente el dedo por la pantalla’, cuenta.
‘¿En qué momento nos pasó esto?’, pensé. Nos estamos perdiendo la vida real. No creo que en tu lecho de muerte lamentes no haber pasado más tiempo en Twitter o leyendo artículos en internet’.

El caso anterior, expone la experiencia de una persona con respecto a los medios tecnológicos, son de alguna manera casos que traen consigo la ansiedad que les provocó el uso excesivo de internet y del contenido que en éste se ofrece. Tal como lo señalamos anteriormente con Lovink, las personas en su vida cotidiana en sus intereses y preocupaciones que muy a menudo se detienen a racionalizar sobre las acciones y el contenido que reciben del exterior. Por contenido puede entenderse toda la publicidad que puede ser digerida por las personas, no solo el contenido digital.

Precisamente, la publicidad enfocada en comunicar los temas relevantes o productos nuevos de temporada, maneja discursos envolventes que alteran las ideas de las personas dirigiéndolas como si fuese algo natural o normal. En el caso de la televisión, Bourdieu señala las ideas y mensajes subliminales que se transmiten en ésta:

Se trata de cosas tan notorias y burdas que no se le escapan a la crítica más elemental, pero que ocultan los mecanismos anónimos, invisibles, a través de los cuales se ejercen las censuras de todo orden que hacen que la televisión sea un colosal instrumento de mantenimiento del orden simbólico. (Bourdieu, 1997, p. 20).

Lo que señala Bourdieu, es importante desde el campo de las prácticas sociales y la manera en cómo estas son realizadas, si vemos a los discursos como símbolos que son impuestos, la realidad está plagada de estos. Es decir, los discursos parecen ser “neutros” que solo emiten información y quieren comunicar como señalamos anteriormente, sin embargo, en el caso de la televisión como uno medio de comunicación, se encarga de llevar mensajes a las personas dentro de sus hogares, legitimando los contenidos y la manera en cómo estos son presentados.

El orden simbólico del que habla Bourdieu, es precisamente ese discurso legitimando que está presente en las prácticas sociales cotidianas de las personas. Durante mucho tiempo, la televisión ha representado el instrumento de contenidos para las personas, por la novedad de la imagen que emite, a diferencia del radio que fue uno de los primeros transmisores de contenidos donde solo se podían escuchar las voces de los locutores comentando las novedades. Desde su aparición, la televisión ocupó un espacio específico en los hogares, cautivo a las personas en ese espacio reuniendo a familias enteras como una especie de “motivo familiar” para pasar tiempo y entretenerse:

Insisto sobre este particular porque, como es bien sabido, hay un sector muy importante de la población que no lee ningún periódico, que está atado de pies y manos a la televisión como fuente única de

informaciones. La televisión posee una especie de monopolio de hecho sobre la formación de las mentes de esa parte nada desdeñable de la población. (Bourdieu, 1997, p. 23).

Analizando el argumento anterior, y tomando como ejemplo la televisión (aunque sabemos que actualmente no es el único medio de información), podemos tener en cuenta los problemas que se suscitan en la realidad social. Una de estas problemáticas es la desigualdad educativa, esta a su vez, restringe el acceso a que las personas aprendan a leer o escribir, es en este punto donde la televisión se ha convertido a su vez en una especie de alfabetizadora al ilustrar con imágenes y formar personas con determinadas ideas que en este medio se difunden.

En este sentido, Carlos Monsiváis, resalta algo particular respecto a las características de la televisión y de su público: “Si un acto público de cualquier índole quiere sobrevivir en esta época, deberá, irremisiblemente, adoptar las características del control remoto.” (S.f, p. 58). Monsiváis, hace referencia a al control remoto, como ese tiempo que se pasa en frente a la televisión, en este sentido la televisión ha fungido como medio de distracción y de alimento para las ideas de las personas. En este sentido, relacionando las ideas anteriores de Bourdieu, durante mucho tiempo la televisión ha funcionado y funciona para muchas personas, como único medio de información y distracción. Es por ello que se creó un concepto o característica singular entorno a este artefacto, “reuniones familiares.”

Monsiváis, continúa argumentando sobre el control remoto y la televisión:

Y en el control remoto el sortilegio se acrecienta: el público finge ser el Pueblo, y la empresa televisiva finge ser la Historia en sus horas libres. That's the way it is: el control remoto es el mensaje que la tecnología le entrega a la vida cotidiana: el momento que aquí se vive es: a) real; b) único e irrepetible, porque nunca acudirán exactamente los mismos; c) internacional, porque lo verán muchos, no importa que habiten en el mismo país, lo internacional no es asunto de distintas naciones, sino de satélites y señales y fibra óptica y cámaras y cables

y técnicos que liquidan la impresión más triste de todas: de esta reunión sólo se enteran quienes a ella asisten y entonces qué caso tiene. (S.,f. pp. 58 y 59).

Tanto Monsiváis como Bourdieu, señalan los fines y las características sobre el funcionamiento de la televisión, y cómo logra reunir e impregnar en las personas las ideas que en esta se transmiten. Actualmente, internet ha imperado sobre los demás medios de comunicación logrando instaurarse como el espacio donde se habita y se socializa, esto es de manera lotera, pues las diferentes plataformas y paginas permiten a las personas estar y conocer cosas, temas, modas, incluso personas, entre otras cosas que abundan en la presente época posmoderna.

El periódico, la radio, la televisión y más recientemente internet, conforman los medios por los que las personas están al día y logran tener completa sus referencias del mundo y de la vida cotidiana. Estos medios brindan a las personas el estado actual de las cosas para equipararse y encajar en la vida social en sus diferentes contextos, todos estos medios con un fin, el vender ideas y con estos estilos de vida para el consumo.

Los estudios culturales buscan analizar, estos modos en que se legitima la información, sobre todos los discursos y prácticas de las personas en la cotidianidad, las relaciones de poder que surgen a partir de ideas no naturales o propias, problematizando la realidad cotidiana de las personas. A partir de esto, es cómo podemos tener panorama más amplio sobre los procesos y construcciones de identidad digital, esta a su vez vista como una práctica más, convertida ya en una cultura digital.

Procesos y construcciones funcionan de como un solo mecanismo que se adhiere a las personas cuando están asimilando y ejecutando sus prácticas. Es en este sentido, cuando hablamos de la identidad digital en los jóvenes, podemos tomar en cuenta el panorama anterior, que, si bien es un dispositivo anterior a internet, hasta la fecha gran parte de la población que no tiene acceso a los espacios virtuales, lo que lleva a depender por defecto de la televisión.

Enfocando nuestra atención en las juventudes digitales, en el entendido que son los jóvenes que están inmersos en el uso y manejo de internet y sus páginas virtuales, podemos reflexionar sobre el fin que tiene el uso de estas redes sociales y de las plataformas multimedia, donde esta última es utilizada para ver películas, escuchar música, ver videos, etc., son más de entretenimiento pero que atrapan al público en general. Vladimir González, narra el ritual que hace para ver televisión, pero también, narra ese proceso del cambio de contenido de la televisión “tradicional” al contenido televisivo en una plataforma:

El sillón es el mueble favorito en la sala de televisión. El mío está mero enfrente, a pocos metros del aparato. Ese lugar es el preparatorio para lo que va a pasar. Sentado en él, cómodamente, recorro a dos prácticas antes de escoger una peli. La primera de ellas es el zapping. Recorro los canales uno a uno, hasta encontrar algo que me atrape. Hacerlo en televisión abierta o de paga ahora es cada vez menos común, porque regularmente sé qué programa quiero ver y cuáles son sus horarios. La segunda, el scrolling. En los servicios de streaming, como Netflix, pasa algo similar al zapping. Al entrar a la aplicación, sea en el televisor o en algún dispositivo móvil, recorro la pantalla de arriba hacia abajo y viceversa, mientras observo y leo las reseñas de las series, películas o documentales disponibles. (González, 2021, p. 50).

Lo anterior, manifiesta el protocolo que se sigue para acercarse a la televisión, es decir, lo que se hace para estar frente a la televisión y porque no, frente a la computadora y al teléfono celular para realizar nuestras actividades o solo pasar tiempo. El autor ya toca el punto central de una de las plataformas más importantes de contenido multimedia que vino a revolucionar a la televisión convencional, como lo es Netflix.

Sin embargo, nuestro trabajo no se enfoca en estudiar a esta plataforma como tal, más bien nos enfocamos en estudiar a las redes y plataformas digitales utilizadas por los jóvenes de esta investigación. Tal es

el caso de las redes sociales como WhatsApp y Facebook, que son las más concurridas por los jóvenes y en general por las personas. El punto de retomar a la televisión y a una plataforma digital multimedia, es para ver precisamente ese proceso de uso de estos medios que están en boga.

Las computadoras, los celulares o mejor conocidos como smartphome, son los que están más actualizados capaces de reproducir películas y entrar a las diferentes redes sociales o digitales. Respecto al smartphome, los autores, Organista, Lavigne y McAnally, señalan que:

Tal dispositivo portátil –conocido como smartphome o teléfono inteligente– posee capacidades técnicas interesantes que han propiciado su aceptación, entre las que se pueden mencionar lo reducido de su tamaño, su carácter personal y, en especial, una gran conectividad que le permite acceder en todo momento y lugar a sitios de información y a redes sociales. (2013, p. 8).

De acuerdo con los autores anteriores podemos tener una idea clara de lo que es un teléfono celular inteligente o Smartphome. Con este teléfono inteligente, se puede acceder a internet lo que lo distingue de otros teléfonos anteriores, accediendo a casi todas las aplicaciones que brindan servicios para los diferentes fines e interés, ya sea, trabajar o estudiar.

Internet, es el escenario por excelencia donde se generan estas nuevas dinámicas de relaciones sociales y humanas, en el caso de Facebook desde su aparición en el 2004, de acuerdo con los datos en la tabla de la Fundación

Telefónica, ha funcionado como el medio por excelencia de las comunicaciones y la manera en cómo se contactan las personas en breve a grandes distancias. Una de las formas para esta siempre al tanto de lo que ocurre en las redes es que los usuarios deben estar “conectados” siempre.

La forma en cómo se da el proceso de construcción de las identidades digitales en los jóvenes, es importante para ver desde qué artefactos o medios se conectan y ver en qué páginas web navegan por internet. El apego a la tecnología por parte de los jóvenes es evidente e importante, evidente por el lado que a donde quiera que se voltea la vista hay personas con

teléfonos móviles, importante porque lleva a estilos de vida que los impregna de ideas, de ideologías que los forma para el consumo han funcionado desde que aparecieron como una especie de “rosario”, como dice Byung-Chul Han, en la entrevista que le hizo el diario el País en 2021:

Hay, sin duda, una hiperinflación de objetos que conduce a su proliferación explosiva. Pero se trata de objetos desechables con los que no establecemos lazos afectivos. Hoy estamos obsesionados no con las cosas, sino con informaciones y datos, es decir, no-cosas. Hoy todos somos infómanos. Se ha llegado ya a hablar de datasexuales [personas que recopilan y comparten obsesivamente información sobre su vida personal]. (Chul Han, 2021).

De acuerdo con Han, los estilos de vida que construyen entre las juventudes está ligado íntimamente con la tecnología, todo lo que se ven, escuchan, comparten y escriben en las redes sociales digitales, va en función de un ego, que se convierte en una egolatría que se va construyendo en su carácter y los posiciona de cierta manera frente al mundo y la realidad contextual que los rodea.

Los jóvenes como generación “cercana” a la tecnología y a todo lo que se ofrece en las redes digitales, están inmersos en los consumos, que son ideologías o dinámicas que han implementado las industrias capitalistas, desde sus inicios las redes sociales digitales han funcionado como mercancía y como modo de producción. Con lo anterior, estamos hablando de la creación de contenido y por ende de sujetos que consumen este contenido, y los transita, los transforma o los construye de forma distinta.

Estas aproximaciones conforman las diferentes problemáticas e ideas que están relacionadas con el proceso de construcción de identidades en los jóvenes, sin embargo, no hay que olvidar la presente pandemia en la que se sitúa esta investigación y que esto pone en una situación diferente por el modo en cómo lo digital, es apropiado por los jóvenes y en generala por las personas.

Es menester no olvidar también, que las aproximaciones se analizan desde los estudios culturales, lo significa que los análisis aquí presentados forman un conjunto de críticas de la realidad tal y como se conoce va legitimando con el paso del tiempo. En esta investigación, el universo digital cobra importancia como un sistema de creaciones sociales, que van desde influir a las personas de manera ideológica y cultural. En este sentido, se analiza a las identidades juveniles en el contexto de la pandemia, que durante el confinamiento han tenido como único recurso de conocimiento y socialización las redes sociales digitales, si bien, como se señaló anteriormente, si bien uno de los factores es la desigualdad en el acceso a internet, se puede decir que cada vez hay más acercamiento a la tecnología por parte de las personas y especialmente los jóvenes.

Lo anterior, forma parte de uno de los argumentos que maneja en esta investigación, sobre el boom tecnológico que existe, pero con la pandemia se marcó más tanto la desigualdad, el consumo y el poder que se maneja en internet y en las diferentes redes sociales digitales que existen, y que son concurridas por los jóvenes desde hace ya algunas décadas.

1.1. ¿A qué se le llama identidad digital?

Para comenzar, el concepto de identidad es muy amplio y dinámico, no debe considerarse como algo estático, al contrario, constantemente se reconstruye, se reconfigura o se retransforma para poder ser usado o expresado en cierto contexto y con determinado fin. Muy a menudo, cuando escuchamos la palabra identidad, de inmediato la relacionamos como la representación o el modelo de algo.

En este apartado se tratará de explicar el concepto de identidad digital, a partir de su raíz: la identidad. Esta investigación se centra en analizar el cómo construyen su identidad digital los jóvenes de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, a partir del uso de las redes digitales de internet y de los medios tecnológicos. Con lo anterior, interesa saber a qué nos referimos

cuando hablamos, en un primer momento, de identidad. En el diccionario de los Estudios Culturales, Rivera y Solórzano ofrecen la siguiente definición:

La palabra “identidad” se deriva del vocablo latino *identitas*, cuya raíz es el término *idem*, el cual significa “lo mismo”. En su acepción más básica, la identidad incluye asociaciones, por una parte, con los rasgos que caracterizan a los miembros de una colectividad frente a los otros que no pertenecen a la misma y, por otra, a la conciencia que un individuo tiene de ser él mismo y, entonces, distinto a los demás. (2009, p. 140).

La anterior da cuenta de la forma en cómo se utiliza en esta investigación el concepto de identidad, siendo esta, asociaciones de individuos con intereses similares o colectivos. De acuerdo con esto, surge el concepto de identidad digital, donde se analizan a los jóvenes y su participación online en las diferentes redes digitales.

Los jóvenes como sector social, y por supuesto como generación, son partidarios de contenidos de su tiempo que están de “moda” como: ropa, música, estilos de cabello, estatus de vida, comida, posición económica, entre otras cosas. Sin duda, cada generación de cada época en la historia de humanidad, ha tenido su “moda”, que los lleva a utilizar, a portar y vivir de cierta manera. Esto, desencadena sus propios gustos e intereses que los identifica o la diferencia de los demás sectores sociales; ya sea de los más adultos o más jóvenes que ellos. La identidad digital, se encuentra inmersa en los gustos e intereses, en las interacciones que tienen los jóvenes con las diferentes páginas Web de Internet, creando no solo un perfil analógico, sino un modo de vida, de ser y estar en las redes digitales. Huerta, Lagunes y Torres, ofrecen una definición sobre el concepto de identidad digital:

Así, la identidad [digital] que todo usuario posee en el internet derivado del empleo de las TIC y que se encuentra plasmada en la red mediante todos los actos de comunicación realizados en internet a través de comentarios, imágenes, búsquedas, compras, consultas de

información, etc., quedan registrados, conformando así un conjunto de datos propios que se integran en la identidad digital. (2018, p. 425).

La cita anterior, amplía el panorama de lo que es la identidad digital y su carácter operacional en las personas cuando navegan en las diferentes redes digitales que utilizan. En este sentido, podemos constatar que no solo es el uso de medios tecnológicos como celulares, Tabletas o computadora, sino que son también páginas Web que están inmersas en Internet.

Estos medios propician el fenómeno de la comunicación, aparece entonces la ecuación de emisor, mensaje y receptor, donde siempre hay algo que se quiere dar a conocer o expresar en las redes digitales. Como se vio anteriormente, la interacción se da a partir de comentarios, imágenes, compras y toda clase de información, actividad que se esté realizando en línea.

La identidad digital a la que nos referimos no solo es de manera analógica, la forma más básica de identificarnos en la red, según Quorum Comunicaciones, dice que la identidad analógica es: “nombre y apellidos, fecha de nacimiento, sexo, nivel de estudios, etc”. (2019). En suma, nos referimos a la identidad digital desde el nombre del usuario, pasando por los gustos e interés que tiene en Internet y su permanencia en él. Es importante señalar, el sentido que los usuarios otorgan a las cosas que ven, siguen, comparten y publican en las redes digitales. Con lo anterior, podemos visualizar la subjetividad y el discurso que construyen las personas, en este caso los jóvenes de esta investigación, entorno al uso de las redes digitales.

Pero no es solo el sentido construido por los usuarios de las redes digitales, sino que es el discurso de que han construido las mismas empresas creadoras de contenidos, Horkheimer y Adorno llamaban a estas empresas productores como Industria Cultural:

Los interesados en la industria cultural gustan explicarla en términos tecnológicos. La participación en ella de millones de personas impondría el uso de técnicas de reproducción que, a su vez, harían

inevitable que, en innumerables lugares, las mismas necesidades sean satisfechas con bienes estándares. El contraste técnico entre pocos centros de producción y una dispersa recepción condicionaría la organización y planificación por parte de los detentores. (1994, p. 166).

Con lo anterior, podemos decir que en nuestro caso las empresas o Industrias Culturales, legitiman los estándares, y estereotipos que deben seguirse en Internet y en todas las redes digitales donde las personas y especialmente los jóvenes están inmersos. Esto desencadena una reproducción de estilos de vidas como los que se ven en la actual época contemporánea. En este sentido, si las Industrias Culturales imponen los contenidos digitales, la construcción de la identidad digital juvenil no es totalmente libre, sino que está ligada a las ideologías de las Industrias o empresas.

De acuerdo con Horkheimer y Adorno, las empresas valoran, la técnica, el avance tecnológico, donde todo lo que se crea o se produce entorno a ellas es un buen logro. En el caso de las redes digitales o redes sociales, cada vez hay más información con diferente sentido y propósito para diferente público. Se pueden observar a las redes digitales como un gran menú de opciones. En esta diversidad y variedad en el universo digital, es donde los jóvenes construyen su identidad digital.

Hine señala que: “la posmodernidad parece haber encontrado en Internet su objeto, el mundo en el que "todo se vale", donde las personas y las máquinas, la verdad y la ficción, el Sí mismo y el otro se diluyen en un gran océano sin barreras ni distinciones”. (2004, p. 16). En nuestro caso, tomando el supuesto de que “todos están conectados” por la actual pandemia que impera en el mundo y en particular la ciudad de Tuxtla Gutiérrez, se ha dado un traslado del mundo físico al mundo digital.

La actual pandemia ha orillado a que se dé un cambio en la realidad de manera abrupta, lo que significa “estar siempre conectados a la red digital” para estar al tanto de lo que sucede en el mundo, para trabajar,

estudiar, comprar y vender, etc., diversas actividades que se realizaban de manera cotidiana en la modalidad presencial. Lo anterior, es un poco de lo que se señalaba al principio, donde este cambio epistemológico de la realidad física a la realidad virtual se dio, pero ha tenido ciertas connotaciones.

Una de estas connotaciones es la desigualdad digital en cuanto al acceso a Internet, y la otra es, cómo construyen su identidad digital los jóvenes a partir del acceso que ellos tienen a la red digital. La primera, tiene que ver con la brecha digital que se mencionaba desde el principio, que sin duda la pandemia ha influido de manera determinante en este aspecto.

El segundo aspecto es, el problema de la identidad digital, que va desde su construcción con relación a este acceso a Internet y a las redes digitales o sociales, que sin duda desemboca en otras problemáticas que se relacionan con el consumo digital, consumo multimedia y todo lo que se encuentra en las plataformas digitales. Los dos aspectos antes mencionados son fundamentales para explicar lo que es la identidad digital y como se construye en medida del acceso y el contenido al que los usuarios están expuestos.

Actualmente “las redes digitales que más se utilizan son las mensajerías instantáneas como: WhatsApp y Facebook”, donde estas redes se han posicionado por el mayor uso que les dan las personas. Lo anterior debe tomarse con pinzas, pues por un lado está la frecuencia del uso de estas plataformas y por otra la facilidad con la que las personas dominan estas plataformas y el tipo de contenido que consumen. El fondo de este punto, se entiende desde los nativos y las migrantes digitales de los que hablaba Prensky, en el problema de la identidad digital y su construcción, encontramos a estos dos sectores, el que “domina” y está familiarizado con la tecnología y sus instrumentos, y los que están en esa transición de aprenderlos. Sin embargo, en esta investigación nos enfocamos en el sector joven como “generación digital.”

Las plataformas digitales o redes digitales son atractivas y envolventes que provocan que los jóvenes se sumerjan en sus contenidos, construyendo, desarrollando y perfilando un tipo de identidad digital. La realidad tangible total o parcial de las redes digitales, se concreta cuando la eficacia de su alcance logra impactar en un gran número de usuarios que les atrae y se identifican con un mismo contenido.

En el caso de Facebook, su aparición es anterior al de WhatsApp, logrando posicionarse como una de las plataformas de redes digitales contenidos multimedia más utilizada desde sus inicios, reuniendo a un gran número de usuarios sin importar la edad ni la situación demográfica. Lo anterior contempla el acceso y uso que se le da a las redes digitales, en este tenor, Fernández señala que: “las plataformas sociales más utilizadas en el mundo son Facebook, YouTube y WhatsApp. TikTok, en el séptimo lugar, cuenta ahora con 800 millones de usuarios activos mensualmente, de los cuales 500 millones se encuentran en China.” (2020). Lo anterior supone ya el uso y afinidad por ciertas redes digitales o sociales que más utilizan las personas, esta afinidad o interés es lo que proyecta a la identidad digital de las personas.

En nuestro caso interesa saber que hacen los jóvenes en dos redes digitales, en Facebook y WhatsApp, con esto no quiere decir que se omitan a las demás redes, esto nos sirve para ser más objetivos sobre los aspectos que se necesitan analizar y los resultados que esperamos obtener y recabar. Con lo anterior, colocamos a la identidad digital en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas y se contextualiza para lograr tener una idea del uso y acceso de los jóvenes a las redes digitales, en este espacio geográfico.

Respecto a la identidad digital, la Fundación Telefónica ofrece una visión de lo que es “el mundo digital” en las últimas dos décadas, de algún modo se describe “la manera en cómo se vive y se coexiste en estos espacios para desempeñar diversas actividades cotidianas:

Durante los últimos 20 años el avance de la digitalización de las actividades de los ciudadanos y su migración hacia el medio online ha

sido constante: se trabaja, se aprende, se compra, se vende, se llevan a cabo reuniones, se ven contenidos audiovisuales, se escucha audio, se invierte, se crea, se vota, se realizan donaciones... (2013, p. 9).

Lo anterior, supone que algunas personas sin importar la edad deben estar familiarizada con los artefactos tecnológicos y las diferentes plataformas digitales que se utilizan para desempeñar actividades como compras y ventas, atención a clientes y trabajar, entre otras cosas que de algún modo orillan a estar inmersos en el universo virtual sea cual sea la razón.

Con esto damos un punto central de esta investigación, pues no solo tratamos a las redes digitales o sociales donde particularmente “los jóvenes pasan la mayor parte de su tiempo” realizando actividades o tareas, si no que incluimos a los sectores de la vida social cotidiana, que va desde estudiar hasta trabajar. Por un lado, lo anterior estaría cerca de la identidad digital que tratamos, cerca, pero no es lo que buscamos en esta investigación, sino que la identidad digital se va construyendo en las redes digitales como Facebook y WhatsApp, esto por ser modos y estilos de vida que permiten estudiar a fondo elementos subjetivos, aspectos inconscientes y de su personalidad.

Dichos elementos pueden encontrarse y revisar en lo que los jóvenes comparten en estas redes digitales, pueden ser: comentarios, imágenes, estados, compartir contenido de interés, que lleva a revisar la interacción y la actividad que ellos tienen en estas plataformas sociales. Uno de los supuestos que se tienen, es que a veces de manera inconsciente y a veces consciente comentan y comparten contenido que los “representa” de algún modo liberando deseos, gustos, comentarios reprimidos que no pueden ser expresados en la vida real.

Bajo este supuesto, es donde la identidad digital cobra un sentido importante, pues estudiamos la actividad y la actitud que tienen los jóvenes en este periodo de la pandemia causada por el Covid-19. Esto lleva a analizar y reflexionar lo que hacen los jóvenes y de qué modo conviven en estas

plataformas virtuales y lo que ellos se muestran en entrevistas sobre su la situación actual. Lo que se comentaba al principio, es que de manera general este periodo de cuarentena ha desarrollado algunas ansiedades y malestares emocionales entre la población, sin duda, no todos se han adaptado al aislamiento social, pero algunas personas lo toman como normal.

En nuestro caso, los sujetos o jóvenes de estudios, interesa resalta algunos aspectos relacionados con la identidad digital, sobre todo revisar cómo viven en este periodo de cuarentena y cómo utilizan los medios y plataformas digitales. Por un lado, podemos argumentar que la identidad digital lleva ya algunas décadas desarrollándose y construyéndose, pero es preciso en este momento resaltarlo y averiguar lo que ocurre con los jóvenes durante la pandemia y su actividad con las redes sociales o digitales.

Es menester ahondar aún más sobre los procesos digitales y los fines de persiguen; y, por otro lado, los fines o intereses que tienen los usuarios respecto a los contenidos y la permanencia en Internet, en este caso los jóvenes de estudio. Son dos polos distintos, aunque estrechamente relacionados, son indisolubles. Con esto se realiza el acercamiento sobre los fines de los medios de comunicación digitales. El problema de la identidad digital y su construcción abarca aspectos personales y sociales de los individuos, donde: “la vida digital tiene un alto potencial de ampliación de la experiencia humana.” (Fundación Telefónica, 2013, p. 15).

De acuerdo con lo anterior, nos remite a la interacción y actividad que tienen los jóvenes en las redes digitales o las llamadas por su término contemporáneo-instrumental: redes sociales. Lo que intenta ofrecer en este apartado, aparte de clarificar el concepto de identidad digital, es como se construye a partir de nuestras investigaciones, también, mostrar el poder que tienen las redes digitales o sociales en las personas. Los discursos que se manejan en las plataformas digitales se encarnan en las personas, en las acciones, actitudes y estilos de vida, que sin duda las determinan o las condicionan de algún modo.

Si hablamos del poder de las redes digitales que ejercen sobre las personas, y en nuestro caso en los jóvenes, podemos ver la relación con la Industria Cultural de la que señalaba Horkheimer y Adorno, que sin duda va de la mano con el consumo cultural, es decir, es un consumo de lo digital. Al analizar lo que hacen, ven, comparten, escriben, les gusta e interesa a los jóvenes en las plataformas digitales, estamos entrando a un tipo de consumo que está mediado y organizado por las redes digitales.

Esto supone, que la identidad digital se construye bajo en tres puntos centrales: el poder que ejercen las Industrias Culturales, el consumo cultural-digital y la interacción de los jóvenes en los espacios virtuales. Bajo los puntos anteriores, podemos encontrar que la identidad digital como un concepto encarnado en las acciones de los individuos y complejo por el dinamismo que presenta, lo que resulta casi imposible otorgarle una definición o carácter exacto. De acuerdo a esa misma complejidad del problema de la identidad digital y el proceso de su construcción, los Estudios Culturales revisan el sentido que le otorgan las personas a las diferentes dinámicas, problemáticas y procesos que se suscitan en la realidad social cotidiana, en este caso, los espacios y contenidos digitales, donde las personas, pero particularmente los jóvenes coexisten:

Los estudios culturales describen cómo la vida cotidiana de las personas se articula con la cultura y a través de ella. Indagan de qué modo ciertas estructuras y fuerzas que organizan su vida cotidiana de manera contradictoria les otorgan y les quitan poder, y cómo su vida se articula con las trayectorias del poder económico, social, cultural y político, y a través de ellas. (Grossberg, 2012, p. 22).

De acuerdo con Grossberg, esa descripción de la vida cotidiana, es la que se realiza en esta investigación, es decir, lo que hacen los jóvenes en las redes sociales, con relación a sus gustos e interés. Lo importante que hay que resaltar, es que el uso de las redes digitales es algo ya cotidiano, por lo tanto, los Estudios Culturales permiten analizar ese uso “normal” que se

hace de la tecnología, y que en el trasfondo del uso existen relaciones de poder, intereses que construyen una realidad determinante.

No se trata de enjuiciar a la tecnología y a las variedades de plataformas digitales que existen y que son usadas, si no precisamente ver cómo influyen en los jóvenes, cómo son utilizadas y como se articula y construye la realidad actual de las juventudes entorno a lo digital. Esta construcción no solo tiene que ver con los gustos e intereses de los jóvenes, sino que trastoca otras realidades del contexto social: como la economía, la política, la misma cultura que otorga valores y significados a los individuos. En este sentido, como se señaló anteriormente, la etnografía virtual ayuda a comprender varios valores, técnicas y sentidos que se desarrollan en Internet por los usuarios, Hine señala lo siguiente:

Nuestras creencias acerca de Internet pueden tener consecuencias importantes sobre la relación individual que tengamos con la tecnología y sobre las relaciones sociales que construyamos a través de ella. La etnografía, en este orden de cosas, puede servir para alcanzar un sentido enriquecido de los significados que va adquiriendo la tecnología en las culturas que la alojan o que se conforman gracias a ella. (2000, p. 17).

Las consecuencias importantes de las que señala Hine, son precisamente los estilos de vida de las personas, que crean respecto a los usos de Internet, dichos estilos de vida tienen sentido y están muy bien estructurados para responder a un contexto social. La identidad digital tiene sentido y significado distinto para cada usuario. Precisamente el sentido construido, es esa subjetividad experiencial que tienen las personas en las redes digitales.

De acuerdo con lo anterior, la identidad digital es experiencia pura de los usuarios conectados a Internet explorando las diferentes redes digitales o sociales. A raíz de la contingencia sanitaria causada por el Covid-19, se acentuó aún más el uso de Internet, esto por el aislamiento, evitar el contacto directo para no propagar el virus, en este sentido, se habla del uso

exponencial y quizás desmedido de las redes digitales. En el caso de los jóvenes, al no poder tener contacto directo, con amigos y familiares, se optó por usar Internet más de lo que se considera “normal”. Esto llevo a que de algún modo cambiaran las relaciones e interacciones humanas y pasar más tiempo en los espacios virtuales, lo llevo a un desapego de la realidad tangible.

De acuerdo con las funciones de las redes digitales y las actividades de los jóvenes, se puede decir que a continuación se describen los factores y el proceso que está detrás de la construcción de la identidad digital:

Las tecnologías digitales constituyen una innovación tecnológica radical, frente a la cual los jóvenes tienen evidentes ventajas respecto de sus padres y abuelos. Las tecnologías digitales son una condición reciente del mundo social, que sienta las bases de las comunicaciones masivas, la interacción personal, la búsqueda de información y recursos, pero también las fuentes del entretenimiento, del encuentro y de la participación para la gran mayoría de la población. (Basile, Linne y Urresti, 2015, p. 21).

Es clara la idea de que las tecnologías digitales fueron desde sus inicios y siguen siendo un fenómeno de innovación en los diferentes contextos de la sociedad, sobre todo por la “rapidez” y la “eficacia” con la que actúan para mantener comunicadas a las personas. Sin embargo, los medios de comunicación, no solo comunican, sino que constituyen toda una red de conexiones, creaciones y recreaciones de los espacios tanto físicos como virtuales que después se reflejan en la realidad social de las personas.

En esa recreación y construcción habitan individuos, en este caso los jóvenes, que se desenvuelven en una realidad que está en constante cambio, debido a los nuevos contenidos y novedades que emergen desde las Industrias Culturales para moldear la vida social y cotidiana de las personas. Estos contenidos, en nuestro caso digitales. son significativos desde que los usuarios le otorgan un sentido, construyendo y recreando de esta forma su identidad digital.

1.1.1. El constructivismo estructuralista de Bourdieu

La importancia de abordar los análisis de Pierre Bourdieu en esta investigación, radica en la visión crítica que tiene sobre las prácticas sociales que realizan las personas en la vida cotidiana. Van desde jugar fútbol, ir a la escuela, trabajar, manejar un transporte, ser comerciante, entre otras actividades. Pero también, se reflexiona sobre cómo estas prácticas, se han legitimado en la sociedad y que, a pesar de múltiples análisis y reflexiones, se continúan tomando como naturales, es decir, se naturalizan.

A partir de esto, podemos decir de la realidad social se construye y con ella, todas las creencias, mitos, verdades y mentiras, lo bueno y lo malo, lo feo y lo bello. Todas estas ideas aparentemente “básicas”, son las que rigen nuestro modo de pensar actualmente. Los discursos por parte de las grandes empresas capitalistas, dedicadas a producir objetos de consumo, tanto de forma material como simbólica, han construido todo un estilo de vida “bueno”, y que es deseable de alcanzar por las personas, pues dentro de las creaciones simbólicas de consumo, también manipulan los deseos y las necesidades.

Para tener una idea de la construcción social de la realidad, Berger y Luckmann, señalan lo siguiente:

La realidad de la vida cotidiana se presenta ya objetivada, o sea, constituida por un orden de objetos que han sido designados como objetos antes de que yo apareciese en escena. El lenguaje usado en la vida cotidiana me proporciona continuamente las objetivaciones indispensables y dispone el orden dentro del cual éstas adquieren sentido y dentro del cual la vida cotidiana tiene significado para mí. (2003, p. 37).

En concordancia con Berger y Luckmann, notamos que la realidad que nos rodea, que esta, está construida consensualmente, desde el lenguaje, la escritura, y criterios de valor que se les da a las cosas como el dinero, entre otras cosas. Hasta cierto punto se puede decir que dicha

construcción de la realidad, da orden a las personas, los discursos, son pieza clave para continuar con la legitimación de las ideas que se “necesitan” saber en la sociedad y que es importante difundirlas. Ante esta realidad que se construye de manera colectiva, podemos ver la objetividad con la que se actúa sin perder los fones, sentidos y significado que estas tienen, se logran instaurar los discursos en las personas y en las generaciones.

Para Bourdieu, existen varios factores que influyen en la vida social, que la determinan y la construyen, hasta el grado de reproducirla como si fuera un ciclo de patrones sociales. Bourdieu, señala que existen dos elementos centrales que explican el comportamiento y las prácticas de las personas en la realidad social cotidiana: el habitus y génesis.

Estos dos conceptos son parte de una gran teoría de Bourdieu, para entender cómo funcionan, es necesario abordar esta teoría, que rige nuestra investigación: el constructivismo estructuralista. Bourdieu ofrece una idea de lo que es esta teoría:

Por estructuralismo o estructuralista, quiero decir que existen en el mundo social mismo, y no solamente en los sistemas sociales simbólicos, lenguaje, mito, etc., estructuras objetivas, independientes de la conciencia y de la voluntad de los agentes, que son capaces de orientar o de coaccionar sus prácticas o sus representaciones. Por constructivismo, quiero decir que hay una génesis social de una parte de los esquemas de percepción, de pensamiento y de acción que son constitutivos de lo que llamo habitus, y por otra parte estructuras, y en particular de lo que llamo campos y grupos, especialmente de lo que se llama generalmente las clases sociales. (2000, p. 127).

Esta propuesta teórica que nos brinda Bourdieu, nos ayuda a analizar las relaciones sociales, las prácticas sociales de las que se hablaban anteriormente, que como bien se indica las líneas anteriores, existen estructuras simbólicas que “organizan”, “orientan” y hasta cierto punto ejercen poder y obligan a los sujetos a ejecutarlas dentro de la cotidianidad en la que viven.

En este sentido, podemos decir que el constructivismo estructuralista de Bourdieu, se esfuerza por analizar y reflexionar sobre el origen de esas prácticas sociales y los factores que influyen para que se den de cierta forma. Conceptos como: capital cultural, capital económico, capital simbólico y habitus, nos ayudaran a ver los quiebre sociales y el poder que ejerce la ideología y los discursos de las clases que tienen poder simbólico legitimado, en palabras de Bourdieu.

Uno de los puntos que se analizan en esta investigación, es la desigualdad en el acceso a internet y a las diferentes redes sociales digitales, en el contexto de la pandemia del Covid-19. Los actores son jóvenes, de entre los 17 y 18 años de edad, la mayoría son de la ciudad de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, dos jóvenes son del municipio de Chimalhuacán, Estado de México. El objetivo, es analizar cómo se construye la identidad digital en estos jóvenes, en el contexto de la pandemia.

De acuerdo con lo anterior, fue menester apoyarnos de la teoría de Bourdieu, para poder comprender las prácticas sociales digitales que tienen los jóvenes en su interacción con los espacios digitales. A partir de esto, apostamos por analizar y reflexionar que dentro del uso de las redes sociales digitales y las plataformas multimedia donde pasan tiempo los jóvenes, impera el poder de las empresas tecnológicas que los orientan hacia una conducta de consumo y desajustada de la realidad en la que se viven.

En este sentido, podemos decir que la realidad social está construida por estructuras objetivas, como señala Bourdieu, que pueden entenderse como objetos materiales, en el contexto de la pandemia, podemos mencionar teléfonos celulares, computadoras, tabletas, entre otras, que son necesarias en este evento coyuntural como lo es la pandemia del Covid-19, y que al prescindir de uno de estos factores provoca desventaja y desigualdad, que determina el conocimiento de las personas, actitudes y su experiencia en el mundo que lo rodea. En este caso, al hablar de jóvenes, al no contar con servicios de internet y no contar con uno de estos artefactos tecnológicos, determina su aprendizaje.

Estas estructuras objetivas, también pueden interpretarse como el factor en cómo y cultural, pues son independientes de la conciencia y de la voluntad de las personas, es decir, no las pueden controlar, es una construcción social que determina las vidas de las personas y no viceversa. Podemos encontrar un ejemplo, en la escuela, primero como un concepto y luego como una estructura que funciona como medio de socialización para las personas.

En este sentido, las personas no pueden moldear el aparato escolar, es un medio que ya ha sido elaborado colectivamente y que es fácil identificarlo e identificarse con él. Es en este punto donde podemos apuntar nuestros análisis sobre el uso de las redes sociales digitales en la pandemia y cómo a partir de este uso, se construyen las identidades digitales. Las personas, y especialmente los jóvenes, no elijen que ver en Facebook, Tiktok, Instagram o YouTube, más bien, la estructura discursiva de las redes sociales digitales determina los gustos e interés de los usuarios, como resultado, tenemos una manipulación y dominación de nuestros intereses en estos espacios digitales.

Con lo anterior, podemos observar la objetividad de la estructura, no solo como algo material sino como simbólico, donde las empresas tecnológicas creadoras de contenido, manipulan los contenidos tendenciosos que son emitidos en internet, para ser acatados. Es decir, las construcciones de los gustos e intereses de los jóvenes en las redes sociales digitales se da en la realidad social de manera externa que después es interiorizado.

En el caso del constructivismo, Bourdieu, señala que hay una génesis, un origen de las prácticas sociales, en el entendido que estas prácticas sociales, existen factores que llevan a la dominación y la desigualdad social, pues uno de los puntos centrales tanto de esta investigación como de Bourdieu, no es solo ver lo que sucede en las realidades cotidianas, más bien, analizar, comprender y explicar por qué existe la dominación, la guerra, la pobreza y la muerte en los diferentes contextos sociales.

Hay que analizar al constructivismo como el origen de los sistemas de creencias de las personas, es decir, desde cómo perciben el mundo y la realidad, como piensan y cómo actúan. Estos tres aspectos están relacionados y ayudan a comprender ese constructivismo. En este sentido, las prácticas sociales de cualquier índole son orientadas y organizadas, pero existe un origen de esas prácticas, y se relaciona estrechamente con el *habitus*.

El constructivismo, también puede interpretarse como la manera en cómo se va construyendo la ideología, los gustos e interese de las personas en un contexto determinado. De manera general, podemos decir que, actualmente los gustos e intereses de los jóvenes se han construido en medida que han tenido contacto con las redes sociales digitales. Su experiencia a través de estos espacios, es lo que ha propiciado la construcción de las identidades digitales.

En cuanto al *habitus* social que es parte del constructivismo, Bourdieu brinda una idea sobre a qué se refiere con este concepto: “a cada clase de posiciones el *habitus*, que es el producto de condicionamientos sociales asociados a una determinada condición, hace corresponder un conjunto sistemático de bienes y de propiedades, unidos entre ellos por una afinidad de estilo.” (2011, p. 31).

En concordancia con lo anterior, podemos ver uno de los puntos centrales del constructivismo estructuralista, donde el *habitus* como concepto central en esta teoría, viene siendo resultado de condicionamientos sociales determinados y determinantes. Estos condicionamientos determinados son las prácticas e ideologías que les son dadas a las personas de acuerdo con su contexto, por ejemplo, pueden ser las costumbres.

Esto lo podemos ver, más actualmente, con el uso de la tecnología, donde parece ser algo normal, tanto los contenidos, los discursos con los que están estructurados y sobre todo los fines con los que son elaborados imperando en el mayor número de personas a las que llega a través de los satélites y conexiones a internet.

Estos condicionamientos sociales, parecen ser parte de las tradiciones sociales en cómo se legitiman los conocimientos en la sociedad, pues imponen a que las personas utilicen, practiquen y rindan tributo a objetos simbólicos y materiales. Si pensamos en internet y en las redes sociales digitales, estas son vistas como factores necesarios y “vitales”. Lo necesario, puede caber dentro del uso de los medios digitales como formas de comunicación instantánea, sin embargo, la vitalidad, lleva por la senda de la obsesión y la dependencia de estos artefactos tecnológicos como el teléfono celular (Smartphone), y las redes sociales digitales como WhatsApp o Facebook.

Lo determinante en los condicionamientos sociales, es la parte donde ya están impuestas las ideologías y prácticas sociales, en el caso del uso de los teléfonos celulares y las aplicaciones digitales, van determinando las conductas de los usuarios, sus gustos e intereses, los estilos de vida que ven internet y que los provoca a alcanzarlo. Sin embargo, muchas veces la diferencia cultural y material determinan los estilos de vida de las personas. De acuerdo con lo anterior, los estilos de vida de los que habla Bourdieu, son producto de la experiencia de los sujetos en su realidad contextual, tener o no tener acceso a internet depende de las condiciones materiales que tengan las personas, en nuestro caso, los jóvenes de estudio. En esta investigación, internet es un factor importante en este periodo de pandemia del Covid-19, es por medio de la web, donde los jóvenes obtienen sus experiencias en medida de los contenidos con los que estén expuestos.

Con lo anterior, al abordar el uso, permanencia y elección de contenido en las redes digitales, estamos entrando al consumo cultural digital, donde lo importante es ver, cómo nuestros jóvenes de estudio son determinados por los contenidos que hay en internet. Ver ese habitus, que construye sus identidades digitales con relación a su experiencia en los espacios digitales. A la luz del constructivismo estructuralista de Bourdieu, se analizan cómo construcciones de las identidades digitales en los jóvenes de investigación en este periodo de pandemia causada por el Covid-19.

Al analizar cómo se construyen las identidades digitales juveniles, se tocarán aspectos que están involucrados en este fenómeno, tal es el caso de la desigualdad en el acceso a internet, como se mencionó anteriormente, otro aspecto que revisamos en esta investigación, son las relaciones de poder que fluyen en las redes sociales digitales. Estas relaciones de poder, pueden notarse en primera instancia en los discursos de las empresas capitalistas que imponen contenidos que son arraigados y vividos por las personas en los diferentes contextos.

En concordancia con lo anterior, las prácticas culturales digitales, nos llevan al consumo tanto material como simbólico, las prácticas son construidas y legitimadas por la misma sociedad, en medidas que las personas y los jóvenes están en constante uso de las redes sociales digitales y de las plataformas multimedia como lo es YouTube. Jenkins, propone un concepto que explica el fenómeno del uso de los medios digitales:

Con «convergencia» me refiero al flujo de contenido a través de múltiples plataformas mediáticas, la cooperación entre múltiples industrias mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias mediáticas, dispuestas a ir casi a cualquier parte en busca del tipo deseado de experiencias de entretenimiento. «Convergencia» es una palabra que logra describir los cambios tecnológicos, industriales, culturales y sociales en función de quienes hablen y de aquello a lo que crean estar refiriéndose. (2008, p. 14).

Sabemos que el fenómeno del crecimiento y expansión de las redes sociales digitales, tiene sus raíces en la comunicación. Es a partir de esta, donde se da el proceso de creaciones de contenidos, de discursos, que quieren explicar, decir algo o mostrar algo en videos o imágenes a través de las pantallas de los teléfonos celulares, computadoras y televisiones. Jenkins, explica el fenómeno del uso y consumo de las plataformas digitales, vemos que participan tres entidades distintas como: las industrias creadoras de contenidos, las plataformas digitales y los usuarios o audiencias que están en constante búsqueda de contenidos.

Teniendo en cuenta lo anterior, podemos ver cómo estos tres fenómenos están relacionados entre sí, donde lo importante es el flujo del contenido que circula y que llega a los usuarios para impregnados de discursos que construyen gustos, intereses, deseos, sueños, felicidad y amor, entre los internautas. Los contenidos que buscan los usuarios, mejor dicho, los jóvenes, los hemos clasificado en dos: para entretenimiento y para el trabajo. Dentro de la última actividad, se encuentra estudiar y la búsqueda de información para realizar tareas o actividades relacionadas.

En la convergencia de la que habla Jenkins, participan tanto las industrias, la cultura digital que es formada por las diferentes redes sociales digitales y las personas que vienen siendo los usuarios de los espacios virtuales. Es importante mencionar, que desde la aparición de internet y con este, las redes sociales digitales, han facilitado las comunicaciones en muchos sentidos, hay más acceso a la información, estilos de vida, modos de ser y estar en el mundo. lo que significa que es un gran avance tecnológico para la humanidad. García Canclini opina lo siguiente respecto al avance y a los beneficios tecnológicos:

Peor con la globalización también vinieron Google y Yahoo, las enciclopedias virtuales, la oportunidad de acceder a diarios y a revistas en pueblos a los que no llegan en papel y conocer libros y espectáculos donde faltan librerías, salas de concierto o cine. Ser internauta aumenta, para millones de personas, la posibilidad de ser lectores o espectadores. (2007, p. 78).

Como dice García Canclini, la globalización y la convergencia de la que señala Jenkins ayudar a analizar los flujos de contenidos, pero también los fines que persiguen las industrias tecnológicas que están en constante edición de materiales para ofrecer a los usuarios. En los dos conceptos anteriores, podemos ver la teoría constructivista estructuralista de Bourdieu, donde se analizan esos flujos de contenidos que determinan las prácticas sociales de los jóvenes y de las personas en general. Esta investigación explica la legitimación e interiorización de los discursos.

De acuerdo a las facilidades y oportunidades que ofrece internet, también se ven las desventajas en el uso de esta herramienta tecnológica, García Canclini opina sobre una serie de ejemplos, relacionados con el uso de lo internet que son comunes en la actualidad:

Las tecnologías comunicacionales avanzadas también sirven para trastornar y destruir, como la circulación masiva de spam, los usuarios de móviles para realizar ataques terroristas islámicos en capitales occidentales y para que las mafias planifiquen y ordenen desde la cárcel secuestros o tomas de ciudades en América Latina. ¿Cómo no asociar esto con el origen de Internet en la investigación militar y con las guerras estilizadas como espectáculos de despliegue visual? (2008, p. 79).

La destrucción de la que señala García Canclini, es precisamente el uso inadecuado a la tecnología, sin embargo, en nuestro caso, internet y las diferentes redes sociales digitales, enredan a los jóvenes y a las personas en general para que se motiven a comprar. De manera general, es el modo en cómo operan las industrias de creación digital, en este sentido, existe toda una lógica y sentido de estas prácticas sociales actuales, relacionadas con el uso de las redes sociales digitales.

Para los internautas las fronteras entre épocas y niveles educativos se desdibujan. Si bien en la web sigue habiendo brechas, tanto en los modos de acceso como en la amplitud y la heterogeneidad de repertorios a los que llegan distintos sectores, al navegar o googlear textos e imágenes de épocas diversas la cultura de los vecinos y los alejados se vuelven asombrosamente accesibles. Se «familiariza». (García Canclini, 2008, p. 74).

En concordancia con García Canclini, ayuda a explicar dos características de las juventudes actuales, por un lado, vemos la desigualdad en acceso a internet, por lo tanto, la desigualdad educativa respecto a las clases en línea que se están llevando, la elaboración de tareas y la búsqueda de información.

Por otro lado, vemos se da un acercamiento y accesibilidad de lugares, espacios y conocimiento, personas que no están físicamente dentro de nuestro contexto. En el sentido de que, podemos platicar con una persona que se encuentra en Italia o Francia, sin salir de casa, o conocer países por medio de las imágenes. Es aquí, donde García Canclini, dice que las fronteras físicas se desvanecen y son traspasadas a través de internet para ofrecer entretenimiento e información a los usuarios sin desplazarse de manera física.

El constructivismo estructuralista, ayuda a comprender e interpretar las prácticas digitales juveniles, donde estas están construidas a través de las relaciones de poder y la violencia simbólica, al producir desigualdades y dominación en los accesos a los medios digitales. Con lo anterior, las identidades digitales son contextuales y se forman a partir de la experiencia de los sujetos, sin embargo, interesa analizar lo que ven y hacen los jóvenes en las redes sociales digitales. podemos decir que las identidades digitales en general, se construyen de manera desigual, pues no todos tienen el mismo acceso a contenidos, ni objetos simbólicos.

El constructivismo estructuralista, puede apreciarse en las prácticas sociales desde el hallha, Bourdieu explica desde el estructuralismo la construcción del mundo a partir de las experiencias individuales, que también podemos referirnos a las subjetividades:

Haciendo esto, repudiamos al sujeto universal, el ego trascendental de la fenomenología que los etnometodólogos retoman por su propia cuneta. Sin duda los agentes tienen una captación activa del mundo. Sin duda construyen su visión del mundo. Pero esta construcción se opera bajo coacciones estructurales. (2008, p. 133).

En concordancia con Bourdieu, los sujetos construyen sus propias visiones del mundo, como en el caso de las redes sociales digitales, donde son utilizadas de manera “autónoma”, sin embargo, como señala el autor existen coacciones e imposiciones en la realidad social que va moldeando la vida, el valor y los intereses de los jóvenes y de las personas en general.

1.1.2. El universo de las redes sociales digitales

En este apartado, se analiza y se reflexiona sobre la teoría de Bourdieu, el constructivismo estructuralista y el universo de las redes sociales digitales, con el objetivo de matizar los fines que tienen los medios de comunicación con los usuarios, y tratar de desarticular la lógica con la que operan. Es importante tomar en cuenta, el énfasis que hacemos sobre las redes sociales digitales, pues, aunque Bourdieu no hablo como tal de los medios digitales, brindo las reflexiones y conceptos que permiten analizar cómo han operado y continúan vigentes en las prácticas sociales de cualquier espacio social, tanto espacio físico como digital.

Bajo el supuesto de que los medios masivos de comunicación, como la radio, la televisión e internet, han servido para la manipulación de la información y la dominación de las personas, llamadas masas. Para precisar el término anterior, Le Bon señala lo siguiente: “en su sentido ordinario, la palabra “masa” o “muchedumbre” significa una reunión de individuos de cualquier nacionalidad, profesión o sexo, sean cuales fueren las causas que los han juntado.” (2018, p. 24).

El autor anterior, explica como es utilizado de manera general este concepto masa y el sentido que se le otorga. En este sentido, surge entonces el termino comunicación de masas, es decir, los medios utilizados por todas las personas posibles, para diferentes fines que llevan precisamente a la imposición de discursos de manera oculta, ya sean discursos políticos, económicos, educativos, entre otros. Actualmente, estos discursos viajan a través de internet y de las diferentes redes sociales digitales, este universo digital, se ha posicionado como un contexto en el que las personas, trabajan, estudian, viven, se expresan y se mantienen comunicados y al tanto de lo que sucede en su contexto local o global.

De acuerdo con lo anterior, se analiza el consumo digital de las juventudes en el contexto coyuntural de la pandemia. La tesis que se sostiene, es que la pandemia acentuó más las desigualdades económicas y

culturales (por mencionar algunas), por consiguiente, las empresas se han dedica crear contenidos para vender y mantener el “orden” social que se ha instaurado por décadas desde la aparición de internet en México. Respecto al último punto, Gloria Koenigsberger, señala lo siguiente respecto a la aparición e inicios de internet en México y sentido de su aparición:

Internet llegó a México en 1989 como una herramienta para la investigación científica básica, aquella cuyo objetivo primario es ampliar los horizontes del conocimiento por el conocimiento mismo. Eran pocas las personas en México que entendían para qué servía una red de computadoras, e inclusive había renuencia a financiar una tecnología que se percibía como de poca utilidad para sectores distintos al académico. Sin embargo, en menos de dos décadas, esta herramienta científica se convirtió en un recurso de primera necesidad para amplios sectores de la sociedad en nuestro país y en el mundo. (2014, p. 13).

En concordancia con Koenigsberger, actualmente internet es un instrumento necesario e imprescindible, tomando en cuenta que, durante la presente pandemia del Civid-19, casi todas las actividades se realizan por medio de plataformas virtuales, por ejemplo: estudiar y trabajar. Pero también, internet se ha convertido en un menú de opciones que, a través de las redes sociales digitales, donde pareciera ser que enfoca todas sus fuerzas para condicionar a los sujetos a estilos de vida de consumo. Jenkins opina que:

Las corporaciones, e incluso los individuos dentro de los medios corporativos, ejercen todavía un poder superior al de cualquier consumidor individual o incluso al del conjunto de consumidores. Y unos consumidores poseen mayores capacidades que otros para participar en esta cultura emergente. (2008, p. 15).

Precisamente, el consumo digital es todo un poder que está presente en los discursos que conduce a las personas al asombro, la novedad en los contenidos, funcionan como anzuelo para atrapar más a los consumidores

y nuevos prospectos. Los jóvenes, siempre vistos como nativos digitales, de acuerdo con Prensky (2001), donde precisamente, este término es adjudicado a los jóvenes familiarizados con la tecnología. Sin embargo, como hemos analizado en puntos anteriores, el acceso al universo digital en general ha sido asimétrico, lo que lleva a tener en cuenta que no existe una ley universal que diga o especifique que todos los jóvenes son nativos digitales y tienen acceso a internet.

El término anterior, quizás solo pueda tomarse como una característica de los que tienen acceso a la web, uno de los puntos centrales que trabajamos en esta investigación, no es la cantidad de horas y acceso que se permanezca en las redes sociales digitales, más bien, lo que interesa es conocer lo que hacen los jóvenes en estos espacios virtuales. Los fines que ellos tengan y los significados que le otorguen a estos espacios son de gran importancia, con esto, se puede analizar a partir de que contenidos los jóvenes construyen su identidad digital.

La importancia de conocer cómo se construyen las identidades digitales en los jóvenes radica en que, es una generación que ha crecido con la tecnología o ha tenido un acercamiento a ella. “Al ser una generación joven se han familiarizado ella”, sin embargo, la ciencia oculta de las industrias tecnológicas, que convence a las personas en general para consumir, comprar, reproducir un estilo de vida descontextualizado de su cotidianidad, Lipovetsky le llama: seducción:

Se ha definido la sociedad posindustrial como una sociedad de servicios, pero de manera todavía más directa, es el auto-servicio lo que pulveriza radicalmente la antigua presión disciplinaria y no mediante las fuerzas de la Revolución sino por las olas radiantes de la seducción. Lejos de circunscribirse a las relaciones interpersonales, la seducción se ha convertido en el proceso general que tiende a regular el consumo, las organizaciones, la información, la educación, las costumbres. (1986, p. 17).

La seducción, puede entenderse como la persuasión, la novedad de las cosas que se presentan en la realidad cotidiana, llaman la atención, como si se tratara de una especie de magia que cautiva a las personas, en nuestro caso con los jóvenes, logra impactar al grado de presentarse como “necesidad”.

Lo anterior, no quiere decir que internet no sea un medio indispensable para realizar actividades, como trabajar o conectarse a clase virtuales. Más bien, lo que más abunda en los espacios virtuales son producciones simbólicas que se imponen a las personas para ser adquiridas y entrar a sus vidas. Esto se puede ver con el uso de los teléfonos celulares, el deseo se presenta al ver las nuevas características con las que cuentan los nuevos dispositivos, el deseo y las ansias crecen por obtener un Smartphone actual.

En concordancia con Lipovetsky, la seducción como fenómeno es la mediadora entre el producto y el cliente, en cualesquiera que sean los bienes y servicios, se articulan estas relaciones para llevar a cabo el proceso de consumo. Con lo anterior, el Instituto Federal de Telecomunicaciones, (IFT), señala que: “uso de Smartphones para más actividades. Entre 2019 y 2020 aumentó 20.6% el uso de llamadas o video llamadas a través de plataformas digitales (Skype, WhatsApp, Facetime, etc.), y de compras en Internet (9.9%7).” (2021, p. 12).

Con lo anterior, vemos que las telecomunicaciones como servicio, han imperado en el terreno de las ventas y propiamente de la comunicación. Se analiza a partir de esto, que no son solo medios para la comunicación, sino que también, son medios para el control de las personas por medio de la imposición ideológica, con estrategias psicológicas llamadas marketing, que organizan contenidos para ser emitidos a las personas, especialmente a los jóvenes, que en palabras de Lipovetsky: seducen. El problema que aquí se plantea, no es como tal la tecnología, ni las redes sociales digitales, más bien, la problemática radica en los fines con los que se mueven estos medios por medio de los discursos simbólicos.

El Instituto Federal de Telecomunicaciones, (IFT), ha señalado el incremento del uso de los Smartphones, teléfonos celulares inteligentes en los cuales se puede acceder a plataformas multimedia, de música y videos, así como también a las redes sociales digitales, como: Facebook y WhatsApp, por mencionar las más conocidas y utilizadas. Es a través de las pantallas que los diferentes dispositivos electrónicos, que las personas se pasan gran parte de su tiempo, ya sea trabajando, estudiando, buscando información o solo algo de entretenimiento para “matar el aburrimiento.”

En concordancia con lo anterior, respecto al consumo y a la “autonomía racional” que se tiene, Jenkins señala lo siguiente:

Más que hablar de productores y consumidores mediáticos como si desempeñasen roles separados, podríamos verlos hoy como participantes que interaccionan conforme a un nuevo conjunto de reglas que ninguno de nosotros comprende del todo. No todos los participantes son creados iguales. (2008, p. 15).

Lo anterior, brinda un punto de vista distinto para no ver solamente el proceso de consumo como algo lineal, sino, como algo bidireccional, es decir, un intercambio de intereses mediante la participación de los consumidores y las industrias tecnológicas o culturales. Es importante señalar lo que indica Jenkins, que el proceso de consumo o asimilación de contenidos es un hecho que se da de manera incompresible por ninguno de nosotros. De algún modo, el consumo no solo es comprar o adquirir un producto, sino que, solo ver un cartel espectacular de alguna marca reconocida, estamos entrando a la lógica de las empresas o industrias capitalistas: consumir.

También, de acuerdo con el autor, señala que no todos los participantes son creados iguales, esta sentencia, puede ver en lo que señalábamos con anterioridad, en el entendido de que no todos los jóvenes consumen redes sociales digitales de la misma manera, en este sentido no todos tienen acceso a todos los contenidos que se ven por medio de las redes digitales, como lo hemos comentado.

En concordancia con lo anterior, uno de los supuestos que se sostienen en esta investigación, va en función de que las redes sociales digitales y toda industria de contenidos digitales, producen estereotipos, formas simbólicas, que representan a los usuarios en las redes, pero esta presencia o representación que se hace no es autónoma, más bien es un producto de estas industrias. Lovink, opina que: “el rol que les queda es el de medir los efectos del despliegue de las TIC en una gama de sectores que se expanden rápidamente.” (2019, p. 13).

Dichos efectos, pueden verse y medirse en este periodo de pandemia, donde se acentuaron más las desigualdades en cuanto al acceso a internet y a las redes sociales digitales. Éste es uno de los efectos más notorios, sin embargo, se ven todo tipo de desigualdades: económica, educativa, de salud, entre otras. En cuanto a las redes digitales, Castells señala que: “las redes operan con una lógica binaria: inclusión-exclusión.” (2009. p. 46).

De acuerdo con Castells, medimos el acceso y los fines del universo digital en el sentido objetivo, pues encontramos los datos que indicamos con anterioridad, donde ha incrementado el uso de internet y teléfonos celulares, sin embargo, no podemos hablar en términos universales que “todos los jóvenes en el periodo de pandemia de la Covid-19, tienen acceso a internet.” Son muchos los factores que intervienen en este proceso, siendo el factor económico el determinante en la mayoría de los casos.

A partir de lo anterior, Bourdieu indica algunos factores de los estilos de vida de las personas, especialmente de las juventudes actuales:

El mundo social puede ser dicho y construido de diferentes modos según diferentes principios de visión y de división: por ejemplo [,] las divisiones económicas y las divisiones étnicas. Si es cierto que, en las sociedades más avanzadas desde el punto de vista económico, los factores económicos y culturales tienen el poder de diferenciación más grande, resulta que la fuerza las diferencias económicas y sociales no es nunca tal que no se pueda organizar a los agentes según otros

principios de división: etnias, religiosos o naciones, por ejemplo. (2000, p. 135).

De este modo, lo anterior nos ayuda a ver el mundo social o realidad social, como una estructuración de estilos de vida en la medida de nuestra posesión de capital cultural y económico. Estos dos aspectos, son imprescindibles para el desarrollo de la vida social de las personas, sin embargo, estas diferencias o desigualdad, se ha vuelto ya, una dinámica de la sociedad actual.

Podemos notar entonces, los fines y significados que persiguen las redes sociales, internet en general, al aumentar las brechas de acceso para estar en la web. Este es un problema estructurado, elaborado, que es articulado en las prácticas de las personas de tal manera que se naturalizan y que reproducidos por medio de su lógica de usuario y consumidor. McLuhan y Power, opinan lo siguiente con respecto a la aceleración sobre el uso de la tecnología:

El ordenador, que trabaja a la velocidad de la luz a través de una miríada de aparatos de comunicación, producirá nuevos productos y servicios hechos a medida para potenciales compradores que han señalado con anterioridad su preferencia a través de la base de datos, ya sea un programa de seguro/inversión perfectamente adaptado o unas vacaciones de ensueño. (1995, p. 96).

Para la década del 1995, los autores anteriores ofrecen una visión importante sobre los medios de comunicación, sobre todo del ordenado o computadora, donde actualmente podemos ver la rapidez con la que trabaja este artefacto tecnológico que atravesó del tiempo ha mejorado para una mejor función. No es novedad que actualmente los instrumentos tecnológicos como la computadora, o el teléfono celular inteligente, brinden productos a través de la publicidad que se manejan en las diferentes páginas web. Para las grandes empresas es una estrategia de marketing para llegar a más personas y vender más productos.

El uso de la tecnología, específicamente el uso de internet en la actual pandemia de la Covid-19, ha desarrollado y marcado cambios drásticos en la sociedad actual, un antes y un después, sobre todo en los modos de “socializar”, de “organizar” la vida cotidiana, debido al confinamiento muchas de las actividades comenzaron a migrar hacia el modo virtual o digital de ser y estar. Castells ofrece una visión de los que redes sociales, así como el efecto que estas tienen y el fin que persiguen:

En las redes sociales y organizativas los actores sociales, promoviendo sus valores e intereses e interactuando con otros actores sociales, están en el origen de la creación y programación de las redes. Sin embargo, una vez establecidas y programadas, las redes siguen las instrucciones inscritas en su sistema operativo y pueden autoconfigurarse dentro de los parámetros de los objetivos y procedimientos que se le hayan asignado. (2009, p. 45).

Siguiendo la línea de Castells, notamos el análisis de que las redes sociales son redes que organizan la vida y las actividades de las personas, en el sentido de que, en estas redes sociales digitales, ya sea de entretenimiento o trabajo, las personas involucradas interactúan compartiendo gustos e intereses, pensamiento y opiniones sobre el motivo de esa organización.

Lo anterior, podemos verificarlo con los jóvenes que crean grupos de juego en línea, llamados gamers, donde es toda una cultura digital, o comunidad virtual, que se identifican con los videojuegos. Podemos decir que es una cultura digital, pues comparten gustos, intereses, ideas y valoran las tipologías de videojuegos.

La interacción de los jugadores, es construida en función de dicha experiencia con los videojuegos, esto supone, una creación o construcción de la identidad de los miembros de la comunidad de estos espacios. En este sentido, podemos visualizar una organización social de grupo, por edad, por sexo, que están integrados de manera que el centro de esa concurrencia sea los videojuegos.

Podemos ver dicha organización, participación de las personas en general en estos espacios, sin embargo, internet y las diferentes redes sociales digitales son un sistema que mantienen un estilo de contenidos novedoso que son presentados ante los usuarios para que puedan adquirir contenidos o accesos. Para continuar con el ejemplo, los gamers como jugadores, tienen toda una serie de accesorios, equipos, para estar adaptados y en condiciones de jugar. En su introducción, Muriel, ofrece algunas características del ser gamer:

Me ocurre algo similar en las búsquedas en Internet, pero también en tiendas físicas que visito: se venden sillas de oficina para gamers, con unos diseños y colores muy marcados (los azules y rojos predominan). No son los únicos elementos catalogados para gamers. Hay auriculares, micrófonos, pastas térmicas, camisetas, bandanas, alfombrillas de ratón, ordenadores, chocolates, pendientes, figuras, carteles, libros, mochilas, vinilos, gafas, zapatillas, bebidas, relojes, carteras, guantes, llaveros, ropa de bebé, cojines, altavoces, anillos y un largo etcétera. Sin saber muy bien cómo ni cuándo, surgieron «cosas gamers». (2018, p. 19).

Esto da una visión más amplia de lo que significa ser un gamer, a parte de las habilidades que se deben poseer para ser un buen jugador y poder estar dentro de una liga de jugadores o equipo. Sin embargo, está a práctica articulada como muchas otras, como jugar fútbol y pertenecer a un equipo, son parte de una serie de lógicas de consumo. Están de por medio la adquisición de objetos y discursos que no son totalmente propios ni de las personas ni la de los contextos.

Esta adquisición nos remite a los fines de las industrias tecnológicas que operan a través de las redes sociales digitales, donde se ven tipos y formas de objetos tanto materiales como simbólicos. Precisamente, la crítica va enfocada en la manera en como son presentados ante los usuarios y el público en general los productos, dando a entender los fines de venta que tienen las industrias creativas.

La Secretaría de Cultura de México, ofrece una definición o acercamiento a estas industrias creativas digitales:

En la convergencia de las tecnologías que crecen de modo exponencial, y de los cambios culturales que impactan todos los órdenes de actividad del ser humano, emergen nuevos espacios para la creación artística. En ellos surgen las Industrias Creativas Digitales (ICD), como uno de los sectores de mayor crecimiento en el ámbito global. Estas industrias reflejan la influencia de las tecnologías digitales en la creación y el desarrollo de nuevas expresiones culturales, transforman la noción de propiedad intelectual, originan nuevas conexiones entre creadores y consumidores, y redefinen las fronteras de la creación artística, así como sus modelos de distribución y adopción en la sociedad. Finalmente, auguran el tránsito de las expresiones culturales hacia nuevas formas de interactividad y experiencia, según su grado de digitalización. (2018, pp. 18 y 19).

Notamos el incremento de plataformas digitales y con estas el uso que se les da en la vida cotidiana, se entiende por un lado la importancia sobre los avances en comunicaciones digitales y el desarrollo de espacios para creaciones académicas en general. Sin embargo, caemos nuevamente en los fines que persiguen los medios digitales, a parte de la exclusión, a los sectores que no tienen acercamientos o acceso a estas, vemos el poder en las personas que si tienen acceso a estos medios digitales.

Podríamos decir entonces que, las industrias creativas digitales, son eso, pero también son creadoras de discursos de poder sobre las personas que no pueden tener acceso a estos contenidos. Vamos desde lo más básico que es tener acceso internet, con la actual pandemia de la Covid-19, se realizó migración de contenido a espacios digitales, lo que sucedió empeoró más la situación, pues con esto, se restringió aún más la información para las personas, especialmente para los jóvenes.

1.1.3. Cultura digital, cultura de consumo

La cultura digital puede entenderse como las actividades e interacciones que comparten las personas en internet, a través de las diferentes plataformas digitales como; WhatsApp, Facebook, Instagram, Twitter; y las plataformas multimedia como YouTube y Spotify, por mencionar algunas. Estas redes sociales digitales, representan un espacio donde las personas están, viven, trabajan, estudian y se entretienen. La UNESCO, ofrece una idea sobre cultura digital:

En este sentido, debemos reconocer que la cultura digital no sólo se vincula a la digitalización de expresiones analógicas, sino que remite a un espacio sumamente dinámico, en el que conviven las modalidades multimedia, crossmedia, transmedia, así como la realidad aumentada y la realidad virtual. (2017, pp. 26 y 27).

Partimos de la idea de que la cultura digital es cultura de consumo, al realizar el análisis sobre cómo operan en el presente contexto de la pandemia de la Covid-19, siendo este un evento coyuntural para la humanidad, el universo digital en sus múltiples facetas y plataformas ha ganado terreno al ser el espacio más usado, como lo describimos con anterioridad. Sin embargo, el uso, la concurrencia les ha beneficiado de gran manera al grado de que se puede con la similitud que tiene con el sector de la salud.

En el ámbito de salud pública, se han realizado ventas masivas, a gran escala de cubre bocas, gel antibacterial, alcohol y todos los instrumentos para sanitizar y limpiar espacios. Es un tipo de consumo médico a nivel global y sin estos insumos estaríamos “desprotegidos” e inmunes ante el virus. De este modo, ha aumentado también el uso de internet y de las redes sociales digitales que existen, siendo el teléfono celular un medio de acceso rápido. El consumo de internet, ha aumentado la dependencia de las redes sociales digitales, para entretenimiento y para

estar en contacto con las personas, como: amigos, familia, o simplemente para saber lo que sucede en el mundo.

Es debido al confinamiento por la pandemia que el uso emergió el uso exponencial de la internet, siendo este un espacio que ofrece todos los servicios, para sobrellevar la pandemia. Aunque está de por medio, las personas que no tienen acceso a estos espacios virtuales, uno de los proyectos iniciales de internet es que fuera una herramienta para todos, para poder llegar a más personas, poder ser una herramienta útil que brinde información y acceso a las personas. Internet y las redes sociales digitales son tecnologías de gran ayuda para la humanidad en estos tiempos difíciles de pandemia, sin embargo, se realiza el análisis para ver el uso que le dan las personas y cómo las industrias creativas digitales se dirigen hacia las personas con diferentes contenidos:

No pretendo frenar la edad multimedia. Sé perfectamente que en un periodo de tiempo no demasiado largo una mayoría de la población de los países opulentos tendrá en casa, además de la televisión, un mini-ordenador conectado a Internet. Este desarrollo es inevitable y, en último extremo, útil; pero es útil siempre que no desemboquemos en la vida inútil, en un modo de vivir que consista sólo en matar el tiempo. (Sartori, 1998, p. 12).

Siguiendo la línea de este autor, retomamos la idea sobre el buen juicio que tenemos sobre la tecnología en general, pues esta, ha ayudado a llevar a cabo múltiples avances tecnológicos que han ayudado a la humanidad en su desarrollo. Tal es el caso de las comunicaciones, ahora podemos comunicarnos en cuestión minutos con familiares y amigos, que se encuentran en otro estado de México o en otro país.

No se pretende desechar la importancia que tienen estas nuevas formas de comunicaciones digitales, más bien, se expone los detalles que están detrás de estos aspectos que parecen necesarios, que son legitimados y naturalizados en la cotidianidad de las personas. Sartori, señala la importancia de la tecnología como los ordenadores (computadoras o pc),

conectados a internet, a esa web que es una ventada al espectáculo a lo nuevo que vemos ahí. Peor también el autor hace la crítica a que la utilidad no puede cambiar a lo inútil, es decir, dejarnos caer y sumergirnos en el mar de entretenimiento que ofrecen estos medios digitales. En este trabajo ya no hablamos solo de medios de comunicación, pues no solo sirven para comunicarnos, sino también, para entretenernos, ahora hablamos de medios digitales o virtuales.

Actualmente, las redes sociales digitales y las plataformas multimedia como YouTube, son espacios donde las personas concurren para el entretenimiento, las personas que tienen acceso a internet, y están revisando contenidos que van desde música de moda, noticias, deportes, comidas, entre otras cosas que les sirva para la distracción. De acuerdo con el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT):

Incremento en el número de actividades por Internet: De 2019 a 2020, se incrementó el porcentaje de usuarios de videollamadas de 60% a 75.7%; las transacciones bancarias pasaron de 20.8% a 29.9% y las compras por Internet aumentaron de 21.8% a 28.6%¹⁷.” (2021, p. 14).

La información anterior, brinda un panorama sobre el uso de internet y consecuentemente, el uso de las redes sociales digitales. En el consumo digital, ha estado permeado por las llamadas telefónicas, y las video llamadas, con el fin de realizar este acercamiento virtual. Sin embargo, como se argumenta en esta investigación, no todas las personas tienen servicio de internet, aunque este ha ido en aumento, pues es a partir del uso del teléfono móvil que las personas pueden tener acceso a internet y a las redes sociales digitales:

Las ofertas del servicio incluyen telefonía ilimitada: En 2019, el 91% de los planes de postpago incluían minutos de voz ilimitados. En prepago, se adicionaron minutos de voz, SMS y MB para navegación libre a partir de recargas de \$30 pesos para todos los montos de

recarga en 2018 y hasta inicios de 2021. (Instituto Federal de Telecomunicaciones, 2021, p. 13).

Las recargas telefónicas por montos de: \$20.00, \$30.00, \$ 50.00, pesos, entre otros montos, que permiten tener acceso a datos móviles, se navegar por internet por cierto tiempo, entrar a las redes sociales como: Facebook y WhatsApp. Por un lado, esto ha sido de gran ayuda para la mayor parte de la población mexicana, pues por medio de las mensajerías instantáneas, permite tener contacto rápido, más económico y seguro.

El consumo es una condición de las culturas, de la sociedad actual en sus diferentes contextos, es herencia de la globalización y de la “modernidad”, es una condición que ha llegado para quedarse y que se ha convertido en necesidad. El cliché de la modernidad, era “desarrollo para el bienestar”, actualmente, eso ha perdido fuerza pues, lo que se tiene ahora es necesidad para encajar en esta dinámica social acelerada para sobrevivir. Algunos argumentan que, el mismo sujeto es un producto, pues con los contenidos a los que está expuesto y reproduce, tiende objetivarse el mismo:

En la actualidad, el consumidor se ha convertido en un producto. Plataformas como Google, Facebook, Foursquare y Twitter son las nuevas plantas de producción, y el usuario online, que deja un rastro digital por el ciberespacio cuando navega por Internet y participa en las redes sociales, genera datos que pueden ser comprados y vendidos con el objetivo de que ciertas empresas mejoren su oferta al consumidor. (Fundación Telefónica, 2021, p. 25).

La idea anterior, explica cómo el sujeto se convierte en un producto, a partir de la interacción que los usuarios tengan en las redes sociales digitales, deja una huella digital, o rastros de los gustos e intereses de las personas, especialmente de los jóvenes. Las páginas web, recaban la información analógica como: correo electrónico y nombre, y sirve para las grandes empresas, para enviar publicidad a la bandeja de los correos electrónicos, por el teléfono celular, cuando se entra a YouTube y Facebook y a otros espacios virtuales.

Se ha dado una gran vinculación de plataformas para que las personas estén atrapadas en las redes publicitarias y propagandísticas de internet. Susana Morales opina lo siguiente:

Volvamos a las huellas que dejamos en el mundo digital. Sabemos que esas huellas son generadas con nuestro consentimiento a través, por ejemplo, de la aceptación de las políticas de cookies que los sitios web utilizan, y del acceso a cookies de terceros. Cada vez que abrimos un sitio, estamos casi obligados a aceptar las políticas de cookies, sea porque se nos indica que si seguimos navegando se considera que lo aceptas, o porque suele ser una pérdida de tiempo buscar la opción de rechazo. El ciclo se completa cuando realizamos una compra o transacción cualquiera, o para recibir un beneficio como un bono de descuento, en que debemos vincularnos con un usuario o contraseña propia o hacerlo a través de nuestras redes sociales. De este modo las huellas que hemos dejado se asocian a nuestra identidad. (2019, 37 y 38).

La autora indica que existe una cierta consciencia sobre lo que buscamos y los términos que aceptamos en internet, llamados cookies, sin embargo, la novedad en los productos, la seducción, como lo decía Lipovetsky, provoca el olvido de la razón, a tal grado que no se está consciente del todo cuando se navega por internet. Aquí la identidad juega un papel fundamental para que las empresas envíen información a nuestros correo o teléfonos. Las empresas, no buscan como tal la identidad analógica del sujeto, más bien se guían, de los gustos e intereses de las personas que navegan, lo que implica que, sin importar la edad y sexo, las industrias creativas digitales, envían información y contenidos a los usuarios sin solicitarlo.

Actualmente, esto representa desde ya, un problema tecnológico, pues desde el punto de vista ético, cada vez hay más usuarios de menor edad en navegando por internet, realizando diversas actividades. Desde cierto punto de vista, esto ya no es no es estrategia de marketing, sino más bien, de

control y dominio social con base a las producciones que realicen las industrias tecnológicas:

Los datos entonces son oro en polvo, el verdadero objeto de disputa entre gobiernos y corporaciones, que viene desatando una guerra comercial incluso entre países (como el caso de Estados Unidos y China a propósito de la tecnología 5G). ¿Qué datos son los que interesan? Lo que pensamos, lo que nos gusta, lo que comemos y a qué restaurantes vamos, la música que escuchamos, nuestras opiniones, etc. ¿Para qué? (Morales, 2019, pp. 39 y 40).

Los gustos e intereses de las personas traducidos en datos, forman una gran masa de información sobre la población que adelanta a las empresas a pensar por nosotros antes que pensemos en algún objeto. Actualmente, con la presente pandemia, las personas que tienen acceso a internet y a las redes sociales digitales, pasan la mayor parte de su tiempo viendo o consumiendo contenidos, lo que significa una exposición alarmante ante la idea que nos presenta la autora.

Nuestros gustos e intereses asociados a nuestra cuenta correo, representa una cacería por parte de las empresas hacia los usuarios. En este sentido, en la búsqueda implacable de entretenimiento por parte de los usuarios y la búsqueda de consumidores por parte de las empresas, la única fórmula que se busca por ambos es la satisfacción de ambas partes.

Los usuarios no somos conscientes del valor económico que representan los datos que generamos cada vez que navegamos o cliqueamos un me gusta, o hacemos una compra virtual. No solamente no somos conscientes: algunas veces, ni siquiera queremos saber. Y otras veces, aun sabiendo preferimos permanecer indiferentes. (Morales. 2019. p. 40).

Uno de los puntos centrales es lo que hemos estamos revisando sobre el proceso de consumo, y es el que señala nuevamente la autora, cuando se navega por internet, no se es consciente de lo que se hace ahí, con solo reproducir un vídeo corto, o reaccionar con cualquier emoticón en Facebook,

estamos exponiendo esos gustos e intereses nuestros. La identidad digital, es construida a partir de hacemos en las redes sociales digitales, y también a partir, de los diferentes contenidos que nos son ofrecidos en los espacios digitales. El poder de las redes sociales digitales, no tiene un límite como tal, hemos comentado que internet ha traspaso las fronteras y la información y contenido ha llegado a lugares imaginados en cuestión de minutos.

La cultura digital es cultura de consumo desde el hecho de que se persiguen fines comerciales, y no de información y construcción de conocimiento. Internet como un mecanismo de interacción que se ha desvirtuado desde el momento que ha comenzado a funcionar como un aparato ideológico del estado más, como lo decía Althusser. Estos aparatos ideológicos, “organizan” y presionan la vida de las personas para ser y estar de determinada manera en la estructura social:

Con todas las reservas que implica esta exigencia podemos por el momento considerar como aparatos ideológicos de Estado las instituciones siguientes (el orden en el cual los enumeramos no tiene significado especial):

AIE religiosos (el sistema de las distintas iglesias),

AIE escolar (el sistema de las distintas “Escuelas”, publicas y privadas),

AIE familiar,

AIE jurídico,

AEI político (el sistema político del cual forman parte los distintos partidos),

AIE sindical,

AIE de información (prensa, radio, T.V., etc.),

AIE cultural (literatura, artes, deportes, etc.). (Althusser, 2011, p. 28).

Las tecnologías actuales, son dispositivos de poder instalados a nivel planetario, sin embargo, en esta investigación se analiza el comportamiento de las redes sociales digitales y de internet en general para realizar

acercamientos al contexto que estamos viviendo. Si la pandemia de la Covid-19, vino a acentuar más las desigualdades, también acentuó más el consumo digital. Althusser, ayuda a visualizar sobre las instituciones que han estado y están presentes en nuestra cotidianidad, los efectos que estas provocan en la sociedad “no son perceptibles al momento”, sin embargo, las secuelas aparecen tiempo después, en formas de reproducción de prácticas sociales y de pensamientos.

Los contenidos de las redes sociales digitales, sirven como caballo de Troya para entrar en las ideas y pensamiento de las personas, las juventudes son el público más susceptible a este tipo de efecto.

Entonces, durante años hemos bregado para que los usuarios dejemos de ser simplemente consumidores de tecnologías, para convertirnos en productores utilizando las potencialidades de la interactividad de las tecnologías. Y resulta que, gracias a ello, corremos el riesgo de convertirnos en activos consumidores, sin que lo hayamos buscado. Mientras más tiempo estamos en las redes virtuales, más atrapados quedamos en las redes de consumo. (Morales. 2019. p. 40).

La idea anterior, indica dos puntos centrales, por un lado, la liberación de los sujetos de los medios tecnológicos, es decir, que sean conscientes de su actuar por el universo digital, que no solo sean sujetos pasivos de consumo. Sin embargo, actualmente se ha caído en este juego de productor y consumidor. La premisa de que “entre más utilicemos las redes sociales digitales, más consumidores seres”, se ha convertido en una realidad, esto debido, a los discursos simbólicos con los que están contruidos los objetos y contenidos.

Lipovetsky, pionero en el análisis del consumo, continúa explicando el poder de la seducción de los objetos:

Liberada del ghetto de la superestructura y de la ideología, la seducción se convertía en relación social dominante, principio de organización global de las sociedades de la abundancia. Sin embargo,

esa promoción de la seducción, asimilada a la edad del consumo, pronto revelaba sus límites; la obra del espectáculo consistía en transformar lo real en representación falsa, en extender la esfera de la alienación y de la desposesión. «Nuevo poder de engaño», «ideología materializada», «impostura de la satisfacción», el espectáculo, a pesar o por el hecho de su radicalidad no se libraba de las categorías de la era revolucionaria (la alienación y su otro, el hombre total, «amo sin esclavo») precisamente en vías de desaparecer en sordina bajo el efecto del reino de la mercancía ampliada. (1986, p. 18).

Notamos entonces, la condición actual sobre el consumo, como es arraigado por las personas, a través de los artefactos novedosos. La seducción como categoría, se puede ver en la medida que las personas tengan contacto con ciertos productos y se sientan atraídos y atraídas por estos. El autor indica uno de los puntos centrales de la sociedad actual, como sociedades de la abundancia, en cierto sentido, puede referirse a la diversidad de productos que se ofertan y se consumen.

No podemos dejar de un lado el consumo como la desigualdad o el acceso a este, de acuerdo con esto, si vemos el consumo desde las redes sociales digitales, bien se pueden adquirir productos materiales, o solo consumir de manera simbólica como: imágenes, música y moda en general. En el caso de las modas que se ven en los equipos de fútbol, por ejemplo: los cortes de cabello, son consumidos, copiados y practicados por los aficionados del balón pie.

Los medios masivos de comunicación, forman un papel fundamental para la difusión de los contenidos del fútbol, cualquier deporte y de cualquier temática. Podemos ver los fines de semana como se abarrotan los clubes, las casas, para ver un partido de fútbol. La compra y consumo excesivo de cervezas de diferentes marcas, fritangas, mariscos, botanas, entre otras cosas, esto para poder estar en buenas condiciones para ver el partido. Todos y todas con las playeras respectivas al equipo partidario.

Elizabeth Cline, analiza la moda desde una perspectiva global:

La era de Internet y la propagación de la información a través de los blogs, los sitios de redes sociales y tabloides, está empujando la moda hacia el frente a grandes velocidades. También nos está exponiendo a más ideas al mismo tiempo. «El imperio de la moda se dividió en un imperio de tribus guerreras», comenta la directora del museo. Hoy en día, cualquier diseñador de pasarela, celebridad que imponga moda, estilistas o blogueros puede influir en la tendencia de la moda, a través de nuestro mundo de medios que difunden información las 24 horas del día, los siete días de la semana. (2014, p. 142).

En concordancia con Cline, internet y las redes sociales digitales han propiciado la información masiva en cuanto a este tipo de contenidos como lo es la moda, ya el poder no esa en las grandes marcas de ropas, zapatos o maquillaje, sino que más bien, estas empresas han tenido que migrar para poder a estos espacios para poder sostenerse.

Por eso la autora señala que a través de internet las personas que aparecen en las redes sociales, blogueros, youtubers, actores y actrices, entre otros, imponen modas desde su look, como aparecen frente a las cámaras y las pantallas. Esto se relaciona con lo que señalábamos sobre los públicos que consumen un deporte. Es en este sentido que la cultura digital es cultura de consumo, por la rápida expansión a través de internet y las tendencias que imponen a las personas a través de las redes sociales digitales y las diferentes plataformas multimedia.

1.2. El poder simbólico de las redes sociales digitales

Las redes sociales digitales impactan a las personas en sentido opuesto a las manecillas del reloj, es decir, va de los puntos más altos donde se concentran mayormente las personas como las grandes ciudades “desarrolladas”, para terminar en lugares con poco acceso a internet y a la información. La autora anterior, Cline, describía la forma en como la moda viajaba a través del universo digital, y cómo a través de su paso ha ido dando

apertura a otros discursos mediáticos que también funcionan en pos del consumo. El fenómeno del consumo se ha construido a través del tiempo, a través de las décadas, épocas y contextos, hasta nuestros días. Esta construcción social del consumo, es un proceso exterior a las personas, es decir, no viene en las personas de manera genética o psicológica, más bien, se construye a partir de las interacciones y experiencias que conducen a un desarrollo del conocimiento, las llamadas relaciones sociales y la cultura. La realidad como tal se construye en colectivo para crear códigos como el lenguaje, consensos y avanzar hacia una creación de una sociedad con ideales.

De esta manera, se da un desarrollo del raciocinio de los seres humanos, buscando esa comodidad o espacio de confort para mejorar la calidad de vida. En este sentido, las redes sociales digitales, en conjunto con internet funcionan como un puente para estar conectados con el mundo, más aún, si el contexto es tan caótico con en el que se está viviendo actualmente con relación a la pandemia de la Covid-19.

El universo digital es ya, una manera de *ser* y *estar* en la sociedad, es una práctica, pero esta práctica es tan acelerada que no nos damos cuenta de las acciones que se están realizando, ni de las opciones que estamos eligiendo. Nos referíamos a ser y estar en las redes, porque somos “alguien”, somos un perfil en las redes sociales digitales e interactuamos de diferentes formas en medida de los contenidos de nos llamen la atención.

Partimos de la noción de *poder simbólico* de Pierre Bourdieu, para después realizar el análisis de cómo opera este concepto en las prácticas sociales actuales, mejor dicho, como se ve inmerso en la interacción que tienen las personas, especialmente los jóvenes, en las redes sociales digitales. De acuerdo con lo anterior, podemos dar cuenta de este concepto:

El poder simbólico es un poder de construcción de la realidad que tiende a establecer un orden *gnoseológico*: el sentido inmediato del mundo (y, en particular, del mundo social) supone lo que Durkheim llama el *conformismo lógico*, es decir, “una concepción homogénea del

tiempo, del espacio, del número, de la causa, que hace posible el acuerdo entre inteligencias”. (2000, p.67).

En concordancia con lo anterior, el poder simbólico como poder discursivo está presente en todo momento de la realidad cotidiana de las personas, configura el “sentido” y ese “orden” de las cosas que están en el universo social. En primer lugar, como símbolo podemos colocar al lenguaje, que es constituido por la escritura y el habla. Nos valemos de estos elementos para poder comunicarnos, por medio de signos, símbolos y sonidos formados por la voz. Estos elementos son construidos socialmente, de manera colectiva, en consenso, de este modo, se respeta el significado y valor otorgado a cada componente del lenguaje.

Lo anterior, tiene relación con la idea que tiene Durkheim sobre el sistema de signos que utilizamos en la vida social:

El sistema de signos que utilizo para expresar mi pensamiento, el sistema monetario que empleo para pagar mis deudas, los instrumentos de crédito que utilizo en mis relaciones comerciales, las practicas seguidas en mi profesión, etc., etc., funcionan independientemente del uso que hago de ellos. (Durkheim, 2001, pp. 35 y 36).

De acuerdo con el autor anterior, estamos viendo el símbolo como medio para la interacción social de las personas en la vida cotidiana, este es un elemento central pues la cotidianidad de las personas está en las redes sociales digitales. Lo que nos lleva a pensar al universo digital, como un *símbolo virtual* que emana poder y distinción a quien tenga acceso a él. Es importante señalar que la vinculación de estos conceptos con los espacios virtuales es central para construir el análisis crítico de la condición actual de las personas en internet.

En este sentido podemos ver el comportamiento del poder simbólico que se encuentra cotidianamente en la sociedad, desde ir a la escuela, trabajar, las relaciones de familia, las relaciones de pareja, estas fibras que son tan intimas han construido en la sociedad con el paso del tiempo, en

conjunto también, con una serie de normas creencias y tradiciones. De este modo, los símbolos pueden entenderse como prácticas sociales que son dotados de valor y sentido con referencia al contexto en el que se encuentren.

Con el poder de los símbolos, las clases dominantes han legitimado los diferentes discursos que imperan en las diferentes instituciones, como la escuela y la iglesia. Las clases dominantes, dotadas de poder simbólico, naturalizan las relaciones sociales entre el dominante y el dominado. De acuerdo con esto, se otorgan juicios de valor sobre otros, como la posesión de cultura y de economía. Actualmente, las relaciones sociales, se dan de manera virtual o digital, desde usar dinero con tarjetas electrónicas y dejar de un lado el dinero físico, trabajar de manera remota, recibir clases virtuales, hacer amigos por medio de Facebook, Instagram o Twitter, entre otras cosas.

Las redes sociales digitales, como medio de interacción social, están ligadas al poder simbólico, esto se puede ver, con la facilidad que tienen estos medios para legitimar las ideologías y hacerlas ver como naturales, reales, verdaderas, buenas y viceversa. Esto indica que, el uso de las redes sociales digitales funge como medios para promover el consumo, pero también las desigualdades de acceso a estos medios de información y comunicación. Podemos decir entonces que el poder simbólico se manifiesta para imponer contenidos por parte de las industrias creativas digitales.

Hay que mencionar, que los jóvenes como el sector que está más ligado o asociado a la tecnología, tiene participación importante en las redes sociales digitales, pues al compartir determinado contenido, revela su *posición* y su *interés*, respecto a cualquier, noticia, información o contenido en general. Un punto central a parte de los dos comentados anteriormente, es que, dentro de lo que ven los jóvenes en las redes sociales digitales, va implícito el *sentido* con el que consumen esos símbolos:

En síntesis, la importancia de la relación entre los jóvenes y las PSD [Plataformas sociodigitales] trasciende la idea de que este espacio está

dedicado únicamente al ocio y la recreación pues como se mostrará en las distintas investigaciones que integran esta obra la relación abarca aspectos como la empleabilidad, la búsqueda de autonomía, la participación política, la configuración de identidades y las relaciones sexoafectivas que son claves para comprender lo juvenil. (Montoya y Pérez, 2020, p. 14).

Las redes sociales digitales, configuran el proceso social actual, es decir, nos relacionamos, hacemos nuevos amigos, sabemos de nuestros familiares por medio de las comunicaciones que brindan, entre otras cosas. Esto lleva a pensar e incorporar la práctica digital en nuestra vida cotidiana, sin embargo, se crítica en esta investigación, como lo hemos estado describiendo, las relaciones de poder que se efectúan en estos medios.

En cuanto a la idea de Montoya y Pérez, de manera general se puede decir que existe una cierta libertad de las personas cuando interactúan, comparten, comentan y ven contenidos en internet. Sin embargo, las redes sociales digitales, imponen de manera simbólica el contenido que circula, que debe verse, escucharse y digerirse. De acuerdo a esto, es como vemos el poder simbólico en las redes sociales digitales, pues manejar y dominar toda la información y el contenido, significa plenamente la gobernanza de las vidas que están a expensas de estos medios. El poder simbólico de las redes está presente en todo momento, se acentuó más con el periodo de confinamiento debido a la pandemia de la Covid-19.

El periodo de distanciamiento social en el mundo, significó el cuidado de las personas para evitar la propagación del virus, por otro lado, se comenzaron a realizar propagandas multimedia, para el entretenimiento. Contenidos de todas las edad, películas infantiles, series juveniles y películas sobre contagios, son algunas de las producciones sacadas a la venta en este periodo. Las han estado inmersas en un mar de discursos, incluyendo las noticias y todo lo relacionado con la pandemia. El poder simbólico se manifiesta en el control de las noticias sobre lo que sucede en el mundo.

Con relación a lo anterior, Bourdieu, señala el error de hablar de interacción comunicativa cuando lo que realmente significa este proceso es dominación:

Contra todas las fuerzas de error “interaccionista” que consiste en reducir las relaciones de fuerza a relaciones de comunicación, no es suficiente señalar que las relaciones de comunicación son siempre, inseparablemente, relaciones de poder que dependen, en su forma y contenido, del poder material o simbólico acumulado por los agentes (o las instituciones) comprometidos en las relaciones y que, como el don o el potlach, pueden permitir acumular poder simbólico. (2000, pp. 68 y 69).

El autor señala que el proceso comunicativo siempre esta permeado por las relaciones de poder, esto es evidente con tanto de manera simbólica y material, es decir, de manera simbólica los contenidos se imponen a las personas creando tendencias en las redes sociales digitales. En el sentido material, podemos encontrar la dificultad para adquirir un dispositivo tecnológico de comunicación.

Las personas con *poder*, frente a otras, son las que tienen acceso a internet, a un dispositivo electrónico, describimos de esta forma el poder para visualizar la ventajas y desventajas que se pueden tener al momento de enfrentar la realidad social en la que se encuentran las personas. Castells, ofrece una idea de lo que es el poder:

El poder es la capacidad relacional que permite a un actor social influir de forma asimétrica en las decisiones de otros actores sociales de modo que se favorezcan la voluntad, los intereses y los valores del actor que tiene el poder. El poder se ejerce mediante la coacción (o la posibilidad de ejercerla) y/o mediante la construcción de significado partiendo de los discursos a través de los cuales los actores sociales guían sus acciones. Las relaciones de poder están enmarcadas por la dominación, que es el poder que reside en las instituciones de la sociedad. (2009, p. 32).

En concordancia con Castells, el poder de los medios de comunicación se ve expresado en la medida para poder informar, en comunicar, lo que se debe de comunicar. Esto lo podemos ver, en las noticias donde solo pasa información que haga ver bien al gobierno con obras publicas ficticias. También se puede ver el poder en su forma más imperativa, en los anuncios y comerciales televisivos, donde la promoción y propaganda de los diferentes productos, logra impactar a cierto número de la población.

Actualmente, los spots y comerciales continúan en las televisiones, pero donde se ha visto más el poder de los medios, es en las redes sociales digitales y en las plataformas multimedia. Cuando se reproduce un video o canción en YouTube, quizás cada minuto o dos, el entretenimiento se pausa para que se reproduzca de manera automática un anuncio, ya des de comida, ropa, autos, teléfonos, entre otras cosas.

El fenómeno anterior, se ha convertido cada vez, más frecuente en cualquier contenido que se esté viendo o escuchando. En el caso de las redes sociales digitales, el poder de las redes digitales se ve, desde que aparecen anuncios sobre nuevos teléfonos, ropa, calzado, perfumes, comidas, entre tantas cosas que se adquieren. La imposición de contenidos, son discursos que grupos dominantes construyen con determinado significado y valor para las personas en general, es por medio de los significados de los discursos que “concientiza” a las personas, en particular a los jóvenes para que consuman contenidos en las redes sociales digitales.

En este sentido, la articulación del poder simbólico en las redes sociales digitales, son relaciones de poder porque diferencian a quienes tienen acceso a internet y por ende a las redes, también porque cierto sector puede pagar por determinado contenido de entretenimiento o acceso a la información y al entretenimiento.

Desde los estudios culturales, se critica esa *articulación del poder* en la realidad social, donde provoca desigualdad y dominación a quienes se les impone. Grossberg, señala al construccionismo como el proceso de

construcción de la realidad, y como esta articulación afecta y determina a las personas en su contexto:

El construccionismo afirma que el mundo está conformado por organizaciones complejas de diversos tipos de acontecimientos, algunos de los cuales son expresivos (o discursivos). Vale decir que, así como una mesa está hecha de madera y clavos, cola y barniz, toda la realidad es una articulación compleja de muchos tipos diferentes de elementos o acontecimientos. (2012, p. 40).

De acuerdo con Grossberg, los discursos de las redes sociales digitales son construidos en medida de quien tiene el poder simbólico para hacerlos, estos discursos de moda música, estilos de ropa, de cabello, de comida o de belleza, el punto es que nadie se escapa de la ideología que imponen las redes sociales digitales. La construcción de la realidad social digital, constituye hoy, una realidad de vida para los jóvenes, y para las personas en general, puesto que no estamos preparados para dejar por un lado los espacios de comunicación “modernos” y de entretenimiento.

Si nos preguntamos, ¿Qué pasaría si dejáramos de utilizar internet y todo el contenido que existe en él? Quizás esta pregunta es un tanto engañosa, pues la configuración de la sociedad actual, está construida en medida del uso de las plataformas digitales. Sin embargo, podemos cerciorarnos que antes de la aparición de los medios electrónicos, la dominación y la desigualdad ya estaban presentes en los contextos sociales. Es importante señalar que no se niega el uso de la tecnología, se emite la crítica hacia el fin con el que son enfocados e implementados estos medios y artefactos tecnológicos. Bourdieu señala que:

Las diferentes clases y fracciones de clase están comprometidas en una lucha propiamente simbólica para imponer la definición del mundo social más conforme a sus intereses, el campo de las tomas de posición ideológicas que produce, bajo una forma transfigurada, el campo de las posiciones sociales. (2000, p. 69).

La definición del mundo social, va en función de imponer ideologías y objetos de consumo en los contextos. Esta definición o construcción del mundo social, como sabemos, conlleva a implementar intereses individuales que están por encima de los intereses colectivos. La apertura de las redes digitales de información y de las redes sociales digitales, han permitido, por un lado, el acercamiento a noticias e información a la que no se hubiera logrado tener acceso sin la aparición de los medios tecnológicos. Sin embargo, se hace hincapié que de manera general se ha dado un acercamiento a estos espacios, pues son más las personas en situación de desigualdad que las personas que pueden tener servicios de internet.

Lo anterior, expone que actualmente los espacios virtuales son espacios simbólicos de poder, donde se da la lucha por la imposición y la legitimación de los discursos y contenidos, estos a su vez, son de las prácticas sociales que se reflejan en las personas y particularmente en los jóvenes que son más próximos a las redes sociales digitales. Con esto, Bourdieu señala el proceso gradual en el que se desenvuelve la lucha simbólica en los espacios sociales, en nuestro caso, señalamos el espacio virtual:

El campo de producción simbólica es un microcosmos de la lucha simbólica entre las clases: sirviendo a sus propios intereses en la lucha interna del campo de producción (y en esta medida solamente), los productores sirven a los intereses de los grupos exteriores al campo de producción. (2000, p. 69).

Los intereses de los productores, son la clase dominante, que vela por los intereses de los grupos aliados a la imposición de los discursos en el campo simbólico social y en el campo virtual. Con esto, notamos la estructuración de los paradigmas sociales con relación al desarrollo tecnológico y social, donde hemos recalcado que no es el hecho de usar los medios tecnológicos y digitales, más bien, el punto en cuestión es, los fines que persiguen las industrias culturales, encaminadas en una meta de producción, distribución y consumo en la sociedad.

Si bien, el proceso de circulación del mercado trabaja con la lógica antes descrita, también, uno de los fines de las redes sociales digitales como factor de consumo, es la objetivación misma de la realidad, como producto, como manipulación de los espacios tanto natural como cultural. Uno de los ejemplos de la objetivación, es la guerra que se está suscitando actualmente entre Ucrania y Rusia. Donde las redes sociales digitales transmiten el contenido, a veces con censura y a veces sin esta, las imágenes como representaciones de la realidad son capturadas por las cámaras, llevando el contexto claro y casi inmediato a nuestras pantallas en otros contextos.

Es el contexto virtual, los medios digitales, que traen y reconstruyen la realidad, la objetivación, tiene alcance en toda la realidad a la que no tenemos acceso todos, sin embargo, con la objetivación, la realidad como producto, puede llegar a las personas por medio de internet a todas partes. Algo similar, es lo que señala Debord, sobre las representaciones e imágenes en la actualidad: “toda la vida de las sociedades en que reinan las condiciones modernas de producción se anuncia como una inmensa acumulación de espectáculos. Todo lo que antes era vivido directamente se ha alejado en una representación.” (1995, p. 8).

De acuerdo con Debord, se ha dado un alejamiento de la realidad, y solo se vive, se aprende y se siente, por medio de representaciones de las imágenes en la pantalla. Actualmente la sociedad, vive a través de internet y de las redes sociales digitales, todo lo que se encuentra en las redes es un show o espectáculo como señala el autor.

El espectáculo como categoría, puede entenderse como ese entretenimiento que existe en las redes sociales digitales y que es apreciado a través de las pantallas de los medios electrónicos digitales. Peor también el espectáculo, es dominación, una forma de tener a las personas, y especialmente a los jóvenes en un estadio de asombro, suspenso e intriga respecto a lo que sucede o sucederá con respecto a lo que ven.

En este sentido, se puede decir también, que actualmente, el espectáculo es en esencia, lo que impulsa a los jóvenes a estar en las redes

sociales digitales y por ende a continuar interactuando con los discursos de poder que están en cada imagen, en cada palabra o gesto. Podemos notar, que el poder simbólico va más allá de enunciar el problema e “intuirlo”, son muchos factores que están relacionados con la legitimación y prácticas de las desigualdades y dominación que se suscitan actualmente en las redes sociales digitales. No solo de contenidos sino, factores materiales de diferencias y creencias:

Las redes sociales desempeñan un papel importante a la hora de definir el comportamiento político. Si las personas encuentran actitudes con las que coinciden en su red social, son más activas políticamente, mientras que las ideas contradictorias reducen la participación. Las que tienen convicciones firmes suelen estar en redes políticas homogéneas. La actitud de los sujetos está influida por los sentimientos hacia otras personas de la red. Las actitudes se producen al compartir prácticas y por lo tanto pueden modificarse si la práctica cambia 36. Las actitudes dependen de los sentimientos, y los sentimientos se construyen mediante la percepción de las emociones. (Castells, 2009, p. 207).

En concordancia con Castells, vemos que el poder simbólico de las redes sociales digitales, donde van más allá de la imposición de las desigualdades. Por medio de éstas, se legitiman actitudes y comportamientos, de los sujetos en la medida que tengan contacto con los contenidos que circulan en internet, definiendo a los futuros seres sociales.

1.2.1. Los estudios culturales en la era digital

La importancia y la presencia de los estudios culturales en la actualidad es indiscutible. La naturaleza de los estudios culturales, radica en estudiar lo que no se ve a simple vista en las interacciones sociales en los diferentes contextos de la sociedad. Los estudios culturales se enfocan en analizar cómo se articulan de las prácticas sociales en la cotidianidad, se reflexiona sobre la dominación y las desigualdades que se dan entre las personas.

En este trabajo analizamos desde los estudios culturales las relaciones de poder, la imposición de contenidos y las desigualdades que se ven en las redes sociales digitales, se critica también la actitud de las plataformas digitales para guiar a los usuarios como cultura de consumo. En este sentido, no se trata solo de enunciar el problema que esta de fondo sobre el uso de las plataformas digitales, si no también, comprender y analizar esta nueva forma de configuración social de las generaciones actuales que son más cercanas y próximas a la tecnología y todas sus variantes.

Desde este punto de vista, la comprensión, tiene un sentido muy especial en éste trabajo, pues a partir de los medios digitales, las personas en general interactúan, se relacionan y coexisten en un espacio a parte, distinto al espacio real. De acuerdo con lo anterior, se apuesta por comprender a las juventudes en el uso de la tecnología en las redes sociales digitales, esto supone ver también, las problemáticas que conllevan a analizar este fenómeno, tal como lo hemos descrito anteriormente respecto al consumo cultural digital.

Es importante analizar y comprender las nuevas dinámicas sociales que emergen a partir de los medios digitales, como las redes sociales digitales, pues a partir de los estudios que se realicen se podrán comprender más a las nuevas generaciones y el sentido de sus prácticas. Sobre todo, es importante crear estrategias de inclusión digital, pues a partir de esto, todas las personas tendrán acceso a la información y a las comunicaciones por

medio de las redes digitales. Grossberg, señala algunas ideas sobre las prácticas culturales:

Los estudios culturales consideran que las prácticas culturales (o discursivas) son importantes porque resultan fundamentales para la construcción de los contextos y las formas específicos de la vida humana. Los seres humanos viven en un mundo que, al menos en parte, es construido por ellos mismos, y ello, a través de prácticas (de muchas formas diferentes de agencia, incluyendo lo individual y lo institucional, lo humano y lo no humano) que constituyen y transforman las realidades discursivas y no discursivas (ambas materiales), que están simultánea e íntimamente interconectadas. (2012, p. 40).

En concordancia con lo anterior, encontramos a las prácticas culturales como el modo de construir la realidad de los diferentes contextos en el universo social. Esto es importante, porque en esta investigación analizamos a las prácticas culturales de las personas, especialmente de los jóvenes, pero desde los espacios virtuales. En este sentido, los espacios virtuales han transformado o mutado, los modos de construir la realidad con base a “lo que hay” o existe en el universo digital.

Internet como el medio que posibilita la comunicación e interacción en los diferentes espacios virtuales o digitales, ha permitido producir y almacenar cantidades inmensas información, donde todos los discursos que vemos y escuchamos en las redes digitales, van construyendo un estilo de ver el mundo. Las personas realizan sus prácticas culturales digitales en internet, a partir de lo que ven y sienten, esto es importante para relacionarse e interactuar con otros usuarios, construyendo así, gustos, intereses e ideales compartidos.

La creación de las instituciones y las formas en cómo funcionan son elaboradas a partir de la necesidad de construir algo en conjunto, de manera colectiva con las demás personas, esto para tener un signo u horizonte de referencia de construcción social como cultura y comunidad.

Hasta cierto punto, se puede decir que la creación discursiva tanto simbólica y material, dentro de la cultura, puede significar una especie de brújula que guía a las personas de los diferentes contextos. Esto se puede ver en la cotidianidad, cuando una cultura o grupo tiene una determinada forma de comportarse y distinguirse frente a otro grupo. A esto lo podemos considerar como identidad.

Aunque la realidad social es construida de forma colectiva, dentro de ese espacio social, existen distinciones entre grupos que se van legitimando, desde las tradiciones y formas de vivir que se han manifestado desde siglos atrás hasta nuestros días. Las prácticas culturales que realiza el grupo social o la comunidad, define el comportamiento de las personas en su cotidianidad. Es decir, el contexto en el que las personas conviven y coexisten, es de gran influencia para los integrantes, especialmente para los más jóvenes:

Para expresarlo en términos simples, la cultura en la que vivimos, las prácticas culturales que utilizamos, las formas culturales que situamos e insertamos en la realidad, tienen consecuencias en la forma en que se organiza y se vive la realidad. Las prácticas culturales contribuyen a la producción del contexto como una organización de poder; construyen el contexto como una experiencia de poder vivida a diario. (Grossberg, 2012, p. 40).

Las prácticas culturales, pueden entenderse desde la ideología que tienen las personas, hasta la manera de ser, su actuar en la cotidianidad, en este sentido, Grossberg señala que las prácticas tienen consecuencias en la medida y la manera en como estas son implementadas y emitidas a las personas. Los discursos que se legitiman por medio de las ideas o ideologías que de las que están impregnados, son prueba del poder para imponer y presionar a las personas en un contexto para pensar, ser y actuar de determinada manera. Las relaciones de poder se hacen presentes en las prácticas culturales cotidianas de los contextos, vemos también que de acuerdo con este autor es como se produce o construye el contexto social.

En este sentido, no solo se ve una producción o construcción del contexto, sino que se da una reproducción del contexto en términos literales, las relaciones de poder son los modos que contribuyen a que los estatus o estadios de poder permanezcan y perduren por medio de la legitimación de las ideas y discursos. En este sentido, la reproducción del poder y de sus relaciones, lo podemos ver en los asuntos públicos políticos, en las escuelas, los trabajos, en todos lados, donde se coexiste de manera social en las instituciones. Sobre todo, el poder y las relaciones de poder emergen desde las ideas de las personas, que después son prácticas en el campo social. Bourdieu y Passeron señalan un aspecto importante respecto a la reproducción:

La AP [Acción Pedagógica] cuyo poder arbitrario de imponer una arbitrariedad cultural reside en última instancia en las relaciones de fuerza entre los grupos o clases que constituyen la formación social en la que dicha AP se ejerce (...) contribuye, al reproducir la arbitrariedad cultural que inculca, a reproducir las relaciones de fuerza que fundamentan su poder de imposición arbitrario (función de reproducción social de la reproducción cultural). (2009, p. 50).

En concordancia con lo anterior, podemos encontrar un ejemplo claro de reproducción de prácticas en la vida cotidiana, en este caso, la Acción Pedagógica (AP) empelada por los autores, hace referencia a la escuela y al sistema de enseñanza que se impone a las clases. Dicha imposición, son los contenidos académicos o culturales en general, esto se da a través de las relaciones de fuerza que ejercen ciertos grupos o clases, estos tienen el poder para legitimar los contenidos y las diferencias en cuanto a posesión y manejo de conocimientos.

En este sentido, la escuela como institución que produce contextos y relaciones a través de la enseñanza, también reproduce las relaciones de fuerza y poder para legitimar discursos y prácticas que serán realizadas por clases dominantes y dominadas. A partir de esto, es para dar a conocer el

comportamiento de la institución escolar, como reproductora de relaciones de poder en el contexto, esa reproducción que se ve también en la cultural.

Lo anterior, expone a una institución de tantas que ejercen poder sobre las personas y por tanto no solo producen el contexto con las prácticas, sino que se continua con las diferentes imposiciones que se dan en la estructura social, convirtiéndose así, en clases por depender de los discursos que impone la institución escolar. En el caso del aparato político, vemos reglas y se siguen en función de conservar a una sociedad “igualitaria”, sin embargo, es todo lo contrario. Una sociedad no se forma siguiendo reglas y discursos preestablecidos, más bien, se forma en conjunto con intereses colectivos para crear una realidad distinta con sentido social y no con un sentido personal.

Vemos en el contexto la producción de las relaciones sociales, pero también las reproducciones de las relaciones de fuerza y de poder. Estas últimas son imposiciones que se ven los diferentes contextos, vimos el ejemplo de la escuela, pero actualmente, si tomamos la idea de Grossberg, donde las prácticas sociales construyen el contexto, esto lo podemos ver en las redes sociales digitales. Donde el contexto físico-inmediato ha migrado desde hace algunas décadas al espacio virtual.

Vemos actualmente los espacios virtuales llenos de usuarios, consumiendo, siguiendo, divirtiéndose, trabajando, en sí, vemos activas a las personas en las diversas actividades que se ejercen en internet. Las prácticas culturales digitales, van en función de los contenidos que existen en internet en las múltiples plataformas existentes, pero también, las prácticas culturales digitales, están relacionadas con los contenidos que consumen o utilicen las personas, en especial los jóvenes. Utilizamos la categoría de juventud, porque actualmente son un margen generacional que está “más activa en las redes sociales digitales”, “están más próximos a utilizar la tecnología y las aplicaciones” que van emergiendo como rasgo distintivo de “lo moderno en la época actual.” Este es un punto central, pues,

las prácticas culturales digitales de las personas en general, devienen en consumos culturales, pero las relaciones de poder que se ejercen.

De acuerdo con esto, los estudios culturales, analizan las relaciones de poder y cómo se construye la realidad desde las prácticas culturales en el contexto físico, pero actualmente, los estudios culturales son importantes en la construcción de las identidades digitales de las personas en internet. esto a partir del uso de las redes sociales digitales. En este sentido, se analiza la información y los discursos que circulan en internet, donde son legitimados y asimilados por las personas, éstas le adjudican un sentido y valor, logrando la articulación de visiones le mundo, así como sus interpretaciones de él.

Esta articulación, es el sentido que le dan las personas a los diferentes contenidos que circula en las red sociales digitales, se van construyendo los discursos e ideas que serán representados en la realidad física y virtual con una postura, opinión o idea que identifica al usuario:

Las prácticas culturales contribuyen a la producción del contexto como una organización de poder; construyen el contexto como una experiencia de poder vivida a diario. Por eso los estudios culturales son importantes, porque son una dimensión clave de la transformación o construcción permanente de la realidad. (Grossberg, 2012, p. 40).

Si tomamos como punto de partida el poder que existe en las prácticas culturales, podemos encontrar actualmente ese poder en las redes sociales digitales, en la forma en cómo se ha restringido el contenido y el acceso a internet debido a las desigualdades económicas que existen en los contextos sociales. De acuerdo con el autor, en el contexto existen relaciones de poder donde se imponen y se legitiman prácticas, en este sentido, las prácticas de poder “organizan” la vida cotidiana de las personas.

Lo anterior, es un discurso de la modernidad, el tratar de organizar, la vida de las personas en función de los intereses particulares, resulta una contradicción y errar decir que se vive en una sociedad moderna e

innovadora, aunque la tecnología se ha avanzado, aun se continúan reproduciendo la dominación y exclusión social como en épocas pasadas.

La crítica de los estudios culturales se enfoca en ver la articulación de las desigualdades y las relaciones de poder en el contexto actual, sobre todo en el espacio virtual, donde se dan la mayoría de las interacciones sociales. La legitimación de poder con relación al acceso a internet, lleva a reproducir y legitimar la condición misma de desigualdad y por ende una construcción de identidad digital desigual en medida de la experiencia precaria de las personas.

Si el poder es un fenómeno que está presente en las prácticas sociales cotidianas de las personas, actualmente se encuentra en las redes sociales digitales, desde la desigualdad, hasta las noticias que circulan en estos espacios, como las medias verdades que se dicen o las mentiras que nunca se terminan de revelar. En la información política, es donde se ven este tipo de procesos que siempre están plagados de amarillismo y manipulación de los contenidos, el poder siempre moviendo los hilos de que se debe saber y hasta qué punto.

El poder de las tendencias en las redes sociales digitales, van desde temas de salud, espectáculos, política nacional, la guerra, deportes, música, protestas, entre otras cosas. El poder que tienen las redes, es atrapar a las audiencias por medio de los contenidos, cualquiera que sea éste. En este sentido el fenómeno de las relaciones de poder y el efecto que causa en las personas, puede ser visto y entendido como una ley de causa y efecto, algo que tiene origen en un sitio, y no como algo natural:

Cualquier acontecimiento solo puede ser entendido de manera relacional, como una condensación de múltiples determinaciones y efectos. Se expresa, así, el compromiso con la apertura y la contingencia de la realidad social, donde el cambio es lo dado o la norma. (Grossberg, 2012, 36).

Con relación a lo anterior, podemos ver a las prácticas culturales digitales como un fenómeno que se genera a partir de ciertos eventos que

son ocasionados en la realidad social, es en este sentido que las identidades y las desigualdades dependen de varios factores que se interrelacionan.

Por eso, el autor señala que las actividades o fenómenos sociales se comprender de manera relacional, pueden entenderse como causas, lo importante también es ver los efectos o consecuencias de estos que traen estas causas o fenómeno, como lo hemos señalados anteriormente. lo anterior, expone un problema sobre el contexto y sus producciones sociales, tanto las construcciones sociales tanto, materiales como simbólicas, ambas conocidas por el poder de definir las prácticas sociales culturales y los estilos de vidas de las personas.

La articulación de estas prácticas, interesa a los estudios culturales, sobre todo desde el contexto que es donde estas articulaciones aparecen y se dan a conocer, Grossberg señala que: “la articulación designa tanto los procesos básicos de producción de la realidad, de producción de contextos y de poder (es decir, la determinación o la efectividad), como la práctica analítica.” (2012, pp. 37 y 38). Actualmente, en las redes sociales digitales, podemos encontrar el poder, en la forma en cómo se da el consumo de contenidos y el acceso a internet y, por otro lado, la construcción de la identidad de las juventudes con relación al acceso a las plataformas digitales, es decir, la experiencia subjetiva de las personas en general con las redes sociales digitales.

Con lo anterior, los estudios culturales en la era digital, se localiza en la crítica de estas articulaciones de poder, de discursos y prácticas que están presentes en todas las actividades cotidianas de las personas, pero ahora, en un espacio más amplio como lo es internet, emergen otras formas de relaciones de poder que condicionan y determinan las vidas de los sujetos en su contexto social. Esta determinación, viene acompañada del consumo digital, es a través de los diferentes contenidos que se ven en las redes sociales digitales. El poder, es un fenómeno importante que está presente en la imposición de contenidos, en las relaciones de poder y de fuerza en cuanto a las prácticas sociales, es a partir del poder, que se logra la

articulación de los diferentes discursos que están presentes en la realidad social cotidiana.

García Canal, ofrece una definición de poder desde el campo de los estudios culturales latinoamericanos:

Forma de acción no sólo sobre los cuerpos, sino también sobre los sentidos propuestos, los significados afirmados, las imágenes valorizadas, los deseos proyectados al futuro. El poder es fuerza y relación. Es una relación de fuerzas. Es fuerza en relación con otras fuerzas, energía actuante que recorre el campo social de un punto a otro. (2009, p. 211).

Desde esta perspectiva, vemos el poder presente en toda la vida de los sujetos tanto de forma material como simbólica y emocional. Esto último, lo emocional, es lo que se está debatiendo en esta investigación, en este sentido, las redes sociales digitales, más que marcar la desigualdad en el acceso a internet, existe una dominación y trastoca la vida íntima de las personas, hasta llegar a lo emocional.

El campo social al que se refiere García Canal, es la realidad social o el contexto donde se mueven las personas. En nuestro caso, el campo social puede entenderse también, espacio digital donde las personas habitan y se relación de diversas maneras. En este sentido, el campo digital constituye el espacio donde se dan las relaciones de fuerza y poder que se ejercen sobre las personas, en nuestro caso en los jóvenes, para invitarlos a consumir y practicar determinado contenidos e ideologías.

A partir de esto, los estudios culturales realizan la crítica y la vigilancia de las prácticas sociales en los espacios virtuales, se busca dismantelar las relaciones de poder y fuerza con las que actúa internet y las redes sociales digitales, como: Facebook, WhatsApp y Twitter, y también; las plataformas multimedia como: YouTube, Spotify y Netflix. Con esto, vemos como las redes digitales se imponen a los usuarios, y trastocan lo más íntimo de ellos, en este sentido podemos encontrar lo corporal y emocional como categorías que emergen a partir de las problemáticas que

traen consigo el uso de las redes sociales digitales. Encontramos el poder y la acción sobre los cuerpos como señala García Canal.

En concordancia con lo anterior, Sibilia señala el cambio notorio desde la aparición de las redes digitales, o redes sociales digitales, en este sentido, vemos que es un fenómeno que no tiene un control sobre lo que pasa y lo que circula en esos espacios:

Cuando las redes digitales de comunicación tejieron sus hilos alrededor del planeta, todo cambió raudamente, y el futuro aun promete otras metamorfosis. En los meandros de ese ciberespacio a escala global germinan nuevas prácticas difíciles de catalogar, inscriptas en el naciente ámbito de la comunicación mediada por computadora. Son rituales bastante variados, que brotan en todos los rincones del mundo y no cosas de ganar nuevos adeptos día tras días. (2008, p. 15).

Este cambio repentino y veloz en la dinámica social, puede verse actualmente con las nuevas formas de comunicación de las redes sociales digitales, donde estas últimamente han proliferado imparablemente para satisfacer a las nuevas generaciones. El cambio cultural o social, puede entenderse también como un desarrollo o evolución de nuevas prácticas que vienen con las nuevas tecnologías de información y comunicación. Sin embargo, puede entenderse que no es solo un cambio, más bien son nuevas articulaciones de poderes en internet que están presentes para saber y controlar los estilos de vida de las personas que las utilizan.

De modo paralelo a la desigualdad, entrar a internet y a las redes sociales digitales, ha constituido toda una liturgia o ritual, como lo dice Sibilia, pues el conectarse con otros usuarios, buscar contenido de interés y gusto, tiene un sentido y un peso emocional. Es decir, se accede y se navega por las por internet, desde nuestra experiencia subjetiva

1.2.2. Lo emocional y lo digital: el poder indivisible

Siguiendo el hilo de análisis respecto a las prácticas culturales en los medios digitales, encontramos al poder, como un aspecto que articula las relaciones imponiendo contenidos y la efectividad en los discursos que son utilizados en la vida cotidiana. Sobre todo, las articulaciones de las prácticas culturales y el poder en las redes sociales digitales, son próximas a los jóvenes que están en constante uso de la tecnología, es decir, de los medios electrónicos como la computadora y los teléfonos celulares, pero también, de internet y todos los espacios virtuales o redes en las que están inmersas las personas, especialmente los jóvenes.

Respecto al uso y el impacto de las redes sociales digitales, Sibilia comenta lo siguiente:

Primero fue el correo electrónico, una poderosa síntesis entre el teléfono y la vieja correspondencia, que sobrepasaba claramente las ventajas del fax y se difundió a toda velocidad en la última década, multiplicando al infinito la cantidad y la celeridad de los contactos. Enseguida se popularizaron los canales de conversación o chats, que rápidamente evolucionaron en los sistemas de mensajes instantáneos del tipo MNS o Yahoo Messenger, y en las redes sociales como MySpace, Orkut y FaceBook. Estas novedades transformaron a la pantalla de la computadora en una ventana siempre abierta y conectada con decenas de personas al mismo tiempo. (2008, p. 15).

Esta idea plantea, los procesos de evolución de las comunicaciones sociales, desde el correo hasta llegar a nuestros días, sobre todo en la actualidad, donde se cuenta con varias plataformas digitales con chats incluidos, como Facebook y WhatsApp, esto por mencionar algunas. En este sentido, las redes sociales digitales, aparte de que son herramientas que han facilitado de forma más rápida la comunicación, son medios de entretenimiento y de creación de identidades. Esto debido a las múltiples y variadas mercancías que aparecen en internet, que son apropiadas por los

usuarios. La conexión en tiempo real u online, aparece como una de las características de los medios digitales, pues permiten la interacción de manera inmediata y “viva” con otros usuarios. Con base a lo anterior, entendemos a internet como una ventana abierta a posibilidades infinitas.

Dichas posibilidades, se puede categorizar desde productos que se les presentan a los usuarios para ser comprados, como ideologías, y de manera general como contenidos simbólicos que sitúa a las personas solo como consumidores. Sibilia señala respecto al uso de una red social, donde los usuarios más frecuentes son adolescentes:

Más de la mitad de los adolescentes estadounidenses, por ejemplo, usan habitualmente esas redes. MySpace es la favorita: con más de cien millones de usuarios en todo el planeta, crece a un ritmo de trescientos mil miembros por día. No es inexplicable que este servicio haya sido adquirido por una poderosa compañía mediática multinacional, en una transacción que involucro varios centenares de millones de dólares. (2008, pp. 15 y 16).

Actualmente una de las redes sociales digitales más utilizadas es Facebook, la cantidad de contenidos mediáticos que circulan en esta red es multivariado, existe contenido para todo el sector etario. La página web Nórtika (2021), dice que Facebook cuenta con 2, 749 millones de usuarios en el mundo. Por un lado, está la importancia de conocer sobre el dominio digital en el mercado, pero también, el impacto que estas redes sociales digitales en los jóvenes, y en las personas en general.

La manera en cómo se presentan las redes sociales, como una especie de escape a la situación actual de la pandemia de la Covid-19, lleva reflexionar sobre el destino generacional de las juventudes actuales sin importar el contexto. La participación en redes por parte de los jóvenes es clara, sin embargo, surge la necesidad de repensar sobre el sentido de esa participación y si es posible la construcción de una identidad digital autónoma y capas de discernir las relaciones de poder y las desigualdades que surgen en de toda la sociedad, debido al uso de estos medios digitales.

La época actual, implica una dinámica entre: la relación y el uso de la tecnología que está en constante cambio, apareciendo continuamente en el mercado digital como pieza novedosa y necesaria. Sin embargo, esta relación y uso, viene ligada con el contenido que suele haber en internet y el sentido que le otorgan los usuarios. La experiencia de los usuarios en internet y en las diferentes redes sociales digitales, suele ser experiencia emocional pura. Con base a lo anterior, es como señalamos que las redes sociales digitales han significado un puerta o ventana de escape, un sillón cómodo para aislarse de lo real, esto, debido a la dificultad que presenta la realidad para vivirla o enfrentarla.

Es en el ecosistema digital, donde los jóvenes principalmente, pasan la mayor parte de su tiempo, divirtiéndose y entreteniéndose con los diferentes contenidos que existen en los espacios virtuales. En este sentido, la Dirección General de Comunicación Social de la UNAM (2022), señala a la red social Tiktok, como ventada de escape para los jóvenes. A partir del confinamiento por la pandemia de la Covid-19, esta red social, creció en 2020, siendo la red más utilizada, ya que de 400 millones de usuarios paso a mil millones. En el mismo boletín de la UNAM, Consultoría en Comunicación Política Aplicada (CPA), identificaron que la mayor parte de loa usuarios de la red social de Tiktok eran jóvenes de 14 a 20 años.

En concordancia con lo anterior, la el fenómeno emocional y digital, es una constante que está inmersa de forma explícita en la construcción de las identidades digitales, en función del uso de los espacios virtuales. Los jóvenes al navegar por internet, no solo consumen contenidos materiales y discursivos, sino también, comparten su vida, su intimidad, escriben, “suben” y comparte fotografías, colocan la ubicación donde se encuentran, lo que comen y como se sienten durante el día. En este sentido, la cotidianidad de las juventudes se remite a estar en internet en las redes digitales, viviendo y coexistiendo de manera virtual, alejados de la realidad contextual, internet al no tener fronteras ni límites físicos, existe gran cantidad de información que puede ser verdadera o falsa.

En este sentido, Sibilia abona una idea respecto a lo que se comparte en las redes sociales digitales o los llamados, blogs:

Otra vertiente de este aluvión son los diarios íntimos publicados en la Web, para cuya confección se usan palabras escritas, fotografías y videos. Son los famosos webblogs, fotologs y vídeologs, una serie de nuevos términos de uso internacional cuyo origen etimológico remite a los diarios de abordaje mantenidos por los navegantes de otrora. Es enorme la variedad de estilos y asuntos tratados en los blogs de hoy en día, aunque la mayoría sigue el modelo confesional del diario íntimo. O, mejor dicho: diario éxtimo, según un juego de palabras que busca dar cuenta de las paradojas de esta novedad, que consiste en exponer la propia intimidad en las vitrinas globales de la red. (2008, p. 16).

La idea anterior, menciona a las páginas que comenzaron a aparecer y a proliferar llamadas en general webblogs, actualmente, las páginas web y las aplicaciones han evolucionado y han desarrollado formas distintas de acceder, dando un sentido más cómodo y nuevo a las interfaces de las plataformas digitales. En este sentido, vemos los diseños atractivos de las redes sociales digitales como: Facebook, WhatsApp y Twitter.

Actualmente la intimidad personal se continúa exponiendo en las redes digitales, como lo señalamos anteriormente, esta es una condición que se ha acentuado más en los últimos dos años que se llevan de confinamiento debido a la Covid-19. La incógnita, continúa latente al reflexionar sobre el uso de las redes sociales digitales y lo que provoca en las personas, especialmente en los jóvenes. La práctica cultural de lo digital, en un primer momento, consiste en el consumo de los discursos y contenidos que circulan en internet. En un segundo momento, actualmente se logra visualizar los efectos de los medios digitales en las personas, éste, tiene presencia y el que define las actitudes y el estilo de vida de las personas, y especialmente de los jóvenes, es el emocional. Se trata de los efectos emocionales que causan las redes sociales digitales en su uso diario.

De acuerdo con esto, los efectos emocionales pueden ser en medida de los contenidos que los jóvenes ven las redes sociales digitales, pero también, depende del contexto en el que ellos se encuentren y en qué condiciones ellos accedan a internet. Esto, puede notarse en las crisis y dificultades que los jóvenes tienen y utilizan a las redes digitales como espacios de escape, tal como se señaló anteriormente. Desde este punto de vista, este escape en internet, significa evadir la realidad en la que se encuentran. Es por ello que optan por colocarse audífonos, poner videos musicales en YouTube, poner películas y series en plataformas, pasar el dedo en la pantalla para ver estados en Facebook y chatear en WhatsApp.

Lo digital provoca emociones, pues siempre se encuentra algo nuevo, algo distinto o algo diferente a lo que ya existe. Se encuentran tendencias, ideas y temas que las personas más hablan en la región, en el país o el mundo. Giddens (2007), señala que el fenómeno de la celebridad es producto de las nuevas tecnologías de comunicación, esto se relaciona con las novedades que se pueden dar en los espacios virtuales.

Con base a esto, se dan los seguimientos a tendencias que provocan sentimiento, emociones, sensaciones tanto buenas y malas, sentimientos de tristeza o felicidad, de furia o esperanza, motivación, de amor y desamor. En general, las emociones que expresa las personas en las redes sociales digitales, ya sea en una imagen, escribiendo un estado en Facebook, WhatsApp o Twitter, representa parte de su sentimiento personal desde su experiencia, esta se complementa con los contenidos, temas y discursos que ve en internet.

La experiencia, los sentimientos, las emociones, los gustos e intereses, son lo que vienen siendo parte de la identidad digital de las juventudes actuales, con la proliferación de redes sociales digitales en internet, se amplían los horizontes de paradigmáticos en cuanto a estilos de vida relacionadas con el consumo. Hoy en día, los fines y aspiraciones laborales son distintas a épocas pasadas, de algún modo, este cambio

paradigmático ha sido provocado por las mismas redes digitales. Esto es evidente en los empleos inestables que ofrece la posmodernidad.

Aunque las juventudes y las personas en general, pueden dedicarse a cualquier tipo de empleo que les sea fructífero económicamente, las reglas del juego han sido puestas por las grandes empresas que dominan el mercado y el capital. De acuerdo con esto, Giddens señala al fenómeno de la globalización como factor que produce cambios en los entornos locales y mundiales:

Es un error pensar que la globalización concierne a los grandes sistemas, como el orden financiero mundial. La globalización no solo tiene que ver con lo que hay ahí “afuera”, remoto y alejado del individuo. Es también un fenómeno de “aquí adentro”, que influye en los aspectos íntimos y personales de nuestras vidas. El debate sobre los valores familiares que se desarrolla en muchos países puede parecer muy apartado de las influencias globalizadoras. (2007, pp. 24 y 25).

Teniendo en cuenta lo anterior, podemos ver a internet como espacio casi omnipresente en las prácticas culturales digitales de los jóvenes, como se ha desarrollado y configurado de manera local y global en la vida cotidiana. Las prácticas globales, las ideas y los estilos de vida, han invadido las regiones locales modificando las dinámicas de interacción social. Esto se puede ver en las nuevas formas de comunicación, las aplicaciones que emergen, las plataformas multimedia y las redes digitales en sí. Lo anterior con el fin de mejorar y hacer más rápido el proceso comunicativo, sin embargo, se han modificado cosas por otras.

También, podemos ver este fenómeno en las formas de vestir, modos de ser y estar. Lo mismo ocurre con las prácticas locales, éstas han migrado a espacios globales, y han empezado a ser una especie de presencia desde el ámbito tradicional. Si, por un lado, se ha dado una migración de información, contenidos y estilos de vida a nivel global y local, vemos como el proceso de la globalización impera en los aspectos sociales, pero también,

influye en la intimidad de las personas, especialmente de los jóvenes. quienes están inmersos en este fenómeno social.

A partir de esto, la modificación de la vida, de las prácticas culturales respecto al uso de las redes sociales digitales, Román Gubern, indica estas modificaciones en tres planos importantes: “las modernas tecnologías de comunicación e información están modificando nuestras vidas, afectándolas en el plano físico (en su biosedentarismo, por ejemplo), en el intelectual y en el emocional.” (2000, p. 8).

De acuerdo con el planteamiento de Gubern, vemos la relación entre lo emocional y lo digital, y las transformaciones e influencias a partir de la navegación de los jóvenes en internet, trastocando en el ámbito emocional. En este sentido, podemos percatarnos de la adicción que provocan las redes sociales digitales hacia las personas, especialmente en los jóvenes. Esta adicción, puede ser comprendida como la seducción de la que señalaba Lipovetsky, en nuestro caso, nos enfocamos en el uso y la permanencia de los espacios virtuales.

Con lo anterior, Lipovetsky indica respecto al consumo, la proliferación de elecciones, donde esto se relaciona con la experiencia de los usuarios de internet, donde surge la relación emocional-digital, que desencadena efectos en la sociedad convirtiendo en un síntoma cíclico de consumo, relaciones de poder y abstracción de la realidad:

Indiscutiblemente debemos partir del mundo del consumo. Con la profusión lujuriosa de sus productos, imágenes y servicios, con el hedonismo que induce, con su ambiente eufórico de tentación y proximidad, la sociedad de consumo explícita sin ambages la amplitud de la estrategia de la seducción. Sin embargo [,] ésta no se reduce al espectáculo de la acumulación; más exactamente se identifica con la sobremultiplicación de elecciones que la abundancia hace posible con la latitud de los individuos sumergidos en un universo transparente, abierto, que ofrece cada vez más opciones y

combinaciones a medida, y que permite una circulación y selección libres. Y esto no es más que el principio. (Lipovetsky, (1983, p. 18).

Tal como dice Lipovetsky, partimos del consumo para ver con qué contenidos las personas tienen contacto, en este sentido, las relaciones de poder se dejan ver desde el proceso adquisitivo en la sociedad, que después se refleja en la dependencia de los artefactos. Podemos cerciorarnos de que las industrias culturales tecnológicas se han encargado de que no se pueda prescindir de ningún teléfono móvil. Este dispositivo ya no se adquiere por la durabilidad o la eficacia que pueda desempeñar en su uso, más bien, se adquiere por las novedades que contiene y la atracción de colores, y sobre todo la capacidad de conectarse a internet y pasar tiempo en las redes sociales digitales.

El universo transparente del que comenta Lipovetsky, en el que están sumergidas las personas, puede interpretarse como las redes sociales digitales, donde pueden mostrar y escribir parte de su vida íntima, como se señalaba al principio. En este sentido, se puede decir que dedicar tiempo a las redes sociales digital o a cualquier medio electrónico, representa relaciones de poder en ese universo simbólico digital, al seducir de manera emocional y sentimental a los usuarios.

Respecto con lo anterior, Gubern señala una especie de patología social, esta patología enfocada en el uso de la televisión:

La teleadicción constituye una patología social no infrecuente en las sociedades industrializadas y sin duda debía ser un teleadicto aquel ciudadano italiano que de un acontecimiento confesaba cándidamente que no estaba seguro de si lo había vivido o lo había visto en televisión, revelando así la emergencia social de un nuevo tipo de paramnesia mediática, fruto de la nueva “sociedad electrónica”. (2000, pp.13 y 14).

Con a lo anterior, actualmente podemos ver la dependencia hacia las redes sociales digitales, las pantallas funcionan como ventanas o portales a otros espacios lejos del contexto, conectando con ideologías que expresan e

influyen algo. En este sentido, la patología social puede ser el proceso en el que se da el fenómeno de la emoción y lo digital.

Teniendo en cuenta lo anterior, argumentamos de que el uso de las redes sociales digitales, actualmente constituyen procesos de construcción de realidades a partir de la relación entre la subjetividad individual de los usuarios y los discursos que se encuentran en internet. Así como la televisión ha enseñado y ha emitido discursos que han perdurado en la sociedad en los diferentes contextos, y ha reunido a familias a la espera de sus transmisiones, actualmente internet ha imperado con los contenidos mediáticos y veloces para mantener este estilo, pero de una forma más eficaz.

A través de los contenidos y objetos mediáticos que se venden en internet, es como las personas y especialmente los jóvenes se sienten atraídos a estos, hay construcciones alrededor de los objetos de consumo que se legitiman y se emiten como novedad y tendencia. En este sentido, las industrias culturales digitales, se apoyan de los discursos por medio de imágenes o eslogan que logran conectar de manera directa con los sentidos y emociones de los usuarios. Esto, lo podemos comprobar al momento que caminamos por la calle en un día caluroso, y vemos un espectacular donde una persona toma un Cola-Cola con detalles en la imagen mostrando que el producto está frío. Los mensajes hechos por medio de imágenes, resulta ser eficaz y atractivo para la vista de las personas.

En el caso de las pantallas y los mensajes, imágenes y audios que circulan en las redes sociales digitales, Lipovetsky, habla de una especie de magia en las pantallas que seduce o atrapa a las personas: “la pantalla no es sólo un invento técnico integrado en el séptimo arte: es ese espacio mágico en el que se proyectan los deseos y los sueños de la inmensa mayoría.” (2009, p. 9). Con lo anterior, actualmente lo emocional y lo digital se combinan para construir un horizonte de identidades digitales, enfocadas en realizar los deseos tomados de las redes sociales digitales. Las emociones son prácticas sociales no racionales que se ejecutan en las redes sociales

digitales, es por ello que al momento de navegar por internet no se es consciente de lo que se interioriza. Con lo anterior, las emociones en sus diferentes manifestaciones (alegría, tristeza, fría, entre otras), son un producto del uso de las redes sociales digitales, estas determinan los modos de pensar y actuar y la manera en cómo se relacionan las personas. Las emociones son producciones simbólicas de las industrias mediáticas, que las personas interiorizan, influyendo de manera determinante en sus vidas. Actualmente, debido a la proliferación y al uso excesivo de las redes sociales digitales de información, Byung-Chul Han, hace referencia a las enfermedades y problemáticas de esta época, donde podemos ver el análisis que realiza enfocado a lo emocional:

El comienzo del siglo XXI, desde un punto de vista patológico, no sería ni bacterial ni viral, sino neuronal. Las enfermedades neuronales como la depresión, el trastorno por déficit de atención con hiperactividad (TDAH), el trastorno límite de la personalidad (TLP) o el síndrome de desgaste ocupacional (SDO) definen el panorama patológico de comienzos de este siglo. (2012, p. 11).

Con relación a lo anterior, notamos los padecimientos de la sociedad actual contemporánea, a partir de esto, las patologías sociales se hacen presentes en las practicas culturales, adquiridas en las redes sociales digitales. Desde esta perspectiva, argumentamos que los síntomas anteriores, son parte de los efectos de las redes sociales digitales en las personas, especialmente en los jóvenes. Esto se relaciona con la idea que señalamos anteriormente con Gubern, donde la tecnología afecta a las personas en los planos: físico, intelectual y emocional.

En el caso de la depresión como enfermedad de la sociedad actual, lo podemos ver en las personas, especialmente en los jóvenes cuando navegan en internet e interiorizan contenidos, con la capacidad de desearlos y arraigarlos. El efecto que tiene esto, es precisamente la tristeza o depresión al no poder cumplir con sus expectativas y los discursos que se ven en las redes sociales digitales. Es por ello que este autor, dice que vivimos en una

sociedad de rendimiento, que lleva a una autoexplotación. Byung-Chul Han (2012), señala que el agotamiento, la fatiga y la asfixia son productos de la violencia neuronal. En este sentido, el autor ofrece una idea de lo que es la violencia neuronal:

La violencia neuronal (...) es sistémica, es decir, consiste en una violencia inmanente al sistema. Tanto la depresión como el TDAH o el SDO indican un exceso de positividad. Este último significa el colapso del yo que se funde por un sobrecalentamiento que tiene su origen en la sobreabundancia de lo idéntico. (p. 23).

La violencia neuronal puede verse en la actualidad, en la imposición de contenidos y discursos que se ven en las redes sociales digitales, los símbolos y objetos, todo lo que se ve, se escucha y hacen sentir las redes, hace que las personas construyan su realidad y su identidad digital. En este sentido, la violencia neuronal o las enfermedades, son parte de esta sociedad del rendimiento, donde se ve un exceso de positividad que causa el colapso del que “yo”, como dice el autor. Este colapso del yo, puede entenderse como ese aburrimiento infinito o ese cansancio de la sociedad actual. El aburrimiento o la insatisfacción de las cosas y de la vida, son parte de los efectos de las redes sociales digitales, las enfermedades de las que padecen las personas especialmente los jóvenes en la actualidad, se han acentuado con el uso de los espacios virtuales.

1.2.3. Diagnóstico de consumo digital juvenil actual

Las juventudes como concepto, es totalmente distinto a lo que se ve y se vive, o viven, actualmente los jóvenes. El sector al que suele adjudicarse ese proceso transitorio pasan diversos momentos tratando en encontrar o encontrarse, algo, no sé qué. Desde los apuntes del diario de campo, de manera muy general, y desde mi subjetiva, he logrado “detectar” algunos aspectos que se han manifestado en los jóvenes, esto es, por supuesto, enfocado en las redes digitales.

Antes del fenómeno de la pandemia, la tecnología ya estaba en pleno auge y desarrollo, sobre todo en las aplicaciones virtuales, las diferentes plataformas de entretenimiento como, por ejemplo: YouTube, donde generalmente las personas están gran parte de su tiempo, revisando videos musicales o buscando listas musicales para reproducirlas. Pese a esto, la pandemia causada por el virus del Covid-19, ha impuesto de manera tajante el uso de estos medios para consumo o entretenimiento completo, debido al confinamiento social en casa.

Dentro de los aspectos que se detectaron entre los jóvenes al momento de utilizar las redes digitales sociales y las diferentes plataformas de entretenimiento son: la egolatría, la idolatría y el eros digital. Estos tres aspectos o actitudes son importantes dentro del análisis aquí presentado, pues, aunque quizás puedan deducirse como características de las generaciones actuales o, quizás éstos conceptos resuenen de manera explícita o implícita como el sello de las redes sociales digitales, aquí se presentan las tres formas unidas en las juventudes en las construcciones de sus identidades digitales.

Las características o actitudes antes descritas están enfocadas en este trabajo en las redes sociales digitales, en las plataformas multimedia de entretenimiento como: Netflix y Youtube, que por excelencia son los medios de donde las personas buscan listas musicales y videos del momento. Aunque más actualmente, la plataforma de almacenamiento musical,

spotify, ha sobresalido en los últimos años como los espacios digitales más utilizados por las personas para buscar música y hacer su propia lista. Es importante mencionar que las dos últimas plataformas, tanto Netflix como Spotify, son plataformas pagadas, es decir, por el uso de ellas se paga una cierta cantidad monetaria como se hace internet. Lo anterior, acentúa aún más la dificultad de acceso para estar presente u online, con las demás personas que están interesadas por los contenidos que ahí se transmiten.

Enfocándonos en el consumo de internet y de las redes sociales o digitales que se utilizan actualmente, podemos apoyarnos de la encuesta nacional de la UNAM 2020, los datos que recolectan ayudan a verificar la información obtenida en esta investigación:

Las redes sociales más usadas son WhatsApp y Facebook con 97.9 y 91.5% cada una. Son empleadas por todos los grupos de edad, escolaridad e ingreso, aunque son ligeramente más las mujeres que los hombres. En el caso de Facebook se emplea más fuera de la Ciudad de México y en esta última más el WhatsApp. Estos datos son coincidentes con la información que se ha brindado en los medios de comunicación desde el inicio de este periodo de confinamiento. (González, T., Nivón, E., y Sánchez, A. 2020, p. 36).

De acuerdo con lo anterior, se expone que redes sociales digitales son las más utilizadas, dando como resultado WhatsApp y Facebook, siendo esta una aproximación muy importante para nuestra investigación, pues coincide con lo que se ha recabado en nuestras encuestas sobre el uso de redes digitales, entre los jóvenes de estudio de esta investigación.

El uso de estas dos redes digitales o redes sociales, toma el punto de partida para realizar las observaciones en las redes digitales y qué es lo que hacen los jóvenes en estas plataformas. Las prácticas que ellos realicen, es lo que de cierta manera determinará cómo construyen su identidad digital. Como hemos señalado anteriormente, lo que coloca en hito a esta investigación, es el contexto de la pandemia causada por el Covid-19, donde este panorama demuestra el alto consumo de internet y por ende de las

redes digitales. Explorar lo que hacen las personas en internet, y particularmente los jóvenes, nos lleva analizar lo que consumen, es decir, las páginas web a las que recurren frecuentemente, gustos e intereses por los que son atraídos en las redes digitales. Hine, dice lo siguiente: “Internet y las otras redes similares proveen un campo de acción natural para el estudio del comportamiento de las personas online, sin tener que ajustarse a las constricciones de los diseños experimentales de investigación.” (Hine, 2000, p. 30).

Hine, señala que la investigación por medio de internet, puede ser favorecedora al estudiar lo que aquí nos interesa, el comportamiento de las personas en línea, es decir, en las redes digitales o sociales. Se parte de que el comportamiento, la actitud, el carácter, la personalidad, en sí, el estilo de vida que tienen las personas, y en nuestro caso los jóvenes, es debido a lo que consumen de manera virtual, en internet.

Lo anterior, puede que no sea algo nuevo, desde que las empresas capitalistas operan en las redes han estado en su menú el vender ideas, “necesidades” a las personas para adquirir ganancias y sobrevivir en su lógica de empresa. Sin embargo, con la pandemia del Covid-19, las personas se han enfocado solo en el consumo los productos de las empresas. Por eso al principio de este capítulo, se hablaba de que parece que se tiene consciencia de lo que se ve, se escucha en internet, pero no.

Uno de los argumentos que se sostiene en esta investigación, es que a pesar de la crisis sanitaria causada por la pandemia del Covid-19, es que, cada vez hay más personas que tienen un acercamiento a internet o por lo menos tienen una idea de lo que es. La brecha educativa y ahora más que nunca digital es clara y muy visible, sin embargo, se ha notado de entre las personas hay más jóvenes que cuentan con un Smartphone, con acceso a wifi, al tener un teléfono con estas características, nos permitimos plantear la pregunta de: ¿que, aunque no hay clases presenciales, para qué utilizan la red wifi las personas? Esta pregunta sin duda es muy general, pero

fundamental, pero es necesaria para reflexionar y si es posible ser contestada de acuerdo a un contexto determinado.

En el caso de los jóvenes de estudio de esta investigación, todos tienen acceso a internet, tienen teléfonos Smartphone, computadoras, es decir, tienen las condiciones necesarias para navegar por las diferentes plataformas digitales y estar en las redes sociales digitales. En este tenor, nos interesa de manera inmediata reflexionar, analizar y tratar de dar respuesta a esta pregunta que nos concierne para poder explicar o describir lo que aquí llamamos identidad digital. Montoya y Pérez, indican lo siguiente:

Desde finales del siglo pasado las Tecnologías Digitales como Internet y computadoras personales propiciaron transformaciones sociales de interés para las ciencias sociales, adicionalmente la aparición de consolas de videojuegos, la masificación de teléfonos inteligentes y tabletas, la creación de la Web 2.0 clave para el desarrollo de medios sociales y aplicaciones, tienen un papel crucial en los cambios que se están produciendo en las sociedades contemporáneas. (2020, p. 13).

La cita anterior, describe como la aparición de internet junto con las nuevas tecnologías han participado en las nuevas dinámicas sociales que han desembocado en cambios sociales, desde las maneras en cómo relacionarse, de trabajar, de estudiar, las maneras en cómo se compran y se venden productos que son útiles e importantes.

La sociedad actual, en sus diferentes contextos dependen enteramente de la tecnología, con esta viene de la mano internet y las plataformas que ofrece para diferentes servicios y actividades que cotidianas como trabajar y estudiar, entre otras que forman parte ya de rutinas imprescindibles. Esta dependencia tecnología, se ha construido con el paso del tiempo, se comenzó con el consumo de contenido en la radio y la televisión, más antes estuvieron presentes los medios impresos como los periódicos.

Décadas después, los periódicos fueron reemplazados por la radio y la televisión, siendo esta última la que más revuelo cautivando con las imágenes y los programas televisivos a las audiencias en sus diferentes edades. Como señalamos anteriormente con Bourdieu, la manera en cómo actúa el capitalismo en los medios de comunicación es claro, sin embargo, tiene el poder simbólico de atrapar y legitimar los discursos que ahí se manejan. Este poder simbólico, es el que está cargado de ideas o ideologías que coaccionan a los espectadores a consumir.

Debido a la pandemia, las personas de todas las edades se han enfocado al uso y consumo de los espacios virtuales, sin excepción. En este sentido, debido a que varias actividades se han tenido que realizar a la distancia (de la manera virtual), las personas se han tenido que adaptar a esta nueva dinámica de coexistir con el otro. Está clara la desigualdad de acceso a internet por la falta de posesión de capital económico, sin embargo, el aumento del uso de las tecnologías y los medios digitales ha aumentado en todo el planeta.

La desigualdad económica y de acceso a diferentes medios, como la educación, es una problemática que ha acompañado a la humanidad en sus diferentes épocas y contextos. Más que un problema solo material, es un problema ético del hombre, de los gobiernos, de los reinos que “no han sabido” como combatir estas brechas que aquejan a las personas, pero especialmente a las juventudes, como nuevas generaciones que se están construyendo continuamente, que están aprendiendo en medida de sus experiencias con su medio.

Anteriormente se señaló que las plataformas digitales o redes sociales digitales que más se consumieron son: WhatsApp y Facebook, en este tenor, se argumenta que, de acuerdo con la experiencia de etnografía digital con los jóvenes informantes de esta investigación, Facebook funciona como el centro de convivencia entre amigos, familiares, y relaciones de pareja. Una de las características principales de las juventudes actuales, es lo que comparten y cómo comparten.

Respecto al consumo de las redes sociales digitales, los autores, González, Nivón, y Sánchez, ofrecen un panorama amplio sobre el uso de las redes sociales que más son utilizadas estrictamente por el sector juvenil:

Las redes sociales más “juveniles” son Instagram, Snapchat y TikTok. Tienen un importante sentido lúdico y, viceversa, no son muy empleadas para emitir opiniones (aunque el uso de imágenes en Instagram tiene este uso potencial). Son redes más empleadas por mujeres que por hombres, estudiantes con bajos ingresos o sin ingresos. Instagram se usa ligeramente más en la Ciudad de México. Estas redes sociales son empleadas por jóvenes de 15 a 19 años, con educación media, estudiantes con bajos ingresos o sin ellos. Snapchat y TikTok son ligeramente más preferidas en el resto del país que Instagram. (2020, p. 36).

Lo anterior, significa leer un panorama general de la ciudad de México con datos que para éste año pueden ser distintos, lo cierto es que, el consumo de internet, y con este el uso de las redes sociales digitales, ha desencadenado entre los jóvenes el aislamiento, el individualismo, que hasta cierto punto puede entenderse como apatía por el mundo y el contexto en el que se encuentran.

Esto puede ser algo certero, pues, las aguas de las redes sociales digitales, son navegadas por jóvenes que están en plena construcción de su identidad digital, con esto nos referimos a que están aprendiendo a elegir en un espacio social distinto al espacio físico. En este espacio virtual todo puede ser real, en referencia a los discursos que ahí se manejan, o bien, todo puede ser mentira. La cita anterior se puede leer desde una etnografía virtual, es decir, analizar todo lo que pasa en internet y en sus espacios.

Sin embargo, no es tarea fácil, pues aquí cabe la idea y el trabajo descomunal que representa abordar la subjetividad de las personas, en este caso la subjetividad de los jóvenes de esta investigación. Por subjetividad, Fernando González, ofrece la siguiente idea:

La subjetividad social se configura en una dimensión discursiva, representacional y emocional, que integra los desdoblamientos y consecuencias de procesos que se desarrollan en un nivel macro social con los que ocurren a nivel micro social, en la familia, la escuela, el barrio y las múltiples y móviles configuraciones subjetivas de los sistemas cotidianos de relación en todas las esferas de la vida. (2012, p. 24).

Con lo anterior, constatamos que la subjetividad se nace y se construye por medio de la experiencia de los sujetos, esto sucede en medida de la relación e interacción que ellos tienen en los diferentes espacios sociales donde ellos están inmersos: la familia, la escuela, el barrio, el trabajo, etc. Una de las tesis que se sostienen en esta investigación, es que recientemente el espacio que se ha potencializado y que se toma como único para relacionarse socialmente, es el espacio virtual que ofrece internet.

Internet y las diferentes redes sociales funcionan como los espacios sociales digitales donde se cohabita y se coexiste a partir de diferentes perfiles, gustos e interés, que forman y construyen a las nuevas generaciones de la sociedad en sus contextos múltiples. En estos espacios es donde se da el mayor consumo de contenidos, que posteriormente son aplicados a las compras. Esto significa que el solo entrar o visitar las páginas web, ya es un consumo.

A partir de las visitas y la navegación por las redes digitales por parte de las personas y especialmente de los jóvenes, es donde construyen esa identidad digital que los visibiliza, los muestra ante la complejidad del mundo que se eclipsa entre las relaciones de poder y la desigualdad social. Las identidades digitales de los jóvenes, se construye a partir de sus experiencias en las redes sociales digitales, así como en las diferentes plataformas multimedia, siendo la experiencia la esencia de la subjetividad en los jóvenes, y de las personas en general de todas las edades que concurren a las redes digitales.

En este punto, es importante resaltar que una de las características que se marcan en las redes digitales son los discursos, como se menciona anteriormente. Que precisamente al haber un exceso de información, ideas y discursos que interactúan con los jóvenes, tienen a deformar su realidad y su subjetividad. Esta última se relaciona con la personalidad y la identidad de los jóvenes en cuanto a sus gustos e interés en las redes sociales digitales: “la oposición entre la interpretación subjetiva y la representación modélica de la realidad, o, si se quiere, entre el espacio interior de la subjetividad con el mundo exterior de la objetividad, se ha apuntalado mediante el concepto de intersubjetividad.” (Gómez, 2013, p.37).

De acuerdo con Gómez, podemos ver el proceso de la subjetividad y el modo en cómo opera de manera interior y exterior, de acuerdo al contexto y a la experiencia. En este sentido, surge un punto crucial que es la intersubjetividad, esta dinámica social surge entre las personas, especialmente en los jóvenes de estudio, al momento que ellos coexisten en las redes sociales digitales. Esta dinámica social en los medios digitales, se construye a partir de la intersubjetividad, es decir a partir de las creencias y experiencias de los jóvenes en los diferentes espacios virtuales.

La subjetividad como esencia inherente en las actividades de los jóvenes que construyen su identidad digital, parte de las experiencias de los usuarios en las redes sociales digitales que se enfocan en la realidad virtual, creando y desarrollando así un estilo de vida “propio”, que los define, los identifica y los representa en el contexto en el que se encuentren.

En este sentido, el contexto o el espacio social digital en el que se encuentran los jóvenes, está lleno de poder simbólico que confiere identidad, autonomía y representación en razón del acceso y dominio tecnológico, pero también promueve desigualdad como se mencionaba con Castells, sobre la lógica de las redes. En este sentido, el espacio social digital es producción, pues es una creación, en razón de un desarrollo científico y social, sin embargo, este espacio social virtual es síntoma de reproducción de las desigualdades que se padecían en los espacios físicos.

Para extender un poco más la idea del espacio social digital, se parte de la idea de espacio social. A continuación, se ofrece una idea sobre lo que es el espacio social como producción, y consumo:

El espacio (social) no es una cosa entre las cosas, un producto cualquiera entre los productos: más bien envuelve a las cosas producidas y comprende sus relaciones en su coexistencia y simultaneidad: en su orden y/o desorden (relativos). En tanto que resultado de una secuencia y de un conjunto de operaciones, no puede reducirse a la condición de simple objeto. Ahora bien, nada hay imaginado, irreal o «ideal» comparable a la de un signo, a una representación, a una idea, a un sueño. Efecto de acciones pasadas, el espacio social permite que tengan lugar determinadas acciones, sugiere unas y prohíbe otras. Entre esas acciones, unas remiten al universo de la producción, otras al del consumo (es decir, al disfrute de los productos). (Lefebvre, 2013, p. 128).

Lo anterior, explica de manera más clara lo que es y significa el espacio social, podemos decir entonces que el espacio social es el lugar donde habitan las personas, pero si hablamos del espacio social digital estamos hablando de las plataformas digitales. En nuestro caso, las redes sociales digitales donde pasan la mayor parte del tiempo los jóvenes coexistiendo.

Lefebvre, señala que el espacio social es el lugar que permite desarrollar las ideas, los signos de los que nos empapamos de acuerdo a nuestras experiencias. En este caso, el espacio social, es acción, es hacer y recrear lo que se ha aprendido. En nuestro caso el espacio social digital es el lugar que permite a las personas, especialmente a los jóvenes, realizar acciones de consumo de manera consciente o inconsciente. Estas acciones de consumo, son impuestas por medio de los discursos que han instaurado las empresas capitalistas que producen contenidos multimedia para las diferentes plataformas digitales.

Como señala el autor anterior, aquí se entra a un problema de producción y consumo dentro del espacio social, en nuestro caso, es un espacio social digital que está enfocado, desde mi perspectiva hacia el consumo. Todo es producción y consumo, en la medida que tengamos contacto con las cosas o ideas que se ofrezcan. Colocando especial atención en la red social digital, Facebook, podemos indicar que, de acuerdo con González, T., Nivón, E., y Sánchez, A., esta red social funciona como un gran menú de contenidos y opciones para los jóvenes y en general para las personas: “llama la atención la universalidad de Facebook. A su antigüedad hay que añadir su carácter “contenedor” o convergente; es decir, que puede verter contenidos de las otras redes mencionadas.” (2020, p. 37).

También, los autores ofrecen la siguiente tabla para apreciar el consumo de redes sociales digitales entre hombres y mujeres, así como cuáles utilizan más.

Redes sociales empleadas							
WeChat	Sanpchat	LinkedIn	TikTok	Twitter	Instagram	Facebook	WhatsApp
0.5%	12.4%	19.2%	22.6%	69.6%	72.7%	91.5%	97.9%
Más mujeres que hombres, de más de 40 años. Universitarias, altos ingresos	Más mujeres que hombres, jóvenes, estudiantes, bajos ingresos	Más varones, de 30 a 39 años, universitarios, altos ingresos	Más mujeres que hombres, jóvenes, estudiantes, bajos ingresos	Más hombres, jóvenes (20-39 años), universitarios, altos ingresos	Más mujeres que hombres, jóvenes educación media. Más en la Ciudad de México	Todos los grupos de edad, escolaridad e ingreso. Más fuera de la Ciudad de México	Todos los grupos de edad, escolaridad e ingreso. Más en la Ciudad de México

Tabla recuperada de: *Encuesta nacional sobre hábitos y consumo cultural 2020, análisis cualitativo y estadístico (2020)*, p. 37. En González, T., Nivón, E., y Sánchez, A.

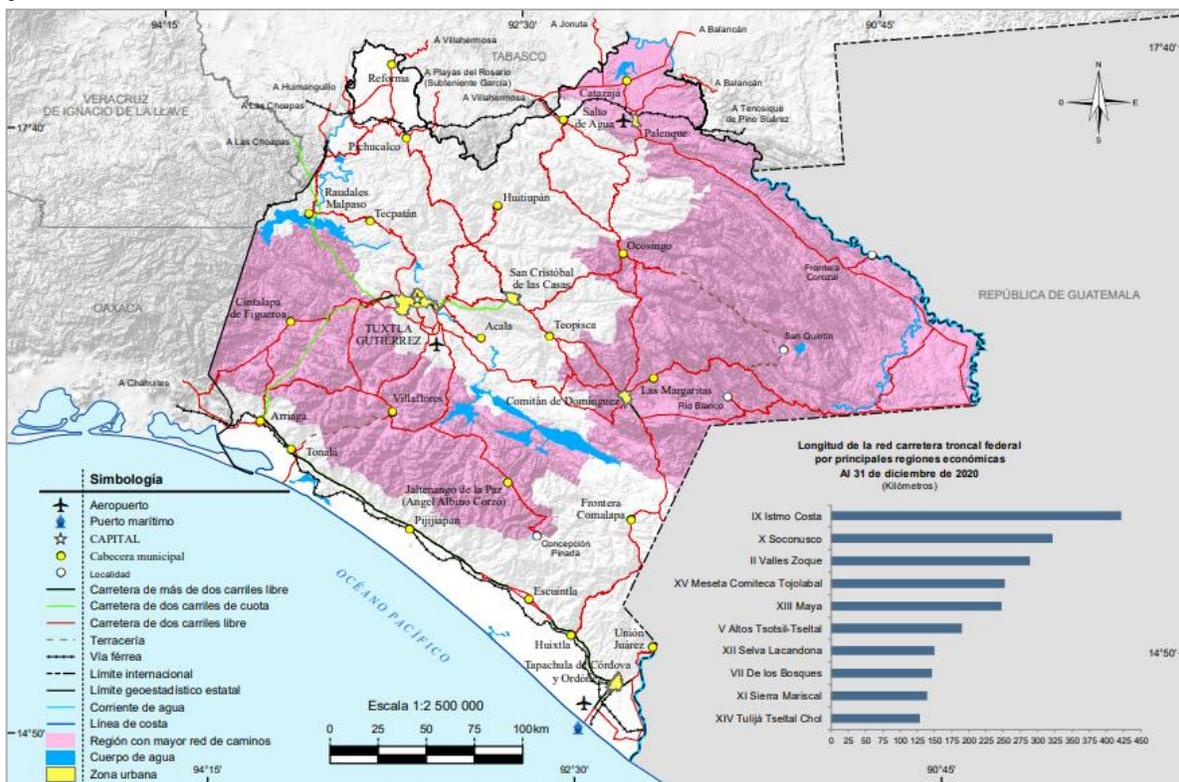
La tabla anterior, nos ofrece elementos para analizar este consumo que está presente en las redes sociales digitales, especialmente en Facebook y WhatsApp, podemos apreciar el uso que se les da sin importar la edad y condición económica que se tenga, también podemos ver que este análisis contempla fuera de la ciudad de México. Sin embargo, en el caso de WhatsApp, se señala que más en la ciudad de México, puesto que puede influir el factor poblacional que se concentra en ese espacio. En el caso de Facebook, funciona como un contenedor, en palabra de los autores, pues en esta red, se pueden encontrar contenidos de otras redes. Lo que provoca que varios contenidos digitales estén presentes a la vez dispuestos a “entretener” a los jóvenes. Esto es algo importante, pues Facebook, no cierra

sus puertas a ideas empresariales distintas a las que tiene, sino que abre la posibilidad de fusión con intenciones de alcance para ventas y dominio. Esto puede ser algo puede ser algo deducible, sin embargo, analizar y encontrar el punto que hace que Facebook funciones como patio de reuniones juveniles, es tarea de esta investigación, y que se llevará a cabo en medida del acercamiento con nuestros jóvenes de estudio.

Bajo el supuesto de que hoy en día todo es consumo desde las redes sociales digitales, ya sea de manera indirecta o directa, los discursos y estilos de vida que evocan a esta condición son legitimados y esparcidos por los mismos espacios virtuales.

CAPÍTULO 2. CHIAPAS: CONTEXTO SOCIOCULTURAL EN LA PANDEMIA DE LA COVID-19

Esta investigación se desarrolla en el contexto sociocultural Tuxtla Gutiérrez, Chiapas; donde es menester señalar el problema de salud por la que pasa este espacio geográfico y el mundo. Se está viviendo un fenómeno coyuntural para la humanidad y que, a partir de este evento, muchas cosas dejaran de ser y otras empezaran a ser. Es decir, la “normalidad” con la que se solía vivía antes de la pandemia ha cambiado y seguirá cambiando como un sistema de adaptación a este virus mejor conocido como Covid-19. Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, se localiza al sur sureste de México, de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía INEGI, en el censo de población y vivienda de 2020, el total de habitantes fue de 604, 174.²



Mapa del Instituto Nacional de Estadística y Geografía, INEGI. *Aspectos Geográficos Chiapas 2021.* Pág. 42.
https://www.inegi.org.mx/contenidos/app/areasgeograficas/resumen/resumen_07.pdf

² Esta información fue tomada de la página del Instituto Nacional de Estadística y Geografía, INEGI, del censo de población y vivienda del 2020. <https://censo2020.mx/>

Los coronavirus, son una familia de virus que causan enfermedades (desde el resfriado común hasta enfermedades respiratorias más graves) y circulan entre humanos y animales. En este caso, se trata del SARS-COV2. Apareció en China en diciembre pasado y provoca una enfermedad llamada COVID-19, que se extendió por el mundo y fue declarada pandemia global por la Organización Mundial de la Salud. (Gobierno de México).

Lo anterior expone que el Covid-19 es un virus mortífero para el ser humano, ante esta situación, los gobiernos de todos los países del mundo han ordenado un periodo de cuarentena donde se ve el aislamiento total de actividades presenciales, cierre de escuelas, lugares de trabajos, cafés, parques, cines, evitando la aglomeración de personas para evitar y contener el contagio de este virus.

La cuarentena ha acentuado múltiples problemáticas de índole socioeconómicas y socioculturales, dejando en claro que los gobiernos no estaban ni están preparados para una situación como esta. En el caso de México, se resintió la falta de atención médica en los hospitales, los insumos para atender a las personas: medicamentos, camas, tanques de oxígeno; donde particularmente las personas que se contagiaban del Covid-19, padecían los síntomas de falta de oxígeno.

Las personas de cualquier edad que tengan fiebre o tos y además respiren con dificultad, sientan dolor u opresión en el pecho o tengan dificultades para hablar o moverse deben solicitar atención médica inmediatamente. De ser posible, llame con antelación a su dispensador de atención de salud, al teléfono de asistencia o al centro de salud para que puedan indicarle el dispensario adecuado. (OMS, 2020).

“Las personas adultas, entre los 55 y 70 años han sido las más afectadas, al padecer algún problema de salud crónico, el Covid-19, complicaba aún más la mejoría de salud de las personas”. No se deja por un lado a la población considerada como joven, de entre 15 y 30 años, también el virus afecto a esta población, pero con menor impacto.

La página oficial de Salud Chiapas, dio a conocer los casos de Covid-19 en México con la fecha de corte del 15 de julio de 2021, casos confirmados: 2, 629, 648; y defunciones: 235, 740. La misma página informó sobre el Estado de Chiapas, se dieron a conocer las cifras con fecha de corte de 16 de julio de 2021, infectados: 11,995; recuperaciones: 11, 513 y defunciones: 848.

Es evidente el alto número de infectados, de los cuales al presentarse a las instalaciones médicas suelen ser demasiados o que lleva al no tener una atención adecuada, a esto se le suma la falta de equipo médico como se señaló anteriormente. Este problema se dio en todos los estados de la república mexicana, donde se carecía de todos los equipos médicos y tratamientos. En lo que respecta a la capital del país, la ciudad de México, no fue la excepción. Desde el principio y hasta el momento, es la ciudad con más problemas para hacer frente a esta pandemia, al ser una ciudad con una gran concentración de personas aunado que es el lugar donde hay más personas de otros países viviendo ahí, la lleva a ser la ciudad epicentro de los casos y contagios.

Es lo que decían algunos expertos en las noticias, “las ciudades más grandes de mundo serán los focos rojos de contagios al contener la mayor cantidad de personas”. Lo descrito anteriormente, es el contexto en el que se encuentra Chiapas, y particularmente la ciudad de Tuxtla Gutiérrez. Esto puede pensarse que solo hace referencia a el tema de salud, sin embargo, realizando el análisis cuidadosamente podemos encontrar que a pandemia del Covid-19, impacto en los tejidos: socioeconómico y sociocultural.

Si, por un lado, en cierto momento los semáforos epidemiológicos se tornaron positivos para la mayoría de los Estados de México, en los medios de comunicación algunos expertos señalaban que debido a las temporadas “vacacionales” se iban a estar dando las olas de contagio. Esto supone un repunte en las personas infectadas por el Covid-19, siendo los lugares turísticos los espacios propicios para la propagación del virus.

De acuerdo con el periódico digital El Financiero (2021), en enero del año en curso, se suscitó la segunda ola de contagios de Covid-19, quizás esto se debió a la temporada vacacional decembrinas donde también se dieron a conocer noticias e informes de reuniones masivas celebrando las famosas posadas navideñas, lo que ocasionó un total desastre y descuido en la contención de virus.

El pasado 23 de julio del año en curso, el mismo periódico digital El Financiero, dio a conocer que en México una tercera ola de contagios por el Covid-19, golpearía a la población en materia de salud. Son las playas mexicanas los sitios turísticos donde se refleja la concentración de personas incitando a los contagios al no respetar el distanciamiento social y las medidas sanitarias.

Esta tercera ola de contagios, trae consigo una variante en la composición de virus conocida como Delta, una de sus características es que es altamente contagiosa, es más letal y se volatiliza con facilidad entre las personas de todas las edades.

La variante Delta tiene una fuerte presencia en la península de Yucatán, particularmente Quintana Roo y Baja California Sur, donde alrededor del 80 por ciento de las nuevas pruebas son ahora Delta, indicó Alejandro Macías, quien supervisó la epidemia de H1N1 en México en 2009. (El Financiero, 2021).

Resulta importante analizar la situación de la pandemia en México y el mundo, pues es un fenómeno que ha movido y cambiado la “realidad”, esa realidad que parecía inamovible, sometiendo a la población sin excepciones a una cuarentena. Si, por un lado, está la pandemia del Covid-19 y las crisis de índole material que trae consigo, algunas instituciones como la ONU-mujeres, han realizado estudios y análisis teniendo como resultado que también hay problemas no solo de salud, sino emocionales.

El aislamiento social, medida necesaria y vital para protegerse de virus mortal como es el Covid-19, ha desarrollado consecuencias de índole familiar, como: “mayores niveles de estrés, inseguridad económica y

alimentaria, disminución de ingresos y desempleo, lo cual puede aumentar significativamente los niveles de violencia contra las mujeres y las niñas en el ámbito doméstico” (2020). Con lo anterior, podemos tener en cuenta las circunstancias que viven las personas en este periodo de cuarentena, donde se pueden identificar dos problemáticas de salud: una física que es el virus del Covid-19 y la otra es, emocional.

Con lo anterior, se refleja uno de los daños quizás más nocivos y permanentes en las personas, pues ya involucra aspectos psicológicos donde se tienen que emplear terapias para restablecer o disipar, traumas, problemas emocionales. Sin duda será otro gran reto para las instancias gubernamentales atender a las personas en estos aspectos. Creo que el sector joven resulta más afectado y por la etapa de madurez en la que se encuentran, donde no es estable y “se apropian de todo lo que ven, escuchan y los dan por hecho”.

Acotando la realidad que nos interesa analizar, nos enfocamos en la situación sociocultural de la ciudad de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, se analiza lo que hacen los jóvenes en los ambientes virtuales durante la pandemia. Los actores son jóvenes estuantes de esta ciudad que apoyan a la investigación, con relación al uso cotidiano que ejercen en las redes digitales.

Estos jóvenes eran estudiantes del sexto semestre de bachillerato de una escuela privada, que desde el estallido de la pandemia en México el 17 de marzo de 2020, estuvieron recibiendo clases en línea sin perder un solo día. Tanto profesores como estudiantes de esta institución, trabajaban con una plataforma académica denominada: Control Academic. Esto supone que los jóvenes que nos ayudan en esta investigación, tuvieron acceso a Internet para recibir sus clases y navegar en la red. Actualmente, la mayoría de los jóvenes que apoyan esta investigación se encuentran en cursando una licenciatura, han migrado de la educación media superior a superior.

Esta investigación considera el acceso, uso y permanencia de los jóvenes en los espacios virtuales. De acuerdo con lo anterior, si tomamos a

la educación como la base de la sociedad, el gobierno no ha brindado las herramientas necesarias a los estudiantes del todo el país para no perder clases y continuar con la formación académica, desde educación básica hasta media superior.

De algún modo las universidades tuvieron que “adaptarse”, con algunas deficiencias, claro está; esto en cuanto a la educación pública. En el caso de a educación privada en todos los niveles, se puede decir que gran parte de este sector educativo se mantuvo en línea, varias escuelas invirtieron para mantener su población estudiantil.

Tomando como punto de partida la educación, se puede decir que con la presente contingencia sanitaria se rezagó de igual manera en todos los estados de la república. Esto debido a que la mayoría de a personas opta por una educación pública al no tener los recursos necesarios para pagar por cases online, esto sucede con la mayoría de la población mexicanas.

Esto ya trastoca el problema económico, que de algún modo la falta de empleo y oportunidades en el país, antes de la pandemia, ya era un asunto en el menú del gobierno mexicano. Sin embargo, las diferencias, precariedades y crisis de todas las índoles se acentúan aún más con la pandemia del Covid-19. García Canclini, señala que: “A las nuevas generaciones se les propone globalizarse como trabajadores y como consumidores.” (García Canclini, 2004, p. 168).

No solo a las nuevas generaciones de México, sino que, de todo el mundo, y a todas las personas sin importar la edad, se hace referencias a los jóvenes por la potencialidad de producción que puedan tener al desempeñarse en un espacio laboral. Es una dinámica de crear “mano de obra”, donde el objetivo de las empresas capitalistas es producir para que las personas consuman, donde los consumidores potencialmente son los jóvenes.

En el marco de la producción y el consumo, nos ubicamos en la pandemia causada por el Covid-19, donde específicamente golpeo la economía social de Tuxtla Gutiérrez, y de México en general. Aunado a las

temáticas anteriores, en la ciudad tuxtleca se han dado diversas movilizaciones sociales, encabezada la mayoría de las veces por jóvenes, las cuales no han cedido. Pareciera ser que el caos impera en la ciudad, se respira un ambiente de incertidumbre y pánico entre los ciudadanos al ver que no tienen una esperanza laboral, educativa, seguridad, entre otras cosas, que desembocan en la esfera económica.

Una de las movilizaciones que tuvo lugar en plena contingencia sanitaria en mayo de 2021, fue la movilización de estudiantes para nuevo ingreso de la Escuela Normal Rural de Mactumactzá: “El argumento de los normalistas es que en sus comunidades el acceso al internet y la posibilidad de concursar en el proceso para entrar a la escuela, los colocaba en una situación de desventaja” (Mariscal, 2021).

Por lo anterior, podemos destacar que la pandemia tuvo un alto impacto en el sector educativo, dejando fuera al sector que no tuviera acceso a Internet, no solo en esta situación, sino que también en el sector educativo en general para recibir clases y trabajar entre otras cosas que se realizaban de manera “cotidiana”.

De acuerdo con lo anterior, podemos analizar el acceso a Internet que tienen las personas en sus hogares antes y durante la pandemia. Es decir, cómo se conectan los jóvenes a Internet y a través de que dispositivos electrónicos como: celular, computadora o Tablet, que al no tener clases presenciales y quedar en cuarentena, la única forma de estar comunicación es por medio de Internet y las diferentes páginas Web redes digitales que en hay en ella.

El 14 de mayo de 2021, el Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI), emitió un comunicado respecto al “Día Internacional de Internet” celebrado el 17 de mayo del mismo año. En este informe se describe la accesibilidad que tienen las personas al Internet, se muestran estadísticas por estados, así como datos porcentuales. El norte del país tuvo más uso de Internet, tal es el caso de Baja California Sur, que fue el Estado

con mayor consumo; la entidad federativa con menos consumo fue Guerrero, en el segundo lugar está Oaxaca y en el tercer lugar Chiapas.

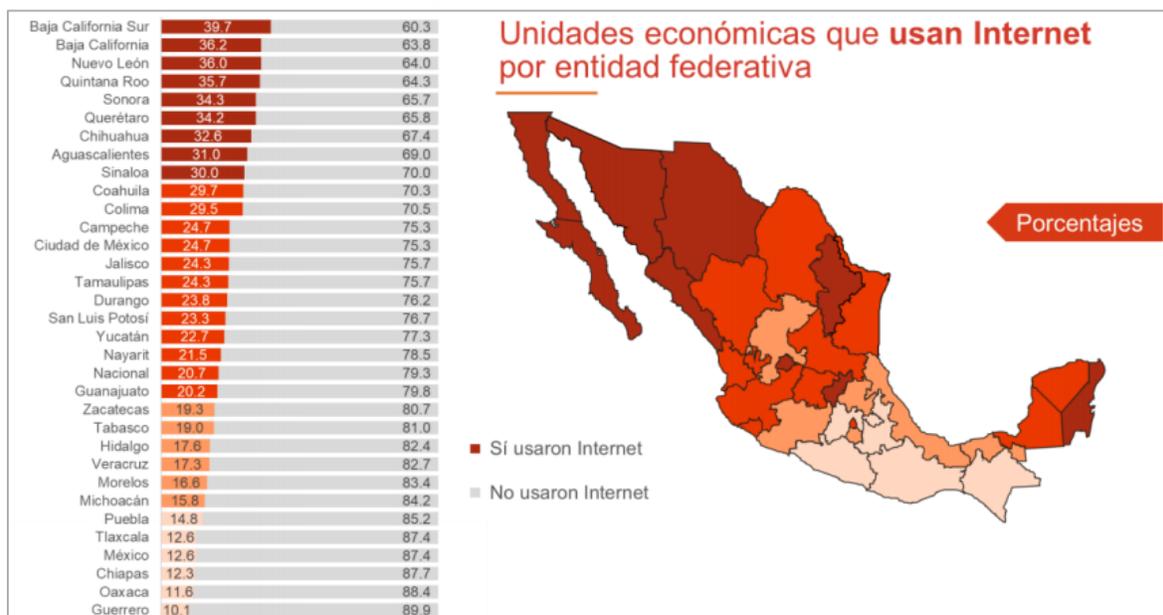


Tabla tomada del INEGI (2021), página: 1.

Con relación a los datos que se observan en la tabla anterior, podemos ver la brecha digital en cuanto al uso de Internet que se tuvo y se tiene en la pandemia, como supuesto, considero que la brecha digital y educativa se hizo sentir en todos los estados de la república mexicana y no solo en Chiapas, puesto que nadie estaba preparado para un fenómeno coyuntural como lo es la pandemia del Covid-19.

Los datos anteriores, son importantes porque nos ayudan a tener una dimensión más amplia sobre el problema de uso y acceso a Internet, sin embargo, en los noticieros televisivos informan las desventajas son evidentes sin excepción en todos los Estados del país. En este tenor, esta investigación se enfoca en analizar el acceso y uso que le dan los jóvenes a Internet y a los dispositivos para acceder a este.

Se toma como punto de partida al cierto sector joven, las prácticas y discursos que desarrollan al utilizar las redes digitales para estar “conectados” con su tiempo. Es importante no perder de vista la situación contextual antes descrita, pues son factores sociales que influyen y

determinan muchas situaciones de la realidad social de Tuxtla y de los jóvenes que viven en ese contexto. El panorama es poco alentador para Chiapas y el resto de la república mexicana, la precariedad se ha alojado en la sociedad, la crisis parece ser ya una palabra ficticia pues la situación que viven realmente muchas personas es alarmante.

Pese a esto, esta investigación toma en cuenta las problemáticas del contexto, y centra sus esfuerzos en analizar el proceso de construcción de la identidad digital en los jóvenes de Tuxtla, específicamente en el acceso, uso y hábitos de las redes digitales o sociales.

Se considera el universo digital como un medio donde se construyen y de-construyen identidades digitales con relación al uso de las redes digitales o redes sociales, páginas Web, plataformas multimedia, entre otras. Uno de los textos bases que se está utilizando para llevar a cabo esta investigación, es la etnografía virtual de Christine Hine, me apoyo en los planteamientos de esta autora porque da los pasos necesarios para poner en marcha un trabajo como el que estoy realizando. Una de las temáticas que maneja es el análisis enfocado en las experiencias digitales que tienen las personas en Internet, en mi caso la experiencia de los jóvenes en la red y en las diversas páginas donde ellos interactúan.

La etnografía [virtual] es una metodología ideal para iniciar esta clase de estudios, en la medida en que puede servir para explorar las complejas interrelaciones existentes entre las aserciones que se vaticinan sobre las nuevas tecnologías en diferentes contextos: en el hogar, en los espacios de trabajo, en los medios de comunicación masiva, y en las revistas y publicaciones académicas. (Hine, 2000, p. 12).

Como se señaló desde el principio, la situación de la pandemia ha sometido al mundo a una cuarentena obligatoria que parece no tener un fin, esto me lleva a que gran parte de la construcción de esta investigación, se está realizando por esta vía, online, esto debido a la contingencia sanitaria del Covid-19.

En estas circunstancias, fue imposible agendar una cita con los jóvenes que apoyan esta investigación de manera presencial. Sin embargo, se logró hacer de manera virtual. En todo momento se ha mantenido la comunicación con ellos para solicitar apoyo en algunos datos que creo conveniente saber o tener, por ejemplo: respecto al uso que realizan en Internet.

Lo anterior, no eximió de recolectar datos e investigar con respecto a nuestro objeto de estudio de manera física, sin embargo, se han presentado los repuntes sobre nuevos casos de Covid-19-Delta en la ciudad, lo que complica la apertura de bibliotecas y otros espacios que pudieran enriquecer mi investigación. En general se espera que la situación sanitaria en el mundo se reduzca, pues a partir de esto, se han dado otros problemas que trastocan o emocional en las personas, en particular se nota en os jóvenes.

Precisamente, este aspecto es central en esta investigación, pues la realidad de las personas en sus diferentes contextos ha cambiado de manera drástica, yo creo que todos y todas nos hemos adaptado a maneras de vivir, de ser y estar ahí en nuestro espacio llamado: casa. Esta investigación trastoca el problema de la identidad digital en los jóvenes, el fenómeno de la pandemia es coyuntural para analizar diversos aspectos de la vida juvenil durante la pandemia. Sobre todo, analizar lo que hacen con Internet y los espacios digitales que utilizan.

Hasta cierto punto, la pandemia sirve como un espacio donde se puede reflexionar sobre la manera en cómo las personas viven y se desenvuelven en su cotidianidad.

En mi caso, los jóvenes son pieza fundamental para esta investigación, pues darán cuenta sobre lo que hacen en Internet, así como las páginas Web que concurren y el porqué del estar ahí. La temática de los espacios virtuales e Internet ha estado latente desde antes de la pandemia, sobre los beneficios que tienen en los jóvenes, la navegación segura y los usos que le pueden dar a la red digital. Siendo los jóvenes, lo más pre-

dispuestos para usar las nuevas tecnologías y las paginas digitales. Prensky opina lo siguiente:

Los Nativos Digitales están acostumbrados a recibir información muy rápidamente. Les gusta procesar en paralelo y la multi-tarea. Prefieren los gráficos antes que el texto y no lo contrario. Prefieren el acceso aleatorio (como el hipertexto). Funcionan mejor conectados. (2001, p. 2).

Prensky está analizando la dinámica social de ese año y el uso de los medios digitales por parte de los jóvenes, estos últimos como actores centrales de lo digital, por tener mayor acercamiento e interacción al momento de jugar, aprender o solo pasar el tiempo, como ocio. Sin embargo, la situación que nos compete actualmente, no nos permite ignorar la brecha digital que existe entre los jóvenes, problema que se ha acentuado aún más con la pandemia.

Rodríguez, da una idea de lo que es la brecha digital y sus consecuencias: “la utilización de las tecnologías lo que ha producido es que se cree una brecha entre quienes tienen acceso a la Tecnología de la Información y la Comunicación (TIC) y aquellos que no lo tienen”. (2006, pp.1 y 2). De acuerdo con lo anterior, nos lleva a recordar el contexto en el que nos situamos con relación al acceso y uso de Internet durante la pandemia, los jóvenes que han estado conectado a la red digital, ya sea por motivos académicos, de entretenimiento o ambos; han desarrollado un tipo de identidad digital. De por sí, los usuarios de Internet tienen gustos, intereses y afinidades a ciertos contenidos que se ofrecen en la Web, construyendo una identidad digital colectiva.

Si, por un lado, hay jóvenes que han tenido acceso a Internet durante la pandemia, para recibir clases, siendo esta última uno de los motivos más importantes para tener red de Internet, hay jóvenes que no han logrado tener acceso, por las razones socioculturales y económicas, que la pandemia se ha encargado de resaltar más. Con lo anterior, Rodríguez señala también: “los problemas de inequidad en el acceso a la educación, la cultura y el

bienestar, han existido en toda la historia humana, y por lo tanto no se pueden ni deben atribuir al uso de las TIC ni al acceso y utilización de los recursos digitales”. (Rodríguez, 2006, p. 2).

Claro está que el problema sobre el acceso a Internet, no es Internet o las TIC como señala Rodríguez, más bien, tiene que ver con el discurso y el poder que existe entorno a ellas en razón a un precio y el control que ejercen las empresas prestadoras del servicio de red y los gobiernos que no brindan las herramientas necesarias para tener acceso a la red digital para el desarrollo académico de los estudiantes y el acceso a la información a todas las personas. El discurso que manejan los gobiernos, y particularmente el gobierno mexicano junto con las grandes Industrias en la época actual posmoderna, es que “todos están conectado a la red”. Lo que resulta todo lo contrario puesto que las empresas capitalistas manejan el acceso y costos restringiendo a quien no pueda pagar por el servicio.

Antes de la contingencia sanitaria, el gobierno de México implementó un proyecto insuficiente de “Internet gratis”, donde el objetivo es colocar red en espacios públicos: como parques, bibliotecas, puntos estratégicos donde las personas estuvieran conectadas.

Resultado un total desastre, la señal no era buena, algunos estudiantes acudían a los parques para realizar tareas, cosa que al concentrarse con mayor cantidad las personas, la red de Internet no era suficiente, comenzaron a darse los asaltos en parques y en las calles no había red libre, lo que llevó a que las personas dejaran de acudir a estos lugares públicos por el temor a la inseguridad. Con la pandemia que nos aqueja, las personas ya no salieron a buscar conexión a Internet se quedaron en sus casas para resguardar su salud.

2.1. Consumo cultural e identidad digital en Tuxtla Gutiérrez

En este apartado se analizan e interpretan los datos obtenidos de nuestros jóvenes de estudio, a partir de esto, se argumenta de manera general la situación de consumo en cultural en la ciudad, pero siempre con un enfoque centrado en la población muestra de esta investigación. Para comenzar este apartado, es importante definir el concepto de cultura, a partir de esto, se explicará el sentido que le estamos dando en este trabajo y cómo opera en la cotidianidad de los jóvenes en el contexto.

Con lo anterior, es cómo nos acercaremos al consumo en el contexto de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, en este sentido, para hacer la relación entre consumo y cultura, podemos decir que la cultura es todo lo que se consume, y lo que se consume es cultura. A partir de supuesto anterior, podemos constar en la realidad social, que todas nuestras creencias y prácticas responden a un contexto determinado, en este caso al contexto en el que nos encontramos y en el que se encuentran los jóvenes de estudio.

De acuerdo con la idea anterior, Geertz, ofrece una idea amplia de lo que es cultura:

Lo que se impone es darse cuenta de que el fenómeno alcanza a la antropología, y especialmente advertir que decir que la cultura consiste en estructuras de significación socialmente establecidas en virtud de las cuales la gente hace cosas tales como señales de conspiración y se adhiere a éstas, o percibe insultos y contesta a ellos no es lo mismo que decir que se trata de un fenómeno psicológico (una característica del espíritu, de la personalidad, de la estructura cognitiva de alguien) o decir que la cultura es el tantrismo, la genética, la forma progresiva del verbo, la clasificación de los vinos, el derecho común o la noción de `una maldición condicional` (como Westermarck definió el concepto de 'ar, en virtud del cual Cohén reclamaba reparación de los daños sufridos). (2003, p. 26).

El concepto de cultura que describe Geertz, es lo que construye y constituye a las personas, dándoles un sentido de pertenencia dentro de un grupo social, contexto o sociedad. Este sentido viene cargado de significaciones, que son establecidas colectivamente por ese grupo de personas. Como ejemplo de cultura, podemos colocar las tradiciones que se realizan en la localidad de Chiapa de Corzo, ubicado en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. Una de las tradiciones más emblemáticas que se realizan en este lugar, es la fiesta grande, celebrada del 4 al 23 de enero. De acuerdo con el Instituto Nacional de Antropología e Historia, el (INAH):

Cada año, del 4 al 23 de enero se lleva a cabo la Fiesta Grande de Chiapa de Corzo, en la que se calcula la participación de aproximadamente seis mil danzantes, entre “parachicos” y “chuntas”, quienes salen a las calles de esta localidad chiapaneca para dar continuidad a esta tradición que se realiza desde hace casi tres siglos. En esta tradición, la fiesta anual más grande que se hace en Chiapas, se conjuntan expresiones inseparables entre sí: música, danza y comparsas, artesanía, gastronomía, ceremonias religiosas y festejos que perviven desde la Colonia. (2010).

Lo anterior, explica las tradiciones, ritos y costumbres que se realizan en Chiapa de Corzo, en el caso de los parachicos, es una práctica cultural dotada de sentido y significado por las personas que habitan ese lugar, que se ha construido y arraigado con el paso del tiempo entre las personas. Con lo anterior, notamos las tradiciones de la cultura en Chiapas, sobre todo podemos notar que no son nuevas, sino que se vienen realizando desde hace varios siglos.

De acuerdo con el INAH, esta gran fiesta se celebra en el mes de enero de cada año y tiene cierta duración en el mes, los que participan son personas propias de ese lugar y personas que también, emocionados con el evento asisten y participan en ese ritual. Lo que podemos rescatar con este ejemplo, es que, en la cultura emergen ciertas prácticas o tradiciones que son construidas significativamente por las personas de manera colectiva.

Aquí nos encontramos con uno de los puntos centrales de este trabajo, las creaciones de sentido. La significación va de la mano con el concepto de sentido, aunque ambos son importantes para describir el proceso cultural como un fenómeno construido socialmente.

Para profundizar más el concepto de cultura, en el diccionario de los estudios culturales, Nara Araújo, nos ofrece una definición:

De etimología latina, esta palabra se asocia con la acción de cultivar o practicar algo, también con la de honrar; de ahí la connotación inicial asociada al culto: tanto a una deidad religiosa como al cuerpo o al espíritu. En su origen entonces, el término está vinculado con la idea de la dedicación, del cultivo. En las acepciones que el DRAE le reconoce. la cultura puede ser el resultado o el efecto de cultivar los conocimientos humanos y, también, el conjunto de modos de vida y de costumbres de una época o grupo social. (2009, p. 71).

Lo anterior, brinda una idea que ayuda a comprender a la cultura, y como se encuentra inmersa en la cotidianidad de las personas, que es tomara, realizada e interiorizada como algo normal, sin embargo, con la autora anterior, notamos que cultura es practicar algo. Esto en términos generales, pues como vimos con el ejemplo de la práctica de la fiesta Chiapa de Corzo, se practican diversas actividades para llevar acabo la tradición cultural.

También, la autora nos dice que cultura, es un conjunto de modos de vida y costumbres de un grupo social. Esto nos ayuda a comprender al fenómeno cultura como algo construido, y para que este hecho tenga valides debe ser reconocido socialmente y aceptado. La cultura va de la mano con el concepto de identidad, este concepto fue tratado en el capítulo I, sin embargo, podemos comentar de manera concreta que, un grupo social que tiene una cultura, es decir, un estilo de vida, necesitar pertenecer a algún grupo para ser reconocido y posea esa identidad. Tal es el caso de las personas que participan en la fiesta grande de Chiapas de Corzo, se sienten identificados con la práctica de esa región, les atrae, les gusta y pasan estos sentimientos a sus generaciones.

El sentido de pertenencia e identidad, puede verse reflejado en cualquier práctica social, ya sean fiestas tradicionales o prácticas que emergen a partir de las nuevas formas de socializar y configurarse como seres sociales. Tal es el caso de las nuevas tecnologías, la llamada era digital, que ha traído formas distintas de relacionarse para crear grupos sociales, y construir un estilo de vida con una pertenencia e identidad.

Como vimos anteriormente, las prácticas culturales son conjuntos de manifestaciones simbólicas, pero también materiales, abordando el punto de la materialidad, son producciones sociales de las diferentes regiones, son típicas de ese lugar. En este sentido, podemos decir que la producción cultural o la cultura como producción, es consumo. Este consumo ligado no solo a la adquisición de cosas, sino también se da el consumo simbólico que se refleja en la ideología que adquieren las personas en los contextos en los que se desenvuelven. También, está implícito el intercambio simbólico, en objetos o de ideas en la medida de las experiencias sociales que tienen las personas. Nos referimos a la cultura como un fenómeno que se consume, pues constituye una de las prácticas sociales más acentuadas en la actualidad, en los diferentes contextos.

A partir de esto, podemos decir que las tradiciones que se realizan en las distintas culturas, son consumo. Actualmente, las empresas con poder capital crean productos para la venta y consumo con el fin de que sus ganancias incrementen. Esto no es nada nuevo, sin embargo, se ha observado que también han elaborado discursos para abarcar a todo el sector social, por medio de las ideas sobre el rescate del patrimonio cultural y tradicional.

A partir de esto, diversas actividades sociales como el turismo, se han apuntado a embellecer y enaltecer los vestigios arqueológicos y pueblos tradicionales, también llamados, pueblos mágicos. Los espacios sociales antiguos y actuales que son atractivos por su geografía y su naturaleza, son denominados lugares o sitios turísticos. También por medio de campañas publicitarias, se ha visto que se toma como “activismo” o actividad cultural

recreativa, el llamado a la participación de eventos culturales, ya sea, danza, manualidades, conciertos, etc.

Ambos, dedicados al consumo tanto material como simbólico, que a simple vista no pueden distinguirse de manera clara, en nuestro caso, no nos detendremos para contemplar estos fenómenos, más bien, desde los estudios culturales, intentamos desarticular y desnaturalizar, los discursos y prácticas legitimados en la realidad social. No analizaremos la tradición cultural y cómo opera, nuestro objetivo se enfoca en analizar a la cultura digital y cómo es consumida. Es importante partir de la manera en cómo describimos el proceso anteriormente, sin embargo, ahora tocaremos otras aristas de la cultura, pero desde el ámbito digital.

Retomando la idea sobre las practicas digitales, estas han estado ganando terreno en las últimas décadas, han tenido impactos importantes en la sociedad en sus diferentes contextos. Anteriormente, se hacía mención de que los espacios virtuales han propiciado distintas formas de comunicación y de relacionarse entre personas. Es decir, desde que apareció internet y las diferentes redes sociales y plataformas, se construyeron en la humanidad, nuevas formas de ser y estar, nuevas formas de “socializar”.

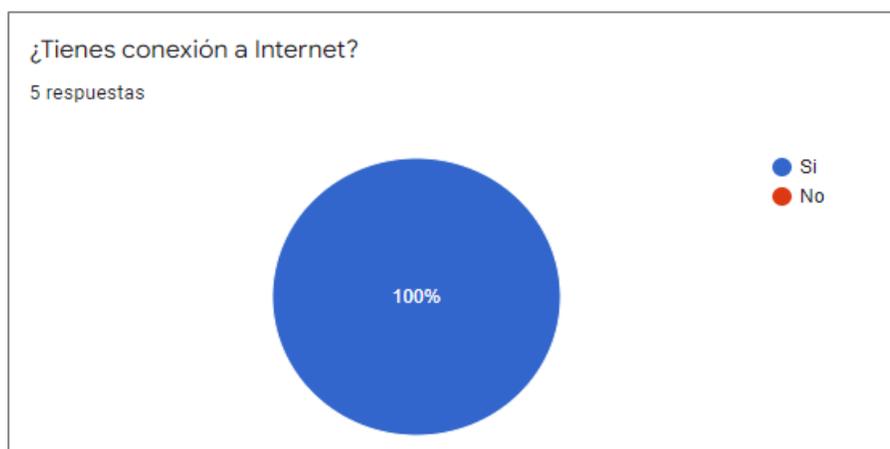
De acuerdo con esto, pasamos de un tipo de consumo típico (como los que ya señalamos), y pasamos a un tipo de consumo sin fronteras, un consumo digital. Casi por sentido común, siempre es habitual relacionar los conceptos de: tecnología y jóvenes. Sin embargo, el concepto de tecnología está desbordado, no tienen límite de edad, género, religión, condición económica, política y geográfica.

La pandemia del Covid-19, ha venido a cambiar y acentuar diferentes prácticas que solían hacerse, desde trabajar y estudiar, como dejar de asistir a lugares públicos. A las juventudes actuales les ha tocado experimentar esta situación del confinamiento, y es debido a esto que, imperaron con efectividad los usos de internet. Aunque no tardó, en que le apareciera en su corona el malestar de la desigualdad de acceso en el mundo.

Este desborde tecnológico o digital, ha impregnado al mundo con el discurso de la igualdad, el desarrollo y la oportunidad, sin embargo, los objetivos son claros, las empresas con poder capital, dominan el mercado y ahora, el mercado virtual, cuyo objetivo continúa siendo vender y dominar a poblaciones enteras con productos para continuar con la operación de formar consumidores.

El INEGI señala que, “las principales actividades que realizan los usuarios de Internet en 2020 son comunicarse (93.8%), buscar información (91.0%) y acceder a redes sociales (89.0%).” (2021, p. 1). Si tomamos como referencia los datos porcentuales de la primera actividad y la última, estamos ubicándonos dentro del enfoque que estamos persiguiendo en esta investigación, es decir, ver que consumen y cómo consumen los contenidos las personas y principalmente los jóvenes.

Si bien, podemos decir que las diferentes redes sociales son un medio de comunicación, debido a los chats que se manejan, también, son también, un medio de expresión y una forma de estar visibles sin importar las condiciones materiales antes mencionadas. El 13 de abril de 2021, se aplicó a nuestros informantes una encuesta a través de los formularios google, a continuación, se muestra una gráfica:



Gráfica de elaboración propia, en: *Encuesta sobre el uso de las redes digitales (2021)*.

Como podemos observar, los jóvenes que participan en nuestra investigación, cuentan con acceso a internet, como uno de los factores determinantes en este periodo de pandemia que ha venido a marcar más las ventajas y desventajas al no contar con este servicio.

En este caso, es importante mencionar que la mayoría de los jóvenes que están en esta investigación residen en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, y dos jóvenes viven en el municipio de Chimalhuacán, del Estado de México. Esto nos sirve para reflexionar y pensar las diferencias que pudieran darse en estos dos contextos, sin embargo, un informante de Chimalhuacán en una entrevista comenta lo siguiente:

Bueno, hay muchos enfoques no, desde el ámbito financiero muchas empresas, microempresas cerraron, otras empresas como de internet o para laptops, celulares, en esa parte de lo digital, se fue beneficiando. En el ámbito escolar, se siente como que, bueno los estudiantes yo creo han de sentir un vacío, porque eh falta la convivencia, estar con los alumnos, los amigos, con esas personas entrañables, todo eso, todo eso, se siente uno con un hueco. No sé, por ejemplo, las partes matrimoniales, algunas dicen que esta época, iba a ayudar a que las personas que iban a durar para siempre, iban a aguantar esto y más, y las parejas que no aguantaran esto simplemente iban a terminar, ahí los abogados tuvieron también sus ganancias. Que más, yo creo que serían unos pequeños puntos, pero creo que eso es lo que ha cambiado, siendo un poquito corto, breve. (Kevín4, 25 de septiembre de 2021).

Las palabras anteriores, son un fragmento de la entrevista aplicada a Ramírez, donde él explica desde su experiencia, lo que él vive en su contexto, lo que él piensa, su concepción del impacto que ha tenido la pandemia del Covid-19. Lo que significa que existe relación con lo que se vive actualmente en Tuxtla Gutiérrez, el cierre de pequeñas empresas, los recortes de personal de en las grandes empresas, y como síntesis de estos dos fenómenos, el desempleo que vive en todo el país.

En palabras una informante de Tuxtla Gutiérrez, describe el impacto de la pandemia en su contexto, desde su perspectiva, que no es alejada desde la perspectiva del informante anterior:

Pues yo creo que ha sido un poco malo [la pandemia] porque, se han perdido muchos empleos, ha habido una baja que nunca muy fuerte las personas como que al momento de estar encerradas o con la preocupación de los que está sucediendo, como que han estado sufriendo, un sentido mal psicológicamente, han tenido más problemas psicológicos, sentimental y mentalmente. Eh aparte de lo económico, entonces siento que no ha sido un impacto tan bueno, pero algo que la sociedad podría ha podido sobrellevar. (Monserrat5, 25 de septiembre de 2021).

Los comenta la informante anterior, se relaciona con lo que dice el primer informante, la crisis por doquier ha afectado tanto de manera material, como de manera psicológica y emocional, en todo el mundo. Sin embargo, nuestros informantes pertenecientes al contexto de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas; México, describen la realidad que los rodea, las emociones y las situaciones vivenciales que se suscitan en su medio.

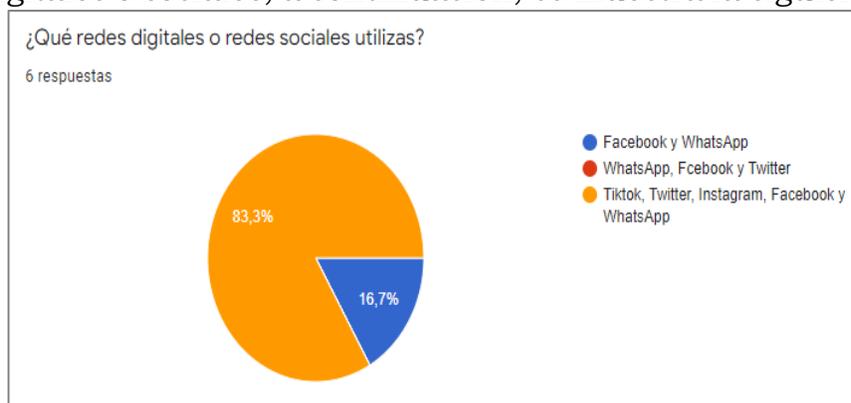
Desde este punto de vista, la pandemia misma se ha convertido en objeto de consumo, independientemente de la ubicación geográfica. Esto debido a las problemáticas que se desarrollan en torno a esta catástrofe. El primer informante indicaba que se añoran las relaciones sociales, con compañeros de la escuela y todo el ritual que implica asistir a estos espacios, sin embargo, el mismo sentimiento de colectividad humana es un simbólico consumible e interiorizado. Esta, tan bien estructurado, que no se logra evadir fácilmente.

En este sentido de las estructuraciones de sentimiento, podemos mencionar las relaciones de pareja que menciona el informante, es otro discurso socialmente construido pero que tiene repercusiones más importantes en las personas que están en una relación. Pues a pesar de la emergencia sanitaria del Covid-19, se ve como una prueba, una resistencia

humana que se desarrolla en ansiedades y propicia esas inestabilidades emocionales, consumo de medicamentos, gastos para ayuda psicológica, entre otras cosas. Desde mi punto de vista, el consumo va más allá del objeto y la adquisición, más bien, se ve el verdadero alcance en las repercusiones que desencadena.

Unas de las repercusiones más notorias en las personas son los desajustes emocionales y las inestabilidades de todo tipo. Desde mi punto de vista, la pandemia ha tenido repercusiones en el medio ambiente, pues el uso excesivo de cubre bocas, ha traído consigo basura sanitaria que se puede encontrar por doquier, en las calles y parques. En este sentido, podemos decir que hay un impacto en el ecosistema social por las problemáticas han emergido y se han acentuado más en las relaciones sociales, y por otro lado el problema de la contaminación, es decir, un problema ecológico. El consumo como factor imprescindible, ha estado presente en las personas antes y durante la pandemia, las consecuencias están apareciendo como cicatrices grandes y profundas, tal y como hemos revisado con algunos puntos en líneas anteriores.

Enfocando nuestro objetivo hacia el consumo digital en Tuxtla Gutiérrez, partimos de los datos recabados con los jóvenes de estudios, en este sentido podemos decir que, de los siete informantes, la mayoría respondió a nuestra solicitud de apoyo para realizar esta investigación, por medio de encuestas, se obtuvo la siguiente información, sobre el consumo de redes digitales o sociales, a continuación, se muestra la siguiente gráfica:



Gráfica de elaboración propia, en: *Datos de estudiantes del Colegio Laureles*. 19 de mayo de 2021.

Como se aprecia en la gráfica, hay seis respuestas a la pregunta sobre qué redes digitales o sociales utilizan, lo que nos lleva a medir el consumo de redes de manera porcentual, esto significa que, el 83.3%, la mayoría, utiliza todas las redes sociales ahí sugeridas, que aparecen en color naranja. En lo que refiere al 16.7%, utiliza solo Facebook y WhatsApp. Estos números son importantes porque permiten medir cuántos jóvenes utilizan las redes y qué redes, en este punto, es importante hacer mención que nos interesa profundizar más en qué es lo que ven y les interesa a los jóvenes en este periodo de pandemia causada por el Covid-19. Respecto a lo anterior, se muestran algunas respuestas con relación a lo que ven y lo que les gusta ver a los jóvenes en las redes digitales o sociales:

¿Qué te gusta ver en las redes digitales o redes sociales?
6 respuestas

- Videos informativos o de risa.
- Cosas sobre música o de mi interés
- Depende la app, normalmente me gusta ver videos graciosos o relacionados a mis gustos musicales, artísticos, escolares o deportivos. Sin embargo, también me gustan las lecturas, los memes, las frases (algunas ciertas otras no tanto, pero se asemejan a mi realidad), y música de varios géneros para conocer los distintos tipos de cantantes y ritmos.
- Cosas positivas
- Información relevante y noticias
- Más con tenido dinámico

Encuesta de elaboración propia, en: *Datos de estudiantes del Colegio Laureles*. 19 de mayo de 2021.

Estos datos nos permiten analizar los gustos e interés y lo que normalmente les gusta ver a los jóvenes en estos espacios virtuales, en la imagen anterior, se muestra las actividades desde ver videos, videos graciosos, ver memes o frases, entre otras cosas, que si bien, las posibilidades y las opciones en las redes sociales digitales son muchas, los jóvenes escogerán “lo que a ellos les interés más.”

Sin embargo, esta idea de libertad y autonomía ya estaba bastante discutida en las aproximaciones teóricas sobre el comportamiento de las redes digitales. La libertad y autonomía, parecen ser conceptos que van de la mano, sin embargo, son cosas distintas en la forma en cómo se emplea

en la realidad social. La libertad y la autonomía como principios éticos y morales, se ven afectador por el poder en las redes: “las arquitecturas de las redes sociales actuales simplemente captan el valor (desde una perspectiva comercial). Monitorean eventos y comercializan noticias (sin producirlas) para públicos cuyas preferencias pueden venderse al mejor postor. La abstracción es nuestro agujero negro.” (Lovink, 2019, p. 22).

En concordancia con Lovink, podemos tener la claridad para categorizar el fin de las redes sociales digitales, y más aún, cómo estas redes, moldean las ideas de libertad y autonomía de las personas, pero particularmente de los jóvenes. Podemos decir entonces, que no existe una libertad como tal, más bien, vivimos en el entramado de la realidad socialmente construida donde se han antelado ya las opciones que existen en el mundo. En nuestro caso en el mundo digital.

Lo que señala el autor es interesante, pues desde este punto de vista, todo es consumible y vendible, se comercializan tanto productos materiales como simbólicos y que solo pueden estar al alcance de quien puede pagar por ellos, como lo señalábamos en otros momentos. Esto es evidente con internet y el acceso a un bien imprescindible como lo es la educación. En el caso si hablamos de los jóvenes que tienen acceso a las redes sociales digitales, podemos decir, no son libres totalmente de sus gustos e intereses, y que las redes funcionan como un abismo, como señala Lovink. Sobre la construcción social de la realidad, Berger y Luckmann, el siguiente aspecto:

La realidad de la vida cotidiana se me presenta además como un mundo intersubjetivo, un mundo que comparto con otros. Esta intersubjetividad establece una señalada diferencia entre la vida cotidiana y otras realidades de las que tengo conciencia. Estoy solo en el mundo de mis sueños, pero sé que el mundo de la vida cotidiana es tan real para los otros como lo es para mí. En realidad, no puedo existir en la vida cotidiana sin interactuar y comunicarme continuamente con otros. (2003, p. 38).

Con relación a lo que señalan los autores, Berger y Luckmann, la realidad es socialmente construida, sin embargo, haciendo hincapié desde las investigaciones de los estudios culturales, interesa analizar cómo esta realidad se continúa configurando en las personas. En los diferentes contextos, con los motores que hacen permanecer, como: las relaciones de poder, los discursos, prácticas y significaciones.

El mundo social, atribuye a las cosas construidas significaciones que se convierten en realidad, tal como sucede con las redes sociales digitales, al escuchar un tipo de música nuevo, ver un peinado moderno, un estilo de ropa, los tipos de comidas rápidas, entre otras cosas, que hoy en día proliferan para las juventudes que están en construcción experiencial de su identidad en la realidad. La vida social cotidiana, tiene implicaciones psicológicas muy fuertes, podemos decir que parte de la realidad en la que vivimos, atacados por los diferentes, anuncios televisivos, anuncios en las redes digitales, spots de radio, etc., están pensados de forma psicológica para tener un mayor alcance en las personas afectando la parte emocional con los objetos materiales simbólicos.

Según Lawrence Samuel, Paul Lazarsfeld, realizó un estudio para analizar el comportamiento de las personas:

El trabajo de Lazarsfeld, se enfocaba en identificar los puntos que tenían en común las personas que compartían opiniones –con el fin de descubrir no solo lo que pensaban sino si formaban parte de un grupo social de alguna clase–, era la esencia de los sueños de los publicistas. A partir de esta investigación de vanguardia surgió, por ejemplo, el concepto de Lazarsfeld de los líderes de opinión: personas que moldean los puntos de vista de las «masas»; esto, más de medio siglo antes de *The Tipping Point* [La clave del éxito] de Malcolm Gladwell. (2015, p. 52).

En términos particulares, observamos en la actualidad este detalle en la publicidad y el marketing en su gran esplendor, al mostrar y poner a la venta productos, bienes y servicios, a través de las redes sociales que fungan

como punto vertebral para que las empresas puedan llegar a las personas en forma de anuncios “inofensivos”. El proceso anterior, es la manera en cómo se desplazan las empresas a diferentes sectores sociales, tanto de edad, sexo, lugar geográfico, entre otros puntos clave que permiten conocer los gustos e intereses de las personas solo con visitar una página web con frecuencia.

Actualmente vemos en televisión y más visiblemente en las redes sociales digitales a conductores que pueden ser considerados como “gurús” o guías, que dicen lo que se debe y no consumir, de lo que se debe y no comprar. Tal como lo indica Lawrence. Por ejemplo, en el caso de los youtubers, llegan a miles de personas que se han convertido en símbolos sociales juveniles. Es importante mencionar que en el caso de la plataforma de youtube, operan varios factores que mantienen ese estatus de popularidad para llegar a millones de personas:

Hablar de youtuber es referirse, en términos generales, a cualquier persona que tenga abierto un canal en la red social YouTube y que lo utilice mediante la publicación de vídeos y comentarios, con el objetivo de conseguir mayor número de visitas y, por ende, mejorar los datos de audiencia. En función de esta definición formal, cualquiera de nosotros podría ser un youtuber. No obstante, el mercado del éxito en la red social YouTube es solo un sueño alcanzado por unos pocos. Ser youtuber implica haber creado un movimiento social alrededor de nuestro canal, haber despertado el interés de millones de usuarios alrededor del mundo y haber conseguido que el volumen de fans y seguidores no deje de crecer, tanto en términos generales como en el número de visitas a los propios videos. (Hidalgo y Segarra, 2017, p. 45).

Lo anterior, explica la manipulación de los gustos e intereses que existe sobre los usuarios al actuar desde cierto punto de manera psicológica, logrando instaurar tendencias, modas del momento que son objetos de consumo. De acuerdo con Hidalgo y Segarra, explican también, una especie

de celebridad en esa plataforma (YouTube), que de algún modo también, rigen esas prácticas de contenidos digital del momento. Sin embargo, aquí se problematizan las relaciones de poder y los intereses que están de por medio en estos fenómenos, los mismos autores comentan que: “es la propia red social, por sus características y la combinación que hace de lo social con lo audiovisual, la que germina ese éxito entre una generación ansiosa de interactividad e inmediatez.” (2017, p. 45).

Las personalidades que surgen a partir de la expansión de las redes sociales digitales y las diferentes plataformas multimedia como YouTube, funcionan como una especie de conectores que ayudan a que los contenidos lleguen a más personas sin importar las condiciones materiales y geográficas, logrando que los discursos se legitimen. En este sentido, los medios tecnológicos como teléfonos celulares, computadoras, tabletas, entre otros, ayudan a tener acceso a las redes digitales, donde el consumo logra ser digerido en medida que tiene contacto con la población en el mundo.

Llegué a uno de los puntos de vacunación contra el Covid-19, instalado en el parque recreativo familiar cañahueca, ubicado al sur norte poniente de la capital tuxtleca, era la primera dosis. Estaba casi lleno, afortunadamente la fila iba avanzando. Lo que me llamo la atención es que, había personas de todas las edades, sin embargo, percibía más personas jóvenes que adultas, quizás por la hora o no sé. Los jóvenes, calculo que estaban ente los 20 y 29 años de edad, tenían su teléfono móvil todo el tiempo, ya sea lo estaban utilizando, o en la mano. Cuando se pasaba a la parte de sentarse por filas, muchos jóvenes se ponían sus audífonos, o colocaban el teléfono en la paleta de la silla. No perdían de vista ni un solo instante a su dispositivo. (Diario de campo, 13 de agosto de 2021).

Tomo el proceso de vacunación desde mi experiencia, porque pude notar de manera general en ese espacio público, en un evento importante como lo es la vacunación, cómo se comportaban las personas, especialmente los jóvenes, en este lugar. ante este hecho coyuntural. El proceso de

vacunación tiene un significado valioso para mí, pues representa una gran oportunidad respecto a las personas que no lograron tener esta ayuda a tiempo.

Es en este sentido, y apoyado con los autores anteriores, es cómo se continúa tratando de hacer el acercamiento sobre el consumo digital en Tuxtla Gutiérrez, a partir de las observaciones empíricas y los datos antes brindados. Las gráficas representan un referente sobre las actitudes que tienen los jóvenes hacia las redes sociales digitales.

2.2. Identidad digital: entre un estilo de vida y el consumo

Como se señaló en el apartado anterior, la identidad digital se relaciona con el consumo que realizan las personas en las redes digitales o redes sociales, que de cierta forma construyen un estilo de vida en función de sus gustos o interés sobre los contenidos que ven en las plataformas digitales. Si por un lado esto viene siendo cierto, los sujetos de estudio a los que nos referimos en esta investigación, son jóvenes que cursan actualmente el primer semestre de universidad, la intención de mencionar el *ocio* dentro de la identidad digital, es analizar el tiempo y el contenido al que están expuestos estos jóvenes en las redes digitales.

Aunque los jóvenes de estudio están inscritos en un grado universitario y se dediquen a sus labores académicas, lo interesante de este aspecto, es que tienen acceso a Internet y están inevitablemente expuestos al bombardeo de las redes digitales. Desde el diario de campo se puede decir que los jóvenes de estudio que apoyan a esta investigación, están interesados en sus cuestiones académicas, pero también les gusta ver lo que pasas en las redes digitales. Más que ser usuarios activos, les llama la atención “solo revisar el contenido sin ser partícipes de ello”, aunque el hecho mismo de solo ser usuarios “pasivos” ya los incluye dentro de la actividad al entrar y ver, buscar contenidos que les agrada.

Como se señalaba al principio, la pandemia ha marcado aún más la desigualdad que existe en cuanto al acceso a Internet, con esto se deja ver la gran brecha digital respecto a la educación, en primer lugar, pues es una de las grandes problemáticas en México. Sin embargo, en nuestro caso, el acceso a Internet y a las redes digitales que tienen los jóvenes de estudio, permiten analizar a qué están conectados y con qué están en constante interacción en sus navegaciones en los espacios virtuales. Si tomamos como punto de partida el supuesto de que la navegación por Internet crea un estilo de vida y por ende se consumen contenidos multimedia, estamos enfocándonos en modos de construir la identidad digital de los usuarios.

Con esto se visualizan dos problemáticas dentro de la identidad digital, por un lado, los jóvenes que acceden a las redes digitales porque pueden y tienen tiempo, es decir, por entretenimiento, y los que acceden por diversas actividades laborales o académicas que los atrae al universo digital. Estas dos líneas son imprescindibles para analizar a los jóvenes de estudio y la construcción de su identidad digital, quizás hablar de que el uso de Internet es un estilo de vida sea arrogante por la asimetría con la que trabaja y beneficia a quienes si tienen acceso. De este modo trataremos de abordar a la identidad digital y cómo influye y crea o recrea estilo de vida en la época actual en la pandemia. Es importante no perder de vista la idea de qué es lo que hacen los jóvenes en Internet con su identidad digital en esta pandemia, pues en definitiva son jóvenes que están en clases online y que pueden tener acceso a contenidos diversos.

Los consumos y estilos de vida surgen a partir de la experiencia de los usuarios ya sea de manera física o virtual, sin embargo, es importante revisar que hacen los jóvenes en las redes digitales y que es lo que hacen u ofrecen estos medios digitales, es decir, cual es el patrón o discurso de interacción o actividad que mantienen para su audiencia. Nos referimos a los “jóvenes por ser los usuarios prodigios” que tienen más familiaridad con los medios tecnológicos y digitales. Christakis y Fowler dicen lo siguiente respecto a las redes sociales o digitales:

Las redes sociales difunden felicidad, generosidad y amor. Siempre están ahí, ejerciendo una influencia sutil y al mismo tiempo determinante en nuestras elecciones, acciones, pensamientos y sentimientos. Y también en nuestros deseos. Además, esas conexiones no terminan en las personas que conocemos. Más allá de nuestros horizontes sociales, los amigos de los amigos de nuestros amigos pueden impulsar reacciones en cadena que acaben por alcanzarnos, como las olas que, venidas de tierras lejanas, rompen en nuestras playas. (2010, p. 21).

Con lo anterior, podemos tener una noción de lo que hacen y “son” las redes digitales o sociales, podemos saber los discursos que manejan, las ideas, que pospuesto desencadenan en ideologías que dominan y rigen la vida de los jóvenes y de las personas en general. Christakis y Fowler, dicen que las redes sociales influyen en nuestra vida diaria, en esa cotidianidad que nos rodea, influyendo en nuestras elecciones, acciones, pensamientos y sentimientos. Esto último que señalan los autores, se relaciona con el argumento que se defiende en esta investigación y que se mencionó anteriormente, es respecto a ciertas actitudes que expresan los jóvenes a través de las redes digitales o sociales, pero que no son empleadas en su realidad física contextual.

Los discursos y contenidos que se ofrecen en las diferentes redes digitales son variados, están de cierta manera diseñados para todos los públicos, pues existen contenidos para todas las edades, gustos, colores, ciertas tendencias catalogadas como raras o extravagantes que rebasan la idea de lo “normal”. Internet, parecer ser ese “mar donde se navega, el móvil por el que se viaja a diferentes direcciones y lo se encuentra nos llama la atención, atrapa”. Al momento que atrapa y entretiene a los usuarios, moldea sus formas de pensar y sus sentimientos, como indican los autores, esto quiere decir que se construye el carácter de los usuarios. De acuerdo con la página web, El Orden Mundial:

La pandemia de coronavirus ha potenciado el crecimiento de usuarios conectados a internet. Los confinamientos han hecho que muchos acudan a la red para comunicarse, entretenerse o continuar trabajando. En el año 2020, más de 300 millones de personas comenzaron a usar internet, sumándose así a los más de 4.000 millones de internautas que había el año anterior. Uno de los factores que ha acelerado el crecimiento de los usuarios conectados a internet ha sido la llegada de los teléfonos inteligentes. Se estima que cerca del 92,6% de los usuarios de internet se conectan a través de estos dispositivos. (2021).

De acuerdo con la idea anterior, es uno de los argumentos importantes, pues la pandemia del Covid-19, ha logrado el aislamiento total de las personas, obligándolas a que estén conectados a internet para estar al día y en contacto con el mundo exterior, familiares, amigos, trabajo, escuela, etc.

En este tenor, la misma página web El Orden Mundial, de acuerdo a sus investigaciones, señala que la llegada de los teléfonos inteligentes ha potenciado el uso y conexión a internet, con esto se estaría hablando de que, en el caso de México, a pesar de los altos índices de precariedad educativa y rezago económico, se puede argumentar con base a algunas experiencias que he tenido, sobre todo si nos enfocamos en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, “la mayoría de las personas tienen acceso a un teléfono celular inteligente”. Lo que implica que en menor o mayor medida existe el consumo tecnológico a pesar de las dificultades socioculturales que se viven.

De cualquier modo, la identidad digital trastoca el consumo cultural, en este caso el consumo digital, y que a su vez no se limita a la cantidad o posibilidad de acceso, aunque este factor es imprescindible, lo esencial es analizar lo que hacen los jóvenes en las redes digitales de acuerdo a su posibilidad de acceso.

En efecto, más allá de acceso y la permanencia en internet, los estilos de vida no se dan de manera autónoma ni aislada, Christakis y Fowler,

señalan lo siguiente: “las redes sociales pueden tener propiedades y funciones que sus miembros ni controlan ni perciben. Para estudiar estas propiedades hay que estudiar al grupo entero y su estructura y no sólo a individuos aislados”. (2010, p. 36). Lo anterior, se relaciona con las ideas centrales de investigación a la que estamos inmersos, el estudio de los jóvenes en las redes digitales, sus acciones y lo sentidos que ellos construyen a partir de sus interacciones en internet.

Esto puede ser analizado y revisado en las personas de manera general, sin embargo, el corte poblacional de sujetos de estudios, nos lleva a analizar a los jóvenes que están inmersos en la red y que mantienen cierta actividad en las plataformas virtuales. Quizás valga preguntarse, a raíz del consumo y los estilos de vida en la red: ¿hacia dónde va la identidad digital de los jóvenes? No es fácil responder a esta pregunta, si en primer lugar la identidad es un proceso dinámico. Las creaciones de sentido por parte de los jóvenes sobre las redes digitales, juegan un papel fundamental en las relaciones sociales físicas o digitales, pues es su realidad la que se construye a partir de la experiencia que ellos tienen en los diferentes espacios virtuales.

Como señalaron anteriormente los autores Christakis y Fowler, las redes sociales se dan y los individuos a veces no se dan cuenta o no son conscientes de las acciones y sentimientos que surgen en esas mismas redes o grupos de personas en las formas de relacionarse. Estos autores señalan que las redes generan conexiones que se reflejan en interacciones sociales que construyen la realidad social.

Primero deberíamos clarificar lo que queremos decir con la expresión «un grupo de gente». Un grupo se puede definir por un atributo (por ejemplo, el de las mujeres, el de los demócratas, el de los abogados, el de los corredores de fondos) o como una relación específica de individuos a quienes, literalmente, podemos señalar («esas personas de ahí, las que hacen cola para entrar la concierto»). Una red social es otra cosa. Aunque es, al igual que un grupo, una colección de

personas, requiere también algo más: un conjunto específico de conexiones entre las personas que la componen. Esas conexiones y la particular relación que existe entre ellas resultan cruciales para comprender cómo funcionan las redes (Christakis y Fowler, 2010, p. 22 y 23).

Lo descrito en la cita anterior, pone en tela de juicio dos puntos centrales sobre la idea de las redes y las conexiones que existen con relación a estas. De primera mano se explica un grupo de personas de cualquier índole sin importar el motivo, pero que están unidas por un fin y un objetivo compartido. La red social es lo mismo, puesto que es una red de personas, en esta última hay conexiones que permite el funcionamiento de esta, me atrevo a decir que hay conexiones en los grupos de personas puesto que son intereses comunes los que los conecta y los identifica.

De este modo podemos decir que los jóvenes “como generación digital” conforman un grupo, que, a pesar de las ventajas y desventajas a las que se enfrentan en cuanto al accesos a internet, constituyen redes sociales, por ser un sector de la sociedad que interactúa y construyen significados, estos últimos surten efecto por la conexión que tienen las personas entre sí que los impulsa perpetuar prácticas sociales y culturales. “Podemos definir a una comunidad en red como un grupo de personas que están mucho más conectadas entre sí de lo que están con otros grupos de personas conectadas en otras partes de la red” (Christakis y Fowler, 2010, p. 24).

En estas conexiones, es donde se dan los estilos de vida de las personas tanto de manera física como virtual, en nuestro caso, los jóvenes como generaciones actuales, “están más dependientes de los medios digitales”, pues, por un lado, son las herramientas que ayudan a desempeñar diversas actividades (desde estudiar hasta trabajar), que son necesarias adquirirlas y tener dominio sobre estas. Desde este punto es donde se conectan y se recrean en razón de sus intereses y gustos. Para nuestra investigación, es importante hacer explícitos ciertos puntos como los hemos estado abordando, los estilos de vida que evocan a los consumos,

claro está, sin embargo, lo consumos logran su eficacia gracias a los medios de comunicación masiva que bombardean miles de contenidos “novedosos” con discursos que se legitiman entre las personas.

Uno de los argumentos que se sostiene en este trabajo es, que los medios de comunicación han servido y continúan efectuando control sobre las personas, regulando, modas, estilo de peinado, estándares de belleza, “verdades”, tipos de alimento, los sentimientos mismos, etc., a este efecto los científicos de las ciencias sociales le llaman control social. Pues el hecho es regular, controlar, quitar y poner lo que se debe hacer, consumir y como vivir en la sociedad.

El filósofo y político italiano Antonio Gramsci habló en las primeras décadas del siglo xx de hegemonía cultural y política en relación con aquellas normas culturales vigentes en una sociedad que son impuestas por la clase dominante y asumidas como propias por las mayorías subordinadas (González, 2020, p. 24).

De acuerdo con lo anterior, señala algo puntual respecto al control social, la hegemonía cultural y política de la que habla Gramsci, podemos notar el poder de las reglas o ideas que emiten las clases dominantes o elites, que son sectores sociales que se encuentran detrás de una empresa “X”, para emitir contenidos que se consumen en la sociedad, también suele llamarse ideología a las formas de pensamiento estructuradas que venden. Particularmente, estos fenómenos sociales imperan entre las “juventudes como blanco fácil para crear en ellos esa necesidad y gusto por el consumo”.

Brookshire Thompson, realiza una especie de genealogía sobre el concepto de ideología, se revisan los contextos donde se ha utilizado o desarrollado, así como sus posibles consecuencias que ha tenido utilizarla. Thompson, señala que este concepto fue acuñado en 1796 por el filósofo francés Destutt de Tracy:

Inspirado en el Condillac, De Tracy sostenía que no podemos conocer las cosas por sí mismas, sino sólo las ideas formadas a partir de las sensaciones que tenemos de ellas. (...). El nombre que propuso De

Tracy para esta empresa incipiente y ambiciosa fue el de «ideología»: literalmente, «ciencia de las ideas». (Brookshire, 2002, p. 48).

Lo anterior nos lleva a tener una idea general, pero más clara sobre este concepto tan polémico como lo es la ideología, tanto es, que investigando los usos que se le ha dado en la historia, podemos darnos cuenta que se ha utilizado desde sus inicios en el ámbito social, particularmente en el político. Es esta misma ideología, las funciones y fines que ha tomado y a la que la han encomendado para que sea un modo de ideas, quizás un modelo a seguir, dependiendo el contexto.

En esta investigación, se presenta la ideología en las redes digitales o sociales, donde se entretene el discurso hegemónico de consumo de mercancía novedosa para tener un estatus en la sociedad, lograr tener un lugar y por lo tanto una identidad sobre los demás y con los demás. Diferencia obre los demás, es poseer algo que nadie más tiene como el modelo teléfono celular más nuevo y eficiente, por consiguiente, con un valor económico más elevado; y con los demás es identificarse con las personas que si comparten el uso y gusto.

Podemos decir entonces, que en todas las redes digitales en las que las personas realizan diversas actividades, están plagadas de ideas, de ideologías que no son propias de los usuarios, en este caso de los jóvenes y que de algún modo es una imposición de contenido oculto, casi imperceptible que se digiere para ser adoptado y realizado. Como hemos revisado en este apartado, la identidad digital va acompañada por una serie de elementos que la tejen en las personas, tal es el caso de la ideología y de la combinación que ejercen las empresas con sus contenidos y productos.

La apuesta por describir la función y el sentido que tiene la tecnología en los jóvenes es grande, sin embargo, estoy seguro que es importante realizar estos acercamientos para poder explicar la realidad compleja que se nos presenta. La pandemia de la Covid-19, ha puesto algunos matices para analizar, valorar, revalorar y reflexionar todo lo que nos rodea, todo el

entorno social en el que se tejen las relaciones humanas siendo estas burbujas de sentido, sentimientos y acciones.

Tan compleja es la realidad que, a pesar de los diferentes discursos que se manejan cargados con ideologías dominantes, tienden a ser seguidos e efectuados tras las dificultades que se presentan en la actualidad. La complejidad sobre el acceso a la tecnología es alarmante, sin embargo, se apuesta de que la tecnología y con esta sus creadores o poseedores de estas, son “piezas claves del cambio”, pues desde sus inicios, “la tecnología ha ayudado al ser humano” para desplazarse por medio de del tiempo y espacio, permitiendo una mejor conexión con el mundo desde áreas geográficas remotas hasta comunicaciones satelitales.

La información siempre ha sido poder y está siempre estuvo bajo el control directo o indirecto de las clases dominantes. Será a partir del siglo XIX, cuando se produzca el primer gran desarrollo de los medios de comunicación y puedan empezar a originarse las verdaderas condiciones para que esa circunstancia sea alterada. (González, 2020, p. 33).

La alteración de la que señala González, es precisamente es esa diferencia que se puede dar respecto a lo que ya está establecido, tal es el ejemplo que se da en la cita anterior, donde las clases dominantes han estado detrás de los medios de comunicación para manipular contenidos y la información, han tenido y tienen el control de las “verdades” y las “mentiras”, de lo que está “bien” y lo que está “mal”.

Esa manipulación que puede moldear y crear una realidad que determine la vida de los individuos, en este caso la vida de los jóvenes que están viviendo un momento difícil para la humanidad, la pandemia que no puede pasar desapercibida pues es el escenario donde ocurren nuevas reconfiguraciones de vivir y de ser. La tecnología como medio de comunicación para poder tener contacto con el resto del mundo se ha convertido en un tema de suma importancia, aún más cuando se sospecha

sobre las intenciones con las que opera en la vida de las personas con relación al acceso y a sus fines.

Será importante revisar y analizar lo que realizan los jóvenes de estudio en la red, que buscan, escriben y comparten. Pretendemos realizar un acercamiento a esa subjetividad, sentido y construcción de su identidad en las redes digitales. Para esto, es necesario aclarar ciertos puntos sobre la tecnología y los fines que persigue y cómo se ve reflejada en la vida diaria de las personas, pero sobre todo en la vida de los jóvenes como sujetos de estudio de esta investigación.

Quizás pueda verse a la tecnología como un medio de liberación y oportunidades, donde podemos tener acceso a grandes cantidades de información, pero también puede verse como un medio de manipulación social y dominación. Esta última es la idea que tiene Horkheimer sobre las industrias culturales o empresas capitalistas, de manera estricta se puede decir que la pandemia ha dejado ver los grandes rezagos educativos en los que se encuentra el país, sobre todo la desigualdad y exclusión que existe en cuanto al acceso a la tecnología.

Para Hine: “las nuevas tecnologías, además de formar parte de una ya acentuada tendencia a la abstracción, son prolongaciones de la capacidad de organización y producción de conocimiento, rasgos heredados de la modalidad”. (2000, p. 15). En este sentido, la humanidad alcanzó su plenitud desde comenzó con el desarrollo de los grandes inventos, comenzando con las máquinas a vapor y reafirmando con la creación de internet y las nuevas tecnologías, como, por ejemplo: las computadoras. Se le atribuye a la modernidad los grandes desarrollos y avances tecnológicos, pero también las consecuencias, pues esta exagerada forma de “racionalización”, donde surge esa razón instrumental o tecnociencia, para someter y colocar reglas del juego firmes sobre la sociedad, convirtiéndose en una racionalidad productiva pero esencialmente con el poder de emitir contenidos y sentimientos, con capacidad de construir o destruir.

Hablamos de destrucción en todos los sentidos de la palabra, en términos tecnológicos nos apoyamos de los discursos y de la ideología que presente en los contenidos de las industrias culturales, que influyen en las decisiones de las personas, en lo que sienten y en sus emociones.

Vivimos en un mundo totalizado por el imperio de la tecnociencia moderna. La vida productiva y cotidiana de los mortales, la naturaleza, el conocimiento, los productos artificiales que nos rodean incluso algunas parcelas del arte, rinden tributo a dicho imperio. Su potencial destructivo es tal que en pocos días puede hacer desaparecer países y regiones de la tierra. La misma técnica que produce riqueza en abundancia es capaz de provocar, en efecto, una catástrofe sin precedente. A lo largo del siglo XX, hemos gozado de los efectos positivos tanto hemos padecido las consecuencias: armas letales, bombas demoledoras, devastación de la naturaleza... (Juanes, 2011, p. 7).

Con lo anterior, se explica la manera en cómo han sido utilizados los avances tecnológicos, vamos que, desde la creación de máquinas a vapor, armamento bélico para la “seguridad y defensa de un país”, donde estos artefactos se han reflejado en la primera y segunda guerra mundial con los alcances destructivos de las armas nucleares que se utilizaron en la segunda guerra. Pues esto es tecnología, si nos enfocamos en internet y en las diferentes redes digitales que utilizan las personas, se puede decir que a simple vista no existe ningún daño en el uso de ellas. Sin embargo, la persuasión que se ve vive y se experimenta a diario es decisiva para la vida de las personas.

En este tenor, nos enfocamos en revisar el efecto que tiene la tecnología en las personas, puntualmente el efecto de las redes digitales en “los jóvenes que son los que están en uso constante de estos medios, que debido a la pandemia han estado conectados por cuestiones académicas o de entretenimiento. En este sentido, la navegación por internet y en las diferentes redes digitales, expone la vida privada de los usuarios:

Tanto en Internet como fuera de ella, hoy la capacidad de creación se ve capturada sistemáticamente por los tentáculos del mercado, que atizan como nunca esas fuerzas vitales, pero, al mismo tiempo, no cesan de transformarlas en mercancía. Así, su potencia de invención suele desactivarse, porque la creatividad se ha convertido en el combustible de lujo del capitalismo contemporáneo: su protoplasma, como diría la autora brasileña Suely Rulník. (Sibilia, 2008, p. 13).

Es en este sentido que las redes digitales o sociales no funcionan solas, ni para un fin común, puesto que el mercado ha logrado extender su interés de vender y dominar los territorios sin importar la edad, raza, género ni condición económica. El problema que surge con el uso de internet en estos tiempos de pandemia, es que las juventudes de estudio de esta investigación, se relacionan con “normalidad” en la red, creando un estilo no propio sino impulsado por fuerzas ideológicas que no necesariamente son auténticas ni conscientes.

Como señalamos anteriormente, a parte de la gran brecha digital respecto al acceso, la pandemia trastoca problemas psicológicos y emocionales en las personas, pero sobre todo en los jóvenes, que se encuentran en la transición de desprenderse de la adolescencia y entrar a la etapa de vida adulta. Es menester revisar en este trabajo estos dos aspectos en los jóvenes de estudio, pues la identidad digital se relaciona con el acceso y uso de internet y sus redes digitales, sin embargo, todo forma parte de un solo aspecto que es la vida y experiencia de los jóvenes y usuarios de la red que continuamente se van construyendo y definiendo ante una sociedad emergente.

2.3. Tecnología, juventud y pandemia

La ideología y mentalidad que domina en las personas, pero particularmente en los jóvenes es “estar en línea”, esto se asume muy bien como un compartiendo contenidos, comentando en fotos, escuchando música, entre

otras cosas que hay en las redes digitales. Lo importante es ver ese sentido del cómo las personas realizan esa actividad, convirtiéndose así en la cotidianidad de muchas personas. En este caso hablamos de nuestros jóvenes de estudio, que están inmersos de internet, realizando diversas actividades en diferentes plataformas, es sin duda, cual sea que sea la actividad, importante.

Sin embargo, en este apartado abordaré de manera puntual y concreta tres puntos centrales: la tecnología, la juventud y la pandemia, siendo la juventud el concepto menos definido y que precisamente se tratará de hacer una descripción para dar cuenta de a qué nos referimos cuando hablo de juventud. En el caso de los conceptos tales como tecnología y pandemia son ideas ya trabajadas y revisadas en lo que va de este trabajo, pero que no se dejaron fuera en ningún momento, pues constituyen parte fundamental de esta investigación.

Carles Feixa, elabora una antropología de las juventudes, donde describe y sitúa este concepto dependiendo de las épocas históricas, como se usó y la perspectiva que han tenido sobre los individuos que encarnan este momento (de juventud). Hall y Jefferson en Feixa, señalan que:

La «juventud», como categoría, surgió en la Gran Bretaña de posguerra como una de las manifestaciones más visibles del cambio social del período. La juventud fue el foco de atención de informes oficiales, legislaciones e intervenciones públicas, fue divulgada como «problema social» por parte de los guardianes de la moral y jugó un papel importante como piedra de toque en la elaboración de conocimientos, interpretaciones y explicaciones sobre el período. (1999, p. 71).

Los cambios sociales que se dieron durante la posguerra, fueron en todas las esferas sociales: políticos, económicos, sociales, et., a partir de esto, comenzó a darse una apertura casi total para las industrias culturales, permitiendo llegar a personas con contenidos que entretuvieran a las personas y olvidaran lo difícil de la guerra. El estadio de la juventud representaba una etapa difícil “un apocalipsis” por todo lo que representaba

la actitud y el comportamiento, más que dar una definición exacta de juventud, retomamos la idea central de cómo es vista y resaltar algunas características que hacen que se les llame jóvenes.

Tras la segunda guerra mundial, Estados Unidos vive un período de expansión acelerada: en esos años se alarga la permanencia de los jóvenes en instituciones educativas, surge la imagen del «consumidor adolescente», y la cultura de masas difunde a escala universal los héroes cinematográficos y musicales de la juventud estadounidense (de Elvis Presley a James Dean). (Feixa, 1999, p. 53).

De este modo, es como al estadio de joven se le da una característica y esta es la de consumidor, al tener suficiente tiempo en la escuela y en casa “y solo dedicarse a ir a la escuela y a realizar las actividades”, se necesitaba que ellos se entretuvieran en algo, para esto, las industrias culturales ya estaban trabajando para brindar productos y servicios. Una de las empresas y productos con la que se identificaron los jóvenes de esta época fue con el rock n’ roll, como el estilo que menciona Feixa.

Por mucho que los mitos del consumismo y el aburguesamiento intentasen constituir mágicamente a la «juventud como clase», es falso que no tuvieran una historia propia. Por lo tanto, la tarea consistía por una parte en comprender cómo experimentaban este mundo cambiante y cómo actuaban en él y, por otra parte, cómo estaban posicionados socialmente tanto por él como dentro de él: eran «sujetos» que sin embargo estaban también «sujetos» a estructuras más amplias e historias más largas. (Hall y Jefferson, 2014, p. 38).

Desde el punto de vista de los autores Hall y Jefferson, no hay una juventud como clase ya dada, sino que esta se construye, tiene una historia y un sentido del porqué se emplean y son de cierta manera. Este preámbulo a la juventud, nos lleva a los estudios culturales como una de las directrices de esta investigación, pues nos interesa ver el papel y sentido que tienen las acciones de las personas en la vida cotidiana, con esta perspectiva se intenta ver el posicionamiento epistémico y social de los jóvenes en Tuxtla Gutiérrez

Chiapas, es decir, cómo se construyen ellos como jóvenes y qué es lo que hacen en esta etapa.

Resulta imprescindible analizar y reflexionar sobre qué es la juventud o juventudes en estos tiempos de pandemia, particularmente nos enfocamos en analizar a algunos jóvenes de estudio y la interacción que tienen con las redes digitales o sociales. Actualmente se vive en un mundo cambiante, que no se detiene, pero que maneja ciertos criterios para desarrollar una vida social y estar en ella, se hablaba de la ideología anteriormente, sin embargo, nos damos cuenta que esta va ligada a factores psicológicos y materiales.

Esta realidad cambiante, que está en constante movimiento y dialéctica con los seres humanos, donde se intercambian lenguaje y significado, donde se vive y se siente, tiende a ser un escenario que se ha construido en un devenir histórico que parece no poder detenerse ni terminar. Las juventudes actuales, posmodernas, parecen haber encontrado en las redes digitales, el sentido del mundo, o quizás el sinsentido. Bajo la premisa de que “todos los jóvenes están inmersos en internet”, se puede plantear la idea de que experimentan un tipo de realidad más real que la realidad física. ¿Qué es lo que los jóvenes hacen en las redes digitales? Lo que ellos hacen es lo que nos permitirá dar respuesta a la construcción de la identidad digital y del sentido de la realidad juvenil que se teje.

¿Por qué se ofrece el argumento que la realidad virtual es más real que la realidad física? Como hemos argumentado en líneas anteriores, los jóvenes al no tener un espacio de escape o salida por el distanciamiento social, toman como realidad misma lo que sucede en los espacios digitales, esos espacios que están ahí, que los esperan, que no se cierran (a menos que no se cuente con internet). Por supuesto, está el hecho de que no todo lo que se ve, se encuentra y circula por las redes digitales es verdad, para llegar a saber esto implica análisis, investigación y reflexión a fondo, sin embargo, las sociedades se han construido en medida de lo que saben, creen y les dicen, no existe una realidad absoluta, ya lo decía Nietzsche: “no hay hechos, solo interpretaciones”.

De cualquier modo, si esta realidad es cambiante, la identidad digital que se va alojando y construyendo en los jóvenes, también lo es. Con eso se intenta explicar la manera en como los jóvenes pueden construir su realidad a partir de sus interacciones, a partir de lo que ellos están expuestos, es decir, a partir de su experiencia. La juventud y la tecnología parecen ser “sinónimos”, van de la mano, muy a menudo hemos visto y escuchado, el vínculo entre estos dos conceptos (tecnología y a la juventud), muy difícilmente podríamos separarlos, en este caso por la misma idea que se ha forjado durante algún tiempo donde los jóvenes son partidarios de la tecnología, sin embargo, esta conjetura es errada, pues la tecnología puede estar al alcance, puede ser utilizada personas sin importan su edad. Sin embargo, la juventud ha sido y es asociada también con un estilo libre y sin límites, quizás estas dos últimas condiciones sean más asociadas a la etapa de maduración con relación al crecimiento y edad, sin embargo, se tiene el supuesto de que es todo un proceso y un reto para las empresas llamar la atención de los jóvenes y ver los gustos, intereses o necesidades.

Si para las industrias culturales en términos de Horkheimer, es un reto analizar la juventud, han logrado acaparar la atención con infinidad de productos, desde los teléfonos celulares más sofisticados hasta el estilo de ropa, música, entre otras cosas que los jóvenes están muy familiarizados para tener conociendo y alcance. Hablamos de juventud con de entre 17 y 19 años de edad, podemos entender las connotaciones que ha tenido proceso, sin embargo, en el contexto actual de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, nos limitamos a revisar a los jóvenes de estudio bajo su consumo en los espacios virtuales.

Aunque como señala Feixa, se ha construido una idea de juventud a partir de varios momentos históricos, a partir de varias aperturas de las industrias y que de algún modo han proporcionado entretenimiento a las generaciones que tienen acceso a ella. Bajo las características y no bajo ninguna definición podemos acercarnos a una explicación clara de la juventud y trata dar cuenta de la nuestra:

Los estilos juveniles son considerados como intentos simbólicos elaborados por los jóvenes de las clases subalternas para abordar las contradicciones no resueltas en la cultura parental; así como formas de «resistencia ritual» frente a los sistemas de control cultural impuestos por los grupos en el poder. Una distinción básica se impone entre las formas de disidencia y bohemia juvenil características de sectores medios, y las subculturas juveniles propiamente dichas, que surgen todas ellas en distintos estratos de la clase obrera urbana (aunque con posterioridad estos estilos puedan ser apropiados por jóvenes de otros sectores sociales). (Feixa, 1999, p. 75).

Desde esta perspectiva, podemos notar en la idea de la juventud con características libres, diferente a la cultura que se enseña o se recibe en casa, quizás pueda hablarse más adelante de cultura juveniles, aunque por el momento solo tratamos la idea de juventud y algunas características que se acercan a ella y que pueden definirla. En este sentido, si la construcción de lo que es el ser joven es contextual, como sabemos toca descifrar algunas aptitudes y actitudes de los jóvenes de estudio para analizar las características, gustos e interés de los jóvenes posmodernos en pandemia.

Si en la historia se les han dado atributos a los jóvenes por los acontecimientos sociales que han influido como la guerra, por ejemplo, la pandemia constituye un momento coyuntural para las nuevas generaciones, para los jóvenes, que son quienes los actores que tejen y viven una realidad distinta a las de otras generaciones que no han tenido experiencia de una pandemia. En general, el acceso a la tecnología en este periodo de pandemia ha sido todo un reto, puesto que las desigualdades que se han presentado son abismales, sin embargo, el INEGI, ofrece los siguientes datos:

En México, en 2020, se estimó una población de 84.1 millones de usuarios de internet, que representan 72.0% de la población de seis años o más. Esta cifra revela un aumento de 1.9 puntos porcentuales respecto a la registrada en 2019 (70.1%). (2021, p. 1).

Con lo anterior, tenemos dos puntos centrales para esbozar los supuestos y realizar un acercamiento más eficaz hacia la realidad que nos rodea y que influye en los jóvenes de estudio. Por un lado, los datos que nos proporciona el INEGI, señalan que acceso a internet aumento en 2020, lo que significa que durante la pandemia hubo más gente conectada utilizando internet y las razones pueden ser varias: más personas trabajando, niños en clases, realizando transacciones, etc. Lo que significa que, tras las dificultades la mayoría de las personas en el país han tenido contacto con las redes digitales o sociales para estar conectados con el resto del mundo.

La misma dependencia, INEGI (2021), indica que durante el 2020 los medios de conexión de los usuarios a internet fueron: celular inteligente (Smartphone), computadora portátil y televisión con acceso a internet.

El “evidente” consumo de internet y por ende la navegación en las redes digitales por parte de las personas no ha cesado, al contrario, ha aumentado, a pesar de la crisis social en el ámbito económico y de salud, se ha registrado un consumo acelerado, es comprensible de algún modo puesto que ha sido el único medio y vía de comunicación con las demás personas. Quizás suene muy ambiguo decir que “todas las personas han consumido internet”, lo que supondría que todas lo hacen, pero el caso es que esto sirve para marcar una línea en las investigaciones y datos que se encuentran, posteriormente nos remitiremos específicamente en los jóvenes y en una fracción de la realidad para brindar datos claros, precisos y acotados.

El argumento que se sostiene es que la tecnología puede formar y deformar las acciones, fines y sentidos de las personas, en este caso de los jóvenes, pues las industrias culturales legitiman que se debe ver, escuchar, usar, sentir, oler, soñar, etc., entre otras cosas que traen como resultado los estereotipos que se reproducen en la sociedad.

En palabras de Pierre Levy, la tecnología es más que información y contenido, es más que artefactos: “el ciberespacio no comprende solamente materiales. informaciones y seres humanos, está también constituido y poblado por seres extraños, medio textos, medio máquinas, medio actores,

medio argumentos: los programas”. (2007, p. 27). Con lo anterior, podemos decir que los espacios virtuales o en palabras del autor ciberespacio, son lugares contruidos y de construcción que al estar en ese rol de usuarios adquieren un poco (o mucho) de lo que se le llama digital. Por eso este autor decía, s mi parece, medio textos, medio maquinas, medio de todo porque se está en un espacio que no es propio, que no es la realidad física como la conocemos, pero se utiliza para conocer, estar y vivir esa nueva dinámica que nos ofrecen.

Quizás una del resultado de la era moderna y que ahora se padece en este tiempo posmoderno, es que la globalización ha imperado en los países y ha lanzados mensajes ideológicos en todos los ámbitos: desde lo económico, lo político, lo social, en la educación, entre otros aparatos donde las personas transitan su vida soca y cotidiana. Sin embargo, Giddens ofrece una idea puntual de los alcances de la globalización: “la globalización es política, tecnología y cultura, además de economía. Se ha visto influida, sobre todo, por cambios en los sistemas de comunicación, que datan únicamente de los años sesenta” (2009, p. 23). De este modo, podemos analizar que la expansión de las nuevas tecnologías digitales actualmente ha ganado terreno gracias a la globalización, que no es otra cosa más que apertura y medio de expresión, uso y vida de lo global a lo local y viceversa.

Esto lo podemos notar en las “modas” que tienen los jóvenes en contextos locales, puede notarse desde el uso de una playera de futbol de un equipo europeo en jóvenes Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. Y no solo en lo deportivo, sino que tiene alcances estéticos que van desde peinarse de cierta manera, como lo perciben en la televisión, en las redes digitales o sociales, y es precisamente en este punto donde se logra ver el poder de las redes virtuales para transmitir contenidos.

Esto se relaciona con el consumo multimedia por pare de las personas, particularmente nos centramos en los jóvenes, pues es importante visualizar la relación intrínseca en esta investigación: tecnología, juventud y pandemia; es un momento interesante para ver a la juventud en

tiempos de pandemia y su relación con la tecnología, lo que hacen, el lugar que ocupan ante un mundo permeado por la globalización que se expresa en las crisis de las localidades como la ciudad antes descrita donde se desarrolla esta investigación.

Continúa argumentando Giddens que la globalización ha permitido de la construcción y la reconstrucción de identidades en los contextos locales, precisamente, con el consumo de lo digital de los jóvenes podemos tener en cuenta que se da ese proceso de construcción y reconstrucción de la identidad digital.

La comunicación instantánea no es solo una forma de transmitir noticias o información más rápidamente. Su existencia altera la textura misma de nuestras vidas, seamos ricos o pobres. Algo ha cambiado en la esencia de nuestra experiencia cotidiana cuando puede sernos más conocida la imagen de Nelson Mandela que la cara de nuestro vecino de enfrente. (Giddens, 2009, p.24).

Lo anterior, indica lo importante que es nuestra experiencia en estos procesos de estar conectados con el mundo, tanto de manera virtual o física. Sin embargo, esta idea de conocer, saber y querer estar en lo global ha sido el discurso que han ofrecido y legitimado los grandes emporios culturales. Para mantener una venta de productos y servicios a través de las redes digitales, hay todo un trabajo minucioso de logística y marketing para convertir a una celebridad como modelo a seguir y dejar a un lado las enseñanzas de los padres o un profesor.

Lo anterior, pone en tela de juicio las acciones, gustos e interés que pueden llegar a tener los jóvenes en sus exploraciones en internet, particularmente, podemos decir que la tecnología es una ventana abierta a la información para “conocer” diversas cosas que están ahí, siempre disponibles, siempre funcionales. Sin duda, desde antes de la pandemia por el Covid-19, los medios de comunicación masiva son arte de la vida diaria de las personas y particularmente de los jóvenes que siempre están

dispuestos a ver qué hay de nuevo en las redes digitales, alimentando sus sueños, ganas, gustos e intereses.

Superando la noción convencional de “poder”, esas redes de relaciones encarnan un complejo juego de fuerzas, en lugar de una instancia unidireccional y puramente negativa, cuyo objetivo sería reprimir o prohibir. Porque las relaciones de poder son vectores productivos que todo lo atraviesan, en lucha constante contra otras fuerzas sociales que también están tratando de imponerse y que suelen incitar transformaciones. En las fluidas interpenetraciones entre los cuerpos y la tecnociencia contemporánea, esos juegos de poder revelan claramente su calidad productiva (y no sólo negativa), ya que no pretenden despertar temores y causar dolo –al menos, no exclusivamente-, sino que inducen al placer, además de engendrar diversas prácticas, discursos y saberes, que dan a luz nuevas formas de pensar, vivir y sentir. En síntesis: nuevos modos de ser. (Sibilia, 2005, p. 42).

De acuerdo con lo que señala Sibilia, estas nuevas formas de pensar, vivir y sentir, son lo que los jóvenes adquieren en su navegación en la red digital, se puede decir, que no existe una autonomía propia. En general las personas no tienen escape de las redes digitales, de la tecnología, pues con la pandemia, se ha vuelto algo necesario y caso obligado estar conectado a estos medios de comunicación digital. “Todo nuestro tiempo y vida” transcurre en las redes virtuales que nos conectan con los demás y con actividades necesarias, como trabajar o estudiar.

Sin embargo, decir que todo nuestro tiempo vida transcurre en los medios online, significa que todas las personas están conectadas, nos aventuramos a este argumento debido a la necesidad que se ha convertido el uso de internet, y porque creo que de manera directa o indirecta los medios de comunicación han influido en las personas, esencialmente en los jóvenes de estudio de nuestra investigación. Esta influencia deja ver el poder de los medios de comunicación que no solo “comunican” sino que, ejercen

ideas y contenidos sobre las personas, como vimos anteriormente con los estereotipos, son características particulares que distinguen de un grupo a otro, estos se solidifican cuando son aceptado, interiorizados por otras personas y se crean redes sociales de gustos e interés, comparten características e ideas comunes, a este proceso se le llama: identidad.

Esto implica reconocer diversas identidades culturales a partir de rasgos, prácticas y cosmovisiones comunes de grupos en contextos de democracia cultural; en ellos, los sujetos implicados, desde su diversidad, deben asumir roles protagónicos en procesos de creación, gestión y consumo de los bienes culturales que se producen en la sociedad. (Moras, 2019, p. 51).

Aunque los jóvenes están conectados en las redes digitales, construyendo esa identidad con base a sus búsquedas, gustos e intereses, pueden crear una identidad en rasgos, pero con cierta diferencia. Si por un lado el espacio son las redes digitales que hay en internet y su identidad se forja ahí, las practicas con el uso, e interés pueden ser comuniones o similares, pero no siempre iguales. Las prácticas que los jóvenes realizan en internet, pueden ser distintas, desde los estilos musicales como el K-pop, hasta diferencias de un grupo de este estilo a otro por diversas razones de gusto, estética o conexión emocional.

Se propone el análisis de los jóvenes de estudio su consumo digital, la relación y acceso a la tecnología en el contexto de la pandemia. Si el uso y acceso al problema tecnológico es ya un problema social, comprender las nuevas configuraciones de las juventudes actuales en estos espacios es todo un reto, “cada vez hay más personas conectadas” hablando de distintos de temas, muchos de estos ajenos a la localidad en la que están situados ¿qué es lo que sucede? Esto se relaciona con lo que indicaba Giddens, por la conexión a los medios digitales y por el tiempo de uso, no es más familiar o conocido otro tema o problemática que el de nuestra comunidad.

Lo anterior, expone quizás una cierta descontextualización, es decir, desapegarse del contexto, esto supone adoptar y adaptarse a nuevas

prácticas culturales que circulan en las redes digitales que por supuesto son consumidas y digeridas por los usuarios de estos espacios. Respecto a la educación y el papel que tiene en el terreno de la tecnología, Díaz-Barriga, menciona que:

Ciertamente, estamos ante una nueva generación de alumnos que, en general, está vinculada con la tecnología digital, lo cual ha modificado sus formas de aprender, sus intereses y sus habilidades. Sin embargo, esto no significa que puedan aprender con la tecnología; saben usarla para comunicarse, para las redes sociales, pero no necesariamente la emplean como un recurso de aprendizaje. (2020, p. 22).

De acuerdo con Díaz-Barriga, la escuela es el primer espacio que quedo vacío desde que se notificó el distanciamiento social obligatorio debido a la pandemia del Covid-19. El reto de la escuela es verificar si los alumnos a pesar de la distancia “aprenden en casa”, Díaz-Barriga, pone en duda el aprendizaje eficaz que se puede dar en esta situación, quizás esto puede significar un punto central de análisis con nuestros jóvenes de estudio. Esto supondría analizar y reflexionar sobre lo que hacen los jóvenes en las redes digitales o redes sociales, con base a que contenidos se construyen como generación y cuáles son esas características que los identifican.

La educación es un rasgo vital dentro de este análisis, sin embargo, no nos limitamos a ella, tratamos de ver la realidad y los efectos que se han generado a partir de la llegada de la pandemia del Covid-19, es importante tener la idea latente de que esto que está ocurriendo es un fenómeno mundial. El argumenta que las realidades juveniles se construyen en medida de su experiencia con el exterior, o en el interior de los espacios virtuales. “Hemos convertido a esta institución en el lugar de reclusión de los niños y adolescentes para que dentro de un horario aprendan un plan de estudios y usen sus libros de texto, no para que desarrollen aprendizajes significativos”. (Díaz-Barriga, 2020, p. 25).

Con lo anterior, notamos al espacio llamado casa como un encierro donde no se puede tener libertad y descanso, donde se vive tensión por las clases y tareas, donde hace año y medio era todo lo contrario, un espacio de descanso, libertad y tranquilidad.

Es innegable que vivimos en la llamada era digital permeada por la inteligencia artificial, el internet de las cosas, la denominada realidad virtual y aumentada, las tecnologías inmersivas, los dispositivos inteligentes (robots, drones, vehículos autónomos), el big data (minería y analítica de datos), y las criptomonedas (como el Bitcoins), entre otros. Todo ello ha impactado directa o indirectamente diversos ámbitos de la vida: familiar, educativo y laboral. En este contexto, el conocimiento y la información son accesibles e inmediatos, basta con realizar una pregunta y teclearla para encontrar multiplicidad de significados y sentidos, lo que obliga a elegir, seleccionar y estructurar continuamente los datos; el dilema radica sobre qué criterios elegirlos, desde qué marcos analizarlos y sus implicaciones. (Barrón, 2020, p. 69).

Lo anterior, pone de manifiesto y describe la época en la que nos encontramos la era digital, aunque parece ser que Barrón da por hecho que todos tienen acceso a los artefactos y servicios tecnológicos, el punto es que, el contexto de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas y más exactamente con la realidad que viven nuestros jóvenes de estudio, puede ser distinta con relación al acceso que se señala en la cita anterior. Sin embargo, nos enfocaremos en los ámbitos de acceso, desde lo educativo y lo social, es decir, esta última enfocada en la frecuencia con la que utilizan ciertas redes o plataforma digitales.

CAPÍTULO 3.

CONSTRUCCIONES DE LAS IDENTIDADES DIGITALES JUVENILES DE TUXTLA: ANÁLISIS Y RESULTADOS

Allí, la sagacidad de los memes, las estéticas de la *selfie* y la innovación en la apelación de las audiencias por parte de los *youtubers*, se configuran como fenómenos posibles de ser reflexionados desde una perspectiva cultural más que tecnológica.

Leonardo Murolo, 2021.

En este apartado, se exponen los resultados de la investigación realizada con el apoyo de los jóvenes informantes. Se recupera la información más importante para poder ofrecer un resultado claro y concreto. El objetivo general que nos movió a investigar el fenómeno de las identidades digitales es, analizar cómo se construyen las identidades digitales en jóvenes de Tuxtla Gutiérrez, para esto, se aplicaron los siguientes elementos enfocados en el acercamiento a la práctica digital de las y los jóvenes: encuestas, registro de campo y se realizaron entrevistas semiestructuradas, las cuales fueron codificadas con ayuda del software Atlas.ti. Teniendo en cuenta lo anterior, nos ayuda a interpretar y comprender la realidad en la que viven las juventudes que están inmersas en internet, y, por lo tanto, en las diferentes redes sociales digitales.

Se aborda en un primer momento a Bourdieu para explicar cómo las redes sociales digitales funcionan como un campo de poder y de lucha simbólica para estar y permanecer online. Esa lucha simbólica, se relaciona con la capacidad de acceso que tengan las y los jóvenes para tener acceso a internet y a los dispositivos electrónicos como teléfonos celulares. A partir de esto, se analizan los efectos que tienen las redes sociales digitales en las juventudes, con el fin de conocer los comportamientos y actitudes que

tienen frente al mundo digital, una de las formas de conocer este efecto es ver lo que comparten y escriben en sus redes sociales digitales. A partir de esto, daremos puntos de vista tanto positivos como negativos sobre el impacto de los medios digitales en las personas. Posteriormente, se realiza un recorrido por los perfiles de Facebook y WhatsApp de los jóvenes de investigación, a modo de conocer y ver lo que los representa o lo que son ellos en sus redes sociales.

Se analiza también, lo que es estético en los jóvenes desde las redes sociales digitales, mostraremos algunas fotografías e imágenes que comparten los jóvenes de investigación para poder acercarnos a pensar lo estético desde sus prácticas. Esto lo hacemos con el fin de mostrar que, actualmente lo que predomina es el perfil estético, lo bello de los usuarios en las redes sociales, siempre tratando de mostrar la mejor parte o versión de ellos. Esto lleva a convertirse en un campo de lucha por verse siempre bien o estar mejor.

Otro punto que se analiza son las tendencias en las redes sociales digitales, especialmente en Facebook, es decir, lo que han compartido los jóvenes de investigación, y el sentido que le han otorgado a determinado contenido. Para cerrar este apartado de resultados de la investigación, abordamos a las emociones tanto negativas como positivas, donde éstas funcionan como un motor para el consumo cultural donde este último, se realiza en la mayoría de las veces de manera inconsciente. Nos apoyamos de los autores como Byung-Chul Han (2021), Pierre Bourdieu (2002) y Román Gubern (2000), para explicar las relaciones de poder que existen en los espacios digitales y como los estados de ánimo de los jóvenes, y las sensaciones o sentimientos que provoquen los contenidos que ofrecen las industrias mediáticas, ayudan a construir las identidades digitales, legitimando la relación: sentimientos y consumo. Cerramos con la idea de que las emociones y sentimientos que se ven en las redes sociales digitales son construcciones sociales, que reflejan la identidad y las identificaciones de los usuarios con los contenidos.

Teniendo en cuenta lo anterior, las emociones traspasan el consumo cultural material, incorporándose en la vida cotidiana de las personas en general, especialmente en los jóvenes, esto quiere decir, que las identidades digitales son sensaciones, deseos y emociones simbólicas utilizadas expresadas por los usuarios.

Bajo la idea anterior, la práctica de lo virtual parece ser más real, en cuanto más tiempo se le destina y se acredita la información y contenido que circula ahí. De lo que más se habla, lo que se desea, de lo que se piensa, lo que se usa, el estilo, todo, es lo que los usuarios son, sienten, piensan y expresar en las redes sociales digitales. De este modo, se realiza una crítica a los espacios digitales y sus efectos, pero también se interpretan y se explican las problemáticas actuales de las juventudes y su relación con la tecnología.

3.1. Las redes sociales digitales como campo de lucha juvenil

Las redes sociales digitales, constituyen un espacio omnipresente al que la mayoría pueden tener acceso, estar en él, apropiarse información y contenidos, compartir sus ideas e imágenes, fotografías de sí mismos, entre otras cosas. Esto se da, debido a que internet es un espacio abierto que permite relaciones sociales virtuales:

En vez de constituir una amenaza para las relaciones sociales, podría decirse que Internet aumenta sus posibilidades de reestructuración en términos tempo-espaciales, a pesar de operar como extensión de las preocupaciones modernas por el control social. De ahí que sería interesante producir estudios acerca de los usos cotidianos de Internet y las relaciones espacio-temporales que se tejen con su uso. (Hine, 2000, pp. 16 y 17).

Como señala Hine, *la reestructuración*, puede verse también en esas relaciones sociales y de información a grandes distancias, pero también hacer comunidad con los demás y compartir gustos e intereses. Internet

provee las condiciones necesarias sofisticadas para que las personas permanezcan más tiempo en las redes sociales digitales, y en las diferentes plataformas multimedia. A partir de esto, el uso de internet se convierte en un campo de lucha juvenil por tener acceso siempre, por permanecer en los espacios virtuales y poseer el mayor contenido posible, adquirir modas y usarlas. Teniendo en cuenta lo anterior, podemos decir que, el campo donde se desarrollan estas luchas simbólicas, son las redes sociales digitales, en nuestro caso: Facebook y WhatsApp. Bourdieu ofrece una idea de campo, desde la intelectualidad:

Irreductible a un simple agregado de agentes aislados, a un conjunto de adiciones de elementos simplemente yuxtapuestos, el campo intelectual, a la manera de un campo magnético, constituye un sistema de líneas de fuerza: esto es, los agentes o sistemas de agentes que forman parte de él pueden describirse como fuerzas que, al surgir, se oponen y se agregan, confiriéndole su estructura específica en un momento dado del tiempo. (Bourdieu, 2002, p. 9).

Como expresa el Bourdieu, el campo constituye una serie de relaciones de fuerza, de poder, hasta cierto punto como un *campo magnético*, que mantiene fuerzas construidas, una estructura reconocida por los sujetos de determinado contexto. Estas relaciones de fuerza y poder del campo, se pueden ver en el *campo virtual*, desde la lucha simbólica del poder posesivo y adquisitivo. En el caso de Facebook, cuando se comparten fotos de viajes a otras partes del país, prendas costosas, autos, o comida, cosa que no todas las personas que navegan pueden tener el mismo acceso u oportunidad. Ese poder adquisitivo, son los objetos materiales que se ven y muestran las personas en sus redes, se ha una confrontación simbólica ante los usuarios que no tienen ese factor “clave” o “determinante”. Por otro lado, el factor posesivo, va relacionado con el adquisitivo, pero se enfoca más en mostrar un perfil estético, deseable, poseer buena reputación y ganar reacciones sobre los contenidos que comparten (los me gusta, me encantan, me importan, entre otras).

Con base a los anterior, la lucha simbólica se legitima en el campo digital, buscando resalta el glamour estético de *lo joven* y lo que se posee, tanto de forma material como: el cuerpo, para esto, las imágenes o fotografías que comparten las y los jóvenes, son indicadores para sostener este argumento de la disputa por ser el centro de atención. Es en este sentido, que Paula Sibilia (2008), explica la intimidad como espectáculo en la red, donde se da una apropiación de las herramientas *online*, que están en constante surgimiento y expansión, que son utilizadas para exponer públicamente la intimidad:

Así es como se ha desencadenado un verdadero festival de "vidas privadas", que se ofrecen impudicamente ante los ojos del mundo entero. Las confesiones diarias están ahí, en palabras e imágenes, a disposición de quien quiera husmear: basta apenas con hacer clic. Y, de hecho, todos nosotros solemos dar ese clic. (Sibilia, 2008, p. 32).

Actualmente, el fenómeno de la exposición de las vidas privadas en internet, se ha acentuado aún más, esto debido a la una cierta patología emocional egocéntrica que ha estado presente desde que las industrias mediáticas comenzaron a construir todo un discurso respecto a la visibilidad de la cotidianidad, es decir, lo que se hace en el día a día, donde se está en determinado momento, con quién, entre otras cosas que resaltan a las personas y a su entorno. La lucha por la visibilidad, mostrarse al mundo, se hace desde un teléfono celular con acceso a internet y grabar pequeños videos y "subirlos" la red social como lo es TikTok.³ Subir el contenido, forma parte del ritual, de una elevación y sensación religiosa y satisfactoria, que también, forma parte de esa lucha en el campo de las redes sociales digitales.

³ De acuerdo con Fernández, en la página web Xataka (2021), esta red social es de origen chino, y fue lanzada al mercado en septiembre del 2016. se caracteriza por la edición de videos cortos de manera vertical con el teléfono celular. Los contenidos que circulan en esta red son variados, enseña como maquillarse, videos graciosos, contenidos religiosos, entre otros. Lo efímero de la de la duración, es lo que atrapa y provoca el deslizar el pulgar hacia arriba para pasar a otro video.

Teniendo en cuenta lo anterior, las imágenes, palabras y estados compartidos, son deseos reprimidos liberados a través de estos espacios virtuales que parecen no tener límites. Por otro lado, el acceso al campo digital es asimétrico, como se comentaba al principio, esto se enfoca al consumo, debido a que el objetivo de los usuarios es verse bien en sus perfiles y tener un “buen estilo de vida” o un “mejor estatus social” se compete por la atención de lo mejor en el mercado, desde la bisutería, vestuario, comida, entre otras cosas. La competencia ya no es entre las empresas, o empresas y consumidores, más bien entre los mismos consumidores:

El consumo de los bienes culturales más legítimos es un caso particular de la competencia con respecto a bienes y prácticas singulares, cuya particularidad obedece más, sin duda, a la lógica de la oferta o, si se prefiere, a la forma específica que adopta la competencia entre productores, que a la lógica de la demanda y de los gustos o, si se quiere, a la lógica de la competencia entre los consumidores. (Bourdieu, 1998, p. 97).

Como expresa el autor, el consumo cultural es parte de la competencia, existe consumo de cultural digital con respecto a los contenidos que se ven en internet, es a partir de esto, que se produce una competencia desmedida entre los usuarios, como se expresa en la frase: *estar a la moda*.

Es a partir de la lucha de las juventudes en el campo digital, como van construyendo sus identidades digitales, se expresa en plural, debido a que existe una gran variación de contenidos, y porque existen más de un elemento que construye dicho fenómeno identitario. Los elementos que se relacionan de manera directa con la identidad son los gustos e intereses que persiguen los jóvenes en las redes sociales digitales. Esto lo podemos verificar en los consumos que realizan a través de sus redes sociales digitales, esto constituyen prácticas culturales digitales que realizan las juventudes actuales.

Las identidades digitales juveniles, no solo se construyen con base a las prácticas digitales que realizan en las diferentes redes virtuales, no solo son gustos e intereses, sino que corresponden a ideas y fines políticos, económicos y culturales. Los contenidos en internet, están basados en estos aspectos que pueden representar pilares de la sociedad. En concordancia con lo anterior, Sibilia expresa lo siguiente:

No se trata apenas de Internet y sus mundos virtuales de interacción multimedia. Son innumerables los indicios de que estamos viviendo una época limítrofe, un corte en la histeria, un pasaje de cierto "régimen de poder" a otro proyecto político, sociocultural y económico. (2008, p. 19).

Desde la perspectiva anterior, podemos visualizar que, desde antes que internet surgiera como proyecto militar y luego comercial, ha existido una obsesión por el control social, tal como lo menciona la autora, pasar de un régimen de poder a un proyecto de integración política. Con esto, podemos contextualizar la lucha de las empresas mediáticas por imponer contenidos a los espectadores, usuarios que están en espera de nuevos contenidos para consumir, y como lo hemos descrito, se da una lucha más fuerte entre usuarios. En esta lucha simbólica dentro del campo digital, también se puede ver que: "en ese movimiento se transforman también los tipos de cuerpos que se producen cotidianamente, así como las formas de ser y estar en el mundo que resultan "compatibles" con cada uno de esos universos." (Sibilia, 2008, p. 19).

Desde esta posición vemos y notamos las transformaciones de los usuarios en las redes sociales digitales, lo que hacen cotidianamente, desde su intimidad, pero también, se da esa transformación o alteración corporal estética, desde modos de pinar, cuerpos atléticos, cuerpos con tatuajes, entre otros modos de consumo que han impuesto las industrias de los medios para tener alcance y control de las poblaciones. Con esto la lucha juvenil incrementa por tener las mejores formas de ser y estar *en línea*, como señala la autora, para permanecer en las redes sociales digitales.

3.2. Construcción de las identidades digitales en los perfiles en Facebook y WhatsApp

En este apartado, se muestran algunas imágenes, comentarios y publicaciones en los perfiles de los jóvenes colaboradores de la investigación con el fin de conocer sus gustos e interés y lo que hacen en la red. Se retomaron estas dos redes sociales porque en una de las encuestas aplicadas los jóvenes respondieron que tienen otras redes, sin embargo, estas dos son las que más utilizan, por la variación de contenidos y la alta concentración de usuarios que las concurren. Las categorías que se muestran a continuación, son parte del análisis de observación que se llevó a cabo para reflexionar sobre las prácticas de consumo que realizan los jóvenes en estas redes sociales digitales.

3.2.1. Identidades digitales como egolatrías

Dentro del proceso de construcción de las identidades digitales juveniles, aparece el concepto de egolatría, de acuerdo con Pérez (2019), la egolatría es un culto, adoración o amor excesivo de sí mismo. Como fenómeno actual, la egolatría en las redes sociales digitales, puede verse desde la manera en cómo los usuarios, en este caso las y los jóvenes, comparten fotografías de sí mismos de manera constante y con ese toque de obsesión. Esto tiene relación estética desde el modo en qué son tomadas las fotografías. Sin embargo, aquí se reflexiona sobre el sentido de la imagen.

Los perfiles que se muestran a continuación de: Monserrat5, Jhosed3, Miranda7 y Kevin4, guardan relación por mostrar continuamente su cuerpo en fotografías, con ciertas posturas que indican la mejor toma o vista de ellas y ellos. Este es un fenómeno que se ha venido dando desde la aparición de las redes sociales digitales, y la forma rápida de comunicación. Las industrias mediáticas, han apostado e invertido por mejorar las propagandas juveniles bellas, a través de diversos contenidos y productos.



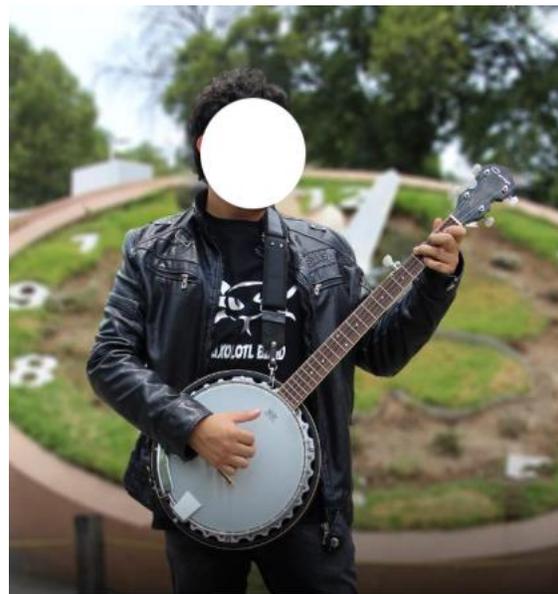
Monserrat5



Jhosed3



Miranda7



Kevin4

Las imágenes de, Alondra5, Jhosed3 y Miranda7, corresponden a sus perfiles de Facebook, la última fotografía, la de Kevin4, corresponde a su foto de perfil de WhatsApp. De los siete jóvenes colaboradores de este trabajo, son ellos los que han estado cambiando sus fotografías continuamente, con este patrón en común. En cuanto a lo llamativo de las fotografías o perfiles, si nos fijamos, en el caso de la fotografía de Alondra5, sus reacciones son más altas con respecto a los de Miranda7 y Jhosed3, corresponde mucho a la estética de la fotografía y como fue tomada.

A parte de lo estético y lo bellos de las fotografías de los jóvenes colaboradores, se resalta mucho en los perfiles, lo masculino y lo femenino. La forma en como están parados, es decir, de pie, las formas en cómo utilizan, las tonalidades de los colores, entre otras cosas. Lo anterior representa hasta cierto punto la moda o lo que ellos consideran como moda o gusto por un estilo. Esta visibilidad de los cuerpos en las redes sociales digitales, tiene relación con la idea señala Maffesoli (2009): “y en la jerga contemporánea, la expresión «Cool mee» traduciría adecuadamente esta nueva actitud: una disponibilidad al mundo, una especie de desenvoltura con respecto a uno mismo, pero también con respecto a los demás” (p. 51).

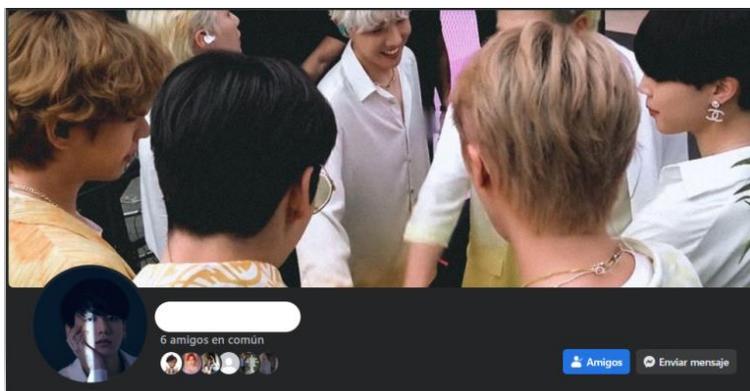
Como expresa Maffesoli, la actitud que ha imperado desde hace algunos años, es lo *cool*, en este sentido, actualmente podemos encontrar esta forma de *ser y estar* en las redes sociales digitales, donde precisamente esta manera de comportarnos son las que nos define. Muchas veces se cuida que se publica o se comparte y otras veces no, hay fines con las que se entra a la internet para estar ahí, como, por ejemplo. Mostrar un peinado, lo estético del rostro o los cuerpos, o como si se tratara de un ¡presente! En el pase de lista diario, se pasa a las redes sociales a informar y decir dónde, con quién y qué se está haciendo en ese momento.



Waximara1



Manuel6



Mariana2

En el caso de estos tres jóvenes colaboradores: Waximara1, Manuel6 y Mariana2, no muestran en sus fotografías o perfiles, esa egolatría que vimos en los primeros jóvenes. Sin embargo, en el caso de Mariana2, vemos un tipo de egolatría proyectada hacia ciertos personajes, esto hace referencia a compartir y usar de foto de perfil a integrantes de una banda coreana llamada BTS. Tal como lo podemos observar, esta banda del género musical denominado K-pop, ha roto record mundial de alcance a casi todos los países del mundo en muy poco tiempo.

Las características que se puede observar de este grupo, es que muestran bailes, modos de peinados extravagantes, un tipo de vestuario que va entre lo casual y lo forma, aretes en la oreja izquierda, labios pintados y un tipo de maquillaje abundante en el rostro. Tal como podemos observar en la imagen anterior. En el caso de Mariana2, en sus publicaciones semanales y diarias, ha repetido en muchas ocasiones el compartir y publicar fotografías e imágenes de este grupo, es claro que para ella son un tipo de ídolo, como una referencia.

En el caso de Waximara1 y Manuel6, no tienden a publicar fotografías diarias, semanales o mensuales sobre ellos, más bien sus inclinaciones son respecto a problemáticas, anhelos y deseos personales, y lo expresan por medio de imágenes los llamados memes que revisaremos más adelante. En la fotografía de perfil de Waximara1, esta con sus amigas, las más cercanas, con una pose de solo ver a la cámara para la foto del momento, sin más.

Manuel6, ha tenido esa foto de perfil desde hace mucho, no la ha cambiado, vemos y notamos, que resalta su teléfono celular, el fondo de su cuarto y un guineo. A partir de esto, una de las constantes que repiten todos y todas en sus perfiles, menos Waximara1, es que aparecen solos y solas. A partir de lo anterior, Maffesoli argumenta que:

Ser dueño de sí mismo y amo del universo es lo que sirve de fundamento a la educación moderna, y lo que servirá de motor para la elaboración del contrato social, para la economía, que es su causa y su efecto. Asimismo, es sobre esta base sobre la que se edificará el proyecto político. (2009, p. 51).

Con esto, argumentamos que la “libertad” de “hacer”, “ser” y “estar”, en las redes sociales digitales, no son más discursos e ideas construidas que evocan a las juventudes a mostrar y postear contenido personal y de dominio público, para estar presentes en la red. Como afirma Maffesoli, el pensarse como dueño de sí mismo, es una forma de control social, por medio de estos discursos elaborados por las industrias mediáticas. Con Waximara1 y Mariana2, ocurre algo interesante, porque comentan que no son dan adeptas a postear fotografías o llamar la atención en sus redes sociales digitales, más bien, solo buscar pasa el tiempo y entretenerse con los contenidos que encuentran, como vídeos divertidos o información sobre famosos:

En Facebook como menciono, es rara la vez que me pongo a ver las publicaciones, y hay veces que, si comparto algunas publicaciones que me dan risa, sobre todo, son los memes que me dan risa o alguna cosa de perritos, no sé. Y en TikTok, me sé, dos que tres bailes de tantas veces que los vi, ya me los aprendí, pero el grabar y al subirlos y que todo mundo lo vea, no es lo mío, no soy el centro de atención, no es lo mío, no me gusta, entonces lo veo y a veces en mi memoria estoy haciendo los movimientos porque de una u otra el estarlo viendo continuamente un baile o un *trend* que se está llevando a cabo me lo aprendo. (Entrevista a Waximara1, julio 2021, p. 7).

Notamos que el interés de la informante va con relación a ver contenidos de mascotas e imágenes divertidas, esto parece “normal” dentro de las actividades de las y los jóvenes, sin embargo, estas formas de compartir sus gustos e intereses con sus amigos, contactos y el mundo virtual en general, lleva a construir su identidad en las redes sociales digitales. Lo que sucede con Mariana2, es parecido, aunque comenta algo interesante sobre lo que ve o percibe en las redes sociales digitales y entre sus contactos:

Todo el mundo quiere ser el centro de atención, o se deja guiar por los *likes* que lleva, ósea, si yo tengo no sé un me gusta, soy especial o soy muy bonita, o no sé, soy superior, pero si tengo un *dislike*, ya les afecta mucho tener *likes* o *dislikes*. Se dejan guiar por eso y es mas de apariencia también, porque, usan filtros, usan aplicaciones nuevas y es todo más estético, es más de que si se ve feíta, ya se empieza a criticar, si se ve bonita ya la empiezo a admirar o a seguir o alabar, ya nada más se dejan guiar por eso. Otra cosa que yo comentaba es que, solo muestran su cara positiva o su mejor cara en las redes sociales, porque puede que esa persona esté sonriendo, pero realmente está mal psicológicamente o emocionalmente, puede que lo hayan corrido de su trabajo o haya terminado con su novia, no sé, sólo muestran su mejor cara en las redes sociales y luego por eso llegan los problemas emocionales: la depresión, la ansiedad y todo eso, eso es lo que yo estaba comentando. Es muy feo ese asunto de las redes sociales, de hecho, tuve una amiga que era adicta, pero ahorita ya está mejor, porque fue al psicólogo, entonces si es muy feo ese asunto. (Entrevista a Mariana2, julio 2021, pp. 15 y 16)

Las ideas de Mariana2, van en torno a ver lo que hacen o lo que dicen las personas, especialmente las y los jóvenes, de su entorno, entendemos que el plus de las redes sociales digitales, o lo que les da credibilidad a una publicación, información o fotografía son las reacciones. Esto es importante porque alienta ese *ego*, y confirma la importancia de las publicaciones.

3.2.2. Identidades digitales desde los memes

Ahora bien, las identidades digitales juveniles desde los llamados *memes*, tienen que ver en cierto modo lo que hacen y comparten las y los jóvenes, desde el punto de vista gracioso, chistoso o solo porque la o las imágenes son divertidas. Lo que comparten y escriben las y los jóvenes en sus redes sociales digitales, permite ver la manera en como socializan con el mundo virtual, pero también, qué contenidos los representa:

Los memes de Internet han recibido un tratamiento privilegiado en estas plataformas, gracias a su lógica mediática anclada en la potenciación de prácticas de cultura participativa y su enorme eficacia como medio de comunicación y vehículo de representaciones simbólicas de todo tipo. Comúnmente, los memes suelen compartirse y se viralizan en Facebook, Whatsapp, Instagram, Snapchat, TikTok, y Twitter; aunque también puede encontrárseles en foros virtuales que se han convertido en verdaderos nichos de la cultura del meme, como 4Chan y Reddit. (Ayala, 2020, p. 18).

Como se ha mencionado anteriormente, lo que comparten las y los jóvenes, y en general las personas, los presenta, es lo que ellos sienten y lo que les hace sentir determinado contenido, en este caso los memes. Con esto se intenta explicar precisamente como expresa Ayala, los memes son un tipo de contenido que se convierten en representaciones simbólicas diversas. Esta diversidad va con relación a los discursos políticos, económicos, en materia de salud, educativos, sobre deporte, música, entre otros, estos contenidos e informaciones construyen lo que viene siendo la realidad social tanto física como virtual. Por medio de los memes o imágenes, mostramos una posición social ante cierta situación o problemática. Lo anterior, podemos constatarlo con las diferentes posturas que se ven respecto a los movimientos feministas, sobre la inseguridad, los estándares de belleza masculinos y femeninos que se ven en películas y que portan los famosos.

Mas actualmente, los *looks* o modas, son impuestas por los llamados Youtubers. Donde estos son personajes que cuentan con millones de seguidos por el tipo de contenidos que realizan. Quizás no sea del gusto o agrado de todos, sin embargo, lo cierto es que, son visto por sus seguidores como ídolos. Con lo anterior, podemos visualizar que también por medio de personajes encontramos representaciones simbólicas, esto va dependiendo de los mismos intereses que se tengan con respecto a determinado contenido o personaje.

Las representaciones simbólicas por medio de los memes, es decir, por medio de lo que comparten las y los jóvenes, tiene que ver con los estados de ánimo que tengan ellas y ellos, y el sentimiento que provocan e irradian determinados contenidos. Actualmente, ya es normal identificar por medio de una imagen o comentario si alguien está *molesto*, triste o feliz, o solo está siendo sarcástico con alguien o algún tema. Las representaciones simbólicas realizadas en las prácticas culturales cotidianas son importantes, sin embargo, las emociones han jugado un papel fundamental en las relaciones sociales y en las expresiones de los usuarios en general.

Desde esta perspectiva, la carga emocional que tenga una imagen, o un meme, es sumamente valioso, pues nos sirve para tratar de interpretar y comprender el sentido de las prácticas culturales de las y los jóvenes. Teniendo en cuenta lo anterior, Susan Blackmore (2000), explica la naturaleza de los memes desde una perspectiva general, hace alusión a la *memética* como imitación o repetición de algo:

En cuanto aparecieron los memes, se generó su evolución hacia la consecución de mayor fidelidad, fecundidad y longevidad. Este proceso condujo a la obtención de un diseño muy mejorado de mecanismos para copiar memes. Los libros, los teléfonos y el fax fueron creados por los memes para su propia replicación. Esto puede sonar extraño puesto que sabemos que los memes son únicamente información que una persona copia de otra. (p. 281).

Esta imitación o copia, tiende a reproducir los tipos de conocimiento, artefactos tanto materiales como intangibles como los símbolos y el lenguaje que están presentes en toda la realidad social y humana. Los memes como copia significan transmisión de contenidos, saberes o información. Actualmente los memes en la internet, son formas de comunicación, producciones simbólicas para imitar precisamente la realidad y para expresar estados de ánimo y posiciones políticas e ideológicas.

Con base a lo anterior, las y los jóvenes de investigación: Waximara1, Mariana2, Jhosed3, Kevin4, Monserrat5, Manuel6 y Miranda7, han compartido memes de todo tipo, como una forma de expresión y diversión. Son imágenes que expresan algo de usuarios que siente y dicen algo



Waximara1. Imagen compartida en Facebook.

Este meme, compartido por Waximara1 en su Facebook, muestra de cierto modo, quizás la situación sentimental de la informante, al compartir algo muy íntimo, en una fecha construida como especial (el 14 de febrero, día del amor y la amistad), quizás extrañar a alguien, o solo pensar en una posible relación de pareja.

Nos pareció importante esta imagen, pues es aquí donde se

exponen los estados de ánimo, de lo que se padece, de lo que se sufre, en este sentido, las redes sociales digitales, funcionan como un “confesionario”. Confesamos y exponemos nuestros problemas e inquietudes al mundo.

A partir de esto, notamos varias publicaciones con un enfoque cotidiano, respecto a no querer regresar a clases, sus experiencias en clases en línea, y publicaciones respecto a mascotas, donde pudimos observar su gusto por los animales, esto lo notamos desde la entrevista.

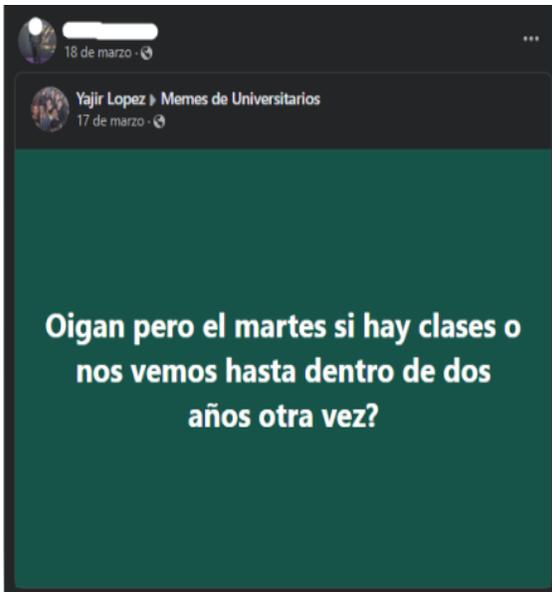


Waximara1. Imagen compartida en Facebook.

Desde hace décadas se han utilizado diversas imágenes de la serie de los Simpson, como una especie de identificación de lo que hacen estos personajes en su vida diaria y cómo las personas se identifican con la rutina de los personajes, vemos un Homero Simpson, molesto por el regreso al trabajo. En este caso es un meme compartido por Waximara1, quizás por el regreso a clases. A continuación, vemos más memes compartidos por los jóvenes colaboradores en diferentes momentos, de igual forma expresan su sentir en determinada ocasión:



Imágenes compartidas en Facebook. Mariana2 a la izquierda, y Manuel6 a la derecha.



Imágenes compartidas en Facebook de Jhosed3 a la izquierda, y Miranda7 a la derecha.



Monserrat5. Imagen compartida en Facebook.

Se hizo la selección de imágenes que más llamaran la atención de los jóvenes colaboradores, en este sentido, encontramos las que se muestran, están relacionadas con la diversión, con la diversito o gracioso que pueden ser ciertas cosas o actividades.

Tal es el caso de desinar más tiempo a diversas distracciones, pero en al estar en una actividad escolar o académica, es donde se da el choque o

contraste de lo que se hace como tal. Todas y todos comparten memes, excepto Kevin4. Los memes en sí, van copiando e imitando la realidad como una burla de lo que les sucede o sucede en otras personas o casos, son mecanismo que representan un sentir o postura, algo de la realidad, es reproducir la realidad misma, solo que en el espacio virtual.

3.2.3. Identidades digitales como posición política

Haciendo hincapié en las interacciones que tienen los usuarios con los diferentes contenidos a los que están expuesto, podemos decir que, el confinamiento ha sido uno de los motores para que estas formas de expresión con imágenes, memes y publicaciones en sus perfiles se legitimara de algún modo. Como jóvenes, al no poder salir a realizar las actividades cotidianas que solían hacer, hubo un desplazo del mundo físico-presencial, al mundo virtual.

De este modo, tanto la pandemia de la Covid-19, la reciente guerra entre Rusia y Ucrania, las actividades académicas, entre otras, se toman como hasta cierto punto como diversión o mofa. Sin embargo, al expresarlo como diversión, se está tomando ya, una postura política, que sin duda va construyendo las identidades digitales de los usuarios, y en general de quienes comparten los diversos contenidos. Solo con dar un like (un me gusta), estamos colocándonos dentro de una posición.

A partir de lo anterior, las y los jóvenes tuvieron posturas políticas en sus redes sociales digitales, construyendo una postura en su círculo digital de amigas y amigos. Jhosed3, Mariana2 y Alondra5, fueron quienes publicaron contenidos de esta índole.



Jhosed3. Imagen compartida en Facebook.

Publicación de Jhosed3, manifiesta una postura respecto a la guerra con Rusia y Ucrania, vemos al presidente del país ruso, la imagen de éste mandatario fue utilizada por un establecimiento que vende bebidas alcohólicas, con el fin de llamar la atención de los consumidores.

Notamos que la imagen tiene dos sentidos, la sonrisa un poco retadora para la situación política entre Rusia y

Ucrania, y, por otro lado, se entiende que puede ser respecto a las cervezas, donde se ve una cierta invitación a la compra. Con este colaborador, se repiten algunos puntos sobre posiciones políticas, muestra su identidad digital desde que comparte en su perfil lo que piensa o siente sobre esta problemática. En la entrevista que se aplicó a los jóvenes colaboradores, comenta sobre su interacción y sus intereses:

Bueno, actualmente mi interacción es mucha, ya que, hay momentos, dónde sacan algún tema de mi interés ya sea como la política, sobre el presidente actual, sobre jugadores de fútbol, sobre carreras de fórmula uno entonces, ahí es donde yo comento, hago comentarios sobre mi opinión sobre lo que pienso, sobre el aspecto de cómo me afectado. En este caso, algunos casos cerca de mi casa o así mi tracción es mucha y lo hago porque me interesa saber lo que otros piensan sobre mi opinión y como es la de que ellos también. (Entrevista a Jhosed3, julio de 2021, p. 6).

A parte de las publicaciones que realiza Jhosed3, notamos sus intereses en la entrevista, que coincidan precisamente con lo que comparte en su perfil de Facebook como de WhatsApp, relacionado con carreras de fórmula 1, y cuestiones políticas relacionadas con ridiculizar los discursos autoritarios.

En el caso de Mariana2, el patrón que se repite es importante, ha compartido información, imágenes y videos solo con respecto a este grupo que vemos en la imagen, BTS. Actualmente este grupo visito la casa blanca para tratar el problema de odio que existe hacia los asiáticos. Recientemente, en lo que va de mayo de 2021, el país estadounidense, se ha visto teñido de sangre tras ataques



Mariana2. Imagen compartida en Facebook.

armados a escuelas, el resultado ha quedado en decesos de alumnos y maestras. Desde la idea anterior, podemos encontrar puntos centrales, respecto a ¿Por qué no admira a grupos mexicanos o latinos? Es un punto central, pues también es un juego de mercadotecnia y político que impulsa el gusto estético por cuestiones diferentes a las conocidas del contexto.

Se puede pensar y juega con esta dicotomía, respecto a que la cultura coreana se siente atraído a interesada por las practicas o tradiciones latinas o mexicanas. Como ocurre con el caso de la Tiktoker coreana “chingu”, que significa amiga en coreano, esta chica reside en México desde hace cuatro o cinco años, es creadora de contenidos en TikTok, y siempre sus contenidos



Monserat5. Imagen compartida en Facebook.

son resaltar la cultura mexicana y explicar porque no volverá a vivir en Corea⁴.

Con Alodra5, ocurrió algo muy importante, puesto que podemos ver la imagen de resistencia feminista, este sentido, hubo una repetición de publicaciones, es decir, se repitieron patrones en las publicaciones al compartir su postura respecto a estas posiciones políticas feministas.

La macha feminista, discursos que se daban respecto a eventos y acciones que se generaban, fueron motor para analizar la postura política libertaria de Monserrat5, sus ideas están centradas en una igualdad y terminar con el machismo violento. En este sentido, compartió innumerables veces noticias y reportes de chicas y chicos, mujeres y hombres desaparecidos. Algo sobresaliente que surgió en

⁴ Más información sobre este punto central, se puede visitar la página: Zócalo. *Sujim Kim: Chingu amiga, una coreana y su aventura de vivir en México.* <https://www.zocalo.com.mx/sujin-kim-chingu-amiga-una-coreana-y-su-aventura-de-vivir-en-mexico/>

esta actividad, es que, casi no tuvo reacciones o empatía respecto a las publicaciones de chicas y chicos desaparecidos, al muy distinto ocurre cuando postea fotografías suyas en una especie de modelaje, con mirada perdida o luciendo un maquillaje, en estas ideas ha alcanzado más de seiscientas reacciones en una fotografía. En la entrevista que se aplicó a los jóvenes colaboradores, suena interesante la respuesta de Alondra5, al responder, qué la lleva a entrar a sus redes sociales:

El motivo para entrar a las redes es como más por diversión, me gusta mucho entrar porque a veces también veo videos sobre temas que me interesan, o para aprender más, por ejemplo, en YouTube me pongo a ver documentales de vez en cuando. En Facebook, de pronto aparecen videos informativos y esos son los que más me gustan, pero igual a veces lo hago por diversión o por qué no sé, quiero pasar un rato viendo mis redes sociales, lo que publican mis amigos los memes o cosas así. (Entrevista a Mnserrat5, julio de 2021, p. 4).

Menciona la colaborado a dos espacios digitales importantes: YouTube y Facebook, lo que la lleva a entrar a sus redes sociales es a la diversión o pasar el tiempo, entretenerse un poco, a pesar de que esto es lo que comento en la entrevista, podemos ver que no solo es entretenimiento, sino que ella ha asumido una postura respecto a un movimiento, como lo es el movimiento feminista.

Son varias las notas, la información compartida y publicada con referencia al apoyo feminista, sin embargo, la personalidad y actitud de la colaboradora es seria, de carácter amigable, sonríe, tal como lo hizo amablemente en la entrevista, a la cual acudió al llamado generosamente. En sus fotos de perfil y en las que avece sube, siempre utiliza colores oscuros, usa maquillaje purpura para los labios y a veces también el labial negro, hasta cierto punto, haciendo una interpretación, ha tratado de imitar a ciertas figuras femeninas caricaturescas conocidas como Monsters high.

3.2.4. Identidades digitales desde las poses y el glamour

En lo que respecta a las poses y el glamour, son fenómenos que están presentes en casi todos los usuarios de las redes sociales digitales, en sus perfiles, estos persiguen un fin, este puede entenderse como, el sobre salir de las demás. La actitud, la forma y el sentido en el que están tomadas algunas fotografías, y como se comparten contenidos visuales en general, tienen que ver con estos fines. Actualmente, las poses y el glamour, son aspectos que se construyen desde el terreno digital, promueve la construcción de la identidad por medio de rasgos específicos de los usuarios y su modo producirse estéticamente. Para tener clara la idea de lo que es el glamour y el modo en como lo empleamos, Scalisse (2021), expresa lo siguiente:

El término glamur o glamour proviene de la palabra grammar, y se utilizada para referirse a los sabios practicantes del ocultismo y las artes mágicas. Hace alusión al encanto natural que poseen las personas o las cosas. Originalmente era un hechizo mágico que afectaba la percepción visual de una persona, mostrando los objetos percibidos de una manera diferente de la real y presentándolos de forma atractiva, magnífica o glorificada. (p. 218).

Como bien indica la autora, el concepto glamour en un primer momento, hace referencia al encanto natural de las cosas, sin embargo, actualmente en internet, y específicamente en las redes sociales digitales, se tiene otra idea de glamour. Vemos que las y los jóvenes, especialmente las chicas, cargan con éste estereotipo y tienden a desarrollar cierta responsabilidad por verse bellas y glamourosas. Tienden a reproducir y tratar de cumplir con el estándar que han impuesto sus ídolos musicales, actores y actrices, influencers, entre otros.

A cincuenta años de su creación, en más de un comercial televisivo y en las propagandas de belleza en internet, hemos escuchado el icónico slogan: “porque tú lo vales,” de la empresa L’Oréal París. De acuerdo con la

página Vogue (2021), el mensaje de la compañía desde su aparición tuvo el fin del empoderamiento femenino de todo el mundo, en este sentido, la página señala que la compañía apuesta por la diversidad, una visión amplia y múltiple de belleza, “democratizar el universo de la belleza, acercando las tendencias y las últimas innovaciones a todos los públicos.” Teniendo en cuenta esto, notamos el peso del discurso laborado, pues, aunque han pasado décadas, la marca continúa vendiendo bajo las ideas de belleza al alcance de todas.

Desde esta perspectiva, vemos como la idea de glamour termina reducida a cosméticos de todo tipo: pinturas labiales, polvos para la cara, rímel, tintes para cabellos, entre otras cosas, que alejan al verdadero sentido y significado de la palabra.

Recién en el siglo xix, se redujo a un término que describe la belleza y la elegancia que conforman las características de un objeto, de una manera ilusiva o romántica. Se utiliza frecuentemente en la moda para nombrar las características atractivas del modo de vestir, el estilo y la belleza intrínseca; reforzando la estética, el exceso, la vanidad, la atracción sexual. (Scalisse, 2021, p. 2018).

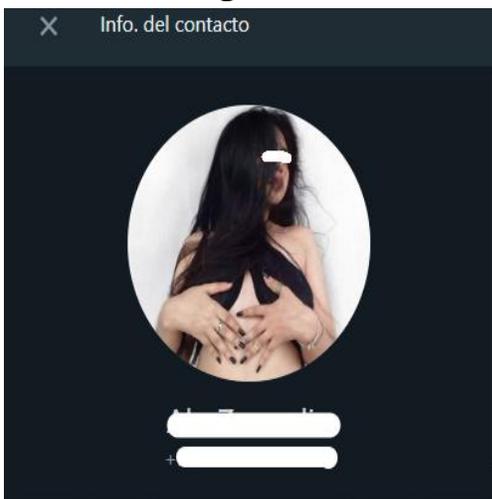
Precisamente, algo importante que indica la autora es, que el glamour se relaciona con la moda, con esto, vemos el alcance de las industrias mediáticas, y la construcción de discursos respecto a la belleza deformando la realidad, imponiendo cánones estéticos, formas de comportamiento y consumo. Este proceso va desde lo más íntimo, hasta lo colectivo. Las identidades digitales juveniles, tanto masculinas como femeninas, se construyen bajo estos ejes glamour-moda, que repercute en un consumo sin límites, con esto, se intenta describir el proceso por el que se encuentran atrapadas las juventudes dentro de las redes sociales digitales, tomando papeles actorales, usando las marcas de las empresas, usándolas como estándares, donde este proceso solo beneficia a un extremo y es el empresarial.

A continuación, se muestran a jóvenes colaboradores que mostraron estas categorías de poses y glamour, en sus interacciones digitales. Alondra5, Miranda7 y Mariana2, han desarrollado estas formas de expresión en sus redes sociales.

Fotografía de Monserrat5, vemos la representación del maquillaje, pintura labial, polvo en el rostro, cabello planchado, es la imagen de “lo que se necesita para verse bien hoy en día”. Sin embargo, nos enfrentamos a una problemática interesante pero también preocupante, aún no termina de inaugurarse el siglo de la explosión y liberación de la belleza, y aparecen los filtros tecnológicos en las diferentes aplicaciones en los celulares.



Monserrat5. Foto de estado en WhatsApp.



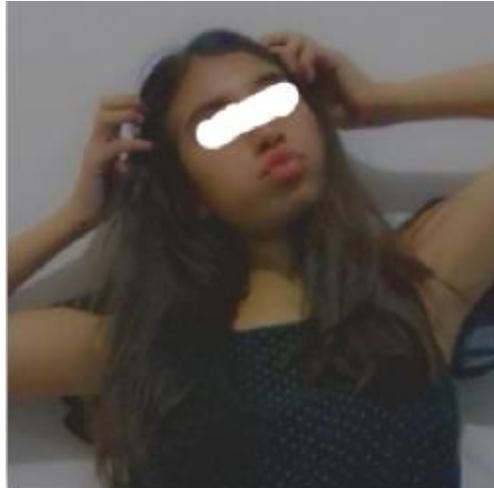
Monserrat5. Foto de estado en WhatsApp.

Refiriéndonos a la fotografía de arriba, por la posición de la imagen, la toma sola, viendo al frente, portan labial de color café, oscuro-claro, cejas delineadas, y porta una blusa café de corte juvenil.

De lado izquierdo, otra fotografía de Alondra5, resaltando siempre la piel, tonalidades cálidas u oscuras en las imágenes. Unas pintadas de color negro, cabello largo y negro, sedoso. Porta un tipo de vestimenta negra juvenil, como de playa o verano. La pose como tal, da a entender que es un tipo de modelaje, donde ve aprecia esa libertad femenina, pero también, la estética en las cosas que se utilizan para producir el momento que queda capturado en una fotografía. En ambas fotografías, puede notarse la egolatría, la admiración y contemplación del sí mismo.

En el caso de Miranda7, pasa que también dentro de sus usos y prácticas digitales se dan las poses y el glamour. A diferencia de Alondra5, Miranda7 no usa tanto maquillaje, se suele ver muy poco brillo y pintura labial, luce de cierta manera más natural.

Lo que, si resalta en ella, son las poses que realiza en cada fotografía, en las imágenes que se han presentado hasta el



Miranda7. Foto de perfil de WhatsApp.

momento cabe la necesidad por reflexionar y pensar el sentido de las poses y las fotografías tomadas de cierta manera, también los fines que persiguen las y los jóvenes al tomarse las fotos.



De lado izquierdo, una fotografía más de Miranda7, desde su WhatsApp, de este modo notamos la particularidad de la imagen, como fue tomada, el rostro oculto, fotografía de frente. Vemos la parte glamourosa respecto al vestuario, son prendas juveniles que están de moda, jeans de mezclilla y blusa corta casual.

A partir de esto, también se puso atención en el lugar en el que fue tomada la fotografía, los colores o tonalidades que tienen las prendas, pero, sobre todo, se describe que la fotografía fue tomada de esta manera, porque hay una tendencia entre las y los jóvenes de tomarse fotografías de formas únicas y llamativas, esto con el fin de llamar la atención, ganar

seguidores y tener reacciones sobre las fotos que comparten.

Mariana2, no es de compartir fotografías de ella o posando, sin embargo, aquí vemos una fotografía de ella, al parecer no tiene tanta ritualidad para posar para una fotografía. Vemos un estilo casual natural, se ve una cierta egolatría, pero no tan marcada, más bien como algo que hizo, pero no con un fin en sí mismo o eso parece.



Mariana2. Foto de Facebook.

Observado el tipo de cabello, medio ondulado, vemos unas cejas bien delineadas, tonalidad de piel natural, sin filtro. Parece ser que la blusa que porta, tiene la imagen de Mickey Mauss, lo que puede dar a entender que le gustan las caricaturas de éste tipo.



A la izquierda se encuentra la foto de perfil de Mariana de WhatsApp, es un integrante de la banda coreana BTS, perteneciente al K-pop. A partir de esto, no hablamos en sí de Mariana5. Sino más bien, que la llevo a elegir a éste personaje, en particular que la hizo elegir exactamente ésta fotografía.

Desde este punto, analizamos algunas características de la imagen, notamos que la foto contiene maquillaje, vemos un poco de pintura labial, esto ya había sido expresado por algunos de la banda y por Mariana5, donde defendía que no tiene nada malo que los hombres utilicen pintura labial, o se maquillen, o tengan gustos femeninos respecto al cuidado. Sin embargo, notamos la egolatría que existe en este personaje y se puede ver en todos los integrantes de esta banda. Hay una preocupación excesiva por verse impecables del rostro, las prendas que utilizan, el cabello y la tonalidad.

Por consiguiente, notamos el poder de la egolatría, como modo de atracción hacia otros, inclinándolos a la idolatría digital, a esta parte de la adoración y admiración, Busquet (2012), indica que:

En las sociedades democráticas modernas, todo el mundo puede aspirar en un momento de su vida a ser un personaje popular o una celebridad. Todos tienen el derecho a soñar que disponen de sus minutos de gloria. Ahora bien, a pesar de que sean muchos los que se sienten llamados a ser “importantes”, muy pocos son los escogidos para entrar a formar parte del “Olimpo mediático”. (p. 14).

Tal como expresa el autor, debido a la proliferación tecnológica y electrónica, en los contextos mediáticos actuales, pueden llegar a hacerse *virales* por los contenidos que puedan subir a sus redes sociales digitales. Esta parte de la virilidad se relaciona con la rapidez que tiene un contenido para expandirse. De acuerdo con el autor, ahora todas y todos pueden ser ídolos o populares, esto está más al alcance. Sin embargo, hay varias dificultades que habría que tomarse en cuenta, por ejemplo: el mantenerse en ese estatus de popularidad, como el grupo musical anterior, reconocido mundialmente.

Todo lo anterior, constituye un fenómeno en proceso de la construcción de las identidades digitales juveniles, las poses y el glamour, son una faceta de las identidades digitales, lo importante en esta parte de la investigación, son las formas y sentidos que ellos construyen y son en sus redes sociales digitales, el modo de presentarse al mundo, a la web.

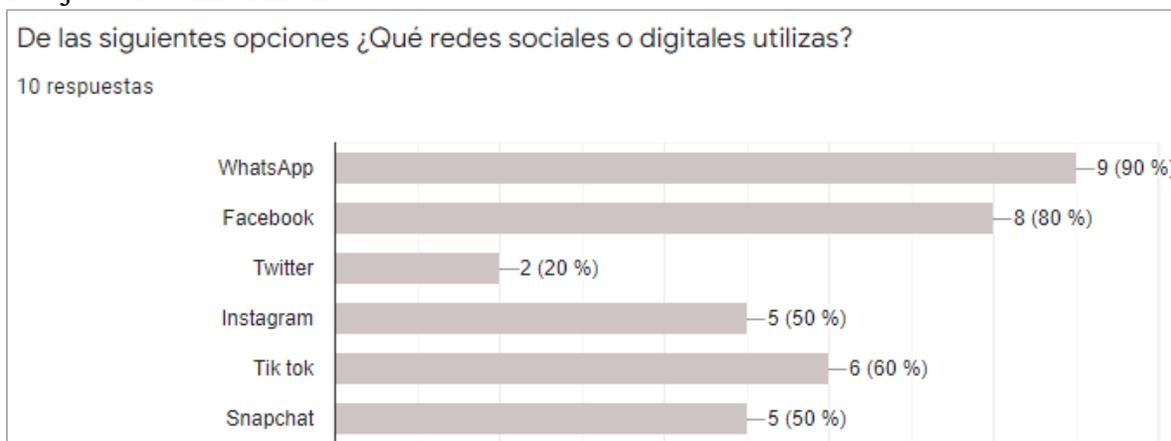
Otro aspecto central, que se vio en este punto, fue el poder de ser y estar, de auto gestionarse, de auto producirse, para estar ahí siempre impecable de la mejor forma posible en mi red. Esto viene siendo parte de la idea que se mencionaba en puntos anteriores con Byung-Chul Han, donde estamos viviendo en una *sociedad del rendimiento*, una autoexploración del sí mismo, pero viene siendo una forma de control y dominación por parte de las industrias mediáticas.

3.2.5. Identidades digitales como eros digital

El eros digital, puede entenderse como el amor o gusto por el mundo digital, sin embargo, también se abordan los efectos de las redes sociales digitales en las y los jóvenes. En este sentido, el eros digital tiene relación con el eros electrónico de Román Gubern (2000), donde este autor analiza precisamente las implicaciones emocionales y afectivas de los medios de comunicación e información en las sociedades posindustriales. A partir de esto, el eros digital en esta investigación se vincula con la permanencia y los efectos que tienen los espacios virtuales en los usuarios. El amor de hacia lo digital o de lo digital, es importante para las identidades digitales en construcción, pues dependiendo que tanto se sientan atraídos por los espacios virtuales o digitales, las y los jóvenes consumirán contenidos en mayor o menor medida.

El eros, tiene relación con el deseo, el deseo de estar ahí en las redes, saber lo que pasa, saber quién está conectado o en línea, saber quién ha publicado que cosa, informarnos sobre nuestros gustos musicales, sobre el cine o belleza. Esta relación, eros-deseo, se puede ver en la medida en que las y los jóvenes colaboradores de esta investigación, entran e interactúan o solo están como espectadores en sus perfiles sociales.

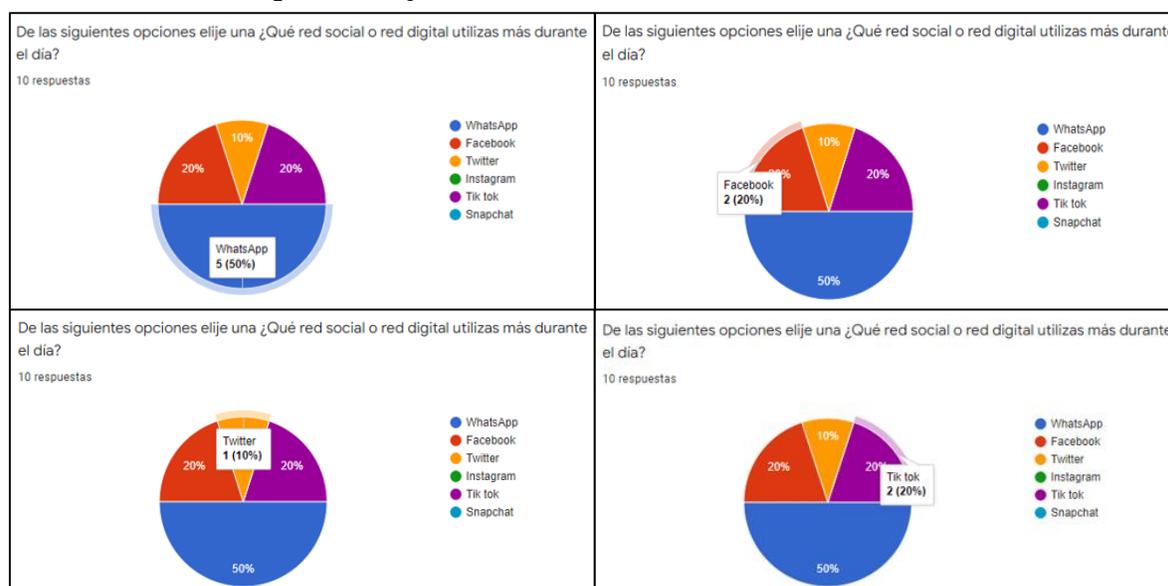
Con relación a lo planteado anteriormente, a continuación, se muestra una grafía respecto a las redes sociales digitales que utilizan, las y los jóvenes informantes.



Gráfica de elaboración propia, en: *Encuesta sobre el uso de las redes digitales (2021)*.

La encuesta arroja que utilizan todas las redes sociales, entre las redes más concurridas se encuentran: WhatsApp con 90%, Facebook con 80% y Tiktok con 60%. Entre las redes sociales que usan pero que de menor frecuencia son: Snapchat e Instagram con 50%, y Twitter con un 20%. Esto indica que a pesar de tener cuentas de las redes sociales que más populares, optan por solo usar algunas, para navegar y enterarse de lo que sucede entre sus círculos de amigos y contactos, así como enterarse de lo que sucede en el mundo.

A partir de los datos obtenidos anteriormente, interesó saber a qué red social le destinan más tiempo, ya sea por diferentes actividades: trabajo, escuela, entre otras ocupaciones. A continuación, se ofrecen las siguientes gráficas, aunque las gráficas pertenecen a la misma pregunta, se muestran desde diferentes porcentajes:



Gráficas de elaboración propia, en: *Encuesta sobre el uso de las redes digitales (2021)*.

De acuerdo con la información obtenida en las gráficas, la red social más utilizada entre los jóvenes colaboradores, es WhatsApp con 50%, es la que más se utiliza durante el día, le siguen Facebook y Tiktok, ambas redes con 20% cada una, y en último lugar se encuentra Twitter con 10% de uso. Las gráficas anteriores, ayudan a tener un panorama sobre los usos que realizan los jóvenes de investigación respecto a las redes sociales digitales, también,

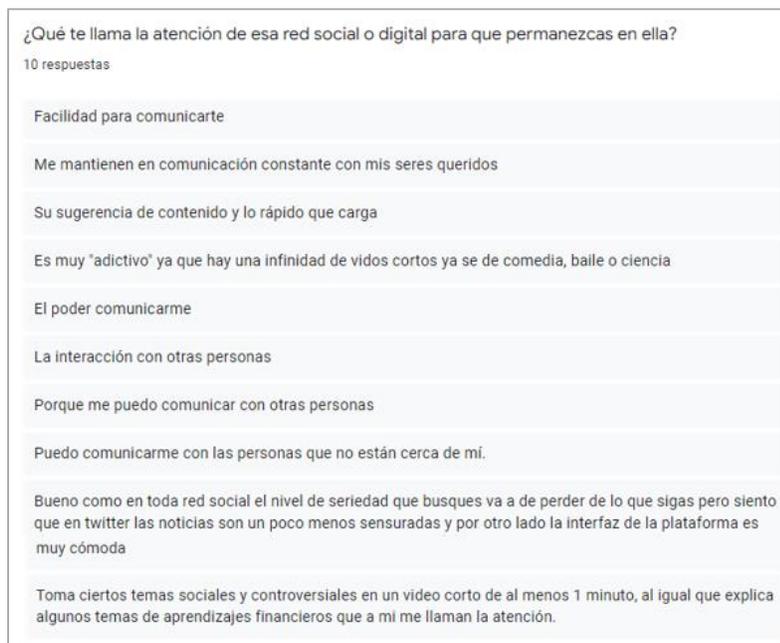
es importante ver a qué red le dedican más tiempo durante el día, siendo WhatsApp, la plataforma más utilizada en el día para diversas actividades. Es en este punto donde vemos de cierta manera al eros digital, tomando en cuenta la frecuencia sobre el uso de determinada red y cuantas cuentas tienen. Esto pone en tela de juicio que las redes construyen una especie de adicción para las personas, que provoca el entrar recurrentemente.

Es el uso y la interacción de los usuarios lo que provoca la construcción de las identidades digitales, lo que escriben, lo que comparte y cómo lo hacen. Gubern, expresa la siguiente idea respecto al consumo: “la publicidad ha contribuido enérgicamente a excitar los deseos (objetuales) del público a través de deseos (eróticos) interpuestos, suscitados por modelos atractivos/os y escenografías hedonistas.” (2000, pp. 24 y 25).

Con base a lo anterior, podemos destacar que la publicidad, tiene que ver en la forma de consumo y legitimación de los discursos respecto a ámbito digital. Encontramos al hedonismo como una de las características de las sociedades actuales más pobladas y desarrolladas, sin embargo, a través de las redes digitales, las formas y estilos de vida han llegado a lugares menos desarrollados. Lo que señala Gubern respecto a lo erótico, tiene que ver con uno de los efectos que provocan ver y estar en los espacios virtuales, en las plataformas multimedia, todo lo que se hace tiene una intención y razón de ser. Lo erótico se relaciona con la imagen y el cuerpo, como se comentaba antes, esa admiración o adoración provoca un estado de ánimo, agradable o desagradable, feliz o triste, hasta llegar a lo erótico. Desde esta perspectiva, lo erótico se convierte en muchas veces en obsesión hacia alguien o algo.

A partir de esto, interesa saber qué tipo de contenidos les llama la atención a las y los jóvenes en las redes sociales digitales, las respuestas que se muestran a continuación, son el resultado de su escritura de manera libre hacia la encuesta aplicada. De acuerdo a esto, podemos analizar la manera en como escriben y qué es lo que escriben, lo que interesa es ver y analizar lo que dicen respecto a la pregunta, se intenta siempre encontrar

patrones que reflejen sus identidades digitales en sus vidas cotidianas a través de sus prácticas digitales.



Encuesta de elaboración propia: *sobre el uso de las redes digitales (2021).*

Como podemos observar, las respuestas de los colaboradores van desde usar sus redes sociales como medio de comunicación, interacción con otras personas, contenidos adictivos en vídeos sobre comedia, baile o ciencias, noticias y sobre cuestiones financieras. De este modo, notamos una inclinación por los contenidos que se encuentran en las diferentes redes sociales, hacia comunicarse e interactuar con personas y familiares. Ahora, bien, los contenidos que buscan y que les gusta ver a las y los jóvenes de investigación, son variados, a partir de esto, se muestra la siguiente grafica que va con relación a las horas que le destinan al uso de las redes sociales.



Encuesta de elaboración propia: *sobre el uso de las redes digitales (2021).*

La grafica anterior, muestra como el 70% de las y los jóvenes, pasa más de dos horas revisando, viendo e interactuando en sus redes sociales. El 20% indica que solo permanece una hora en la red, y el 10%, que corresponde a dos horas, usa internet. En concordancia con los resultados anteriores, da para expresa algo que señaló Gubern hace tiempo y que continua vigente en esta era digital:

La diversión también tiende, inevitablemente, a desembocar en la información-espectáculo y el sensacionalismo, que para muchas cadenas es la panacea para conquistar cuotas de mercado y sobrevivir en la lucha por la competencia, según la citada estrategia de "competir por abajo". El sensacionalismo -la efímera sensación que cosquillea los sentidos- tiende a imponerse, empujado por las urgencias competitivas, sobre el perceptualismo, concibiendo a la percepción como forma de conocimiento de la realidad, superior a la sensación. (2000, pp. 27 y 28).

Como expresa Gubern, la diversión se expresa de múltiples maneras y va dependiendo de los intereses que tengas lo usuarios, actualmente, internet como un menú infinito de contenidos diversos, ofrece también diversión variada, diversa. Esto lo podemos verificar, en las respuestas que dieron las y los jóvenes respecto a la pregunta sobre el interés que tienen al permanecer en las redes sociales. De acuerdo con el autor, el concepto de diversión se relaciona con los aspectos de información, espectáculo y sensacionalismo.

Este último, el sensacionalismo, es descrito por Gubern como una especie de cosquilleo en los sentidos, se impone por el sentimiento de competitividad. Con esto, las emociones aparecen dependiendo del contenido de interés del usuario en general, los cosquilleos son producto de ese sentimiento o emociones. A partir de esto, el eros digital es un proceso que se deja ver con las emociones y sentimientos que desarrollan las personas con respecto a los contenidos y la permanencia en las redes digitales.

El eros digital, es la permanencia en los espacios digitales, y la identificación con los contenidos, a partir de esto las identidades digitales, se construyen y permanecen en construcción perpetua debido a la variación de contenido y las identificaciones con estos. Respecto al término de identificación, Hall indica lo siguiente:

En el lenguaje del sentido común, la identificación se construye sobre la base del reconocimiento de algún origen común o unas características compartidas con otra persona o grupo o con un ideal, y con el vallado natural de la solidaridad y la lealtad establecidas sobre este fundamento. En contraste con el «naturalismo» de esta definición, el enfoque discursivo ve la identificación como una construcción, un proceso nunca terminado: siempre «en proceso». (2003, p. 15).

Teniendo en cuenta lo anterior, la identificación se da de manera colectiva, de una persona a otra, o en grupo como tal. Las ideas, los gustos e intereses que tenga las personas de un grupo con respecto a algo, eso es identificación. A partir de esto, la identificación en las redes sociales digitales, las construyen las y los jóvenes en medida del contenido que al que están expuestos y en medida de sus intereses.

En concordancia con lo anterior, el eros digital es el gusto por la permanencia en los espacios virtuales y digitales, y también puede verse desde los contenidos que existen en estos, la identidad digital, necesita del eros digital como motos para forjarse continuamente. El eros digital se relaciona con los sentimientos, pues al sentir gusto o amor por la virtualidad, existe un sentimiento de por medio, lo importante será, ver los efectos que se tienen con este sentimiento. Dichos efectos de explican en los siguientes puntos.

3.3. Tendencias de contenidos en Facebook

Teniendo en cuenta la idea sobre el eros digital, como ese amor y gusto por permanecer en las redes sociales digitales, y consumir los contenidos que existen en ellas, tanto: noticias, música, información, y sobre todo las tendencias del momento, éstas últimas ayudan a que el uso de las redes se extienda por horas y deslizar el pulgar hacia arriba o abajo para husmear lo que sucede con los ídolos del momento.

Los ídolos del momento, son las celebradas musicales, de cine, de moda y belleza, los que están en las redes con millones de seguidores, éstos últimos son más visibles por la combinación que hacen respecto a la juventud y tecnología, eso lo han logrado gracias a las industrias mediáticas que ayudan a la proliferación de contenidos para jóvenes. Siendo el público juvenil el objetivo principal de alcance y ventas. Actualmente, las mediáticas, han imperado en la construcción y producción de discursos estereotipados con respecto al cuerpo masculino y femenino, se ha dado la apertura a la construcción de otras orientaciones sexuales, en sí, estas construcciones se relacionan con el maquillaje, cuerpos esculpidos en el gimnasio, tatuajes y posesiones materiales en términos económicos.

A partir de esto, para que alguien o algo sea tendencia en las redes sociales digitales, debe llamar la atención y esto, debe ser construido previamente, a partir de esto, Gubern señalo el siguiente punto:

Las opciones humanas son muy variadas y flexibles y basta una incitación mediática para que se imponga determinado modelo de diseño corporal, aunque carezca de una funcionalidad biológica. La irrupción en las pantallas de actores hipermusculados, como Arnold Schwarzenegger y Sylvester Stallone, y de teleseries tan exitosas como Los vigilantes de la playa (Baywatch), ha inducido en muchos jóvenes prácticas intensivas de body-building reñidas con la salud y hasta con el atractivo erótico. (2000, pp. 44 y 45).

Como expresa Gubern, las producciones mediáticas exponen modelos, arquetipos de hombres y mujeres, hasta de orientaciones sexuales, modas y estilos de vida, donde son vitas y absorbidas por el público espectador, tanto de las pantallas televisivas como los navegantes en internet y las redes sociales. Tal es el caso del actor como los que señala el autor, donde aparecen con grandes masas musculares, despertado en las y los jóvenes el gusto y la practica por el gimnasio para lucir como los ídolos de la pantalla grande.

En este sentido las industrias mediáticas, ofrecen arquetipos tanto de personas como de noticias y contenidos, en otros ámbitos, las tendencias se ven como escándalos que provocan en los usuarios la intriga, hasta cierto punto el amarillismo por saber sobre la situación o desenlace de cierta noticia, tendencia o contenido. Las tendencias en contenidos, son parte del proceso de las construcciones de las identidades digitales, hasta cierto punto, las y los jóvenes de investigación, y en general los usuarios, se dejan llevar por las olas mediáticas de las tendencias.

Lo anterior, se puede ver con los contenidos que comparten las y los jóvenes en sus redes sociales digitales, al realizar un recorrido por los perfiles de Facebook, encontramos patrones que repiten ellas y ellos desde sus gustos personales, pero también, encontramos gustos colectivos tendenciosos. Como, por ejemplo, en el caso de las y los jóvenes colaboradores Mariana², Manuel⁶, Miranda⁷, Monserrat⁵, Waximara¹, Jhosed³ y Kevin⁴, que ha compartido información reciente sobre diversos contenidos como se muestra a continuación en la siguiente tabla:

Repetición de contenidos compartidos en Facebook						
Mariana²	Monserrat⁵	Manuel⁶	Waximara¹	Jhosed³	Miranda⁷	Kevin⁴
BTS	Movimientos feministas	Mesmes diversos: cómicos, humor negro, entre otros.	Sobre mascotas y el cuidado animal	Carreras de automóviles	BTS	Bandas musicales, deporte
Blackpink					Memes de universidad	
Will Smith	Personas desaparecidas				Situación laboral	
Johnny Depp						

Tabla de elaboración propia para analizar los contenidos que comparte las y los jóvenes colaboradores.

La tabla anterior, representa de manera general, los contenidos que han compartido las y los jóvenes colaboradores, sin embargo, se escogieron los contenidos que más han compartido, las temáticas similares o de la misma banda musical. Como se indicaba anteriormente, hay tendencias colectivas y gustos e interés personales, en este sentido, se muestran contenidos que están tendencia desde lo que ha compartido recientemente Mariana2:



Mariana2. Imagen compartida en Facebook.

medios de comunicación, finalmente llegando al público espectador y seguidor de estos actores. El trabajo que ha realizado el actor Johnny Depp, a lo largo de su carrera, le ha otorgado el reconocimiento y el cariño de millones de personas alrededor del mundo. En este sentido, la problemática que padecía el actor, no iba a pasar desapercibida tan fácilmente. Es a partir de esto, que los medios de comunicación en conjunto con las redes sociales digitales, jugaron un papel fundamental para la proliferación de este tema convertido en tendencia rápidamente.

En concordancia con lo anterior, se recupera la idea de Gubern (2000), abordada anteriormente, sobre el sensacionalismo, donde se explicaba como sensaciones de cosquilleo, estadio que tiende a prologarse por un largo tiempo. En este sentido, de acuerdo con lo investigado, las sensaciones se por días, meses y años, no sé si hasta toda una vida, pero

Para conocer un poco la situación del actor Johnny Depp, podemos contextualizar de manera general, que demandó a su esposa (ahora exesposa), Amber Heard, por maltrato matrimonial. El actor demostró que la también actriz, lo agredía física y verbalmente, hasta el punto de mutilarle un dedo.

Esta problemática, se extendió como pólvora entre los

esto se debe que las sensaciones crecen y se prolongan en medida de las grandes cantidades de información y contenidos que disparan hacia el público las industrias mediáticas. Estas sensaciones, que son emociones, terminan por impulsar al consumo y a tomar una posición sobre determinada problemática o situación.

Desde el 03 de mayo del año en curso, se tienen registros de que la colaboradora Mariana2, ha estado siguiendo y compartiendo la situación de la actriz y el actor. Ambos actores con una postura sobre la situación que los involucra, y que los seguidores de ambos, esperan la resolución para ver en que terminará dicho escándalo.



El compartir una imagen o un mensaje en Facebook o en otras redes sociales digitales como Instagram o Twitter, dice mucho sobre lo que somos, pensamos y queremos llegar a ser en determinado momento, en suma, es tener una postura sobre alguna problemática, ya sea para sumarnos a ella o emitir una idea distinta.

Con relación a el sentido que le otorga a lo que se comparte en Facebook, especialmente el sentido de las imágenes, Hans Belting (2010), indica lo siguiente:

Una imagen es más que un producto de la percepción. Se manifiesta como resultado de una simbolización personal o colectiva. Todo lo que pasa por la mirada o frente al ojo interior puede entenderse, así como una imagen, o transformarse en una imagen. (p. 14).

A partir de lo que señala Belting, encontramos que lo que se comparte en las redes sociales digitales como Facebook, especialmente las imágenes, son un símbolo personal con lo que se sienten identificados los usuarios en

general. Se puede decir que este es el proceso por el que pasan todas las tendencias en las redes sociales digitales, tanto imágenes, música o textos.

Precisamente, las identificaciones que tienen las y los jóvenes colaboradores, y en general los usuarios de las redes sociales digitales, tienen que ver con proyecciones que construyen en medida del contacto con su espacio social físico, es decir, su contexto, y la navegación por las redes digitales. En suma, se puede decir que, tanto el espacio virtual y el espacio físico, influyen para la construcción de las identidades digitales.

Otro actor que fue tendencia en las redes sociales, y que fue un poco antes que la problemática de Johnny Depp, fue la polémica de Will Smith, reconocido actor, que desde hace tiempo en redes circulaba una infidelidad por parte de su esposa. en esta ocasión, causó revuelo que el actor bofeteara al presentador Chris Rock, en la entrega de los premios Oscar 2022. Esto debido a que el presentador, hiciera comentarios respecto a Jada Pinkett sobre su cabello, cosa que no le agrado a Smith. A partir de esto, de la bofetada, desencadenaron consecuencias para el actor Will Smith, que lo llevo a ser vetado por diez años en la entrega de los oscars, recientemente también: su esposa comentaba que “Smith no debió de haber golpeado al presentador, no era para tanto, no le pedí que me defendiera.” Entre otras noticias de este corte que pueden encontrarse sobre este actor, el periódico digital Excélsior, publicó entre sus notas el 09 de abril de 2022, una situación personal donde la esposa del actor relata no haberse querido casa con él: “Siendo una joven actriz y estando embarazada, no sabía qué hacer, pero lo único que sabía realmente es que no quería estar casada”. De acuerdo con el periódico, estas declaraciones fueron en el 2018, durante una entrevista para el programa de Facebook “Red Table Talk”, fue en este mismo programa, donde Jada revela que le fue infiel a Will Smith con un rapero.

A partir de lo anterior, la vida del actor se ha convertido en un mar de problemas que lo ha puesto en el ojo del huracán, de los medios de comunicación, donde se ha comenzado una lucha campal saber más sobre

la vida personal del actor. Como es costumbre desde hace tiempo, los memes no pudieron hacerse esperar, y seguir con el legado de imitar la realidad:



Mariana2. Imagen compartida en Facebook.

En la imagen de la izquierda apreciamos, a la esposa de Will Smith, vemos que se le compara con otra actriz que luce el corte de cabello como ella.

En la parte inferior, vemos la escena donde ocurre el altercado entre el actor Will Smith y el presentador de los oscars Chris Rock. Este evento causó innumerables memes y réplicas

de lo sucedido. La siguiente imagen, se considera en esta investigación la fiel representación simbólica personal, como lo señalaba Belting, también se relaciona con la identificación de la hace mención Stuart Hall.

La imagen de la derecha, colocamos esta imagen que parece ser, la postura clara sobre lo que piensa la colaboradora sobre esta temática, se lee de manera general en las líneas de debajo de la imagen:

“dirigido a los hombres, donde se puede gozar de buena apariencia, tener toda la fama del mundo y el dinero suficiente para durar 1000 vidas, pero si no tienes una buena

esposa como compañera de vida, tu vida se vuelve miserable.” Desde esta perspectiva, puede verse también como una cacheada de guante blanco hacia el género femenino, por la forma en como las esposas de los actores, se comportaron ellos.



Mariana2. Imagen compartida en Facebook.

Las interpretaciones son variadas, también puede decirse que la frase va con relación a que siempre el hombre necesita de una buena mujer para ser completamente feliz, ya que los actores tienen todo, pero al mismo tiempo están vacíos del amor que le ofrecen sus parejas sentimentales.

Otra tendencia marcada en la colaboradora Mariana2, va con relación a la banda coreana BTS, reconocida mundialmente, sin embargo, las repeticiones y las fijaciones que nos llevan a ahondar un poco más sobre esto, consiste en la manera en como son idolatrados los integrantes de este grupo música.



Mariana2. Imagen compartida en Facebook.

Realizando el análisis tendencioso del grupo en sí, podemos destacar, el look que utilizan los integrantes, es algo que caracteriza a cada uno de ellos, varía la tonalidad del tinte de cabellos que utilizan, el maquillaje, la joyería que muestran, los aretes, el vestuario, la manera de presentarse ante el público entre otros aspectos.

Algo que no se puede pasar por alto, es que en general el grupo resalta en modo de ser, los rasgos femeninos, esta es una condición que se ha estado dando y desarrollando entre las preferencias sexuales femeninas. Gubern al respecto expresa que:

La opción culturista pasa por alto algunos hallazgos significativos de antropólogos y psicólogos en los últimos años, a saber, que las mujeres suelen encontrar más atractivos no a los hombres hercúleos sino a aquellos que tienen rasgos femeninos, estirpe en la que el star-system ha ofrecido nombres tan ilustres como James Dean, David Bowie, Brad Pitt o Leonardo di Caprio. Es cierto que en épocas remotas las hembras podían preferir a los machos de mayor tamaño

(para ser protegidas junto a sus crías) y que dominaban un mayor territorio (para disponer de más comida). (2000, p. 45).

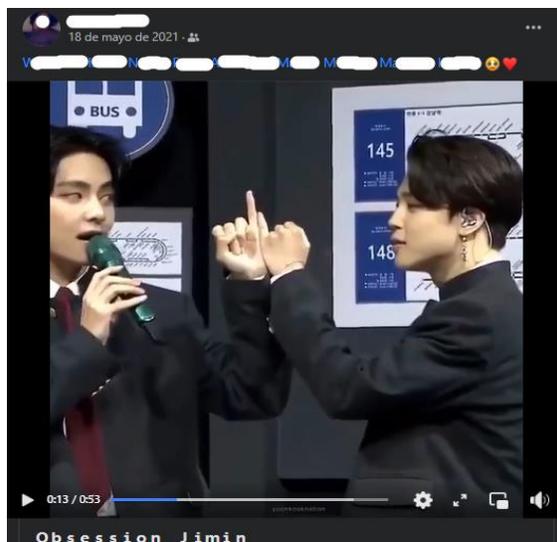
De acuerdo con el autor, lo anterior, explica un tema central dentro de las preferencias y las tendencias que tienen las y los jóvenes colaboradores, en general los usuarios que están inmersos en las redes sociales digitales, expuesto a todo tipo de contenido.

A partir de esto, vemos que las preferencias por cuerpos masculinos con rasgos femeninos, son tendencias actualmente, por cuestiones evolutivas y adaptativas como expresa el autor. Esto explica una región de las identidades digitales, las cuales no se ahondarán en esta ocasión. Más bien, explicamos las tendencias y ofrecemos las respuestas por los gustos e interés, tal como lo hicimos en líneas anteriores.

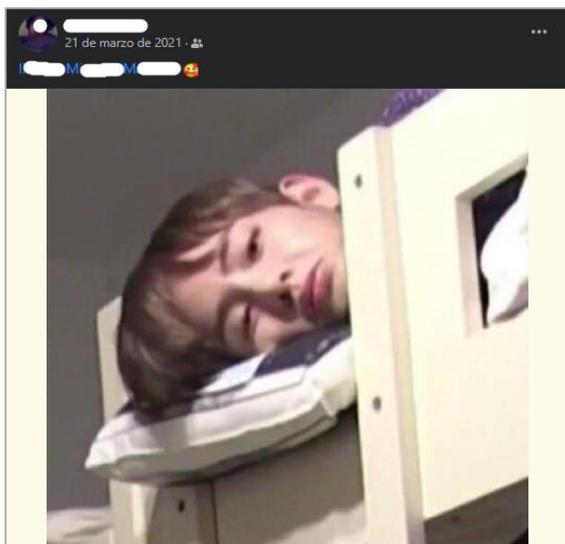
De acuerdo con las ideas anteriores, estamos entrando en nuevas dinámicas sociales, de relacionarse, de prototipos de masculinidades y feminidades que se están gestando y pronunciando en pos de un reconocimiento y estrictamente de su identidad. Precisamente, en las redes sociales digitales, se gestan oportunidades, flexibilidades, libertades, para ejercer dichas expresiones de gustos, intereses y preferencias, sin embargo, tenemos la clara incertidumbre que las elecciones que realizan las y los usuarios no son del todo autónomas.

En el caso de la colaboradora Miranda7, las tendencias que compartía se relacionaban con van con relación a la banda coreana BTS, como la colaboradora anterior. Sin embargo, las tendencias de la colaboradora Miranda7, son también efecto de la llamada etiqueta, en este sentido las etiquetas giran en torno a que un amigo en Facebook, adjunta una imagen o texto, publicándose así en ambos perfiles. A veces, el gusto es compartido con los amigos a los que se etiqueta, a veces no. En el caso de Miranda7, se nota el gusto compartido con las imágenes que se muestran a continuación, en la siguiente página. Abajo a la derecha, vemos a dos integrantes de la banda coreana BTS, donde precisamente en esta imagen, la colaboradora Miranda7 fue etiquetada por una amiga.

Vemos que se repiten los patrones de contenidos en tendencias, el objetivo de mostrar lo que comparten las y los jóvenes es interpretar sobre a partir de que construyen sus identidades digitales basadas en gustos e intereses compartidos, que constituyen un modo de expresión y mostrarse al mundo como son, y lo que les gusta e interesa a ellas y ellos.



Miranda7. Imagen compartida en Facebook.



Miranda7. Imagen compartida en Facebook.

en tendencia mundial. Al respecto, dentro de las investigaciones realizadas para tratar de comprender estas formas de producción juvenil, encontramos la siguiente idea de Gubern:

La preferencia actual de las mujeres hacia los rostros feminizados no es, desde luego, biológicamente caprichosa. Tal predilección se explica porque en la especie humana la capacidad de tener descendencia fértil depende en gran parte del cuidado que se presta a los hijos pequeños, es decir, de características tales como la ternura y la cooperación,

definidoras del rol del buen padre y auguradas por un rostro masculino con rasgos feminizados. (2000, pp. 45 y 46).

Teniendo en cuenta lo anterior, es un proceso que se ha construido y dado a través del desarrollo de la raza humana, y que actualmente se da como una explosión de preferencias por este tipo de masculinidades. En este sentido, como señala el autor, los rasgos masculinos feminizados, tienden a ser sinónimos de ternura, buen padre, responsable, entre otras características, que no del todo son verdaderas. Lo cierto es que, la tendencia e inclinación por la búsqueda de parejas que cumplan con los requisitos o estándares están en boga. Y esto representa ya, un dilema para las juventudes, masculinas como femeninas y todas las preferencias y orientaciones sexuales de la actualidad.

Como señalaba el autor anteriormente, los cuerpos masculinos hipermusculados han sido tendencias desde su irrupción en el cine, y después en las televisiones familiares. Actualmente, no dejan de producirse actores y atletas, pero también se da una autoproducción de las y los usuarios de las redes sociales digitales al tratar de ser o imitar a sus ídolos. Esto se da, tanto manera femenina y masculina. En concordancia con lo anterior, aunque los cuerpos con musculatura son apreciados ha imperado el tipo de cuerpo masculino feminizado, como expresa Gubern con anterioridad.

Pero, como hemos dicho, los líderes mediáticos establecen y difunden modelos jerárquicos de comportamiento, patrones de conducta, porte y vestimenta, que generan en el público lo que los antropólogos denominan "mimetismo de rango", aunque es bien sabido que cuando tales modelos se popularizan y banalizan son abandonados por las élites. El acatamiento a un modelo jerárquico implica una admisión de la ejemplaridad de quienes lo difunden. Y las gentes se peinan, se visten y hablan como sus ídolos, para sentirse coparticipes vicariales de su élite privilegiada. (Gubern, 2000, p. 46).

Ahora bien, lo que señala el autor anteriormente es importante, pues se ha estado trabajando con las influencias que provocan los contenidos, los influencers o ídolos en las y los jóvenes, y en los usuarios en general. Los modelos jerárquicos de los que habla Gubern, son claros y van con referencia a los estilos de vida, vestuarios, y todos los patrones que se van construyen, en pos de asemejar o copiar un estilo de vida como el de sus cantantes favoritos, actriz o actor, atleta, entre otros.

El mimetismo de rango, tiene que ver con la *memética* de la que se señalaba al principio con Susan Blackmore, con referencia a copiar o repetir lo que existe o se ve en la realidad, con el fin realizar una reproducción cultural, ya se de conocimiento, de especies, entro tas cosas, que permiten esa perpetuación de lo que se quiere o de lo que es importante para un grupo de personas. Desde esta perspectiva podemos decir que todo el tiempo estamos imitando o copiando. Aunque lo que interesa es encontrar esos patrones que se generan en las redes y los efectos, pues son causas construidas que muchas veces son atribuidas al “destino social”, al contexto o a la época en la que se situación los sujetos. En cuanto al colaborador Jhosed3, compartió en su perfil de manera repetitiva las siguientes imágenes:



Jhosed3. Imagen compartida en Facebook.

Continuando con la repetición de tendencias en Facebook, vemos la imagen de la izquierda, que comparte sobre la polémica del actor Johnny Depp y Amber Heart, solo que ahora esta tendencia es convertida en meme, simulando la actitud de trabajadoras y trabajadores de los bancos.

Muy a menudo las imágenes suelen adaptarse y convertirse en meme, se bautizan en medio de burlas, risas y mofas sobre algo que sucedió y suele ser “chistoso” o “gracioso”. Este meme o repetición de la realidad en

las redes sociales digitales, por medio de una imagen, la podemos constatar en los diversos trámites burocráticos tanto en empresa privadas como públicas. Desde esta perspectiva, podemos interpretar que es una burla de la realidad, sobre lo que pasa o sucede en diversas situaciones, puede significar la representación de la realidad.

A la derecha, Jhosed3 compartió en su perfil de Facebook, sobre las carreras de fórmula 1, donde destaca el mexicano Sergio Pérez, piloto de automovilismo. Se ha observado la afición del colaborador respecto a este personaje, donde actualmente quedo en el segundo lugar de una de las carreras más importantes en Mónaco, país de Europa.



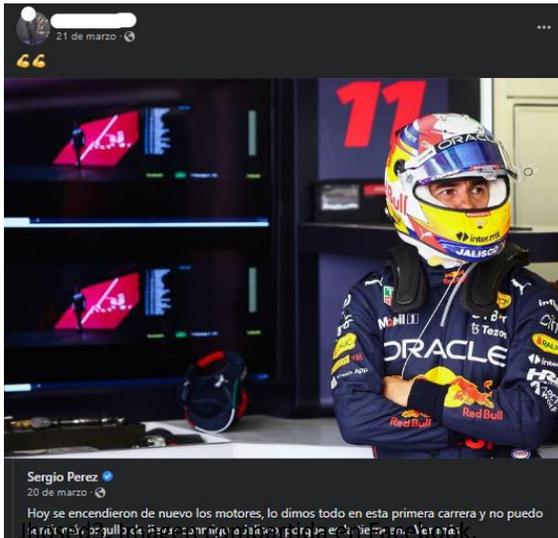
Jhosed3. Imagen compartida en Facebook.

De acuerdo con lo que comparte el colaborador, se reflexiona sobre el significado que deben tener dichas imágenes, es este sentido es importante hacer hincapié que la investigación se teje sobre los sentidos y significados que pueden tener los contenidos que circulan en las redes sociales digitales, que las y los jóvenes apropian. A partir de esto, Michel Maffessoli, indica lo siguiente:

Tales son las características de la publicidad, que es cada vez menos universal y cada vez más tribal. El marketing de las tribus lo ha entendido bien, y difunde imágenes como signos de reconocimiento. Como otras tantas maneras de reforzar el sentimiento de pertenencia. (2009, p. 156).

A partir de la idea anterior, el marketing publicitario, ayuda a que los diferentes contenidos que circulan por internet y en las diferentes redes sociales digitales, sean conocidas y tengan el reconocimiento de las audiencias, tratando de que se universal sin lograrlo, pues al haber más

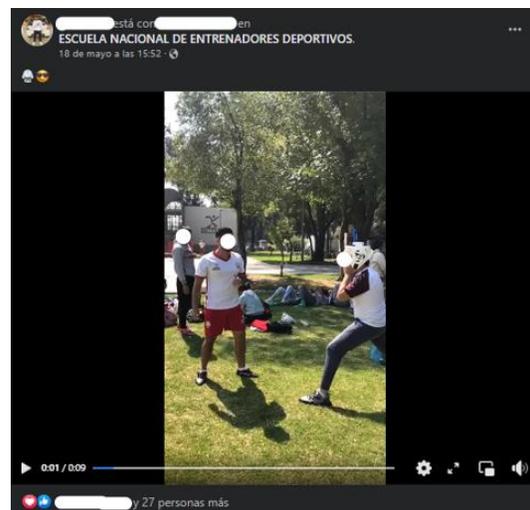
contenidos y diverso se pierde ese objetivo. Aunque se logra impregnar un cierto sentido de pertenencia individual. Esto conecta directamente con el sentimiento que provoca diversos estados de ánimo que, dependiendo de la disposición, se interioriza de manera efectiva la identificación y pertenencia a algo.



Jhosed3. Imagen compartida en Facebook. publicidad de esta imagen y en general del personaje, esto lleva a pensar que se busca influir en más personas a través de las redes sociales digitales.

En el caso del colaborador Kevin4, en su perfil de Facebook, no se notaron contenidos tendenciosos, más bien, él tiene tendencias personales, es decir, individuales, que desde este punto intenta exaltar sus virtudes por medio de diferentes ocupaciones, como: practicar un deporte, tocar en una banda musical, entre otras cosas.

En la imagen de la derecha, observamos como el colaborador se encuentra practicando un tipo de deporte en el parque. Con esto notamos que las y los jóvenes buscan esa la actividad física, ejercitarse para mantener buena salud y condición física. Notamos a un grupo de amigos con los que se encuentra. Sin embargo,



Kevin4. Imagen compartida en Facebook.

aunque no vemos cuerpos hipermusculados que se trabajan comúnmente hoy, notamos un cierto ego por mostrarse al mundo y darse a conocer, como se ha comentado anteriormente.



En la imagen de la izquierda, observamos a un joven sentado, rodea de instrumentos musicales, de hecho, tiene en sus manos palos para la batería. Esta imagen le fue etiqueta a Kevin4 con el fin de mostrar lo que cantaba y como cantaba el joven.

Lo que comparte el colaborador en su perfil de Facebook, tiene relación lo Kevin4. Imagen compartida en Facebook. que a él le interesa de manera individual y no colectiva, sin embargo, esta parte de no seguir tendencias puede consistir en una forma de resistencia, aunque como hemos visto en otros momentos, el solo compartir una imagen, reaccionar a algún estado de una amiga o amigo, ya estamos tomando partido y cayendo en la lógica de las industrias mediáticas.

En la imagen de la derecha observamos a una banda musical, hay varios integrantes, todos con un instrumento. De lado derecho con sudadera beige, se encuentra el colaborador, tocando el bajo eléctrico.

En concordancia con esto, se tiene el conocimiento del gusto por la música, esta gira entre la balada y el rock, quizás hasta cierto punto, una

combinación de ambos géneros. Junto con sus compañeros, el colaborador, han creado el grupo musical, denominado: *Axolotl Band*. Es imprescindible



Kevin4. Imagen compartida en Facebook.

retomar las ideas o influencias sobre algunas bandas o grupos musicales que se escuchan y ven.

Lo que sucede con la colaboradora Waximara1, es interesante, pues que sigue gustos personales respecto a perritos y gatitos, desde los cuidados, hasta la promoción por la adopción. Sin embargo, aquí se muestran algunas imágenes que ha compartido recientemente, quizás lo hace como una forma de compartir su estado de ánimo, o como se siente ella en diversas actividades.



Waximara1. Imagen compartida en Facebook. Patricio Estrella, personaje de Bob Esponja, donde lleva cargando una piedra y simula tener dentro un libro de Atlas (que es de gran tamaño), utilizado en la primaria.

De lado derecho, encontramos otra imagen sobre el mismo personaje, Patricio Estrella, hasta este punto podemos decir que la colaboradora se identifica con él, quizás por las ocurrencias que hace el personaje y que luego le suceden a Waximara1.

A partir de esto, vemos las leyendas plasmadas en la imagen, haciendo referencias a una actividad o actividades en la realidad. Son respecto a las cosas que ocurren en la vida

Por un lado, al igual que el colaborador Kevin4 y Waximara1, no publica tanto en su perfil, pero si comparte y toma posición respecto a tendencias, no en gran cantidad, sino va seleccionando sus intereses tanto personales como colectivos para publicarlos.

A la izquierda vemos un meme de

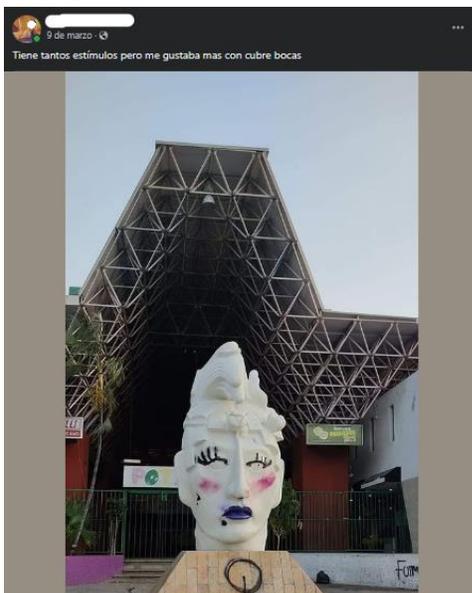


Waximara1. Imagen compartida en Facebook.

cotidianas como los “chismes”, donde pareciera ser que se le pone más empeño o interés en saber o investigar sobre ellos, y las actividades de la escuela donde parece ser que el interés es menor.

De cualquier modo, todo lo que comparten las y los jóvenes de investigación y en general los usuarios de las redes sociales digitales, tiene un sentido y razón de ser, como se señalaba anteriormente, tiene un sentido y significado que identifica a los usuarios con los contenidos.

En el caso del colaborador Manuel6, compartió el siguiente contenido en imágenes que fueron tendencias, que se relaciona con lo que han compartido los demás colaboradores, como se muestra a continuación:



Manuel6. Imagen compartida en Facebook.

La imagen de la izquierda, es la cabeza Maya, figura dedicada al Rey Pakal, es un monumento icónico y representativo de la ciudad de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, se localizada en la colonia Xamaipak, a un costado del parque Bicentenario, sobre la avenida central. Así es como quedó el monumento de la cabeza maya, después del paso de la marcha feminista el 8 de marzo de 2021, sobre esta situación esta situación el colaborador se mostró a favor, posteando

la imagen y agregando unas palabras sobre la imagen: *tiene tantos estímulos, pero me gustaba más con cubre bocas.*

De algún modo, aunque muestra una posición con la expresión, añade que le gustaba más cuando le colocaron un cubre boca gigante a la cabeza Maya, esto como símbolo con el fin de concientizar y de emitir un sentimiento de solidaridad y de identificación hacia los ciudadanos para portar la protección sanitaria correspondiente por el virus de la Covid-19. Actualmente, este modo de expresión, por medio de objetos materiales y monumentos se ha venido dando, se puede decir que son utilizados como medios de expresión, para hacer visible una posición y llamar la atención.

La imagen de la derecha, ilustra sobre como lucia la cabeza Maya por motivos de protección ante la pandemia. Como se señalaba anteriormente, esta imagen fue pintada por las integrantes del movimiento feminista, en razón de pedir justicia por las desapariciones y feminicidios que se estaban suscitando en el momento y que, hasta la fecha, continúan sucediendo.



Cabeza Maya. Imagen tomada de internet.

Montserrat5, otra colaboradora, comparte la siguiente imagen sobre la cabeza Maya, publicada en su perfil el 08 de marzo de 2021, la colaboradora se pronuncia a favor respecto al movimiento feminista.



Montserrat5. Imagen compartida en Facebook. tendencias en Facebook, se comparten dos imágenes de los colaboradores anteriores, tanto de Monserrat5 y Manuel 6, ambos comparten desde sus perfiles imágenes que en su momento fueron tendencia, pero que se continúan utilizando.

Las imágenes de la cabeza Maya pintada, causaron sensación, rápido le dieron la vuelta a todo el Estado de Chiapas y al país. De acuerdo con algunas ideas feministas, estas acciones como otras consistían en: quitar o bajar del pedestal al patriarcado (el poder masculino), de la sociedad. Con esto, se busca el reconocimiento del poder por el poder y el valor por el valor.

Para cerrar este apartado de

La siguiente imagen de la izquierda, la comparte Monserrat5, fue publicada el 04 de enero de 2021, llama la atención por la forma de



Monserrat5. Imagen compartida en Facebook.

pronunciarse tan clara y defender esos ideales feministas. Sin embargo, como hemos revisado y analizado anteriormente, los discursos sociales son lógicas que están pendientes de las inclinaciones o gustos de los consumidores para respaldarlos crenado espacios y productos precisos.

En concordancia con lo anterior, los discursos, contenidos y prácticas en las redes sociales digitales, influyen en las y los jóvenes, sin embargo, como es sabido, el contexto social influye en las prácticas sociales y modos de ver la realidad, a partir de

esto, Lovink, expresa lo siguiente:

El público se ha transformado en una base de datos llena de usuarios. El “malvado genio de lo social” no tiene otra forma de expresarse a sí mismo más que volviendo a las calles y plazas, guiado y atestiguado por la multitud de puntos de vista que producen los teléfonos inteligentes que tuitean y las grabaciones de las cámaras digitales. (2019, p. 41).

En concordancia con lo anterior, se hace hincapié, que tanto las tendencias como todos los contenidos en las redes sociales digitales, son formas de entretenimiento, de ver y leer la realidad de manera distinta, y que pareciera ser que las redes sociales digitales son flexibles, sin embargo, como indica el autor, salimos y buscamos el reconocimiento de los demás cayendo nuevamente en ese estadio de ser presos de los medios electrónicos y de las redes sociales digitales.

Tal como lo expresa también Lipovetsky, sobre el proyecto de la modernidad, donde parecía ser un proyecto de libertar para hombre:

Por un lado, la modernidad no ha conseguido materializar los ideales ilustrados que se había fijado como objetivo; por otro, en vez de

garantizar una auténtica liberación, ha dado lugar a un estado de esclavitud real, burocrática y disciplinaria que se ejerce no sólo sobre los cuerpos, sino también sobre los espíritus. (2006, p. 16).

De acuerdo con lo que expresa el autor anterior, actualmente en ésta “era de la tecnología”, se ha esclavizado de manera real y clara a la sociedad, por medio internet, a través de las diferentes redes sociales digitales y plataformas de entretenimiento multimedia. Esto implica, cumplir con discursos estereotipados de cuerpos bellos, cumplir con masculinidades o feminidades u orientaciones sexuales diversas. También se ve, desde los estilos de vida, salud, belleza, moda, en sí, las redes digitales buscan y proponen una “mejor calidad de vida.”

En concordancia con lo anterior, a la derecha vemos la imagen un personaje que fue tendencia en las redes sociales y en YouTube, se hicieron memes de contenido “gracioso”, pues las historias que muestra siempre son parecidas, luchando contra la desigualdad y dando un mensaje de esperanza. Sin embargo, el colaborador, Manuel6, comparte desde su gusto e interés, esta imagen con la siguiente frase al pie de la misma: “*le negaron un pozol, sin saber que ella era la pozolera*”. Parte de lo que decimos, escribimos y compartimos en redes, aporta para construir esas identidades digitales, variadas, que se ajustan al tipo de temática y ambiente en el que se esté. El concepto de pobreza, de desigualdad predomina en el discurso de la imagen, tomado muy a menudo como burla o mofa sobre lo que sucede.



Manuel6. Imagen compartida en Facebook.

3.4. Sentimiento y emoción digital

En este apartado se ofrece la diferencia entre lo que es el sentimiento y la emoción, en las redes sociales digitales. Es decir, las y los jóvenes, y en general los usuarios de los espacios virtuales expresan emociones al estar en línea con otros usuarios, o estar en contacto con diversos contenidos que ofrecen estos espacios.

De acuerdo con lo anterior, tanto lo que se publica en texto, en imagen o al momento de reaccionar en las redes sociales tiene una carga emocional o sentimental, depende el caso. Tanto el sentimiento como la emoción, son conceptos que se corporizan y guardan estrecha relación en sí. Sin embargo, es importante hacer una diferencia sobre estos dos y hasta qué punto las y los jóvenes desarrollan o construyen, sentimientos o emociones, hacia los contenidos mediáticos.

De manera general, se puede decir que las emociones son impresiones pasajeras, momentáneas, el efecto de las emociones es corta. De acuerdo con Glover (2021), la emoción viene siendo una reacción química que se produce en nuestro cerebro, en respuesta a un estímulo externo, y que trae como consecuencia una alteración en nuestro cuerpo. En nuestro caso, en el ámbito digital, los estímulos externos son esas impresiones o estados de ánimo que experimentan las y los jóvenes con relación a la diversidad de contenido a la que están expuestos. Estas emociones pueden ser negativas o positivas.

A partir de lo anterior, podemos decir que los sentimientos y emociones, son expresiones construidas socialmente, en medida de la percepción que tienen las personas sobre el mundo que los rodea. Desde esta perspectiva, hablamos de estos conceptos de manera cultural, no entraremos en detalles naturalistas o a priori, en términos kantianos. Más bien, interesa hacer evidente las construcciones emocionales y los efectos que estos tienen en las personas. En concordancia con lo anterior, actualmente, las formas de pensar de las personas y en especial de las y los

jóvenes, corresponde a esta época que los construye y los hace: “la `mentalidad` dependería así directamente de los modelos propios de una sociedad dada, que influyen en los individuos aun en sus relaciones privada.” (Mueller, 1965, p. 138). A partir de esto, podemos decir que las redes sociales digitales, son dispositivos precursores de formas pensar, de actuar y ser, influyendo de esta manera en los usuarios.

En la sociedad actual “virtual o digital”, domina en la mayoría de los casos las actividades a través de internet, como factor determinante para las relaciones sociales y laborales. En este sentido, el pasar gran parte del tiempo frente a una pantalla, ha desencadenado afecciones emocionales que han afectado la vida y las formas de relacionarse de las personas, especialmente ha afectado a las y los jóvenes. Apostamos que son efectos emocionales lo que ha heredado la tecnología en los usuarios, porque las formas de ser y estar, de comportarse en las redes sociales digitales.

En ese punto, reflexionamos sobre las emociones como expresiones positivas o negativas pasajeras, éstas aparecen como: alegrías, enojos o tristezas. Sin embargo, apostamos que las emociones, aunque son de corta duración, se han prolongado más de lo normal, esto debido a la alta producción de contenidos, audiovisuales y multimedia por parte de las industrias mediáticas. Como vimos anteriormente, las emociones son respuestas de nuestro cerebro y nuestro cuerpo de acuerdo a una motivación o estímulo externo, esta reacción es inmediata, por lo mismo, no es racional como tal.

Teniendo en cuenta lo anterior, podemos argumentar que las prácticas culturales que realizan en las redes sociales digitales las y los jóvenes, y de los usuarios en general, no son racionales o conscientes. Es por ello, que la mayor parte de las prácticas juveniles en las redes sociales digitales, evocan al consumo, movidos por las olas de contenidos mediáticas. Tal como observamos en el apartado anterior, las y los jóvenes colaboradores son envueltos por la variedad de contenidos tendenciosos que los provoca a compartirlos, consumirlos y tomar una postura sobre ellos.

Ahora bien, el sentimiento es una expresión distinta, diferente a la emoción. La misma autora, Glover (2021), indica que el sentimiento es un estado afectivo que se genera a partir de la emoción, sin embargo, el proceso es más consciente, y las personas pueden elegir mantener un estado de ánimo, por periodos más largos. A partir de esto, el sentimiento es una expresión racional, en términos generales, desde que se tiene consciencia de éste. Es a partir de este punto que, se relaciona a la emoción con el instinto, y el sentimiento se relaciona con la capacidad de razonar.

Con lo anterior, las investigaciones realizadas apuntan a que las y los jóvenes, y en general los usuarios, generan emociones efímeras no racionales, pero resultan más significativas y eficaces en su entorno social. Pues ese sensacionalismo del que hablaba Gubern, provoca el encantamiento y la sensación momentánea, distorsionando la realidad racional que es de larga duración. Las emociones digitales, se relaciona con el sensacionalismo y la novedad, es decir, con lo que pasa en el momento. Hemos observado que las prácticas culturales digitales que reanalizan las y los jóvenes, se orientan a partir de la variedad de contenidos nuevos, novedosos, a partir de esto, los usuarios dejan a un lado la realidad contextual que los rodea.

Teniendo en cuenta lo anterior, la percepción o idea que se tiene sobre el mundo, aunado con las construcciones culturales que realiza la sociedad en las personas, evocan a una visión del mundo social compartida y singular, sin embargo, parece ser que la percepción compartida de la sociedad impera más que la singular. A continuación, Le Breton indica lo siguiente: “una simbólica corporal traduce la especificidad de la relación con el mundo de un grupo en un parentesco singular, impalpable pero eminentemente preponderante, que conoce innumerables matices según las pertenencias sociales, culturales o regionales, las generaciones, etcétera.” (1999, p. 39). Las expresiones emocionales compartidas en las en las tendencias en las rede sociales, son simbolismos construidos de manera local, regional, nacional y mundial, dependiendo del caso.

Las emociones digitales de las y los jóvenes enfocan las intenciones en las prácticas de consumo y la reproducción de discursos simbólicos como los estilos de vida, las poses en las redes sociales, lo masculino y lo femenino, lo bello y lo no bello. En este sentido, lo digital y sus discursos parecen más reales y lo único que tiene sentido. Tal como expresa el autor, Byung-Chul Han en su análisis sobre esta problemática:

Hoy nos encontramos en la transición de la era de las cosas a la era de las no-cosas. Es la información, no las cosas, la que determina el mundo en el que vivimos. Ya no habitamos la tierra y el cielo, sino Google Earth y la nube. El mundo se torna cada vez más intangible, nublado y espectral. Nada es sólido y tangible. (2021, p. 13).

En concordancia con lo anterior, las cosas tanto materiales como simbólicas se encuentran en el terreno de lo digital y lo virtual, la gran cantidad de información y en general los discursos son los que rigen y modelan la vida y las conductas de la sociedad en general. Se da el fenómeno de la abstracción social, vemos, queremos y hacemos lo que está ahí en las redes sociales digitales. Precisamente, la información es lo que más abunda y surge en la actualidad, las y los jóvenes, y en general los usuarios en internet, se rigen por lo que ven, leen y escuchan en las redes sociales digitales. A partir de esto, Han también señala que: “hoy la identidad la determina principalmente la información. Nos producimos a nosotros mismos en los medios sociales.” (2021, p. 27). Esta autoproducción, tiene que ver con lo que se ve y hacen, las y los jóvenes en las redes sociales, basta con solo una vez, copiar las modas, estilos de vida y de pensamiento, para actuar o imitar a esos estereotipos.

Es por ello que las prácticas culturales que tienen las y los jóvenes en las redes sociales digitales, responden a comportamientos instintivos y no a acciones racionales. El desarrollo de las prácticas en las redes digitales y virtuales, han trastocado aspectos vitales de las personas, dislocando la realidad y abstrayéndola de ella, uno de los síntomas son las emociones negativas como veremos a continuación.

3.5. Efectos emocionales de las redes sociales digitales en las y los jóvenes

El objetivo de este apartado, es exponer los efectos de las redes sociales digitales en las y los jóvenes. Se recuperan las experiencias que han tenido las y los colaboradores de esta investigación con el uso de las redes sociales. Teniendo en cuenta lo anterior, no hay que olvidar que la pandemia de la Covid-19, constituyó un fenómeno importante en la elaboración de este trabajo, como también en las practicas digitales y en la cotidianidad en la que se desenvolvían nuestras y nuestros colaboradores.

De manera general, podemos decir que la tecnología es una herramienta que ha facilitado muchas actividades en la vida diaria, desde trasladarse y comunicarse a grandes distancias en cuestión de minutos u horas, entre otras cosas. Sin embargo, nos enfocamos en investigar y analizar los efectos que producen las redes sociales digitales, y con esto, las actividades y prácticas que llevan a cabo los usuarios. En estas prácticas, surgen efectos que repercuten en las conductas, estilos de vida, sentidos y significados, en las formas de ser y estar de las y los usuarios de internet.

Las experiencias que se leerán a continuación, son parte de las entrevistas aplicadas a las y los jóvenes colaboradores con el fin de recabar información sobre su cotidianidad en el confinamiento y su relación con las redes sociales digitales. A partir de esto, las y los jóvenes colaboradores poseen perfiles en Facebook y WhatsApp, cuentan con acceso a internet y medios electrónicos como: teléfonos inteligentes (Smartphone) y computadora. Como se ha mencionado anteriormente, las entrevistas se codificaron con ayuda del software atlas.ti, se realizaron las interpretaciones que ayudaron a encontrar patrones: palabras, situaciones, sentimientos repetitivos durante las entrevistas expresados parte de las y los colaboradores.

A partir de esto, es importante mencionar que los efectos emocionales de las redes sociales digitales en las y los jóvenes, constituyen solo una parte

de las identidades digitales en las juventudes, pues son varios factores los que se involucra en éste proceso. Lo efectos emocionales, fueron el resultado de patrones repetitivos observados en las entrevistas, a partir de estos patrones, se puede decir que éstos evocan a patologías sociales. Estas patologías, vistas como enfermedades construidas socialmente y no desarrolladas de manera biológica o natural. A propósito de lo anterior, Gubern indica lo siguiente:

Existe abundante literatura acerca de los usos que los ciudadanos hacen del tiempo de ocio, incluyendo los usos embrutecedores o degradantes, ligados al alcoholismo, a la drogadicción, al vandalismo o a los espectáculos alienantes, y buena parte de la delincuencia del fin de semana en nuestras ciudades está asociada a estas patologías conductuales. (2000, p. 16).

En concordancia con lo anterior, las patologías tienen una estrecha relación con el *habitus* del que habla Bourdieu, pues son formas de ser y estar socialmente, en medida de sus diferentes capitales, tanto cultural como económico, aunque estos factores no determinan a los sujetos, influye en ellas y ellos al desarrollar sus vidas cotidianamente.

De acuerdo con Gubern, el ocio, como tiempo de descanso para realizar diversas actividades, ha generado actitudes, conductas, formas de ser las personas, en general prácticas sociales, evocándolas a comportamientos reprobados por la sociedad y también no adecuados para la salud. En este sentido, el ocio ligado a las patologías, como prácticas sociales, las podemos ver las conductas y actitudes que tienen los usuarios en las redes sociales digitales y la relación que tienen con su medio social.

La enfermedad de lo digital, se puede ver en los efectos que tienen los contenidos en las y los usuarios. Aquí llamamos patologías digitales, al su excesivo de las redes sociales digitales, y en general a los espacios virtuales, donde éstos lugares son extremadamente concurridos para realizar diversas actividades. A partir de esto, podemos decir que actualmente, en general las personas han desarrollado dependencias a las redes sociales digitales, esto

consiste en no prescindir de estos espacios, con el fin de estar online con los demás usuarios, y buscar entretenimiento. Los conceptos que aparecen a continuación, y que se describieron en apartados anteriores, son prácticas que realizan las y los jóvenes colaboradores en las redes sociales digitales: egolatrías, memes, posición política, poses y glamour y eros digital. Los conceptos anteriores, ayudaron a entrar al campo de trabajo virtual, éstas fueron encontradas en las conductas de las y los jóvenes, en este sentido puede decirse que son caratulas superficiales de los usuarios. Sin embargo, estos conceptos o caratulas trastocan fenómenos más profundos que marcar de manera decisiva la vida de las personas: estos fenómenos son emocionales.

En concordancia con lo anterior, las categorías antes descritas (egolatrías, memes, posición política, poses y glamour y eros digital), son el resultado de emociones que padecen las y los jóvenes, y en los usuarios en general, debido a la dependencia de las redes sociales digitales. A continuación, se muestra un diagrama sobre los efectos o consecuencias que tienen las prácticas digitales de las y los jóvenes actualmente:



Diagrama de elaboración propia. Efectos emocionales de las redes sociales digitales.

En el lado izquierdo, notamos los conceptos con los que se realizó la inmersión al campo digital en las redes sociales digitales de las y los jóvenes colaboradores, éstos se vieron y observaron en las imágenes y textos que

compartían. Sin embargo, los efectos son las categorías encontradas, como vemos en el lado derecho. En concordancia con el diagrama que se observa en la imagen, se observa que el proceso es unidireccional de las categorías como: egolatrías y memes, hacia las categorías encontradas, es decir, hacia efectos emocionales tanto positivos como negativos. Aunque se observa en la imagen el proceso unidireccional, se apuesta que el proceso también es bidireccional, es decir, una constante auto relación y autodeterminación entre conceptos, que van construyendo parte de las identidades digitales de las y los jóvenes.

Ahora bien, ésta dialéctica entre las categorías y las categorías encontradas, son actitudes, conductas y estilos de vida, que muestran las y los jóvenes en sus usos de las redes sociales digitales. Se llegó a los efectos emocionales, debido a que fueron patrones que se repetían tanto en las entrevistas como en las observaciones que se realizaban. se interpretó de manera subjetiva lo que hacían las y los jóvenes, llegando a éstos resultados.

Teniendo en cuenta lo anterior, no hay que olvidar al consumo como una de las repercusiones, estar online en las redes sociales, constituye una de las dinámicas de las sociedades actuales. Aunque según Byung-Chul Han, actualmente el consumo está más ligado al consumo de información y no de cosas:

Ahora producimos y consumimos más información que cosas. Nos intoxicamos literalmente con la comunicación. Las energías libidinales se apartan de las cosas y ocupan las no-cosas. La consecuencia es la infomanía. Ya nos hemos vuelto todos infómanos. El fetichismo de las cosas se ha acabado. Nos volvemos fetichistas de la información y lo datos. Hasta se habla ya de «datasexuales». (2021, p. 14).

Con base a lo que expresa el autor anterior, el consumo que se realiza actualmente es digital, toda la información, en el caso de la música, ya no se han visto esas grandes ventas de álbumes de artistas celebres, se lanzan las canciones a través de plataformas multimedia como YouTube y Spotify,

y desde ahí se puede degustar del contenido. Todo es digital, y todo está relacionado con la comunicación, con la información y esto lleva a su vez, como señala el autor, intoxicarnos más rápido y de manera efectiva de todo lo que hay y continúa emergiendo en internet. En cuando a los datasexuales de los que señala el autor, podemos decir que se relaciona con lo que hemos estado trabajando y explicando en apartados anteriores. Estos datasexuales, tienen relación con las categorías como egolatría, eros digital, poses y glamour, para tener una idea más clara de la operatividad de este concepto, la página digital: El periódico indica que:

Son datasexuales aquellos que obsesivamente graban o almacenan datos sobre todo lo relacionado con su vida personal, y además piensan que sus datos son sexy. De hecho, cuanto más grande es la cantidad de datos, más atractivos se vuelven. Sus vidas desde una perspectiva de los datos en la red, están perfectamente cuidados. (El periódico, 2017).

A partir de lo anterior, podemos ver la relación entre el concepto que indicaba Byung-Chul Han y los que hemos trabajado durante esta investigación. En este sentido, recuperamos esa obsesión que han desarrollado las y los jóvenes, y que se ha acentuado aún más actualmente. Estas actitudes o patologías sociales construidas, son emociones prolongadas, y se han estado consolidando debido a la variedad y cantidad de contenidos que existe en internet, sobre todo en las redes sociales digitales, que evocan a adquirir, tomar, comprar y practicar, estilos de vida y comportamientos.

De acuerdo con lo anterior, las y los jóvenes se han enfrentado a estos procesos sociales digitales en el periodo de confinamiento, a partir de esto, en la entrevista realizada a las y los jóvenes colaboradores, se hizo la pregunta sobre el impactado la pandemia de la Covid-19, desde sus experiencias, a lo que una colaboradora respondió:

Pues creo que impactó bastante, ya que es algo que nadie se esperaba, fue de un momento a otro que nos cerramos en nuestras casas,

aislándonos por completo de la sociedad y empezando una nueva modalidad de estudio, que la mayoría de las personas o la mayoría de los alumnos no estábamos acostumbrados a pasar todo nuestro día frente a una computadora y en la convivencia que teníamos físicamente, antes de la pandemia pues, eso fue un cambio radical. (Entrevista a Waximara1, julio 2021, p. 1).

En concordancia con lo anterior, notamos que menciona al encierro que se vivió debido a la pandemia de la Covid-19, su experiencia como estudiante y esta nueva modalidad de estudio, también habla de la convivencia que se vivía en las escuelas y ella como estudiante, donde ese cambio puede interpretarse de dos formas, como oportunidad de aprendizaje o como realmente una exclusión. A partir de esto, se interpreta una especie de nostalgia o tristeza por la añoranza de tener las actividades cotidianas como antes. Este patrón de convivencia escolar, éste extrañar estar en las aulas, se va a ir repitiendo en medida que se vayan presentando las experiencias con los otros colaboradores.

Siguiendo estas líneas emocionales de querer tener esa convivencia escolar, el colaborador Jhosed3, expresa sus dificultades y ansiedades que ha presentado en este periodo de confinamiento y su relación con la tecnología:

Al estar acostumbrado pues a clases presenciales y de un momento para otro se cambió a clases virtuales donde solamente, no puedo interactuar con mis compañeros ni con mis maestros de forma presencial y con más comodidad. Se me ha dificultado mucho, ya que no es lo mismo poder hacerle saber al profesor sobre algunas dudas que tengo, no sé, tal vez por pena al estar con compañeros mediante un dispositivo móvil. (Entrevista a Jhosed3, julio 2021, p. 2).

Con Jhosed3, ocurrió algo muy interesante, durante la entrevista que se aplicó no encendió su cámara, así estuvo durante toda la charla. Quizás hubo factores que intervenían en esa acción. Sin embargo, de manera anticipada les comenté a los colaboradores que, para su comodidad, quienes

no pudieran tener su cámara encendida era comprensible, aunque de preferencia, si tenían posibilidad de tener encendida su cámara era mejor. De cualquier modo, este aspecto con Jhosed3, llama la atención porque interpretando de manera subjetiva, la falta de imagen puede tener varios significados y connotaciones. Uno de los supuestos es que es un chico reservado y que quizás no tenía tanta confianza para encender su cámara. Por otro lado, el Jhosed3, fue amable al brindarnos espacio y sostener esta entrevista con nosotros. Por otro lado, la colaboradora Monserrat5, comenta desde su experiencia lo que ha sentido en este periodo de confinamiento:

Pues yo siento que ha afectado en que antes salíamos más como a pasear, nos sentíamos como más libres, cada fin de semana ir a pasar por ahí. Entonces siento que eso fue lo negativo, como que nos sentimos más encerrados y más estresados solamente adentro de la casa o pensando en lo que nos podría pasar si salíamos. Pero lo positivo es que, por lo mismo de estar encerrados, todos aquí como familia, empezamos a convivir más, como que buscábamos actividades para no estar aburridos y no sentirnos tan tristes por todo lo que pasaba fuera. Entonces pienso que fue como un cambio bueno que tuvo la [pandemia/cuarentena]. (Entrevista a Monserrat5, julio 2021, p. 2).

Teniendo en cuenta lo anterior, podemos notar las emociones que expresa los colaboradores, respecto a su experiencia con el confinamiento, la ruptura de una cotidianidad presencial, a una cotidianidad aislada. Si observamos hasta este punto, las y los colaboradores han repetido patrones emocionales respecto a su nostalgia por actividades presenciales. Estas emociones de algún modo, eran liberadas en las redes sociales digitales.

Hasta este punto estamos viendo que es lo que ellas y ellos pensaban, como la pasaban fuera de las redes sociales digitales, de acuerdo a los fragmentos de entrevistas notamos esas emociones que luego eran publicadas en formas de memes, posiciones políticas, poses y glamour, entre otras cosas. Ésta tristeza o nostalgia que muestran las y los colaboradores,

son fenómenos que trastocan lo íntimo, lo que ellas y ellos son. En concordancia con lo anterior, y de manera general, una de las experiencias importantes para mí fue la vacunación contra la Covid-19. Esto fue y es importante porque nos ayuda a protegernos, precisamente a tratar de vencer ese miedo respecto a algo que está ahí latente como lo es éste virus:

El clima estaba agradable, casi nublado/nuboso, me dispuse a ir por mi segunda dosis de vacuna contra el Covid-19, llegué a uno de los puntos de atención, instalado en el parque recreativo familiar cañahueca, ubicado al norte poniente de la capital tuxtleca, era la primera dosis. Estaba casi lleno, afortunadamente la fila iba avanzando. Lo que me llamo la atención es que, había personas de todas las edades, sin embargo, percibía más personas jóvenes que adultas, quizás por la hora o no sé [2:30 pm.], las y los jóvenes, calculo que estaban ente los 20 y 29 años de edad, tenían su teléfono móvil todo el tiempo, ya sea lo estaban utilizando, o en la mano. Cuando se pasaba a la parte de sentarse por filas, muchos jóvenes se ponían sus audífonos, o colocaban el teléfono en la paleta de la silla. No perdían de vista ni un solo instante a su dispositivo. (Diario de campo, 13 de agosto de 2021).

Aunque la observación experiencial anterior es muy subjetiva, se puede constatar éste hecho en todos los lugares públicos, en parques, centros comerciales, plazas, también, en espacios privados como en la casa. Las y los jóvenes, un espacio físico material, y buscan un espacio virtual, un escape de lo real.

Tomando en cuenta lo anterior, vemos que las prácticas culturales que tienen las y los jóvenes, con respecto a lo digital, también, tiene que ver como se desenvuelven en su medio social o contexto, y que tiene repercusión en la manera en como adoptan y se relacionan con los espacios virtuales.

Las conductas y estilo de vida que practican las personas en general, son influencias del medio social pero también de lo que ven en las redes

sociales digitales, ambos espacios son ayudados a esa construcción de las identidades digitales, como señala Hine (2000):

Un complemento útil para el estudio del universo online, que trata Internet como una esfera cultural separada, sería el análisis de los contextos de relaciones sociales offline o presenciales en los que ésta se articula y transforma. Con ello, se lograría una explicación mucho más rica sobre los usos de Internet y los modos en que las relaciones locales conforman su uso en tanto tecnología y, también, como contexto cultural. (p. 76).

En concordancia con lo anterior, podemos decir que el contexto físico y el virtual. Se complementan para influir en las construcciones de las identidades digitales en las y los jóvenes, como sabemos, las identidades son gustos e intereses personales que luego aparecen en grupos de personas o usuarios en general de las redes sociales digitales. Las experiencias que hemos leído anteriormente, muestran las emociones que viven las y los jóvenes de investigación, incertidumbre, nostalgia, tristeza, entre otras, donde éstas tienen influencia en los modos en cómo se presentan, coexisten y conviven de manera online. A partir de esto, compartimos la experiencia de nuestro colaborador Manuel6, en clases virtuales, y la manera de convivir en casa en este periodo de confinamiento:

Desde mi punto de vista es desagradable, estar en clases virtuales es muy desagradable, por el hecho de no convivir en una manera en la que ya estabas acostumbrado, también, a mí me afecta estar mucho tiempo en mi casa, me aburre, esas... ¿qué? Seis, siete horas que estaba en la escuela, de regreso a mi casa era lo suficiente como para decir: ¡Ah, ya estoy mejor! es feo este que, en ocasiones que no tienes tus audífonos puestos y te preguntan, y volteas a ver a tu papá y te queda viendo, con cara de... haber responde [risas nerviosas], ah es feo. Pero si lo he encontrado desagradable, pero es la forma que se encontró para avanzar dentro de los estudios y no hay que negar esa parte. (Entrevista a Manuel6, julio 2021, pp. 1 y 2).

A partir de la expresión experiencial del colaborador, podemos notar hasta cierto punto, el estrés, ansiedad y angustia por la situación que se vive en este fenómeno pandémico. Aunque actualmente, a dos años de que estallo esta catástrofe en materia de salud humana, lo que se pudo observar, es que, algunas personas en Tuxtla, han dejado de utilizar cubre bocas en lugares público, es como si “no pasara nada.” Puede verse hasta cierto punto, cierto fatiga y cansancio en las personas sobre el rumbo que tomará la situación laboral, la problemática sobre la salud, la educación y la seguridad.

Son muchas las problemáticas y situaciones que emergen al reflexionar sobre la pandemia, este fenómeno coyuntural e histórico que vino a romper y cambiar paradigmas que, hasta hace años, la situación mundial apocalíptica solo ve veía en las películas. Como señala Maffesoli: “la ficción ha acabado por volverse realidad.” (2009, pp. 69 y 70). En concordancia con lo anterior, la situación de la pandemia ha desarrollado dependencia digital y se ha enfocado en el consumo, esto ha sido todo un proceso dirigido por las industrias del entretenimiento, donde a partir de los contenidos, que conectan con los usuarios, desarrollan malestares emocionales prolongados. Influyendo en las y los jóvenes a proyectarse a una “realidad” alterna, diferente a la que se encuentran.

Ahora bien, las experiencias recabadas y mostradas hasta este momento, son partes de entrevistas aplicadas que dan cuenta de las experiencias de las y los jóvenes colaboradores en su cotidianidad, en internet o fuera de la red, o como indica Hine, online y offline. Actualmente, las y los jóvenes, y en general, los usuarios de las redes sociales digitales, expresan y justifican una completa libertad humana en las redes sociales digitales, como ya hemos explicado, muestran una posición política, los cuerpos desde las poses y el glamour, entre otras expresiones. Sin embargo, las industrias mediáticas, han abarcado todos los espacios con el fin de que los usuarios sean portadores de los discursos, tanto simbólicos como

materiales, “ahora toda la realidad se encuentra en internet”. A partir de lo anterior: Maffesoli indica que:

Y ciertamente, la acción de tejer es el término pertinente para captar las nuevas relaciones que caracterizan la sociabilidad posmoderna.

En todos los campos —acciones políticas, reivindicaciones sindicales, protestas económicas, propagandas religiosas, discusiones teóricas, la Red desempeña un papel primordial. Sucede lo mismo en los diferentes servicios (salud, ocio, turismo) o en la búsqueda de relaciones amistosas o sexuales. (2009. P. 70).

En concordancia con el autor, podemos notar que actualmente, las relaciones sociales, son determinadas por internet y las redes sociales digitales, los espacios y aplicaciones virtuales. Como hemos señalados en otros momentos, la tecnología está presente en casi todos los aspectos de la vida de las personas, desde estudiar, hasta trabajar, donde esto constituye un desarrollo de la vida social. A partir de esto, la experiencia de nuestros colaboradores de investigación, en ésta pandemia, fue permeada por el uso de las redes sociales digitales y los contenidos que ahí se encuentran, contenidos que son volátiles y cambian constantemente. Tanto contenidos e información que circula en las redes sociales digitales, trastoca las emociones de los usuarios, llevarlos a desarrollar y manifestar emociones que pueden ser confundidas con sentimientos. A continuación, se muestra una tabla de elaboración propia, ordenada en Excel y codificada sobre las emociones que mostraron las y los jóvenes colaboradores en las entrevistas y en las observaciones de campo.

Códificación descriptiva-interpretativa - Atlas-ti										
Categorías encontradas		Monserrat5	Waximara1	Manuel6	Kevin4	Mariana2	Jhosed3	Total		
1	Emociones (+) Alegría, entusiasmo	A	12	15	5	8	17	6	63	4
2	Emociones (-) Enojo, furia, aburrimiento	B	15	22	13	4	14	4	72	1
3	Estrés/incertidumbre	C	8	10	11	6	18	8	61	5
4	Depresión/angustia	D	8	17	16	8	15	5	69	3
5	Cansancio	E	4	6	12	3	16	4	45	6
6	Nostalgia/tristeza	F	11	12	14	10	16	8	71	2
7	Adaptación a lo digital	G	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
8	Dificultad de conexión o de adaptación a lo digital	H	No	No	No	No	No	No	No	No
9	Cotidianidad saturada	I	3	1	1	9	12	2	28	7
10	Comunicación	J	4	1	15	1	5	1	27	8
11	Solo información	K	3	2	17	2	4	1	29	9

Tabla de elaboración propia. *Codificación descriptiva-interpretativa.*

Vemos en la tabla anterior, a los colaboradores en la parte superior de manera horizontal, y las categorías en el lado izquierdo de forma vertical, los números en los recuadros representan las interpretaciones desactivas que se hicieron en medida de que ellos fueron expresando emociones tanto en las entrevistas como en las observaciones de campo. Son repeticiones de conceptos o categorías, como, por ejemplo: el extrañar las clases presenciales para estar con sus compañeros, se categorizó como: nostalgia/tristeza F, y así, sucesivamente se ordenaron y cuantificaron las demás categorías.

Ahora bien, en el caso de la colaboradora Mariana², en una entrevista comenta que no es tan adicta a las redes sociales digitales, sin embargo, fue una colaboradora que más contenido compartió en su perfil de Facebook y WhatsApp. A continuación, se muestra un fragmento de la entrevista:

Bueno, pues creo que no soy adicta de esa forma porque pues, de hecho, a veces pasa una semana sin checar el WhatsApp, el Facebook o así luego se enojan porque no les contesto, pero no me gusta estar tanto tiempo en las redes sociales. Pues normalmente yo checo esas 3 que son Facebook, WhatsApp y Tiktok, porque en WhatsApp, tengo que contestarles a mis amigos, a mis compañeros o a mis familiares, que a veces me pregunta como estoy, o como aquella vez que me enfermé me preguntaban igual que si ya estaba mejor o así, pero no es tan en exceso ¿no?, pero lo hago más por contestar que porque me guste estar en WhatsApp, en Facebook, casi no paso tiempo ahí, porque me aburro muy rápido. Normalmente entro porque para entretenerme porque estoy aburrida y como ya leí o ya hice otra cosa, pues veo que hay en la red, no se videos, o memes o no sé lo que encuentre, y pues en Tiktok, porque normalmente, ahí me entere de varias cosas, por ejemplo, me entere de un grupo que no conocía así de banda, conocí a un grupo y ahorita me gusta su música, por ejemplo, o no sé de algunos famosos, no sé de risa, entonces creo que

es más para entretenerme que por otra cosa. (Entrevista a Mariana2, julio 2021, p. 15).

A partir de esto, si notamos la tabla anterior, en apartado de la colaboradora, notamos que tiene números más altos, éstos corresponden a la manera en cómo ha compartido y las emociones que expresado por medio de los contenidos que le interesan. Desde las observaciones que se pudieron realizar, ha estado activa en Facebook y WhatsApp, compartiendo contenidos de la banda coreana BTS, entre otras cosas, tal como lo mostramos en los apartados anteriores. Ahora bien, otro colaborador que repitió emociones interesantes en la pandemia y que no expresó mucho en las redes sociales digitales fue Kevín4, a continuación, notamos de lo que más explica en esta parte de la entrevista:

Tiene un poco de todo, he por ejemplo ya al entrar un poquito en un ámbito ya más personal eh, por ejemplo, yo tenía mi novia en la escuela, llevo año y medio con ella y yo la conocí en el colegio desde más pequeños, pero inició desde hace año y medio, la veía a diario, diario todos los recesos estaba con ella, era algo que me gustaba mucho de la escuela ¿no? Llegaba uno con ganas, entusiasmado, y por ámbitos económicos de su familia ella se estuvo que ir del Estado de México y se fue a vivir a Puebla, entonces sí, ha cambiado un poco en ese aspecto sí me ha dejado como de ah... De hecho, si la llegué a ver en la cuarentena, la vi una vez a la semana y así como con precauciones ¿no? Eh...pero si, al principio fueron dos meses que no la vi y sentía uno como de ¡oh rayos! Quisiera estar con ella ¿no? Pero pues era primero la salud y tenía uno que entender y pues nada no... no había de otra, si fue eso que afecto. En el ámbito se familiar, me ha ido ayudando a ser más positivo con la familia y estar conviviendo con ellos, a estar más tiempo, porque con la escuela sí es complicado estar con ellos todo el tiempo no... no era algo normal, me ha dado más tiempo para ensayar en mis instrumentos, ya que me gusta la música pero, si, si me ha ayudado mucho, que puedo estar con mis

instrumentos y cuando estaba en la escuela, no podía, a veces, llevar mi guitarra y me la querían quitar porque estaba haciendo mucho ruido y así, es una pequeña ventaja eso, poder tocar. (Entrevista a Kevin4, julio 2021, p. 2).

Teniendo en cuenta el fragmento anterior, notamos los puntos emocionales que más resalta respecto a su vida personal y su relación con pareja, sin embargo, vemos que hace mención de su familia, donde la pandemia los acercó más para entablar nuevas formas de relación con ellas y ellos, pero vemos que vuelve a hablar de él mismo y su tristeza o angustia por no poder estar con su pareja. A partir de lo que comentaban las y los colaboradores en las entrevistas y en sus redes, fue como se comenzó a interpretar y describir lo que ellas y ellos expresan, esta interpretación fue a partir de lo que se notaba en ellos: como alegría, tristeza o angustia.

En este sentido, las identidades digitales, de las y los jóvenes, son aspectos íntimos emocionales y sentimentales, sin embargo, la emoción se toma como categoría para poder decir que las identificaciones que ellos realizan con los contenidos son legitimadas a tal grado de tomarlas como contenidos que los representa y los visibiliza ante el mundo digital.

Conclusiones

Las identidades digitales juveniles son efectos del uso de las redes sociales digitales llevadas a cabo por medio de internet y los medios tecnológicos. A partir de esto, desde los Estudios Culturales, se problematizaron las interacciones, las consecuencias y el sentido que le otorgan las y los usuarios en general, pero particularmente, las y los colaboradores de esta investigación. Dichos significados, se relacionan con el sentido que ellas y ellos les otorgan a los contenidos que circulan en las redes sociales digitales.

Con lo anterior, la idea de usuarios y contenidos en redes evoca indefectiblemente al consumo cultural desde cualquier aspecto, sin embargo, se apostó y se encontraron aspectos que sobre pasan el consumo cultural, estos aspectos encontrados se relacionan con los efectos emocionales que provocan los diferentes contenidos de las redes sociales digitales en las y los jóvenes colaboradores. Como logramos observar a lo largo de los apartados dedicados en exponer y explicar cómo se da el proceso de construcción de las identidades digitales, la apropiación de discursos y prácticas que circulan en las redes sociales son determinantes para las construcciones de identidades digitales juveniles y tomar posiciones respecto a temas que están en tendencia.

De este modo, las formas de dominación actual, giran en torno a la digitalización del mundo, como señala Byung-Chul Han (2021), al haber demasiada información, la verdad pasa a segundo término y nos intoxicamos de toda la información que existe y circula en las redes. En nuestro caso, al no haber una verdad clara o algo real como tal, “todo es válido”, desde las noticias, hasta los estilos de vida y modas, a partir de este punto surge lo interesante. Pues las industrias mediáticas construyen discursos para mantener entretenidas a generaciones enteras, formarlos y acompañarlos en sus vidas de adultos, con una serie de elementos tanto materiales como simbólicos. La realidad social, funciona como una tribu como lo señalaba en cierto momento Maffesoli (2009), donde las relaciones

actuales se dan a través de la red de redes, la Net, como algo que identifica a la sociedad actual, según el autor. De algún modo, las palabras anteriores se relacionan como: las cosas, los símbolos y discursos, como elementos importantes y representan a la sociedad actual, dichos símbolos o discursos puede interpretarse como internet, y las redes sociales digitales.

El sentido emocional que construyen los usuarios respecto al uso de las redes sociales digitales, es importante porque determina y legitima formas de ser, pensar y actuar, tal como lo hemos expuesto a lo largo de todo el trabajo, mostrando el consumo, estereotipos y formas de expresión online. Como indica Mariana Ramos (2020), la comunicación digital mediada por la tecnología, ha propiciado *rituales de interacción*, estos rituales se relacionan precisamente con el sentido y las emociones que surgen por parte de los usuarios al momento de expresar emociones respecto a los contenidos en las plataformas siodigitales. Las redes sociales digitales más utilizadas son *nichos* de interacción social, creaciones de sentido, y como señalamos anteriormente formas de ser y está en la realidad social.

Estas relaciones sociales que se dan a través de las redes, desde trabajar, estudiar y convivir, “representan la cotidianidad” de nuestro tiempo. La manera de ser un sujeto social o sociable se determina la mayoría de las veces por la capacidad de interacción en las redes sociales digitales que de manera física. A partir de esto, las conductas de los usuarios de las redes digitales no se alejan del consumo cultural, más bien, estos espacios ayudan a que se propicien las altas demandas de productos, para hacer efectivo el proceso de consumo cultural y por tanto de reproducción social.

Teniendo en cuenta esto, podemos decir que las redes sociales digitales forman un aparato ideológico de control social y generacional, por todas las razones antes expuestas, fragmentando la vida social y el transcurso natural de la misma. Sin embargo, es importante conocer estos efectos, que aquí destacamos para poder comprender las interacciones de las generaciones actuales, como habitan y coexisten a través de las redes

sociales digitales, y qué lugar ocupan esos espacios en su vida. La comprensión es una pieza fundamental en los estudios culturales, a pesar de que esta investigación se divide en tres capítulos, podemos dar cuenta de que forma general se divide en dos, ya que la primera parte es la fundamentación teórica y crítica, la segunda que corresponde al tercer capítulo es la comprensión de lo que sucede en una determinada realidad, en un tiempo y espacio. En esta investigación, se destacan el uso de las redes sociales digitales como practica generacional, pero también, como estas influyen en las y los usuarios.

Las explicaciones a las que llegamos es que se construye un eros electrónico (2000), como indicaba en cierto momento Gubern, donde precisamente es ese amor y gusto por los artefactos electrónicos, pero también ese eros digital, que se relaciona estrechamente por el gusto o dependencia por estar en internet y particularmente en las redes sociales digitales. Estos dos conceptos se pueden ver las practicas que realizan las personas en su vida diaria y en el uso que realizan respecto a los medios tecnológicos. A partir del uso de los artefactos electrónicos y de los espacios virtuales, por medio de patrones de repetición, se encontraron los impactos de las redes sociales digitales en las y los jóvenes colaboradores, los impactos son emocionales. El sensacionalismo y la novedad de los productos en las redes sociales, causan emociones prolongadas que atrapan como indica Sibilia (2012), cuando explica que Deleuze, había anticipado a un régimen de vida novedoso apoyado en las tecnologías electrónicas y digitales.

En este sentido, la autora explica a una sociedad del XXI, basada en producción y el consumo, ambos procesos en exceso, el marketing y la publicidad apoyados por las redes globales de comunicación. Lo anterior se relaciona con lo que se ha estado explicando en el trabajo de investigación, precisamente lo novedoso, lo que está de moda, tiende a ser sensación atrapando a las y los jóvenes, y a los usuarios en general. Este fenómeno se

ha dado de manera exponencial debido a internet como medio de difusión y expansión, esto se puede ver en el ámbito comercial.

Esta difusión y expansión, lleva consigo contenidos que tienen impactos no solo en el consumo, que tiene impactos emocionales, en este sentido, se sostiene la tesis donde: las emociones son más fuertes y reales, construyendo sus identidades digitales en medida de sus sentimientos y emociones provocadas por determinados contenidos.

En concordancia con lo anterior, las interacciones, el sentido y significado que le otorgan las y los jóvenes a los contenidos, depende también del modo en cómo perciben la realidad, la percepción o idea del mundo que ellas y ellos tienen, juega un papel fundamental para poder construir sus mismas realidades y paradigmas. Esto quiere decir que, las identidades digitales en las redes se construyen debido a las influencias que han tenido y tienen las y los usuarios en los espacios donde habitan, en la casa, la escuela, los lugares a los que concurren, entre otras cosas. A partir de esto, las identidades digitales que construyen los usuarios en las redes sociales digitales, son permeadas por ambos espacios, tanto el físico y digital. Sin embargo, se hace hincapié que la percepción y la idea del mundo que tienen las y los jóvenes, son aspectos importantes que deben de tomarse en cuenta para poder analizar más a fondo las identidades digitales juveniles. Ahora bien, como hemos señalado, para que las identidades digitales se construyan y se dé el efecto del consumo, se da una relación de: producto, las industrias mediáticas añaden a este novedad y sensacionalismo con ayuda del marketing y campañas publicitarias, sembrando emociones desbordadas que repercute en los usuarios. Como señalábamos anteriormente, antes de ser un producto, es una emoción construida y legitimada en las y los usuarios.

Teniendo en cuenta lo anterior, el proceso del consumo cultural digital, son emociones que se construyen en las y los usuarios de las redes sociales digitales, a partir del consumo, se dan las prácticas culturales que van construyendo esas identidades digitales. En este sentido, se apuesta por

la tesis de que actualmente todo en las redes sociales, es identidad digital. Podemos cerciorarnos desde las militancias hacia ciertos movimientos sociales, estilos de vida, moda, todo lo que se dice y comparte en redes, es parte de esas identidades digitales y del consumo que se realiza. Como es sabido, estos fenómenos se han manifestado con más frecuencia y fuerza en los últimos años.

La tabla de codificación descriptiva-interpretativa, explica cómo se fueron repitiendo patrones emocionales en las y los jóvenes colaboradores, como, y los aspectos de sus vidas cotidianas que influyeron en sus prácticas, tanto en las redes sociales digitales, como fuera de ellas. Como se puede leer en el último apartado del tercer capítulo 3.5., hace referencia a los efectos, estos efectos se relacionan con las experiencias y vivencias de las y los colaboradores en este periodo de pandemia. Una de las categorías que más llama la atención, es la ansiedad y la nostalgia, siendo, conceptos que describen el extrañar y necesitar estar en la vida diaria normal, como antes, es decir, antes de la pandemia de la Covid-19.

Precisamente, estas emociones y experiencias, son las que llevaron a expresa en las redes sociales digitales, mostrando furia, angustia, tristeza o empatía por determinada información. A partir de esto, una de las tesis que se sostienen es que, los usuarios de las redes sociales digitales, expresan emociones con los contenidos que comparten, en este sentido, tanto imágenes como textos dicen algo y van definiendo al usuario, en el medio digital. También, las y los usuarios se expresan en redes, desde cualquier tipo de contenido, porque tienen y cargan deseos y pensamientos reprimidos que solo pueden hacerlos realidad por medio de la flexibilidad que ofrecen las redes sociales digitales.

Se analizó también, que los datos obtenidos en campo digital y en las entrevistas son distintos, lo que nos lleva a sostener la tesis de que existe una dependencia digital fuerte en cuanto a contenidos de entretenimiento. Esto se había explicado anteriormente, sin embargo, los datos al ser distintos, nos permitió ver y analizar cómo se expresa e interactúan las y los

jóvenes tanto en las entrevistas, como en sus perfiles de redes sociales. Esto, lo podemos verificar en las experiencias recuperadas en las entrevistas y en la tabla codificada de manera descriptiva-interpretativa.

Desde los Estudios Culturales, se analizaron estas prácticas culturales digitales de las y los jóvenes, dando lugar a la crítica, sobre el uso de las redes sociales digitales, los efectos que estos tienen en las personas, pero también, se rescata la parte comprensiva, es decir, el comprender cómo se dan estas prácticas, el sentido y el significado que las personas le otorgan a estas formas de socialización que han emergido debido al auge tecnológico, y que se han acentuado en los últimos años, dando lugar a generaciones con prácticas comunicativas y de consumo distintas a las que se habían dado décadas atrás.

La crítica y la comprensión, son aspectos importantes que rigen a este trabajo, que lo han impulsado, para poder comprender estos fenómenos que impactan en la sociedad actual, y en los diferentes contextos, tal es el caso de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. A partir de esto, el fenómeno de la expansión tecnológica y el uso excesivo de las redes sociales digitales, era un fenómeno ya dado, con la pandemia se acentuaron las practicas relacionadas con los espacios virtuales y digitales. Sin embargo, la investigación surge como una crítica y comprensión de este fenómeno mediático. Con esto se hizo la inmersión en el campo y en la recolección de datos, mismos que fueron expuestos con anterioridad, dando lugar a estas conclusiones, donde los colaboradores conviven y coexisten en espacios virtuales, con fines de entretenimiento, relacionarse, por comunicarse, entre otros gustos e intereses.

Finalmente, las juventudes como bloque generacional actual, son propensas a caer en las redes de la dominación y el consumo, sin embargo, existen ideas claras que hacen ver toda la lógica mediática que existe detrás de los contenidos expuestos en las redes sociales digitales. Sin embargo, aún no hay acciones claras que inviten a tomar el control de sus prácticas digitales, las redes en su permisibilidad y flexibilidad como anotamos

anteriormente, envuelven a las y los jóvenes en los discursos simbólicos para hacerlos tomar posturas en los espacios digitales y los contenidos. Las redes sociales digitales funcionan como un ring de combate, los usuarios son los peleadores que encarnan las problemáticas identificándose éstas.

Tomando en cuenta esto, es quedan expuestas las observaciones realizadas en esta investigación, los datos recabados son de suma importancia para comprender las categorías a las que hacemos referencia. Buscar patrones sociales en las entrevistas y en los compartimentos de los usuarios en las redes sociales digitales, puede funcionar como método de investigación, para comprender las patologías sociales que se van construyendo en medida de los contenidos a los que los usuarios están expuestas y expuestos.

Los patrones son elementos importantes que indican el nivel de estado emocional o anímico en las que se encuentra una persona, en nuestro caso, las y los colaboradores, siendo los efectos un tanto negativos, por las emociones que muestran en las entrevistas y en las redes sociales digitales, como: tristeza y angustia. Actualmente las identidades digitales de las y los jóvenes de Tuxtla Gutiérrez, dependen de los contenidos con los que tengan contacto y el medio social en el que encuentren. Como es sabido, las identidades son un proceso inacabado, es decir, no tiene fin, y debido a la diversidad de contenido que existe en las redes sociales es que se convierten en identidades múltiples y dinámicas.

A partir de los patrones encontrados, relacionándolos con las patologías sociales que se construyen, la codificación puede consistir en un método que enriquezca la comprensión y el análisis de los comportamientos sociales. Se hace hincapié en la comprensión y la descripción, pues las prácticas sociales son tan complejas de entender y de registrar. El camino de la codificación, puede ayudar a relacionar puntos y patrones sociales y encontrar explicaciones o hacernos a ellas.

Desde la mirada de los Estudios Culturales, es como se pueden comenzar a realizar críticas comprensivas que expliquen los

comportamientos y los efectos de las producciones sociales en las personas, como lo hemos realizado en nuestro caso, internet y en general las redes sociales digitales y los espacios virtuales que existen, son producciones sociales que han fungido como herramientas para la realización de diversas actividades cotidianas en la sociedad. Sin embargo, se ha puesto poca atención en los efectos que estas tienen en los usuarios, sobre todo en las los jóvenes como generaciones en ciernes.

Referencias

- Ayala, M. (2020). *El meme de clase: mediatización, redes sociodigitales y vida cotidiana entre jóvenes universitarios tijuanaenses*. Tesis de Maestría en Estudios Culturales. Colegio de la Frontera Norte. Tijuana, Baja California, México. <https://www.colef.mx/posgrado/wp-content/uploads/2020/10/TESIS-Ayala-Constantino-Marcelino-MEC.pdf>
- Araújo, N. (2009). Cultura. En M. Szurmuk & R. Mckee Irwin (Coords.). *Diccionario de Estudios Culturales Latinoamericanos* (pp. 71-74). Siglo XXI Editores. <https://elpaginaslibres.files.wordpress.com/2009/12/diccionario-de-estudios-culturales-latinoamericanos.pdf>
- Adorno, T., & Horkheimer, M. (1994). *Dialéctica de la ilustración*. Juan José Sánchez (trad.). Editorial Trotta. http://blogs.fad.unam.mx/asignatura/ingrid_sosa/wp-content/uploads/2017/08/horkheimer-max-y-adorno-theodor-dialectica-de-la-ilustracion.pdf
- Althusser, L. (2011). *Ideología y aparatos ideológicos del Estado*. Ediciones Quinto Sol.
- Barrón, M. (2020). Educación en línea. Transiciones y disrupciones. En Casanova, H. (coord.). *Educación y pandemia. Una visión académica*. (pp. 66-74). Universidad Nacional Autónoma de México. https://www.iisue.unam.mx/investigacion/textos/educacion_pandemia.pdf
- Basile, D., Linne, J., y Urresti, M. (2015). *Conexión total: los jóvenes y la experiencia social en la era de la comunicación digital*. Grupo Editor Universitario. <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20160909015844/Conexion-total.pdf>
- Belting, H. (2010). *Antropología de la imagen*. Katz Editores. <https://drive.google.com/file/d/1111rQcgBvfckHMLDVSD003GBhcnUvU5/edit?fbclid=IwAR2cOt9CCfXYVcptggLNphfktiulLfNiJfDdXyWSovSuBLol6tgcQTsp6Os>
- Blackmore, S. (2000). *La máquina de los memes*. Ediciones Paidós Ibérica, S. A. <https://es.pdfdrive.com/la-maquina-de-los-memes-e166863663.html>

- Bearne, S. (2022). “Nos estamos perdiendo la vida real”: la gente que decide deshacerse de su teléfono inteligente. *BBC News mundo*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-60114250>
- Berger, P., Luckmann, T. (2003). *La construcción social de la realidad*. Amorrortu Editores. <https://zoonpolitikonmx.files.wordpress.com/2014/09/la-construccic3b3n-social-de-la-realidad-berger-luckmann.pdf>
- Bourdieu, P. (2011). *Capital cultural, escuela y espacio social*. Isabel Jiménez (Comp., y Trad.). Siglo XXI Editores, s. a. de c v.
- Bourdieu, P., y Passeron, J. (2009). *La reproducción. Elementos para una teoría del sistema de enseñanza*. Ediciones Coyoacán, S. A. de C. V.
- Bourdieu, P. (2002). *Campo de poder, campo intelectual*. Editorial Montessor. <https://redmovimientos.mx/wp-content/uploads/2016/10/Bourdieu-P.-2002.-Campo-de-poder-campo-intelectual.-Itinerario-de-un-concepto.-Editorial-Montessor.pdf>
- Bourdieu, P. (2000). *Cosas dichas*. Gedisa Editorial. <http://www.redmovimientos.mx/2016/wp-content/uploads/2016/10/Bourdieu-P.-2000.-Cosas-dichas.-Gedisa-Editorial.pdf>
- Bourdieu, P. (2000). *Intelectuales, política y poder*. Eudeba, Editorial Universitaria de Buenos Aires. <https://dokumen.tips/documents/bourdieu-p-intelectuales-politica-y-poderpdf.html>
- Bourdieu, P. (1998). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Editorial Taurus. https://pics.unison.mx/maestria/wp-content/uploads/2020/05/La_Distincion-Bourdieu_Pierre.pdf
- Bourdieu, P. (1997). *Sobre la televisión*. Thomas Kauf (trad.). Editorial Anagrama. <https://lideresdeizquierdaprd.files.wordpress.com/2015/11/sobre-la-television-pierre-bourdieu.pdf>
- Busquet, J. (2012). El fenómeno de los fans e ídolos mediáticos: evolución conceptual y génesis histórica. *Revista de estudios de juventud*. Marzo 2012, n.º 96, pp. 13-29. Universitat Ramon Llull. http://www.injuve.es/sites/default/files/Revista96_1.pdf

- Brookshire, J. (2002). *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*. Universidad Autónoma Metropolitana.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial, S. A. <https://www.felsemiotica.com/descargas/Castells-Manuel-Comunicaci%C3%B3n-y-poder.pdf>
- Cook, R., & Cusack, S. (2010). *Estereotipos de género. Perspectivas legales y transnacionales*. En Andrea Parra (trad.). University of Pennsylvania Pres. https://www.law.utoronto.ca/utfl_file/count/documents/reprohealth/estereotipos-de-genero.pdf
- Cline, E. (2014). *Moda desechable. El escandaloso costo de la moda barata*. Editorial Paidós.
- Christakis, N., & Fowler, J. (2010). *Conectado: el sorprendente poder de las redes sociales y cómo nos afectan*. Santillana Ediciones Generales, S. A. de C.V. <https://01mn.files.wordpress.com/2013/05/conectados-nicholas-a-christakis1.pdf>
- Debord, G. (1995). *La sociedad del espectáculo*. Ediciones naufragio. <https://mega.nz/file/XNRjDAhR#mhjYbhvD55OXB6AjRo6BOvJG5UyXFkbOevfUOGBresk>
- Díaz-Barriga, Á. (2020). La escuela ausente, la necesidad de replantear su significado. En Casanova, H. (coord.). *Educación y pandemia. Una visión académica*. (pp. 19-29). Universidad Nacional Autónoma de México. https://www.iisue.unam.mx/investigacion/textos/educacion_pandemia.pdf
- Dirección General de Comunicación Social, UNAM, (2022). *Tiktok, ventana de escape para los jóvenes*. https://www.dgcs.unam.mx/boletin/bdboletin/2022_006.html
- Durkheim, É. (2001). *Las reglas del método sociológico*. Akal ediciones.
- Durkheim, É. (1973). *La educación como socialización*. Ediciones Sígueme. <https://iessecundaria.files.wordpress.com/2013/02/emily-durkheim-educacion-como-socializacion.pdf>

- Excélsior, (2022). *Jada Pinkett confiesa que nunca quiso casarse con Will Smith; fue obligada por mamá*. Excélsior digital. <https://www.excelsior.com.mx/funcion/jada-pinkett-confiesa-que-no-queria-casarse-con-will-smith/1508866>
- El Financiero. (2021). *Delta ‘explota’ la tercera ola COVID en Cancún y Los Cabos*. <https://www.elfinanciero.com.mx/nacional/2021/07/23/delta-explota-la-tercera-ola-covid-en-cancun-y-los-cabos/?fbclid=IwAR3IGgr1LXsr6RZKcxfyRTUBorKNqwLummn733eoGkwSknW1QXILJtE8mWY>
- El Orden Mundial. (25 de mayo, 2021). *La población de Internet en el mundo: y promoción de población con acceso a Internet*. <https://elordenmundial.com/mapas/mapa-acceso-internet-mundo/>
- El periódico, (2017). *Es usted datasexual*. *El periódico*. <https://www.elperiodico.com/es/tecnologia/20131011/data-sexual-5690907>
- Fanjul, S. (2021). Byung-Chul Han: “El móvil es un instrumento de dominación. Actúa como un rosario”. *El País*. https://elpais.com/ideas/2021-10-10/byung-chul-han-el-movil-es-un-instrumento-de-dominacion-actua-como-un-rosario.html?ssm=FB_CC&fbclid=IwAR3vrHNzbYPcTx2bEpNbGpAKRTpoA7nuWWiskFNtesFh6uTE-4kXoQw8Y70
- Fernández, Y. (2021). *Qué es TikTok, de dónde viene y qué ofrece la red social de vídeos*. En *Xataka Basic*. <https://www.xataka.com/basics/que-tiktok-donde-viene-que-ofrece-red-social-videos>
- Fernández, J. (2020). *Digital 2020: el uso de las redes sociales abarca casi la mitad de la población mundial*. *We are social*. <https://wearesocial.com/es/blog/2020/01/digital-2020-el-uso-de-las-redes-sociales-abarca-casi-la-mitad-de-la-poblacion-mundial>
- Feixa, C. (1999). *De jóvenes, bandas y tribus*. Editorial Ariel. S. A. Barcelona. <http://www.lazoblanco.org/wp-content/uploads/2013/08manual/adolescentes/0012.pdf>
- Fundación Telefónica. (2013). *Identidad Digital: el nuevo usuario en el mundo digital*. Editorial Ariel, S.A. https://www.ufasta.edu.ar/biblioteca/files/2017/02/identidad_digital.pdf

- García, M. (2009). Poder. En M. Szurmuk & R. Mckee Irwin (Coords.). *Diccionario de Estudios Culturales Latinoamericanos* (pp. 211-213). Siglo XXI Editores. <https://elpaginaslibres.files.wordpress.com/2009/12/diccionario-de-estudios-culturales-latinoamericanos.pdf>
- García, N. (2007). *Lectores, espectadores e internautas*. Gedisa Editorial. <https://www.uv.mx/mie/files/2012/10/lectores-espectadores-internautas.pdf>
- García, N. (2004). *Diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de la interculturalidad*. <https://oibc.oei.es/uploads/attachments/123/garcia-canclini-nessor-diferentes-desiguales-y-desconectados-mapas-de-la-interculturalidad.pdf>
- Geertz, C. (2003). *La interpretación de las culturas*. Gedisa Editorial. <https://antroporecursos.files.wordpress.com/2009/03/geertz-c-1973-la-interpretacion-de-las-culturas.pdf>
- González, V. (2021). Atracción en los límites: historias frente a la (pos)televisión. En Ascencio, E., de la Cruz, M., y Garzón, M (Eds.). *Netflix, una pantalla que te saca de aquí*. (pp. 50-64), Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas (UNICACH). <https://repositorio.cesmecha.mx/handle/11595/1026>
- González, J. (2020). *Medios de comunicación: ¿al servicio de quién?* CLACSO, Icaria Editorial, Cooperativa Editorial Retos. <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20200423054514/Medios-de-comunicacion.pdf>
- González, T., Nivón, E., y Sánchez, A. (2020). El efecto pandemia: continuidades y rupturas en las prácticas culturales. En Cultura UNAM (Comp.). *Encuesta nacional sobre hábitos y consumo cultural 2020, análisis cualitativo y estadístico*. (pp. 12-57). Cultura UNAM. <https://cultura.unam.mx/EncuestaConsumoCultural>
- González, F. (2012). La subjetividad y su significación para el estudio de los procesos políticos: sujeto, sociedad y política. En Díaz, A., Piedrahita, C., y Vommaro, P. (Comp). *Subjetividades políticas: desafíos y debates latinoamericanos*. (pp. 11-29). Biblioteca Latinoamericana de Subjetividades Políticas. <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/coediciones/20130218032232/Subjetividadespoliticas.pdf>

- Gómez, J. (2013). La investigación de la subjetividad: entre la ficción y la verdad. En En Díaz, A., Piedrahita, C., y Vommaro, P. (Comp.). *Acercamientos metodológicos a la subjetivación política: debates latinoamericanos*. (pp. 31-47). Biblioteca Latinoamericana de Subjetividades Políticas. <http://biblioteca.clacso.edu.ar/gsd/collect/clacso/index/assoc/D9608.dir/AcercamientosMetodologicosALaSubjetividad.pdf>
- Giddens, A. (2007). *Un mundo desbocado. Los efectos de la globalización en nuestras vidas*. Editorial Taurus.
- Gobierno de México. (sin fecha). *COVID-19. ¿Qué es el coronavirus?* <https://coronavirus.gob.mx/covid-19/>
- Gubern, R. (2000). *El eros electrónico*. Editorial Taurus. <https://escienciadecultura.files.wordpress.com/2013/10/gubern-el-eros-electronico.pdf>
- Grossberg, L. (2012). *Estudios culturales en tiempo futuro: Como es el trabajo intelectual que requiere el mundo de hoy*. Siglo XXI, Editores. <https://comunicacionlvm.files.wordpress.com/2015/09/lawrence-grossberg-estudios-culturales-en-tiempo-futuro-2012.pdf>
- Glover, M. (2021). Diferencia entre emoción y sentimiento en psicología. En *psicología-online*. <https://www.psicologia-online.com/diferencia-entre-emocion-y-sentimiento-en-psicologia-3942.html>
- Han, Byung-Chul. (2021). *No-cosas. Quiebras del mundo de hoy*. Editorial Taurus.
- Han, Byung-Chul. (2012). *La sociedad del cansancio*. Editorial Herder. https://underpost.net/ir/pdf/cy3/la-sociedad-del-cansancio_.pdf
- Hall, S. (2003). Cuestiones de identidad cultural. En Hall, S., y du Gay, P (comps.). *Cuestiones de identidad cultural* (pp. 13-39). Amorrortu Editores. <https://antroporecursos.files.wordpress.com/2009/03/hall-s-du-gay-p-1996-cuestiones-de-identidad-cultural.pdf>
- Hall, S. & Jefferson, T. (2014). *Rituales de resistencia: Subculturas juveniles en la Gran Bretaña de postguerra*. Madrid: Traficantes de Sueños. <http://www.acuedi.org/doc/7958/rituales-de-resistencia-subculturas-juveniles-en-la-gran-bretaa-de-postguerra.html>
- Hine, C. (2000). *Etnografía virtual*. Editorial UOC. <https://seminariosocioantropologia.files.wordpress.com/2014/03/hine-christine-etnografia-virtual-uoc.pdf>

- Hidalgo, T., Segarra, J. (2017). El fenómeno youtuber y su expansión transmedia. Análisis del empoderamiento juvenil en redes sociales. *Fonseca, Journal of Communication*, n. 15, 2017, pp. 43-56. Ediciones Universidad de Salamanca. https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/142592/El_fenomeno_youtuber_y_su_expansion_tran.pdf;jsessionid=09B95961BDE4AC15F879EBCE78FDB17B?sequence=1
- Huerta, G., Lagunes, A., y Torres, C. (2018). La gestión de la identidad digital y sus dimensiones. En C, Montes de Oca, F. García y E. Orozco (eds.). *Innovación, Tecnología y Liderazgo en los entornos Educativos* (pp. 423-442). Humboldt International University. https://www.researchgate.net/publication/326493939_Eduaction_Miami_2018_-_Proceedings_Innovacion_Tecnologia_y_Liderazgo_en_los_Entornos_Educativos
- Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT). (2021). *Pronósticos de los Servicios de Telecomunicaciones*. Instituto Federal de Telecomunicaciones. <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/estadisticas/PronosticosTelecom2021.pdf>
- Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI). (2021). *En México hay 84.1 millones de usuarios de internet y 88.2 millones de usuarios de teléfonos celulares: ENDUTIH 2020*. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/OtrTemEcon/ENDUTIH_2020.pdf
- Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI). (2021). *Estadísticas a propósito del día mundial del internet (17 de mayo)*. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2021/EAP_INTERNET21.pdf
- Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH). (2010). *Los parachicos, una tradición de gran magnitud*. <https://inah.gob.mx/boletines/1448-los-parachicos-una-tradicion-de-gran-magnitud>
- Juanes, J. (2011). *Metafísica moderna, antropocentrismo y tecnociencia*. Universidad Nacional Autónoma de México.

- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Editorial Paidós. <https://stbngtrrz.files.wordpress.com/2012/10/jenkins-henry-convergence-culture.pdf>
- Koenigsberger, G. (2014). *Los inicios de internet en México*. Universidad Nacional Autónoma de México. <https://sdi.unam.mx/docs/libros/inicios-internet-en-mexico-libro.pdf>
- Lawrence, S. (2015). *Freud en Madison Avenue. Investigación motivacional y publicidad en América*. Editorial Paidós.
- Lavigne, G., McAnally, L., y Organista. (2013). El teléfono inteligente (smartphone) como herramienta pedagógica. *Apertura*, vol. 5, núm. 1, abril, 2013, pp. 6-19. Universidad de Guadalajara Guadalajara. <https://www.redalyc.org/pdf/688/68830443002.pdf>
- Le Bon, G. (2018). *Psicología de las masas*. Biblioteca virtual OMEGALFA. www.omegalfa.es.
- Lévy, P. (2007). *Cibercultura: la cultura de la sociedad digital*. Anthropos Editorial, Universidad Autónoma Metropolitana. <https://antroporecursos.files.wordpress.com/2009/03/levy-p-1997-cibercultura.pdf>
- Lefebvre, H. (2013). *La producción del espacio social*. Capitán Swing Libros, S. L. <https://istoriamundial.files.wordpress.com/2016/06/henri-lefebvre-la-produccion-del-espacio.pdf>
- Le Breton, D. (1999). *Las pasiones ordinarias. Antropología de las emociones*. Ediciones Nueva Visión. <https://docer.com.ar/doc/nnvxen5>
- Lipovetsky, G. (2009). *La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*. Editorial Anagrama. https://docs.google.com/file/d/0B0_FjdluRK7uZGQ3MzEyNGQtNDQyOS00NTU4LTg5NzktNjZmMjM4NmQ5ZDc5/edit?resourcekey=0-d_hm48VLogSARHKobK0xNg
- Lipovetsky, G. (2006). *Los tiempos hipermodernos*. Editorial Anagrama. <https://cursoshistoriavdemexico.files.wordpress.com/2019/07/lipovetsky-gilles-y-sc3a9bastien-charles-los-tiempos-hipermodernos.pdf>
- Lipovetsky, G. (1986). *La era del vacío*. Editorial Anagrama. <http://catedradatos.com.ar/media/lipovetsky-La-era-del-vacio.pdf>

- Lovink, G. (2019). *El abismo de las redes sociales. Culturas críticas de internet y la fuerza de la negación*. Editorial Diecisiete. <https://networkcultures.org/wp-content/uploads/2019/11/ElAbismoDeLasRedesSocialesLovink.pdf>
- McLuhan, M., Powers, B. (1995). *La aldea global. Transformaciones en la vida y los medios de comunicación mundiales en el siglo XXI*. Gedisa Editorial. https://monoskop.org/images/2/2c/McLuhan_Marshall_Powells_BR_La_aldea_global.pdf
- Mariscal, Á. (2021). La lucha de estudiantes normalistas por subsistir [subsistir], entre desalojos, recortes presupuestarios y disminución de matrícula. *Chiapas paralelo*. <https://www.chiapasparalelo.com/noticias/chiapas/2021/05/la-lucha-de-estudiantes-normalistas-por-subsistir-entre-desalojos-recortes-presupuestarios-y-disminucion-de-matricula/>
- Maffesoli, M. (2009). *Iconologías. Nuestras idolatrías postmodernas*. Ediciones Península. https://kupdf.net/download/maffesoli-michel-iconologias-nuestras-idolatrias-postmodernas_59b5f9d4dc0d60c7338ceb1e_pdf
- Montoya, G., y Pérez, E. (2020). Jóvenes y cultura(s) digital(es): primeras aproximaciones. En Montoya, G., y Pérez, E (Coord.). *Jóvenes entre plataformas sociodigitales. Culturas digitales en México*. (pp. 11-42). Universidad Nacional Autónoma de México. <http://www.sij.unam.mx/images/publicaciones/publicacion0.pdf>
- Moras, P. (2019). Consumos culturales, medios de comunicación y nuevas tecnologías en Cuba. En R. Radakovich y A. Wortman (coordas.). *Mutaciones del consumo cultural en el siglo XXI*. (pp. 41-64). Editorial Teseo. http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20191024041031/Mutaciones_del_consumo.pdf
- Morales, S. (2019). Derechos digitales y regulación de Internet. Aspectos claves de la apropiación de tecnologías digitales. En Morales, M., y Rivoir, A. (Coords). *Tecnologías digitales. Miradas críticas de la apropiación en América Latina*. (pp. 35-49). Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales CLACSO. <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20191128031455/Tecnologias-digitales.pdf>

- Monsiváis, C. (S.f.). *Los rituales del caos*. Ediciones Era.
https://tuxdoc.com/download/carlos-monsivais-los-rituales-del-caospdf_pdf
- Muriel, D. (2018). *Identidad gamer. Videojuegos y construcción de sentido en la sociedad contemporánea*. Publicado por ANAITGAMES.
https://www.researchgate.net/publication/330118135_Identidad_gamer_Videojuegos_y_construccion_de_sentido_en_la_sociedad_contemporanea
- Mueller, F. (1965). *La psicología contemporánea*. Fondo de cultura económica.
- Nórtika, (2021). *Redes sociales más usadas en 2021*.
<https://nortika.mx/redes-sociales-mas-usadas/>
- Organización mundial de la salud, OMS. (2020). *Preguntas y respuestas sobre la enfermedad por el coronavirus (COVID-19)*.
<https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses#:~:text=sintomas>
- Organización de las Naciones Unidas, ONU-mujeres, (2020). *COVID-19 y su impacto en la violencia contra las mujeres y niñas*.
https://www2.unwomen.org/-/media/field%20office%20mexico/documentos/publicaciones/2020/abril%202020/covid19_violenciamujeresninas_generalabril2020.pdf?la=es&vs=2457
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, UNESCO. (2017). Creatividad. En Octavio Kulezs. *La cultura en el entorno digital*. (pp. 25-32). Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, UNESCO.
<https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/dce-policyresearch-book2-sp-web.pdf>
- Pérez, S. (2019). *Manual Latinoamericano de Salud y Enfermedad Psicológicas*. <http://salud-psicologica.mx/doku.php/enfermedades-psicologicas:egolatria>
- Prensky, M. (2001). Nativos Digitales Inmigrantes Digitales. *On the Horizon (MCB University Press, Vol. 9 No. 6, 1-7)*.
<https://aprenderapensar.net/wp-content/uploads/2010/10/Nativos-digitales-parte1.pdf>

- Quorum Comunicaciones. (2019). *Identidad digital vs identidad análoga: ¿Cuál es la verdadera?*
<https://quorumcomunicaciones.cl/index.php/2019/11/27/identidad-digital-vs-identidad-analoga-cual-es-la-verdadera/>
- Ramos, M. (2020). Interacción sociodigital y emociones: el uso juvenil de los emojis. En Marina Ariza (Coord.). *Las emociones en la vida social: miradas sociológicas*. (pp. 325-360). Universidad Nacional Autónoma de México.
- Rivera, C., y Solórzano, N. (2009). Identidad. En M. Szurmuk & R. Mckee Irwin (Coords.). *Diccionario de Estudios Culturales Latinoamericanos* (pp. 140-146). Siglo XXI Editores.
<https://elpaginaslibres.files.wordpress.com/2009/12/diccionario-de-estudios-culturales-latinoamericanos.pdf>
- Rodríguez, A. (2006). *La brecha digital y sus determinantes*.
http://ru.iibi.unam.mx/jspui/bitstream/IIBI_UNAM/L100/1/brecha_digital_y_determinantes.pdf
- Scalisse, V. (2021). Transgresión y glamour, las portadas de la moda. Un análisis de la pasarela/vidriera de papel. *Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*. (2021-2022). Pp. 217-230 ISSN 1668-0227.
<http://www.scielo.org.ar/pdf/ccedce/n100/1853-3523-ccedce-100-181.pdf>
- Salud Chiapas, (s.f). *Coronavirus Chiapas*.
<http://coronavirus.saludchiapas.gob.mx/>
- Sartori, G. (1998). *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Editorial Taurus.
<https://www.redmovimientos.mx/2016/wp-content/uploads/2016/10/Homo-Videns.pdf>
- Secretaria de Cultura (2018). *Mapa de rutas de industrias creativas digitales*. Secretaria de cultura.
<https://agendadigital.cultura.gob.mx/documentos/mapaderutaicd.pdf>
- Sibilia (2012). *¿Redes o paredes? La escuela en tiempos de dispersión*. Tinta fresca ediciones S.A. <https://pdfcoffee.com/sibilia-redes-o-paredesdoc-pdf-free.html>
- Sibilia, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Fondo de Cultura Económica. <https://gracielahierro.files.wordpress.com/2019/02/la-intimidad-como-espectaculo-paula-sibilia.pdf>

Sibilia, P. (2005). *El hombre postorgánico: cuerpo, subjetividad y tecnologías digitales*. Fondo de cultura económica.
<https://comunicacionunal.files.wordpress.com/2010/09/sibilia-paula-el-hombre-postorganico.pdf>

Van Dijk, T. (2000). El discurso como interacción en la sociedad. En Teun A. van Dijk (Comp.). *El discurso como interacción social* (pp. 19-66). Gedisa Editorial.
<https://libroschorcha.files.wordpress.com/2017/12/el-discurso-como-interaccic3b3n-social-teun-van-dijk.pdf>

Anexos

Permiso para la investigación dirigido a los jóvenes colaboradores

Tuxtla Gutiérrez, Chiapas; México
A 31 de julio de 2021

Asunto: Solicitud de permiso

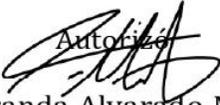
Jóvenes colaboradores de investigación
PRESENTES.

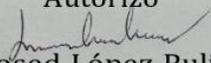
Por medio de este conducto, yo: Jairo Naamán Alonzo García, solicito de manera respetuosa a ustedes el permiso para el uso de su imagen, nombre, comentarios y posters que utilizan en sus redes sociales: Facebook y WhatsApp. Lo anterior, tiene fines académicos para llevar a cabo la investigación de posgrado, titulada: *El proceso de construcción de la identidad digital en jóvenes de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas*. Dicho trabajo, es parte de la Maestría en Estudios Culturales, adscrita a la Facultad de Humanidades Campus VI, de la Universidad Autónoma de Chiapas UNACH.

No dudando de su apoyo, gracias de antemano.
Reciban saludos cordiales.

Atentamente


C. Jairo Naamán Alonzo García
Interesado y estudiante de la
Maestría en Estudios Culturales


C. Miranda Alvarado Matines

Autorizó

C. José López Pulido

Autorizó

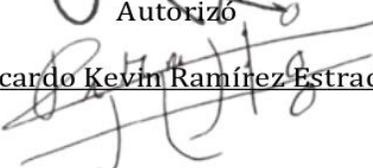
C. Mariana Lévano Rodríguez

Autorizó

C. Manuel Antonio Martínez Guzmán

Autorizó

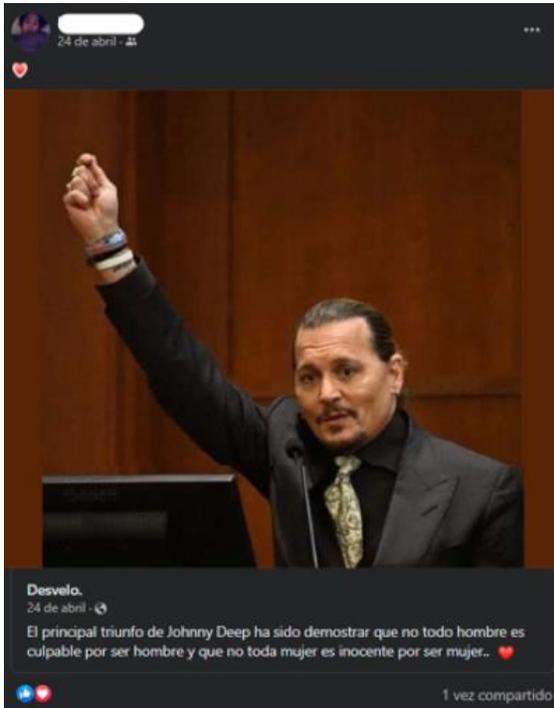
C. Alondra Monserrath Zamudio Borraz

Autorizó

C. Ricardo Kevin Ramírez Estrada

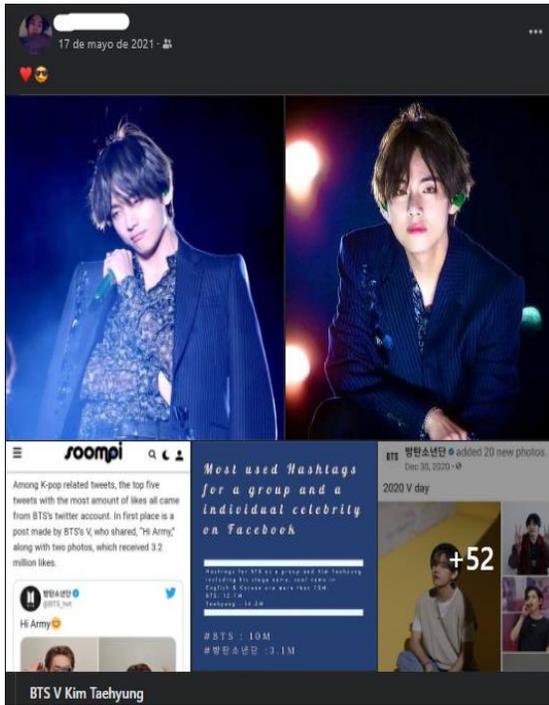
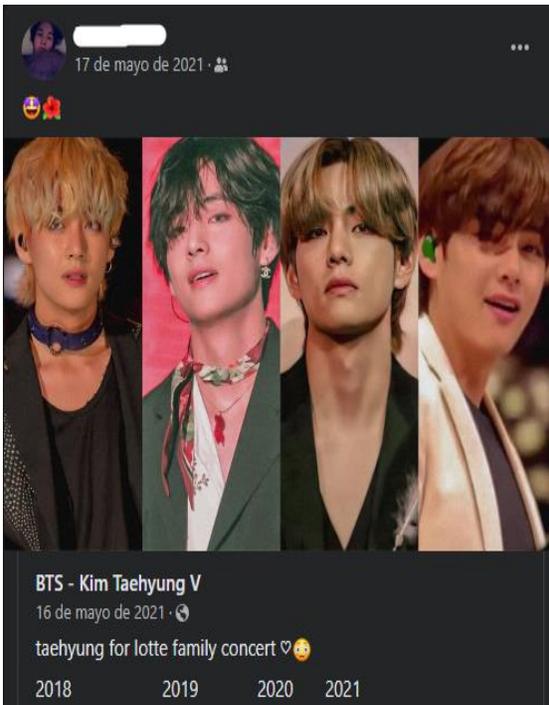
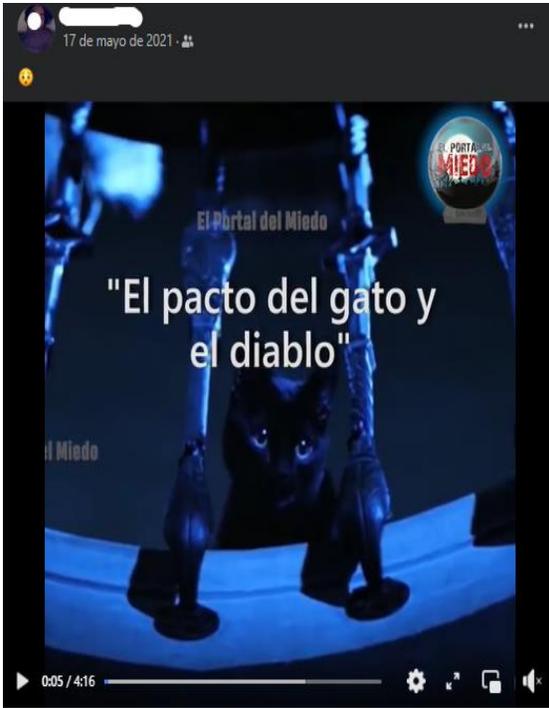

C. Waximara Isabel Nájera Pérez

Fotografías e imágenes compartidas en Facebook y WhatsApp

Mariana2







8 de abril de 2021 · 👤

👉❤️

ingenius

¿POR QUÉ FLUYEN TANTAS LÁGRIMAS?

0:04 / 4:02

Blackpink y Ventino
29 de octubre de 2020 · 🌐

Your Eyes Tell - BTS 🎧

¿Cuántos mas estan enamorados de esta canción? ❤️

#BTS... Ver más

26 de abril de 2021 · 👤

👉



Jeon Min
23 de abril de 2021 · 🌐

- Este Kim Taehyung es sinónimo de "ARTE" 💎✨

26 de abril de 2021 · 👤

☀️



Haz clic para ampliar

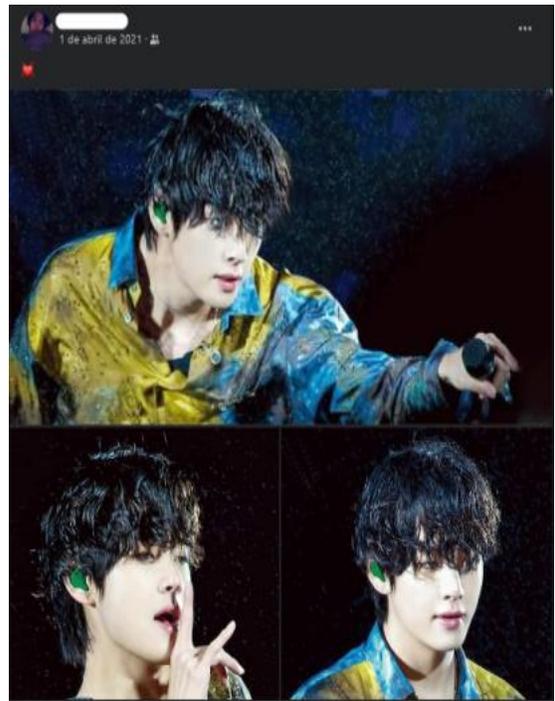
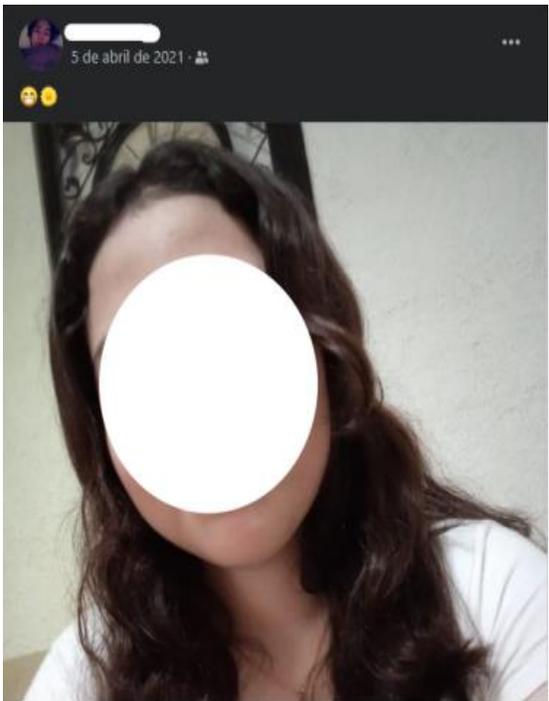
👤 ha compartido un video de la lista de reproducción Canciones subtituladas al español.
9 de abril de 2021 · 👤

👉



Me adecué a ti aceptándolo todo







20 de marzo de 2021 · 🇺🇸



Pieer Vlogs
@pieervlogs

Hago tarea de inglés escuchando música en coreano mientras pienso en español.

Amó los kdramas y el kpop
20 de marzo de 2021 · 🇺🇸
Si soy xd

13 de marzo de 2021 · 🇺🇸



Siempre creíste en mí, amigo. Hasta cuando ni yo lo hice.

Siempre supe que triunfarías. Me enorgulleces.

Gracias. Significa mucho para mí.

10 de marzo de 2021 · 🇺🇸



Me gusta estar sola. Es cómodo
I like being left alone. It's comfortable.

Asiáticos guapos que curan tu depresión
10 de marzo de 2021 · 🇺🇸
Otros: ¿Y porque sigues soltera?
Me:
Dreams ✨

7 de marzo de 2021 · 🇺🇸

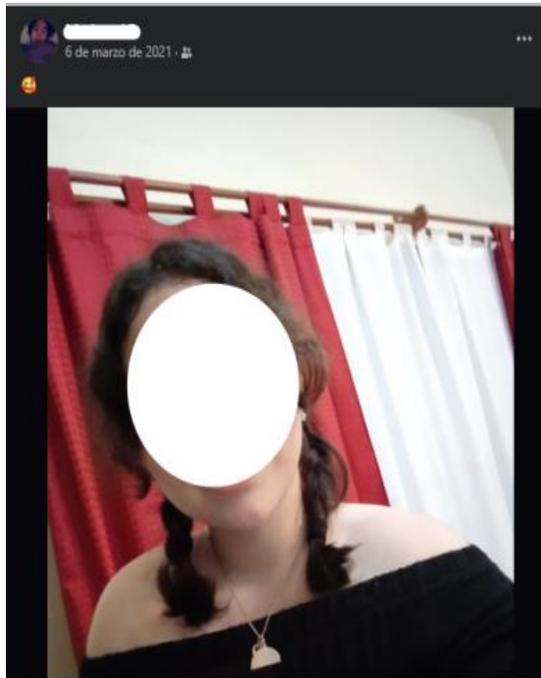
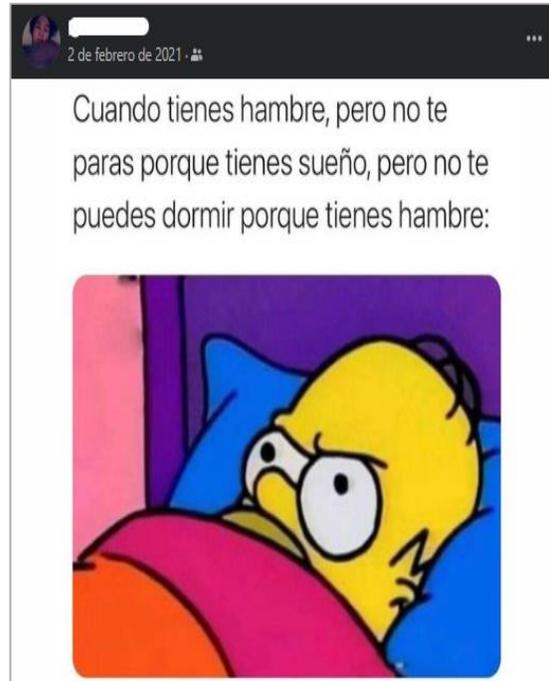


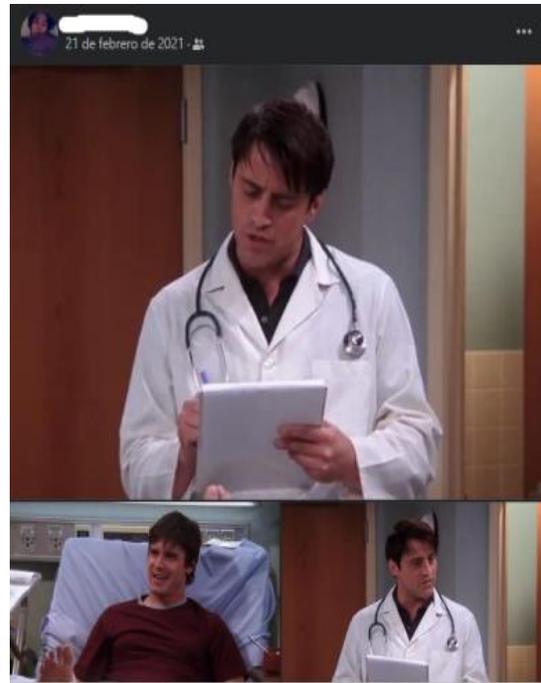
K-POP ARTIST

Agust D

Agust D
Agust D

0:32 / 1:40





Manuel6



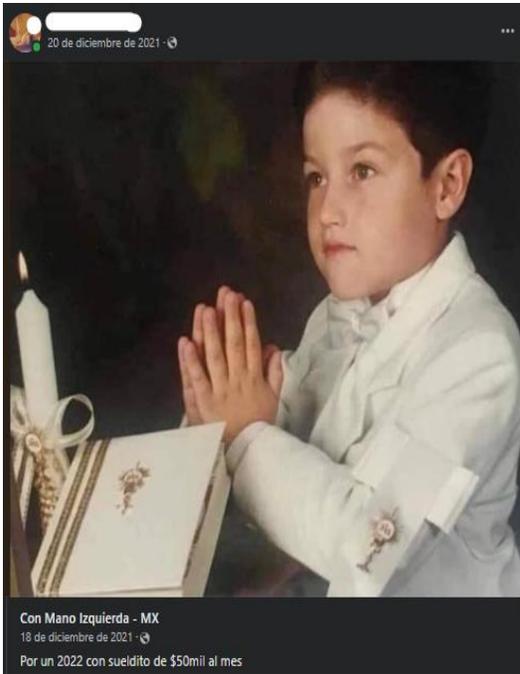






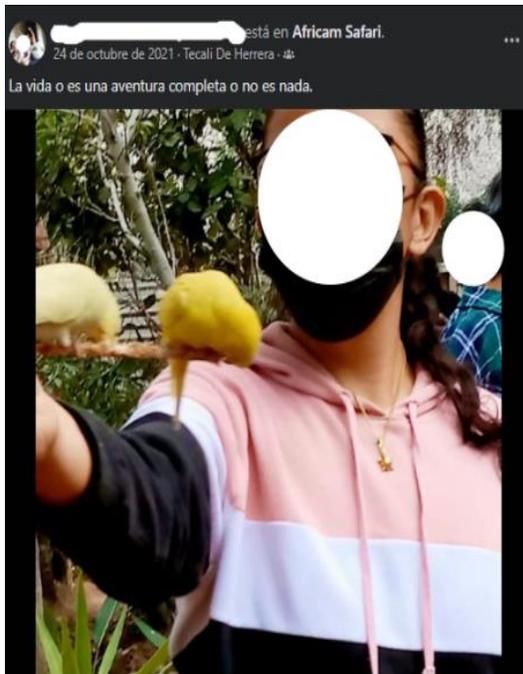


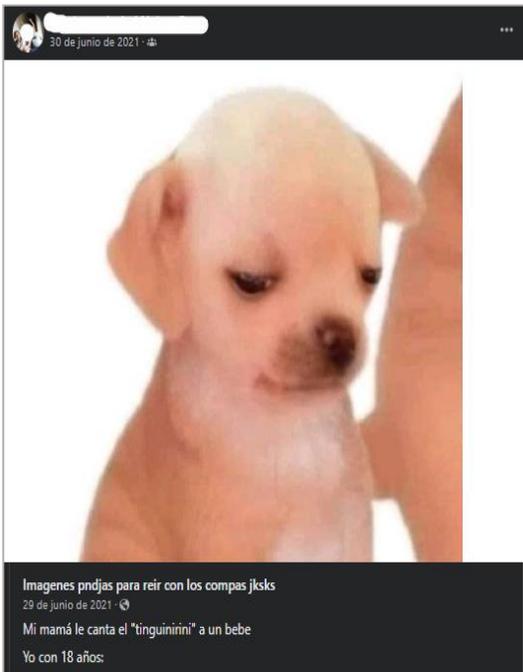




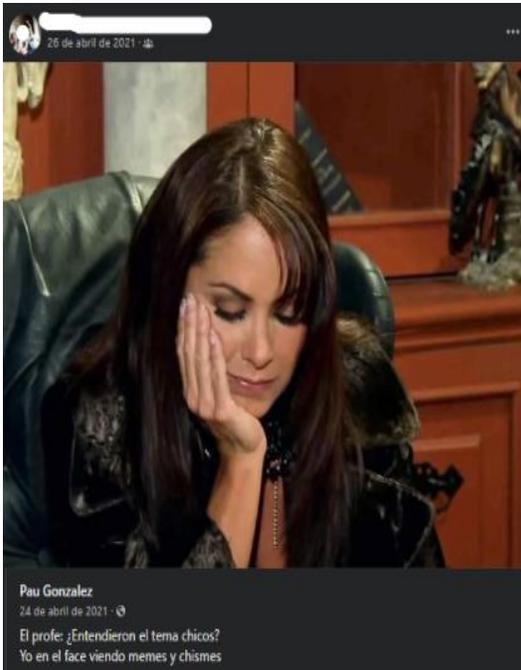
Waximara1





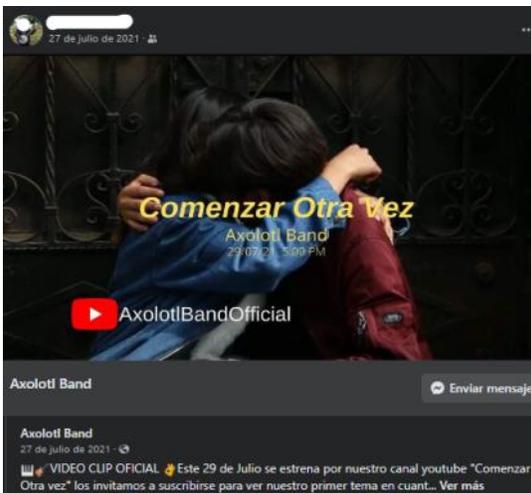
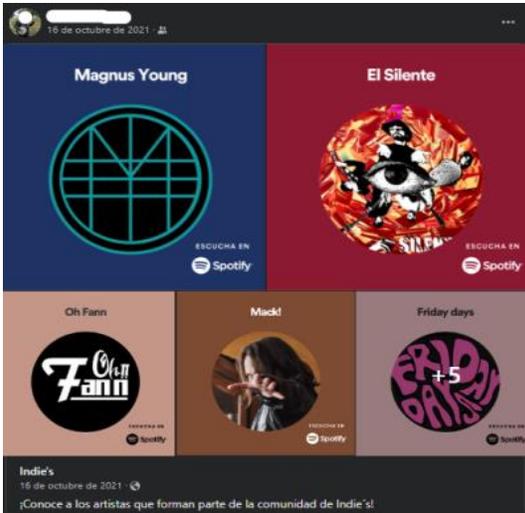


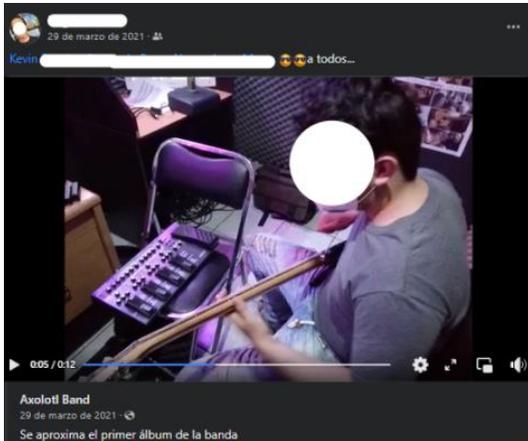




Kevin4

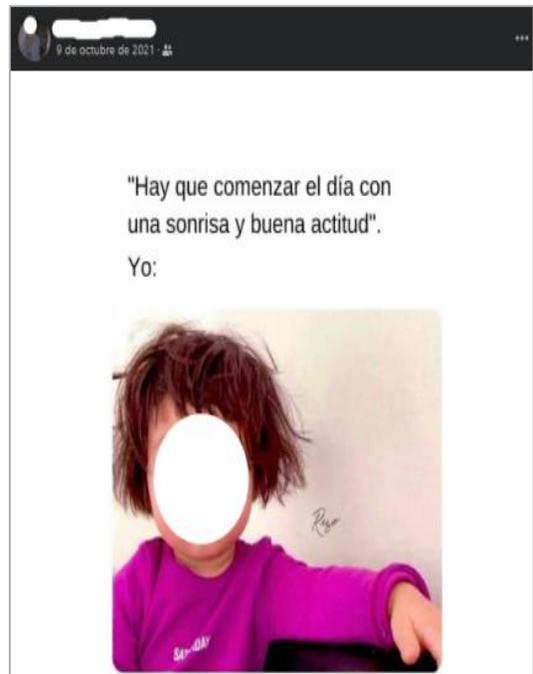
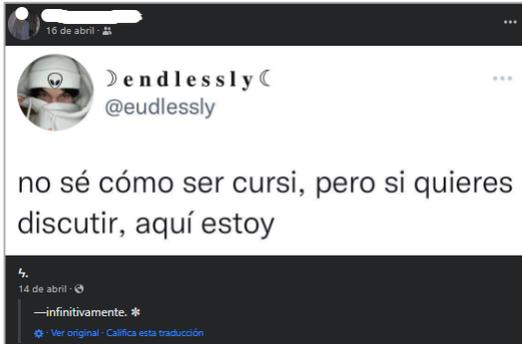


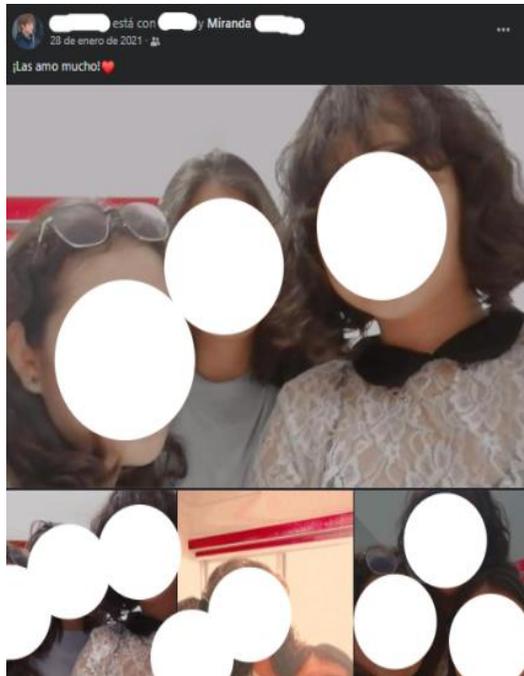




Miranda7



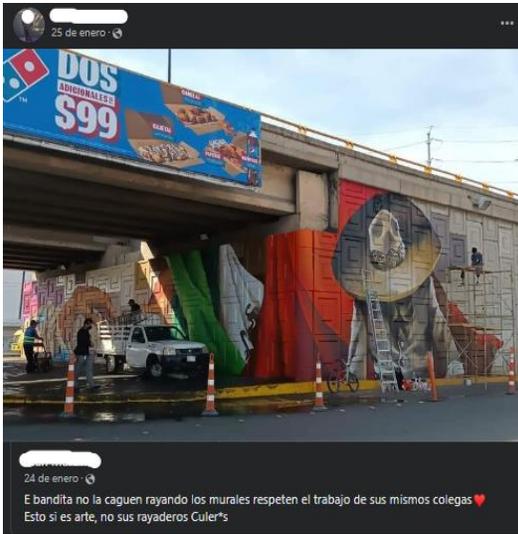




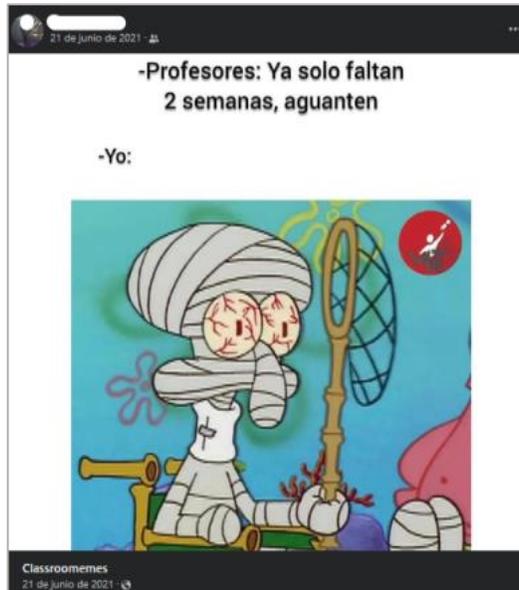
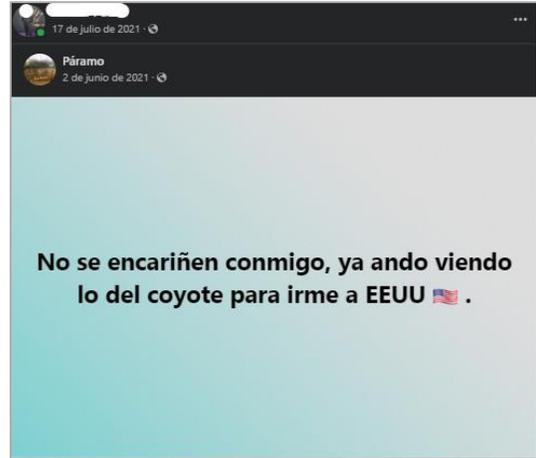
Jhosed3



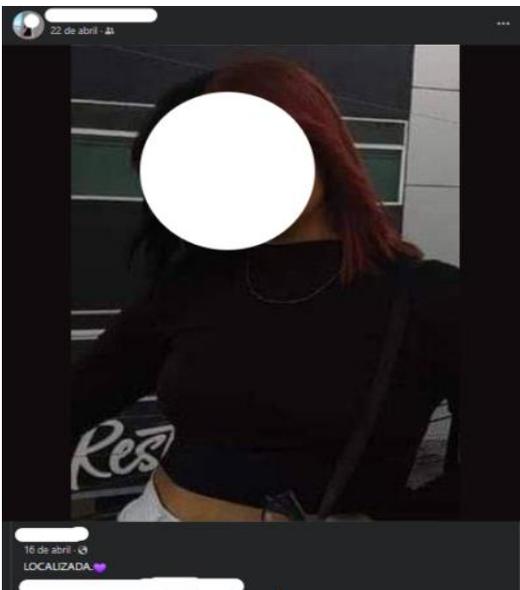
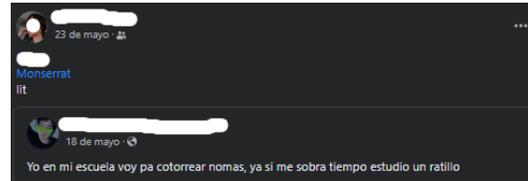


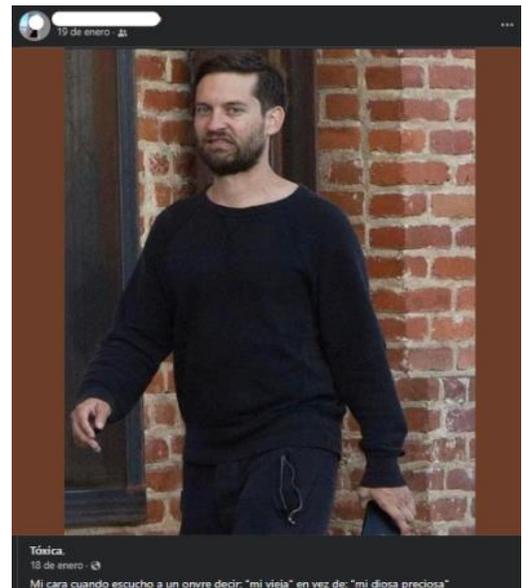
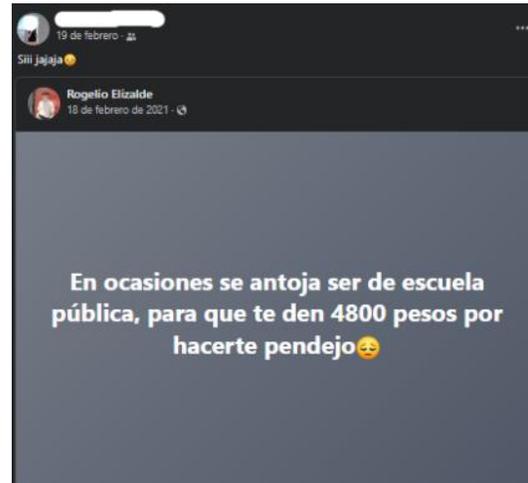


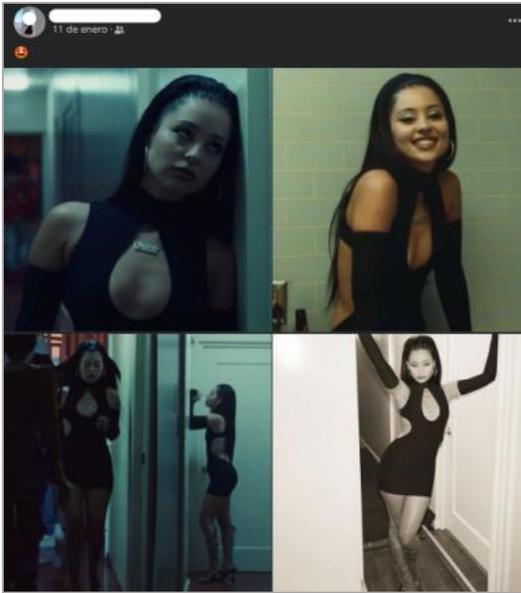


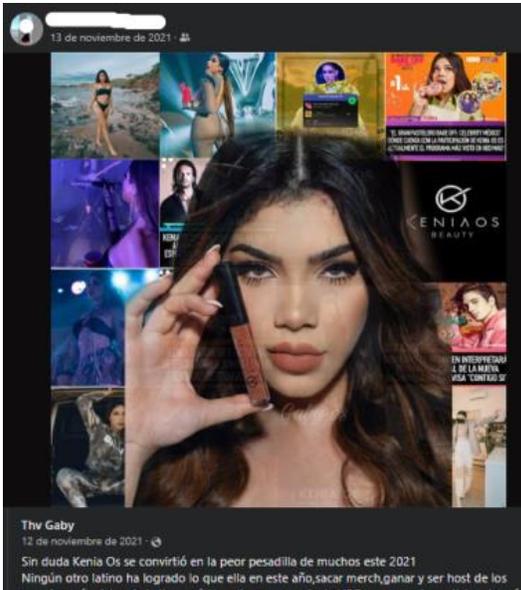


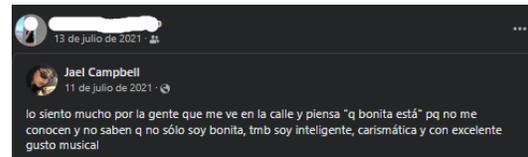
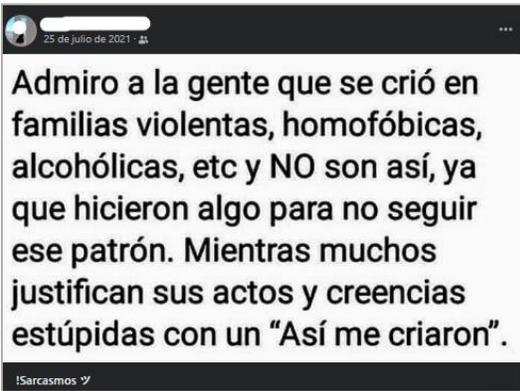
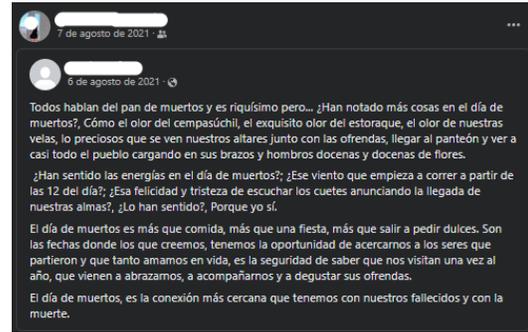
Montserrat5

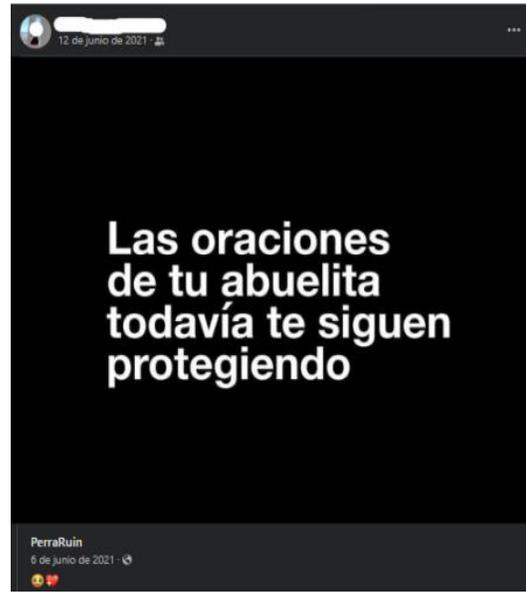






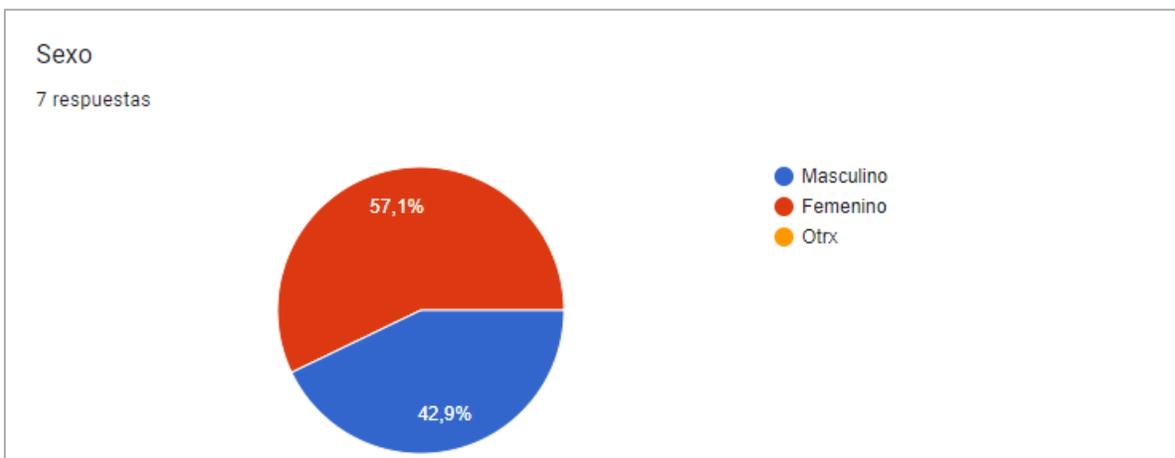
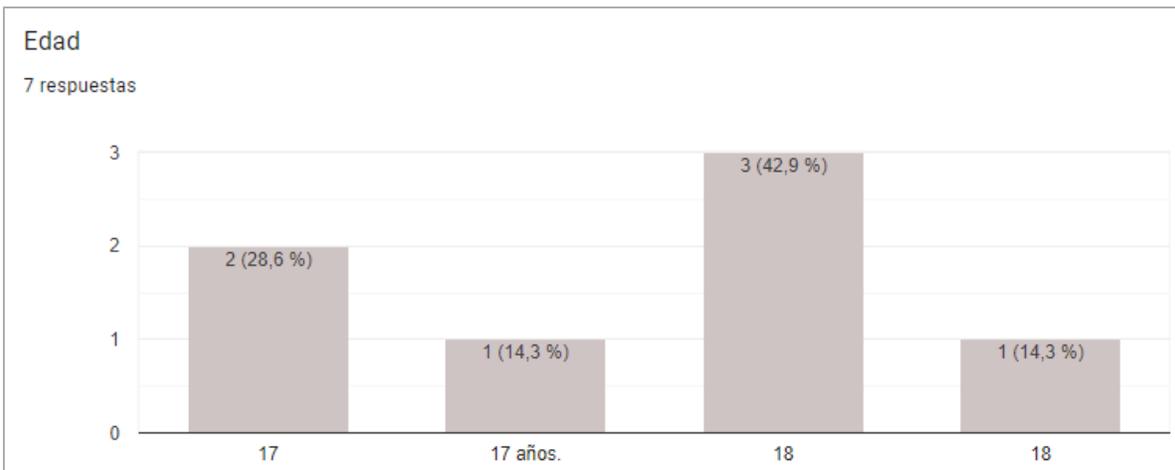






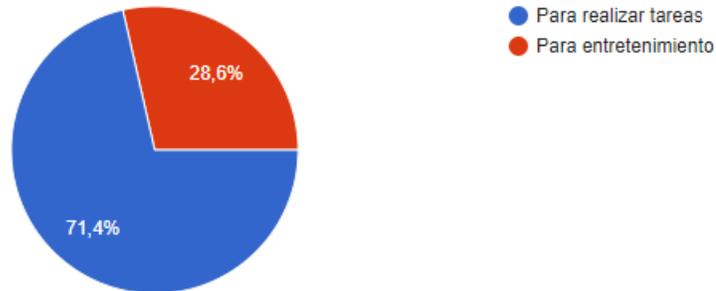
GRÁFICAS

Uso de las redes sociales digitales



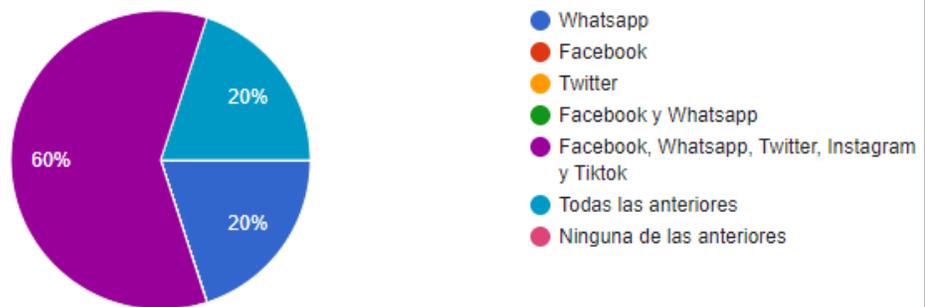
¿Cuál es el tu objetivo de búsqueda en la web?

7 respuestas



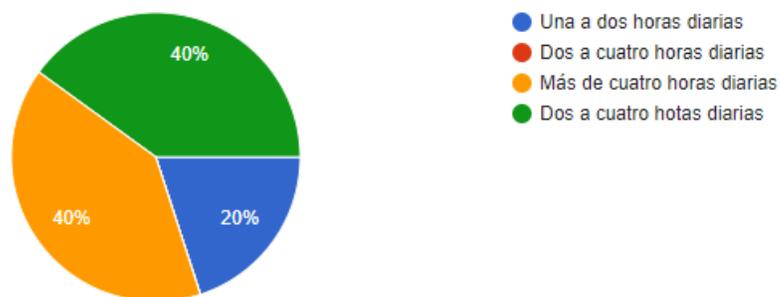
¿Qué redes digitales o sociales utilizas?

5 respuestas



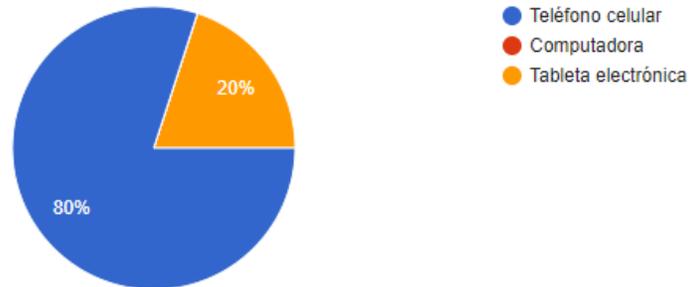
¿Con qué frecuencia utilizas las redes sociales?

5 respuestas



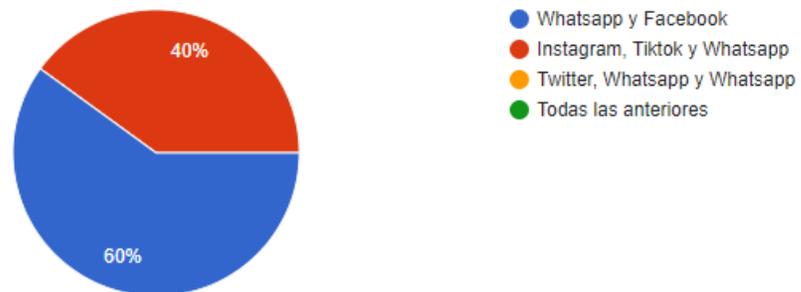
¿Con qué equipo accedes a las redes digitales o sociales?

5 respuestas



¿Qué redes utilizas más?

5 respuestas



¿Estas de acuerdo en apoyar este tipo de investigación y realizar este tipo de actividades?

7 respuestas



GRUPOS DE INTERACCIÓN

Grupo de WhatsApp



Grupo de Facebook



GUÍA DE ENTREVISTA

Cuestionario aplicado a los jóvenes colaboradores de la investigación

N°	Pregunta
1.	Desde tu punto de vista ¿Cómo crees que ha impactado pandemia del Covid-19 en la sociedad?
2.	¿Se te ha dificultado adaptarte a esta modalidad?
3.	Desde tu experiencia ¿Cómo ha afectado tu vida cotidiana tanto de manera positiva o negativa la situación de la pandemia causada por el Covid-19?
4.	Dentro de tus actividades cotidianas ¿has dejado de hacer cosas o has aprendido a hacer cosas nuevas?
5.	De manera general ¿Cuáles son tus actividades del día a día?
6.	¿La situación de la pandemia ha sido un obstáculo para realizar tus actividades académicas? Si ¿Por qué? No ¿Por qué?
7.	¿Qué pasa tiempos o actividades realizas cuando no estás en Internet?
8.	¿Qué pasa tiempos o actividades realizas cuando no estás en Internet?
9.	¿Cómo es tu interacción en las redes digitales? Mucha ¿Por qué? Más o menos ¿porqué? Poca ¿Por qué?

ENTREVISTAS

	Universidad Autónoma de Chiapas Facultad de Humanidades Campus VI Maestría en Estudios Culturales	
		
Proyecto:	<i>El proceso de construcción de las identidades digitales en jóvenes de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas</i>	
Nombre del (la) entrevistado (a):	Waximara Isabel Pérez Nájera	
Proyecto a cargo de:	Jairo Naamán Alonzo García	
Duración de la entrevista:	27 minutos y 14 segundos	N° de entrevista: 01
Lugar:	Tuxtla Gutiérrez, Chiapas; México	Fecha: 26 de julio de 2021
<p>Entrevistador: Buenos días Waximara, gracias por la oportunidad, vamos a platicar un poquito, esta entrevista versa sobre la pandemia, cuál es la experiencia de ustedes como jóvenes, como jóvenes que están en un grado académico, que están estudiando, cómo ustedes se van enfrentando ante esta nueva normalidad, nueva normalidad o lo que se conoce como eso.</p> <p>1. Entonces, no sé si quisieras comenzar a platicarme desde tu punto de vista ¿cómo crees que ha impactado la pandemia Covid en la sociedad? ¿cómo crees tú que ha impactado la pandemia Covid en la sociedad?</p> <p>Waximara Pérez: <i>Pues creo que impactó bastante, ya que es algo que nadie se esperaba, fue de un momento a otro que nos cerramos en nuestras casas, aislándonos por completo de la sociedad y empezando una nueva modalidad de estudio, que la mayoría de las personas o la mayoría de los alumnos no estábamos acostumbrados a pasar todo nuestro día frente a una computadora y en la convivencia que teníamos físicamente, antes de la pandemia pues, eso fue un cambio radical. Como había mencionado no estamos acostumbrados, pero de todo hay que ver el lado bueno, ya que hemos aprendido a manejar aparatos o a manejar computadoras de manera diferente a como era el uso de antes que solo era para hacer trabajos, no sé, las habilidades en cuanto a ese entorno [virtual/digital], siento que han crecido, pero también han reducido las habilidades que teníamos cuando íbamos a clases presenciales o teníamos más contacto con personas.</i></p> <p>Entrevistador: OK, muy bien</p>		

2. ¿se te ha dificultado adaptarte a esta, este... nueva forma de aprender, de estar en la red has tenido alguna dificultad o has sido pues algo normal como para ti?

Waximara Pérez: Al principio fue como que, el cambio muy fuerte entonces es difícil acoplarse, pero ya vamos con más de un año y pues ya siento que a estas alturas ya estamos todos acostumbrados al momento de estudio en línea, aunque no va a ser siempre lo mismo, ya que sí tienes alguna duda, tienes que saber cómo explicarlo en un lapso corto de tiempo y cuando era presencial podíamos tomarnos todo el tiempo que quisiéramos.

Entrevistador: Ok, muy bien.

3. Desde tu experiencia me puedes decir ¿cómo ha afectado en tu vida cotidiana, ya sea de manera positiva o negativa esta parte de la situación de la pandemia causada por el Covid? sí afectó de manera positiva, o negativa, o de las dos formas ¿Cómo? si tú pudieras decime.

Waximara Pérez: Pues sí afecta bastante, usted me llevaba conociendo un año y antes era más de hablar, en la escuela y ahorita cuando nos pasamos a método... este método de estudio pues me volví más cerrada, más callada de lo que comúnmente soy y siento que eso afecta porque me futuro no voy a, no voy a lograr nada sino hablo, entonces es algo con lo que he estado trabajando pero aun así me cuesta y ya era algo que ya poco a poco iba retomando, pero el dejarlo en pausa por llevar las otras cosas. por ejemplo, las clases en línea, estar atento, no perderte nada porque si te distraes pues... puedes perder algún detalle de la clase, entonces siento que he perdido eso y también he perdido la facilidad de expresarme cuando hacíamos exposiciones, ahora cuando me dicen que hay una exposición me pongo nerviosa porque no sé si lo voy a hacer bien, o la facilidad de hacer amigos como antes, ya no es lo mismo hacer un amigo en línea, que hacer un amigo en presencial.

Entrevistador: Ok, muy bien, muy bien.

4. Dentro de tus actividades cotidianas, ¿has dejado de hacer cosas o has aprendido a hacer cosas nuevas? no sé qué tal vez, han agarrado el hábito de bordar, en punto de cruz, o han agarrado otro hábito, hacer ejercicio en tal hora u otro tipo de rutinas o hábitos, pero han dejado de hacer cosas qué es lo que ha pasado con Waximara durante, ya casi un año y medio, ya un año y medio, ¿qué cosas ha dejado de hacer Waximara y qué cosas pues ha aprendido a hacer? Desde tu experiencia.

Waximara Pérez: Pues he dejado de hacer apuntes y todo eso, ya nada más le tomo captura y ya lo guardo en mi teléfono y pues antes en la escuela pues no existía eso, siempre estaba las libretas apuntando todo momento, es algo que ya no hago porque se me hace más fácil tomarle la captura y ya, y guardarlo en la computadora , pero siento que es un mal hábito porque es mejor tener una libreta, más fácil y siento que al escribirlos tu memoria se lo va aprendiendo o absorbe algo al escribirlo, es algo que he dejado de hacer, pues también he dejado de levantarme temprano porque antes cuando iba a la escuela me levantaba muy temprano y ahora sí intento levantarme a la hora que me levantaba antes cuando íbamos presidencial, no puedo, me vuelvo a dormir o digo para que me levanto si no voy a hacer nada, entonces, eso también lo he dejado de hacer pero, algo que he empezado a hacer...es algo chistoso porque se supone que esto debí haber empezado a hacerlo, cuando no estábamos en cuarentena, pero lo empecé cuando estábamos en cuarentena, qué fue a hacer ejercicio entonces ya fui al gimnasio ya voy a hacer un año, nunca pensé aguantar tanto, pero aunque siempre soy una persona que se aburre muy fácil, si no.... le das lo que quieres, se aburre muy fácil, ya me voy cambiando de gimnasio como 3 veces, porque no es lo que yo quiero, y me aburro muy fácil ya en él que estoy ahorita siento que es el que he disfrutado.

Entrevistador: ¡Ah ok, muy bien, digamos que, te gusta el gimnasio, pero a veces como que las rutinas no te atraen de ese gimnasio ¿tal vez? o la atención o por qué has cambiado en ese sentido.

Waximara Pérez: He cambiado porque básicamente porque en los gimnasios, en el primer gimnasio que estuve practicaban calistenia, que es un deporte de hacer barras y todo eso, pero siempre la rutina eran el lunes cardio, martes abdomen así todo el día, todos los días había algo que hacer y todas las semanas era lo mismo y rara la vez que cambiaban los ejercicios siempre, siempre la semana hacían lo mismo empiezo a faltar algunos días, digo ¿para qué voy? Si ya lo hice la semana pasada y empecé a faltar y empecé a faltar, entonces digo si empiezo a faltar, me va a dar flojera de ir, mejor busco otro gimnasio, busqué otro era el mismo problema pero... en el primer gimnasio me... me salí porque era muy individualista, te ponían en el pizarrón que ibas a hacer y ya tú lo hacías y se sentía muy aburrido al principio no, porque era algo que no estaba acostumbrada, pero después se sintió muy aburrido, porque cada quien le hacía sus grupitos y pues no teníamos esa convivencia de grupo, que es algo que tengo en el nuevo gimnasio, que el nuevo gimnasio no ponen ejercicios en el pizarrón nos van diciendo poco a poco y lo vamos haciendo en grupos o en parejas, se tiene más la convivencia, es más alegre, que cuando estábamos en otros gimnasios.

Entrevistador: Ah ok sí, es algo importante puedes tener esa parte de la convivencia, es decir, esa parte de pertenecer a un club, prácticamente, no de que, todos se incluyan y sobre todo que hay un instructor de... de... planta ¿no? que siempre esté detrás de los alumnos ¿no? diciendo o poniendo otro tipo de en cosas, digo yo no he ido a un gimnasio pero este... por ejemplo he practicado deportes, de que si, este... son ejercicios vaya ¿no? y se necesita pues siempre de un maestro que este ahí detrás ¿no? y de los alumnos haciendo esta parte del club, no sé dando pues tal vez, acompañamiento o dando a esta motivación ¿no? que es muy importante en los ejercicio ¿no? o en la gimnasia o los gimnasios ¿no? que es la motivación, es algo muy importante ¿no? esté... bueno me la atención a esta parte, de que pues, me... tú quieres hacer esa sociabilidad ¿no? ser sociable, no, llevarte bien con los del...con los del club, no, que haya esta parte de una fraternidad del club, no, prácticamente es algo muy, muy interesante ¿no?

5. Bien, manera general ¿cuáles son tus actividades del día a día, en tu vida cotidiana? Te levantas a tal hora, realizas tal actividad, qué es lo que hace Waximara en su vida cotidiana, en el día a día.

Waximara Pérez: Pues ahorita que estamos de la vacaciones pues me levanto como a las 9 o 10, raramente o a veces me levanta a las 8, pues luego desayuno, aseo el patio de mis perros, les doy su alimento, si me toca bañarnos, los baños y si no, [intendible] después cada dos días, hago el aseo de la casa ayudo a mi mamá, vamos a hacer las compras de la semana, dependiendo como esté el día o si ya no hay nada tenemos que ir si o si, ya después ya tengo todo el día libre, solo que en las tardes trabajo de 6 de la tarde a las 7:30 h y 7:30 h de 8 a 9 voy al gimnasio y luego me regreso a tu casa, si es viernes, los viernes tengo que hacer de mi tarea de inglés sino lo hago en la mañana porque me da flojera, la tengo que hacer en la noche, la hago ya que el sábado tengo que entrar de... 9 de la mañana a 1 de la tarde inglés y pues lo demás días son como normales, siento yo que siempre me levanto a las...en el mismo horario, hago el, el que... la actividad que siempre está constante es el desayuno, la comida, la cena y el aseo del patio de mis perros ya pues eso es lo que hago constantemente y antes cuando estábamos en clase pues no tenía tanto tiempo libre, siempre estaba en la computadora y los 15 minutos o 10 minutos que teníamos de clase en clase, lo usaba para ir a ver a mis perritos o tomar agua y regresar otra vez a sentarnos para la siguiente clases.

Entrevistador: Sí, sí ok, muy bien, y cuando estabas en, bueno, estábamos en clases presenciales también no teníamos mucho tiempo verdad lo que implicaba ir pues de 7 a 3, no de tiempo completo, no, ir y luego pues ocuparte ese tiempo en la escuela y luego venir ver a los perritos o hacer otras actividades se te complicaba, no, sin embargo creo que... que hacías tus... tus actividades me parece que una vez, si no mal recuerdo, comentaste que dabas clases de patinaje ¿verdad? a ese trabajo te refieres ¿no? de que tú das clases ¿verdad?

6. Muy bien perfecto oye Waximara y dentro de todo esto, de la situación de la pandemia este ¿ha sido un obstáculo para realizar tus actividades académicas la situación de la pandemia? te ha... ha sido para ti un obstáculo o te has adaptado bien, tu familia es adaptado bien este... sí ha sido un obstáculo para hacer tus actividades académicas o cotidianas sí, sí por qué, sino también por... por qué, no.

Waximara Pérez: En parte sí, en parte no, porque cuando íbamos en presencial pues mi mamá tenía a trabajar aunque ella se iba a jubilar pero le faltaban con meses antes que iniciar la cuarentena y, ya se había jubilado pues ya estaba en la casa y yo seguía en la escuela y era como que la tensión de que todo tenía que hacer mi mamá, no podía ayudarle porque estaba en la escuela y llegaba a la tarde comía, me bañaba, hacía mi tarea y me iba a trabajar entonces, era como una rutina todos los días que ya sentía que ya me estaba hartando, ya no quería, hay días que no me levantaba porque no quería ir, pero tenía que ir a la escuela, porque eran días muy importantes que si daban un tema y no lo entiendo pues cómo me recupero entonces, el entrar a cuarentena alejando el virus, alejando las muertes que han pasado o las personas que sean contagiado pues, yo siento que en parte fue un respiro porque el cambio de rutina que estamos acostumbrados todas las semanas, todos los días es algo que a mí me aburre mucho y me desespera pues, él cambiar a otro tipo de rutina, otro método de estudio siento que fue una buena experiencia, pero llevamos un año y medio y también siento que algunas materias hemos tenido que pausarlas, en caso de biología o en química para hacer experimentos en laboratorio, pues ya no se pueden hacer y es algo que... eso sí muy triste, no me entristece y si no me preocupa porque mi carrera es básicamente para hacer experimentos y es algo que me gusta, entonces, el no hacerlo durante un año y medio es tener la incógnita de qué va a pasar si lo llego a hacer después de esta cuarentena, cómo va a ser el cambio o si voy a adaptar rápidamente o no, y para mi familia no le afectó tanto porque mis primos ya estaban acostumbrados, siempre están encerrados en sus casas, mi mamá como le mencionaba ya se había jubilado y se entretuvo, se buscó algo que hacer para no estar aburrida todo el día empezó bordando, luego

paso a hacer pulseras, después pasó a pintar y ahorita está haciendo ropa para perro, después no sé qué va a hacer pero siempre se halla algo que hacer entonces siento, siento que es algo que también heredé yo, porque no puedo estar, sin algo que hacer, necesito algo que hacer, pero no algo... que me impongan porque si me lo imponen, no lo hago, pues si es algo que le gusta lo hago con todo gusto, me llevó a mi tiempo, me esmero entonces, siento que fue un cambio bueno, pero a la vez malo porque nos afectó mucho en lo académico.

Entrevistador: Sí sí muy bien, fijate que es interesante lo que tú comentas porque esta rutina que tenía la sociedad es ya de hace tiempo pues se bueno, épocas pasadas pues había pandemias, ya durante el siglo 21, que llevamos, sobre todo las generaciones que están, las nuevas generaciones siempre se ha tenido esta parte de cuadrada, una rutina lineal, ir a la escuela, trabajar, estás en actividades durante el día, durante la noche se hace otra cosa etcétera. Una actividad, una rutina lineal aparte de que tenemos una rutina individual, tener una rutina social y es interesante lo que tú mencionas, porque tú me dices que, sí es doloroso, todo lo que ha pasado es algo muy importante, nadie lo esperaba pero, alejando esto es cambiar la rutina, como un respiro, y es algo muy interesante lo que tú comentas, es un respiro para la sociedad porque te permite ver, lo que se hacía y lo que se hace ahora, o, eso nos permite hacer esto y esto no nos permite hacerlo, bueno ventajas y desventajas, y es algo muy interesante. Escuchaba otros comentarios, de que, está muy mal todo, que ya terminé todo y pues que regresemos a como estaba antes, pero, por lo que tu comentas pues, tienes más tiempo para hacer otras cosas y es algo muy interesante, muy aparte de todo lo que ha pasado de los fallecimientos, la pérdida, es un respiro para ti, no, como una generación actual, es un respiro para ti un cambio de rutina, es algo muy interesante.

7. Este cuando tú no estás... bueno, ¿cuándo tú no estás conectada a internet, cuando tú no estás en la computadora, ni en Facebook, ni en WhatsApp, qué pasatiempos realizas? tienes algún pasatiempo, no sé, dominó este... no sé, ajedrez, Jenga, qué pasatiempos tú haces o juegas a tus perritos, los sales a pasear no sé a la cuadra, cuál es tu... qué actividad o pasa tiempo hace Waximara, cuando agarra el teléfono ah ya contesté mis mensajes, me voy a desconectar una hora o dos horas, no, y lo voy a dejar acá, Waximara se va a ver Netflix, qué hace Waximara, que pasatiempos o actividad hace Waximara cuando no está en...en la red o en las redes sociales, en internet qué hace Waximara.

Waximara Pérez: Pues comúnmente siempre estoy trabajando o cuando no estoy trabajando, cuando me desconecto es porque estoy jugando con mi perrita o salgo algún lugar con mi mamá y no hay internet pues, con vivíamos ella y yo, tenemos una casita en la granjas que apenas la estamos como dando mantenimiento, vamos una vez a la semana y como todavía no nos hemos metido todos los servicios, no queremos meterle internet, porque siento que es un espacio en el que nos liberamos de estar todo el día en la computadora o en el teléfono, cuando vamos para allá la ayudo a mi mamá a... a cultivar sus flores, a ella le encantan las plantas, a mí no, a mí me da cosa porque los animalitos insectos, no sé, no me gustan pero trato de ayudarle, tenemos árboles que son de frutos, entonces me pongo yo a cortarlos, hay veces que ya los regalamos, por qué no lo consumimos todos nosotros, entonces para que se eche a perder mejor, y siempre gasto mi tiempo si no es con mis perritos, es con mi mamá o a veces rara vez, me pongo a pintar cuando tengo ganas, o salgo a dar una vuelta, o a visitar a una amiga que vive acá en mi casa entonces, siempre es algo como no tan cotidiano que yo dejé el teléfono sin internet.

Entrevistador: Ok, es decir, que siempre lo llevas contigo ¿no? siempre llevas contigo para cualquier notificación o entrar a ver cómo, qué hay, que o que mensaje te han llegado, no, bien, y esta parte que tú dices, no, de que tenemos como una casa como de... como de... de dispersión ¿no? este... y pues no queremos ponerle todo lo que ya tenemos en esta casa, no, o lo que ya tenemos, porque queremos que pues, todos dejen los teléfonos y es algo muy importante ¿no? este... me llama la atención lo que tú estás comentando acá.

8. Y ya como para terminar este Waximara este... ¿qué te lleva a ti a utilizar y a entrar a tus redes sociales, qué te llama la atención? es decir, que particularmente te lleva a entrar, no, ya sea por buscar información, tú sientes una necesidad, una ansiedad este... o solamente te llama la atención pues saber de cosas de entrar a ver qué es lo que puso mi compañera, mi compañero ¿no? qué te lleva a utilizar, qué se siente Waximara al momento de que dice, ah chanfle voy a entrar un ratito porque ya tiene como 2 o 3 horas que ya no entre, pero voy a entrar un ratito a ver qué hay, que te lleva a entrar a tus redes sociales o a cualquier red, YouTube, por ejemplo.

Waximara Pérez: Pues las redes que más utilizo, son TikTok y Facebook, pero en Facebook no soy de ver las publicaciones y todo eso, es rara la vez que lo hago, siempre voy y veo videos en Facebook, simplemente para entretenerme o distraerme veo los videos y ya ahí me parecen las noticias, y a veces las veo de qué está pasando o lo que no y en TikTok es simplemente para ver que hay nuevo *trend* o nuevo

video viral se está haciendo, siempre lo uso como algo de distracción, no es porque quiera a ver quién está con quien o saber... hay partes que si son por chisme, pero es más de los famosos, no es tanto de personas cercanas a mí sino, es más chismes de famosos o polémicas que se están haciendo, como la de ahorita creo que está muy en tendencia lo de *yosstop* y todo eso, entonces, a veces mis alumnos aunque son chiquitos saben de esas cosas, entonces me dicen y ya me voy yo a ver de qué hablan y a veces entero bien de las cosas y a veces no, o simplemente lo hago por ver los chismes de los famosos o ver los vídeos.

Entrevistador: Bueno por...por distracción, no, perfecto, muy bien.

9. Este... bueno y ya para para finalizar este Waximara, este... algo te... no sé, ya vez que ahorita todos los jóvenes pues eh publican cosas, qué hace Waximara por qué no pública tanto, en Facebook o en TikTok o en tus redes, por qué no públicas tanto, porque tiene su perfil ¿no? por qué no públicas tanto este... ósea yo te entiendo, no se solamente lo tienes por ver ¿no? y yo también lo tengo ¿no? pero qué piensa Waximara y qué hace que Waximara no publique tanto, tal vez no quiere, no le gusta, o solamente pues le gusta solamente ver, solamente entra al inicio y pues ve lo que le aparece, qué... qué, por qué Waximara no publica tanto, solamente quiere ser espectador, pero no quiere publicar, qué es lo que pasa con esta parte ¿no? ósea.

Waximara Pérez: ¿ Pues en Facebook como menciono, rara la vez que me pongo a ver las publicaciones, y hay veces que si comparto algunas publicaciones que me dan risa, más que todo son los memes que me dan risa o alguna cosa de perritos, no sé y en TikTok se me 2 que 3 bailes de tantas veces que lo vi, ya me lo aprendí pero el grabarlas y al subirla y el que todo mundo lo vea, no es lo mío, no es... no soy yo el centro tenga el centro de atención, no es lo mío, no me gusta, entonces lo veo y a veces en mi memorias estoy haciendo los movimientos porque de una u otra el estarlo viendo continuamente un baile o un trend que se está llevando a cabo me lo aprendo.

10. **Entrevistador:** Pues fijate que es interesante lo que tú me comentas en esta última pregunta, este... y tú respuesta es interesante, porque dices no eh... no, no quiero ser el centro de atención ¿no? no es lo mío, no, entonces, lo que estamos viendo ahorita, es que todos , por ejemplos los *trends*, canciones están este, pues de moda, no, por ejemplo el *Asereje*, en TikTok y donde quiera lo ves ¿no? ósea, ves una historia de TikTok y las *Asereje* ¿no? con las canciones y un baile, no, y esta padre pues ósea, hombres, niños, jóvenes, adultos todos, están bien, esta

padre, pero todos quieren ser el centro de atención, por eso lo publican, pero tú no quieres el centro de atención me dices no quiero hacer atención, solamente me quiero divertir ¿no? me quiero reír, no, no es lo mío, es algo muy interesante porque hay comentarios, he escuchado comentarios de que no pues que yo quiero... a ver cuántas vistas tengo ¿no? o a ver cuántos *likes*, cuántos este... cuántos me encantan ¿no? cuántos me importan, no o cuántos corazones, cuántos comentarios, entonces, este me llama la atención que digas pues, no quiero ser el centro de atención, pero si me gusta todo lo que hay ahí verdad, entonces me quedo con esa parte que tú comentabas, voy a este a dejar de grabar sale, Waxi, gracias, ahorita dame un segundito.



**Universidad Autónoma de Chiapas
Facultad de Humanidades Campus VI**



Maestría en Estudios Culturales



Proyecto: *El proceso de construcción de las identidades digitales en los jóvenes de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas*

Nombre del (la) entrevistado (a): Mariana Liévano Rodríguez

Proyecto a cargo de: Jairo Naamán Alonzo García

Duración de la entrevista: 1 hora, 10 minutos y 10 segundos

N° de entrevista: 02

Lugar: Tuxtla Gutiérrez, Chiapas; México

Fecha: 26 de julio de 2021

Entrevistador: Bien, pues buenos días, Mariana.

Mariana Liévano: Buenos días, profe.

Entrevistador: Un gusto tenerte aquí, gracias por la oportunidad y por tu tiempo, vamos a iniciar esta ronda de preguntitas muy breves, y conforme tú vayas entendiendo, o teniendo la idea de cada pregunta vas respondiendo, cualquier duda ya tú me dices. Es una pequeña charla sobre la pandemia de la Covid-19, sobre tú experiencia.

1. Bien entonces, Mariana, desde tu punto de vista ¿cómo crees que ha impactado la pandemia Covid en la sociedad?

Mariana Liévano ¿En general?

Entrevistador: En general, si ¿cómo crees que ha impactado?

Mariana Liévano: Pues en mi caso, como estudiante, pues fue horrible, porque a mí me gusta ósea asistir a la escuela, entonces las clases en línea, siento que no están mal, pero, no es el mismo aprendizaje. Bueno yo, algunas cosas no logré entenderlas del todo bien y creo que, si hubieran estado en clases presenciales, hubiera sido mejor o incluso cuando exponíamos, porque antes, todos mis compañeros y yo nos preparábamos mejor para exponer. Porque le estás hablando a un público, pero ahorita como ya estábamos aquí en casa ósea únicamente algunos utilizan no sé cómo acordeones o desde la computadora y ya nada más leían. Entonces no se aprendían el tema creo que por eso no aprendían como tal la materia y pues no a todos les iba tan bien. Económicamente, pues también creo que fue malo porque, pues algunos negocios se fueron para abajo, porque como la gente no podía salir por ejemplo los restaurantes, la gente no iba a consumir alimentos, todo lo hacían en su casa, entonces pues ya no tenían con que

sostenerse, igual las empresas, bueno dependiendo de que fuera, pero la mayoría cayó en banca rota. Y pues en cuanto a la salud, muchos se enfermaron, de hecho, yo pensé que me iba a enfermar, pero no. Ósea, es que es muy feo, porque ósea dicen algunos síntomas y como a veces tus los padeces sientes que ya lo tienes, por ejemplo yo tenía fiebre y ósea, me sentía muy mal y pensé que era eso, pero no era dengue, pero mi tía si se enfermó de Covid, por eso nos alejamos tantito pues puede contagiarnos, entonces sí creo que fue muy feo tanto económicamente como en la parte de salud, como la parte escolar, porque ósea...nos desvió de todas nuestras actividades, ósea nuestra rutina cambió completamente y pues ya no tuvimos de otra más que quedarnos encerrados, creo que sería todo.

Entrevistador: Bien, gracias, Mariana, sí es muy grande el impacto. Es un impacto fuerte en la sociedad y pues sobre todo lo que tú cometes, la parte académica, pues este no es lo mismo una clase presencial, en el caso de lo académico, una clase presencial con una clase en línea, como que si estamos, pero tal vez como que no estamos y cómo que pudimos haber aprendido algo, como que no también, es un arma de doble filo, como que estamos en esto, pero también no estamos y bueno, pues si al final creo que se va ver un resultado en el aprovechamiento y creo que se vio al final de una evaluación y bueno para todos ha sido muy, muy difícil, bueno.

Mariana Liévano: Sí por los ejercicios, porque los maestros tuvieron que ver la manera de cómo enseñarnos y como estar así en el salón, ósea con pizarras electrónicas o con exposiciones, y como no todos prestan atención y más porque todos están en su casa se distraen de cualquier cosa, era más complicado.

Entrevistador: Si me imagino, fue muy, muy difícil para cada uno y dependiendo de cada alumno, cómo aprende también, bien.

2. Oye Mariana, ¿Se te ha dificultado adaptarte a esta modalidad?

Mariana Liévano: ¿A estar en línea? Bueno, sí y no, ósea, al principio si, fue complicado porque ósea, como estoy en mi casa me costaba pararme para ir a mi escritorio, ósea cuando era en la escuela presencial pues si ya no tenía de otra me tenía que parar y arreglar y pues ir, y allá pues si o estoy despierta o estoy despierta, pero aquí, ósea, a veces me estaba durmiendo y el profe Armando, por ejemplo, a veces me cachaba que estaba durmiendo y me decía “Mariana ve a tomar agua”. Era más complicado, porque ósea, sentía yo que me podía desvelar más de lo normal y como estaba aquí, ósea si me iba a parar, pero, ósea si me iba a levantar temprano pero no... no me tenía que parar antes, como para ir a la escuela que me paraba como una hora

antes, ahorita con 10 minutos ya, nada más prendía la computadora y medio me arreglaba, y ya ósea, creo que eso fue lo complicado, pero me fui adaptando, porque aparte de la escuela, yo llevo cursos los sábados, entonces pues ahí los profesores también utilizaban las pizarras, cuando era por ejemplo, de ejercicio en equipo nos mandaban ya sea a salas o como tenemos los números de nuestros compañeros, ahí por WhatsApp pero veían la forma de cómo comunicarnos y pues igual la tarea la enviamos por plataforma, ósea creo que no fue difícil muy difícil, pero fue más cansado y algo no sé...repetitivo porque, ósea, no era difícil, bueno, levantarse si, pero estar ahí sentado, no era difícil, solo que creo algunos les aburría, porque no es igual estar sentado en el mismo lugar, que cuando estabas en la escuela y cambiamos de salón o cuando estábamos hablando con nuestros compañeros, porque si a veces ósea podemos mensajearnos pero tampoco es igual o cuando estaba durmiendo alguien y le dabas un codazo, ósea, creo que eso fue lo difícil dejar de ver a nuestros amigos, pero fuera de eso si me pude adaptar bien. Pues ya, aprendí a hacer rápido los documentos porque en la clase los pedían o hacer diapositivas porque en la misma clase exponíamos con la profe Isis, ósea, fue eso, pero...no fue difícil, fue más como la nostalgia de que regresar.

Entrevistador: Muy bien perfecto, es bueno escucharlo fijate porque he escuchado en otros comentarios de otros compañeros, que sí fue muy difícil, se iba el internet, pues en esa parte académica o no podían entregar tareas por ejemplo o prácticamente ellos estaban acostumbrados a lo que tú dices estar en la interacción física, hablar con los compañeros, ir a comer, platicar, hacerse bromas, reírse, estaban ambientados y que luego que ya no pudieran y a veces cuando están en esa modalidad o se está en esta modalidad, a veces no se contestan los mensajes, no sabes de tu amigo en una semana o dos días, y pues bueno, con quién platico, qué hago, entonces si como que hasta cierto punto aburre y cambió todo, esta parte de la “nueva normalidad”, qué es lo normal, ahí es algo muy interesante.

3. Muy bien Mariana desde tu experiencia ¿cómo ha afectado tu vida cotidiana la pandemia de manera positiva o negativa? Si es positiva ¿cómo? Si es negativa ¿cómo? ¿cómo ha afectado tu vida cotidiana?

Mariana Liévano: No sé si positiva o negativamente, creo que es un punto medio. Porque positivamente, en la parte de que, bueno a mí no me gusta salir, soy una persona muy introvertida, muy tímida y apenas y tengo amigos entonces, no soy mucho de salir, no soy de fiestas, no soy de convivir con gente ¿no? entonces, yo de por sí estoy encerrada en mi casa, sólo salía a la escuela pero, pues salía, entonces esa parte fue como la mala, se podría decir, en mi vida cotidiana porque yo no salgo por gusto, pero voy aunque sea la escuela, pero ya que me

obliguen a estar a mi casa ya es otra cosa, ya lo siento, no sé asfixiante, porque ya no, ósea, ya no puedo ir a ningún lado y tampoco podía visitar a mi familia porque estábamos este...en crisis, entonces no sabía yo si tenía la enfermedad, creo que no, pero preferible para no contagiarlos, más a mi abuelitas y así, entonces no podía ir a ninguna parte, solo me entretenía leyendo o viendo algunas películas pero fuera de eso no, no podía hacer mucho, entonces creo que esa fue la parte negativa. También que... quiero entrar a un deporte nuevo que es danza contemporánea, pero...porque yo antes estaba en gimnasia entonces, esa me gusta porque es una mezcla entre ballet y gimnasia, pero no pude entrar por la pandemia entonces, creo que en agosto ya van a empezar a abrir los lugares, los estudios, entonces creo que ya voy a poder ir, pero esa parte fue la negativa porque yo quería hacer ejercicio, pero no pude. Cuanto positiva pues creo, que pasar más tiempo con mi familiar porque mi mamá y mi papá trabajan hasta la tarde y mi hermano, bueno en ese tiempo estaba en la Universidad, ahorita pues ya no, está en lo del hospital, está en lo de sus prácticas, porque estudió medicina, entonces este... pues ya no los veo mucho, bueno más a mi hermano, mis papas si de por si nunca los veía mucho y pues como ahorita ya estoy libre porque ya no tengo tareas y así , antes sí, pero a lo que voy es que ya no estaba tan ocupada porque todos, la mayoría nos las dejaban el lunes entonces las empezaban a hacer ese día y pues ya me quedaba en resto de semana libre y pues ya podía convivir con ellos, no se ver alguna serie o hablar, porque a veces este...platicamos, no nos vemos mucho, entonces creo que esa parte fue la positiva, que pude tener tiempo para mí, para mi familia y pude pintar dos murales en mi casa, pude mejorar en inglés, porque como llevo mis cursos, me puse a estudiar, más porque no tenía más cosas que hacer, porque estar viendo tele o estar en las redes sociales mucho tiempo, aburre también, bueno desde mi punto de vista, porque algunos no, pero creo yo que estar mucho [tiempo] en TikTok, Facebook, no sé Netflix aburre, porque yo lo siento muy este... repetitivo, pero si fue más que nada eso creo que fue positivo, pero también tuvo partes malas, como eso que ya mencione que ya no puede salir a ver a mis amigos, a mi familia, porque la mayoría son veteranos entonces, no...no tengo a nadie cerca y otras son de Fernández, ósea, están bien lejos y pues de mis vecinos, no los conozco, [risas] solo conozco a mi abuelita que vive aquí a lado y ya, entonces creo que fue eso, más que nada.

Entrevistador: Ok, perfecto, muy bien Mariana, que bueno que comentas eso de la interacción y sobre todo porque, fíjate que en Terán se escuchó mucho contagio, bueno en toda la ciudad, pero bueno, desde antes, desde el principio se escuchaba mucho por esa zona.

Mariana Liévano: Si estuvo muy feo, porque mi abuelita me contó, qué haga dé cuenta de que, de sus vecinos fallecieron como 5, así nada más

en su calle. Y me contó que también de la calle que está a lado, también fallecieron como otros 10, ósea, estuvo muy feo porque me contó de varias, que si... incluso algunos mi mamá los conocía, porque ella vivía ahí, entonces cuando se enteró mi mamá dijo “manches” ósea falleció tal persona, ósea, fue feo, porque todos se empezaron a contagiar y por eso mi abuelita tenía más miedo, porque estaba en su calle y ahí fallecieron muchos, pero sí estuvo muy feo en Terán, la verdad.

Entrevistador: Si, pues si y bueno pues esperemos que...bueno ya vez otra vez este rebrote, esta parte del descuido, esperemos que algo o algún golpe de suerte no sé, por qué pues ya se trabajando de manera pues, dentro de lo que es la seguridad, digámonos en cuanto a la salud, pues ya se está trabajando. El gobierno está trabajando, pero si no se está llevando a cabo, pues no funciona, entonces esperemos, no se algún golpe de suerte de que no sé, de manera maravillosa las personas entiendan de que, pues hay que tener un distanciamiento, porque si no esta parte del distanciamiento y la vacuna pues no se va a llegar a nada.

Mariana Liévano: Si es que, si no entiende, pues ya que.

Entrevistador: Si y vamos a continuar así y sería muy, muy lamentable, pero, y que bueno me llama la atención lo que tú comentas, desde el principio decías que no eres mucho de salir, eres como muy en tu casa, te entretienes en cosas de la casa me imagino yo. Yo me identifico con que dices, porque yo soy igual, ósea casi no, no opto por ir a fiestas o reuniones de por sí, desde antes de la pandemia, ósea, siempre he sido así como de que no, ósea si me gusta, pero como que luego te aburres también, ósea, ves también el ruido, las personas.

Mariana Liévano: El ruido me molesta mucho.

Entrevistador: Si, y como que también te estresas también y como que aguantas un ratito, una hora o dos horas, pero de ahí como de que ya no, y me identifico con esta parte de lo que tu comentas, también soy muy de mi casa.

Mariana Liévano: Es que creen que para salir, bueno no es necesario que seas extrovertido, pero que si seas más sociable y que busques no sé, estar conviviendo con los demás pero ya en otro ambiente porque, por ejemplo con las chicas, yo lo que hago es que no vemos en un casa o de repente salimos a la plaza, pero es muy ósea inusual, normalmente siempre es en una casa y siempre es en la mía porque no las dejan a ellas, pero ósea, a lo que voy es que, por ejemplo nosotras, creo que solo a Miranda le gusta ir a fiestas, pero a nosotras no...no nos gusta y a mí en lo personal no me gusta por el ruido, como menciona, porque me aburro muy fácilmente, porque es mas de bailar y tomar, y yo pues no

quiero tomar, ósea no, no me llama la atención eso y pues bailar pues no...no me gusta, ósea no soy muy alegre, me gusta más estar sentada viendo a los demás bailar y pues me aburro muy fácilmente, entonces no le hallo el chiste ir a antros, a fiestas y así prefiero mejor estar aquí leyendo o haciendo otra cosa, creo que es también lo que prefiere Waxi, ella creo que prefiere pintar, Ilse creo que prefiere estar viendo sus series, pero a lo que voy es que no somos muy de salir, en cambio Miranda más o menos sí, pero se adapta también.

Entrevistador: ok, muy bien, es interesante que ustedes se lleven bien, son como una red de compañeras que se conocen muy bien y eso me llama la atención que se conocen ustedes bien, a pesar de que estaban ustedes de manera presencial y siguen teniendo esa relación y pues no dejan de hablarse, concurriese o un mensaje ¿cómo estás?, mira esto, no sé. Tener esa comunicación y eso es muy muy padre, muy interesante, pues se aplaude esa parte, porque se necesita, en este encierro se necesita, esta parte más allá de salir o de cosas, por así decirlo, cosas más ostentosas o materiales se necesita esta parte humana, oye ¿cómo estás? ¿cómo sigues? Es preferible a que te manden un mensaje a que digan ¡oye salgamos!, no puedo, no puedo porque no se puede y no puedo porque no me gusta, preferible un mensaje, Y pues te mando una canción, te mando no se algo, que a ti te guste me parece muy interesante ustedes se conozcan pues bastante.

Mariana Liévano: No... a mí me conmovió que un día, venimos a mi casa por una reunión igual, y yo tenía que enviar un audio, bueno, tenía un debate en mi curso de inglés, pero era que los niños lo eligieron DC contra Marvel, y pues mi hermano me ayudó a explicarme cómo cosas de DC porque pues yo no conozco nada, ósea, solo Batman y ya, pero ósea, no conozco como tal empresa, ni lo personajes y así, entonces era un audio de una hora y pues no lo podía enviar por WhatsApp porque es muy pesado, entonces estaba viendo cómo enviarlo y estaba muy estresada pero como estaban ellas no podía hacer mucho, entonces le dije que, ósea, me esperaran un momento lo iba a tratar de enviar y no podía y ósea, ellas se pusieron a buscar cómo ayudarme y pues, ya al final ya lo subí a un drive y ya lo escucharon mis compañeras, pero pues me conmovió, pues que se animaran a ayudarme, a ver cómo hacerlo, ósea, incluso Ilse me dio una aplicación para mandar audios, algo así, y ahí se pusieron a verme, y ya que vieron que estaba bien, volvimos a ver la película. Con Watxi me llevo más porque pues a ella la conozco desde hace ya 9 años, pues la conozco desde primaria, entonces por eso, ya son 9 años que voy a cumplir con ella en agosto y pues con Ilse y Miranda, pues 3 porque fue la prepa, pero si aprendimos a convivir todas, al principio Miranda no se llevaba con Watxi, pero luego ya vieron que no eran malas y ya se unieron.

Entrevistador: Se unieron al club de las chicas, muy bien que interesante historia y experiencia me cuentas Mariana.

4. Oye dentro de tus actividades cotidianas ¿has dejado de hacer cosas que siempre si hacías o has aprendido a hacer cosas? una de dos, o las dos cosas, has dejado de hacer cosas y has aprendido hacer cosas o simplemente has dejado de hacer cosas.

Mariana Liévano: Creo que ambas, porque no sé cómo le hacía, pero incluso cuando estaba en la escuela, veía algunas series, porque como estaba con tantas tareas a veces, me estresaba mucho y me ponía a ver otras cosas para que no me matara, para que no me terminara haciendo algo y pues las veía. Ahorita que tengo todo el tiempo del mundo, ya no lo hago, no sé porque, creo que ya me aburrí, ya no le veo como chiste, porque yo no soy mucho de ver series, yo prefiero ver nada más cosas más rápidas, más prácticas no sé películas, no sé un corto, pero no soy mucho de ver series. Entonces antes, veía cosas que ahorita ya no. Antes pintaba mucho también, ósea, en lienzos y en papeles ilustración, pero pues ya ahorita, ahorita no he pintado, aunque voy a pintar en una pared, porque mi papá me encargó un dibujo aquí abajo, en mi casa, pero ósea, tampoco he dejado de pintar, pero ya no lo hago tan seguido, como lo hacía antes, más porque, cuando el profe Armando pues con él, entonces hacíamos muchos dibujos, muchas pinturas por la vanguardia que estábamos viendo. Pues creo que he aprendió a ser un poco más paciente, es que yo no tengo tolerancia yo soy una persona muy impaciente, si me desespera algo o alguien, le grito o algo, ósea, no aguanto mucho. Entonces por ejemplo, antes mi primo venía a que le ayudara, ósea yo si sabía el tema pues me desesperaba porque él no le entendía, yo sabía que él era menor y que le costaba, pero ósea yo le explique como 3 veces y no entendió y ahí si me desesperaba, ya como mi hermano tiene un poco más de paciencia, él le ayudó, ósea él le terminó de ayudar y ahorita ya los puedo ayudar más, ósea ya tengo un poco más de paciencia y creo que eso es bueno, porque si no voy a desesperar a la gente o sí le gritó capaz me pegan. Mejor me aprendí a controlar un poco. Creo que ya no soy tímida, ósea, si soy tímida, pero como persona, pero en cuanto a ser estudiante creo que ya no, ya no me da pena exponer y creo que puedo hablar un poco más con mis compañeros a pesar de que no somos amigos, pero sí puedo como convivir un poquito más, porque así le hacía con los niños, o con Mafer, o con Majo, ósea, que no son mis amigos, pero sí podía hablar con ellos de una forma civilizada. Era un poco tranquilo, fuera de eso creo que no, porque ahorita sigo haciendo tarea de mi curso y pues creo que sería todo ¡ah bueno! Aprendí a usar más la computadora, por la modalidad, tuve que aprender a hacer más tipos de documentos o no se las diapositivas, le digo ósea las tuve que hacer más rápido, a descargar cosas, a subir archivos, creo que aprendí

a usarla un poquito más igual las funciones, mi papá como sabe de eso pues ya me fue enseñando un poco, pero creo que fue eso más que nada.

Entrevistador: Ok, perfecto, es algo muy interesante lo que comentas, porque fijate que he escuchado que dicen, de que bueno, parte de lo que tu comentas de la paciencia todos la tenemos, puede que tengamos un poco de paciencia, puede que de no o hay una de dos, tenemos o no tenemos y si tenemos pues también cuando tenemos mucha paciencia, como que abusan, como que se abusan o bueno, te aburres también llega el momento como tienes paciencia pero hay un límite y cuando no tienes paciencia, pues también. Hace falta como por ahí un poquito, pero que bueno que lo comentas porque he escuchado que dicen de que la pandemia o este encierro ha traído pues estrés, ha traído esta depresión, ha traído estos problemas de salud que tienen que ver con el estado de ánimo, que tienen que ver con la personalidad de las personas. Entonces aparte de que es un problema de salud físico, también es algo ya emocional, eso he escuchado que trae, entonces, para ti digamos que la pandemia te ha ayudado a lidiar con tu paciencia ¿te ha ayudado? ¿O de por sí ya lo estabas trabajando?

Mariana Liévano: Bueno ya lo estaba trabajando, por ejemplo igual, es que a Watxi la quiero pero también me desespera mucho, es que por ejemplo a mí siempre me han gustado las matemáticas y normalmente mis compañeros siempre me piden apoyo en esa materia, más Watxi porque ella es más cercana a mí y la ayudo, pero hay cosas que ósea, son muy claras y que el profe si explica pero como ella me cuenta que está en Facebook o está en otras cosas pues no pone atención y me dice que no pone atención porque no le va a entender. Pero si no lo intento pues, también ya no es tanto problema mío, ella debe poner atención y si ya no le entendió pues ahí si ya la puedo apoyar, pero a veces ni siquiera pone atención y me desesperaba es porque le tenía que explicar todo lo que dijo el profe en clase. Igual con Miranda, igual con algunos compañeros y pues igual a veces me pedían que los apoyara con tareas y así, mi papá me decía ,porque me decía no pues ellos lo deben que hacer, pero ósea yo entiendo eso, pero finalmente creo que yo hice la tarea entonces yo aprendí, si ellos no lo quieren hacer y si no aprenden ya no es problema mío, por eso yo los apoyo pero ellos verán que hacer y si quieren que les explique, pues yo les puedo explicar, entonces creo que ahí fui como aprendiendo a tolerar más así a las personas, así como de que si, si puedo apoyarlos. Si me gusta mucho ayudar a las personas, pero también a veces me dice mi mamá que se pasan, como miran que yo quiero ayudar, a veces me piden ya las tareas o así, entonces abusan dice mi mamá. Pero pues, creo que a mí no me afecta eso, porque finalmente creo que no estoy haciendo nada malo, yo los

estoy ayudando y ya si ellos no quieren aprender pues ya, yo no puedo hacer mucho.

En esa parte en lo emocional, yo de por si siempre, no diría que tengo autoestima baja, pero tampoco la tengo alta está como más o menos. Por ejemplo, a veces me siento muy mal o culpable conmigo, pero a veces me siento bien, a veces ando toda triste, a veces ando toda feliz, ósea creo que no soy bipolar, pero si me afectan algunas cosas que ya pasé o que veo de repente, por ejemplo, yo siempre lo comparo con un *idol* que es de Corea se llamaba Kim Jong-Hyun, él era un cantante, pero en diciembre de 2017 se suicidó porque tenía depresión y por todo lo que pasó ¿no? Que explicaba que algunos no lo tomaban en serio, otros no se daban cuenta, pero en su música siempre reflejo eso, ósea tristeza entonces, de hecho, se lo mostré mis papas porque, no sé yo lo estaba viendo y ellos se acercaron y lo vieron y se preocuparon, porque dijeron ¿qué lo llevó a suicidarse? ¿no? ¿Qué tanto pasó? Para que llegara a tomar esa decisión y ya les dije que fue todo, no sé cómo la fama, de hecho, él escribió una última carta en la que decía eso, en que se sentía mal y que talvez él no nació para ser reconocido públicamente, entonces ¿por qué? Porque tenía que ocultar que estaba triste y tenía que fingir que estaba fuerte ¿no? entonces es lo que él decía, por eso yo siempre me comparo con él porque en algunas partes si me he sentido así pero tampoco el punto de querer suicidarme, no no, pero si triste y pues me reflejo en él o no sé, me pongo de ejemplo con él porque siento, que él batalló mucho, pues ya tenía 27 años, no estaba ya grande obviamente, pero si ya había vivido gran parte pues sufriendo, entonces creo que ya, si él no lo pudo tolerar y ósea, de hecho, en la carta decía que no iban a entenderlo, porque pues era algo feo, creo que solo las personas que han sufrido eso lo podrían entender o algún psicólogo talvez, pero es más que nada eso, ósea, no me siento mal pero tampoco bien, ósea, como un punto intermedio, de hecho yo por eso quería estudiar psicología porque yo soy mucho de aconsejar a la gente, pero ya no tomo mis consejos, yo soy mucho de tratar de apoyar a los demás y si los demás están bien, pues yo estoy bien. Pues si yo me siento mal yo veo que hago ¿no? Entonces es más que nada eso y de hecho iba a estudiar eso, pero mi mamá no quiso, entonces lo voy a estudiar después y pues ahorita voy a estudiar la otra carrera, pero si es más que nada eso, creo que no me afectó tanto emocionalmente, porque yo ya de por sí era así, pero creo que pude mejorar, porque cuando estaba por ejemplo triste [me ponía a escribir] como cartas o no sé lo que sentía ¿no? Y ya creo que ahí ya me sentía mejor, entonces creo que eso es una forma de desahogarme, igual pintando o leyendo, entonces si... más que nada eso.

Entrevistador: Muy bien Mariana es interesante todo lo que me cuentas para mí es muy valioso, porque puedo tener la oportunidad de

conocerle, no solamente como alumna, como persona y como amigos, porque creo que más allá de los roles, la amistad y está parte de lo que viene siendo pues la humanidad en estos tiempos difíciles, lo humano creo nos acerca. Entonces si nos podemos apoyar en algo, no sé, no sé escucha esta canción te va a ayudar muchísimo, escuchar esto o porque no lees esto te puede ayudar o mira tal serie, te distraes y se te disminuye tal vez que estés triste o enojada, pues creo que la amistad es algo muy valioso muy importante, él saber que no estás solo, pues no estás sola entonces, me llama la atención también de que dijiste que querías estudiar psicología, pero ¿cómo fue, cómo fue esta parte de la experiencia cuándo te dijeron que no? ¿No te dolió muchísimo? ¿Te deprimió? Ósea dijiste tú, que no te afectó mucho, no te afectó mucho, pero es algo que tú quieres estudiar ¿no? Es algo que tú querías estudiar ¿cómo lo viviste? No sé si me pudieras decir, compartir un poquito.

Mariana Liévano: Es que lo que paso es que hace años, bueno, desde que yo era chiquita quería ser maestra, no sé por qué, pero siempre quise ser maestra, pero luego, no es que ya no me gustara, sino que me gustó otra cosa, me gustó la psicología criminal que es meterte a la mente de las personas que han cometido algún delito y me llamaba la atención porque a mí no me asusta ver sangre, ni muertos ni nada de eso, no es que me gusté ver muertos, tampoco, pero si me gusta analizar a las personas que tengan ya sea algo, se podría decir “raro” en la cabeza, porque no todos están locos, no los puedo categorizar así, pero sí son como, no sé con sus experiencias raras o así. Entonces a mí me gusta eso y yo le conté a mi hermano y a mi papá, mi hermano antes si estaba más tiempo conmigo, ahorita por su carrera es que no pudo, pero antes me decía eso que me apoyaba y yo le conté y me dijo que estaba bien por él, igual mi papá me dijo que estaba bien y le conté a mi mamá y ahí hubo problema porque ella me dijo que no, que no me gustaba y empecé a buscar otras carreras. Luego me gustó la ingeniería ambiental creo y luego la química, porque en química pues podías crear producto y así, pero era padre por cómo lo hacían me gustó, pero luego recordé, no es que sea mala en química, pero tampoco soy muy buena entonces hay algunos conceptos que no entiendo todavía y mejor quedó en pausa, es una opción. Luego me gustó la ingeniería aeroespacial, pero eso está en México, en la Ciudad de México, entonces yo dije no, porque no me quiero ir a estudiar a otro lado, luego ya decidí que quería contabilidad porque mis papás son contadores, entonces, a mí siempre me llamó la atención esa carrera porque se ve interesante, pero mi mamá me dijo que es mas de derecho, ósea de conocer las leyes y todo eso, y no me gusta el derecho porque toda mi familia es abogada, toda la parte de la familia de mi mamá, dos de sus cuatro hermanos porque son cinco, son abogados, pero sus hijos la mayoría todos son abogados, incluso mis tíos pero los que se casaron con mis tíos, ósea, los

hermanos de mi mamá ellos también son abogados. Luego la familia de mi papá mis dos tíos, que son hermanos de mi papá, también son abogados, ósea todos son de derecho, ah no, ya no quería, no me gusta me aburre mucho y aparte una no le entiendo, dos no me gusta, tres me aburre, cuatro ya no quería ser el mismo ciclo, de que estar eligiendo la misma carrera no, ya no, igual mi hermano, ya no quería por eso él eligió medicina, entonces yo quería algo ya sea de números o no se buscar otra cosa porque a mí lo que me gustaba así, ósea sí, es la psicología, pero dije yo voy a buscar otra carrera que me guste también y al final es que ya elegí entre estadística y la ingeniería en gestión empresarial, porque me gustaron las dos, pero hace días, si, hace como tres semanas, creo más o menos, mi papá me preguntó que si estaba segura y le dije que pues sí, ósea ya, ya la elegí, y ya me preguntó que si es lo que yo quería estudiar y ya le dije que no, que yo lo que quería era psicología, porque a mí me gusta mucho escuchar a los demás, no tanto porque sea chismosa, es más porque me gusta escuchar a los demás y me gusta tratar de ayudarlos a solucionar sus problemas, pues no sé creo que es bonito, creo que los psicólogos están eh no sé cómo, tienen una mala imagen que solo medio te escuchan y te cobran y ya, creo que no es así, creo que es para personas que se sienten solas o no se sienten comprendidas por los demás o necesitan un consejo pero no es tanto para locos, eso sería más un poco para los psiquiatra que ya estudian medicina, pero no es para gente que está como mal pues, psicológicamente, emocionalmente, es más eso y creo que me gusta ayudar a las personas de esa forma y por eso me gusta la psicología, pero mi papá me dijo ¿cómo? Se sorprendió, y ya le dije pues que a mi mamá no le gusta esa carrera y ya mi mamá: yo, voltea ya, ósea ya bien sorprendida, pues si tú, yo te dije hace tiempo, y tú me dijiste que no, ¿Cuándo te dije eso? y empezó como, un revuelto de que yo no te dije eso, y así, pero ya al final ya le dije que iba a estudiar esta carrera y que talvez sino esta tan pesada, en la próxima vez que haya cupo en la universidad, que creo que es en la UNICACH, pues ya estudiaría la carrera, talvez las estudiaría al mismo tiempo sino está muy pesada esta carrera, porque si está muy pasada, pues acabando esta carrera estudiaría psicología porque yo si quiero estudiar psicología y ya me dijo mi papá que está bien, pero que él prefería que yo estudiara lo que yo quisiera, ósea, no importa que pierda 6 meses pero que estudie lo que yo quiera, es lo que me dijo. Pero pues creo que me puede ayudar eso, estudiar dos carreras, entonces, creo que estaría mejor porque no es que no me guste esta carrera, solo es que prefiero psicología, entonces, en el momento si me afectó, me sentí triste, porque tuve que buscar más carreras pero hablo con mi hermano, él me explicó algunas cosas y pues yo ya sé cómo es mi mamá, así que ya, no lo tomé tan mal, ya por eso me puse a buscar más carreras ya con ayuda de mi papá y con mi hermano y pues ya es que decidí que esta carrera y ya que psicología que la iba a estudiar después y fue más que nada eso, pero

ya ahorita, pues ya estoy bien, ya decidí que si la voy a estudiar pero después.

Entrevistador: Que bueno Mariana, que bueno, me da gusto escucharte y si, fijate que, si te gusta pues, hazlo, aunque prefieres más una carrera, pero dos carreras, está padrísimo que tengas la oportunidad de estudiar dos carreras, está muy bien también. Como experiencia y anécdota también, pues yo desde la prepa, desde que tuvimos áreas igual me gustó mucho filosofía y dije bueno pues no era tan este... no era un alumno de 10 y se acepta pero si me gustaba ponerle ganas entonces ya cuando me enfoque en la lectura, en estudiar, en revisar textos, en investigar, pues me gustó, me gustó y ya para lo que sería la prepa y ya en la Universidad ya me enfoqué, hice el examen quedé y pues como era una carrera reciente, pues me enfoque a estudiar, a revisar textos, lecturas este investigar, exponer todo esto, pues toda esta parte que implica pues lo teórico y pues me gustó muchísimo y desde que estuve pues este estudiando, pues desde que salió igual mis papas me preguntaron pues eso no sé qué sea, pero ¿Qué se ve? Pues ya ahorita si está muy bien de qué, pues me está yendo bien, con mi carrera puedo optar por otras cosas ya ahorita pues estoy en un posgrado me están apoyando, pues me está yendo bien y pues también cuesta todo cuesta no es así fácil cuesta muchísimo, todo cuesta, sí y yo te admiro muchísimo porque siempre has sido tu una buena alumna y sé que vas a poder, yo creo que si te da tiempo vas a poder con las dos carreras, si no, como tú lo has hecho bien todo, terminas bien una cosa y empiezas bien otra. Pues felicidades, Mariana y pues sí, no lo dejes mientras te guste no pierdas el impulso de estudiar eso que es muy, muy bonito.

Mariana Liévano: Gracias profe

Entrevistador: De nada.

5. Bien oye, no sé si de manera general me podrías decir ¿cuál es tu rutina del día a día? ¿cuáles son tus actividades? Mariana se levanta este...hace tal cosa, ¿cuál es tu rutina, más o menos? De manera general.?

Mariana Liévano: ¡Huy pues!

Entrevistador: Lo que más haces todos los días.

Mariana Liévano: ok, pues ¿actualmente o...antes de la pandemia?

Entrevistador: Si actualmente con lo de la pandemia, aja.

Mariana Liévano: Pues, me paraba como las cómo a las seis y media, 06:45 [am] más o menos, para entrar a clases, pues tenía clases de 7 a 9 y media ¿no? o 10, no a 10, creo o a 11, no a 11, ¡Ay profe ya no me acuerdo!

Entrevistador: Creo que a 11 ¿verdad?

Mariana Liévano: Creo que sí.

Entrevistador: A las 11

Mariana Liévano: Luego en el recreo normalmente desayunar y dormía, porque tenía sueño porque me paraba temprano, pero ponía alarma, luego ya que sonaba mi alarma 5 minutos antes me volvía a meter a las clases acababan dos y media, luego me venía a mi sala, veía que tenía que hacer, ósea mis pendientes de la escuela, luego me iba a comer, ah bueno, se me olvidó, que temprano me bañaba, para no piense que no me bañaba profe, luego ya en la tarde me ponía hacer la tarea hasta donde llegara, porque a veces si me aburría o me distraía y normalmente me desvelaba como hasta las bueno, normalmente como a las dos, a veces me dormía más tarde como a las cuatro, como a las cinco, a veces no dormía pero luego ya me empezaron a regañar, porque me empezaba a doler la cabeza o yo no soy mucho de cuidar mis hábitos alimenticios, entonces no comí a veces, ósea a veces no desayunaba, a veces no cenaba, a veces no comía o a veces no desayunaba y no cenaba, a veces no comí y no cenaba, ósea, solo comía una vez al día y me regañaba mi mamá, creo que esa era mi rutina cuando estaba en clases pero en la pandemia.

Ahorita como ya no estoy en clases, solo los sábados pero así en general, creo que me paro como a las ocho o nueve talvez, porque si me paro muy temprano me regañan mi mamá, mi mamá me regañan por todo profe y ya desayuno, ya me pongo a ver qué hacer, a veces leo, a veces veo películas, a veces veo series, a veces me pongo a escribir, a veces me pongo a dibujar, luego como, luego me baño, luego pues en la tarde veo que hacer, pero con lo de la escuela, tratar de estudiar un poco sobre mi carrera, para que no llegue tan vacía y ya en la noche igual, a veces ceno, a veces no y veo no se mi teléfono porque a veces me manda mensajes y como no los checo y se enojan mis compañeros de que no los checo y ya... pues ya me duermo, por ejemplo ayer, ¿a qué hora me dormí? A las dos creo, es que ya me acostumbré a desvelarme profe, desde la secundaria soy así, por eso me regañan mucho, pero uno se acostumbra y ya.

Entrevistador: Digamos que cuando, no y eso está bien es como un hábito tuyo y eso está bien, digamos que cuando tienes tareas o

digamos trabajo, o un mural, o por ejemplo cuando te dejaban pinturas, u oleos, talvez te desvelabas o alguna actividad muy pesada, no te costaba digamos, porque ya estas acostumbrada a desvelarte, no te costaba ¿verdad desvelarte?

Mariana Liévano: No, no, de hecho hubo una vez que en la escuela, ósea presencial no dormí nada porque no me acuerdo que tanta tarea nos habían dejado, pero me acuerdo que tenía que hacer una presentación en PowerPoint, entonces ya tenía sueño como a las dos, porque la noche anterior me había desvelado, entonces nada más me dormí, me acuerdo que me dormí 15 minutos y me volví a parar a terminar eso, pero era un tema muy largo y no, es decir, tenía que leer bastante y yo soy de que si tengo que hacer un trabajo, tengo que leer varias páginas, no solo una, porque luego es lo mismo que los demás. Entonces tengo que checar varias, entonces ahí me puse a leer y ya luego creo que me fui a dormir como a las cuatro otros 15 minutos y ya, de ahí me paré ya dieron 6:45 no, no...no, pues si yo me voy 6:20, no dieron como las seis creo, y me puse y me fui a arreglar, yo no desayuno a esa hora, desayuno en el recreo de la escuela, entonces creo que solo tome agua y no me acuerdo que y me apure, porque me tenía que ir 6:20 también mi papá dejaba a mi hermano en su escuela entonces, si esa vez no dormí y me acuerdo que llegue con unas ojeras horribles parecía panda, incluso me lo dijo Mafer ¿qué te pasó? Porque creo que ella tampoco durmió, es que esa vez si nos dejaron mucha tarea, pero ya luego no dije nada porque ya estaba acostumbrada a desvelarme entonces creo que es eso.

Entrevistador: Ok, muy bien eh...

6. Mariana, algo muy importante ¿la situación de la pandemia entonces ha sido un obstáculo para que puedas realizar tus actividades académicas? Sí, sí por qué y sí, no, por qué.

Mariana Liévano: No, no lo creo, porque pues todas las actividades o bueno la mayoría eran por computadora, ósea, si era exposición eran diapositivas, si eran trabajos eran por Word y los teníamos que imprimir, para entregarlos ahí, pero pues aquí es más fácil porque nada más se suben, eh no sé, para ver videos también se necesita un aparato, entonces no creo que sea un impedimento, porque pues podíamos por zoom, hablar o no sé si teníamos dudas preguntarle al profesor y el profesor podía explicar ya sea con la pizarra, o con diapositivas, o con un documento, o con un video pero explicaba entonces, de hecho creo que fue más fácil, se podría decir, en ese aspecto, pero bueno para nosotros, porque los pobres profesores, tenían que hacer más cosas, más documentos y más presentaciones para que pudiera explicar, pero fuera de eso creo que no fue un obstáculo.

Entrevistador: Muy bien, perfecto, es bueno escucharlo yo he platicado con otros jóvenes, no con ustedes sino con otros jóvenes y me han dicho que sí ha sido obstáculo porque ya tu vez lo económico, la situación familiar, la conexión a internet, primero la conexión a internet, luego un aparato, un artefacto, cómo me voy a conectar, entonces sí ha sido para algunos un obstáculo y pues otros que tienen la oportunidad, pues no le entienden a la parte tecnológica, que es otro obstáculo también. Qué bueno escuchar de que en ti fue gradual, un proceso y pues que al final se completó el proceso y se aprendió.

7. Bien, ¿qué pasar tiempo o actividades realiza Mariana cuando no está Internet? es decir, cuando no está en Facebook, en Tiktok, cuando no está en Instagram, en Twitter, cuando no está con su con su WhatsApp, es decir, ...

Mariana Liévano: Cuando no tengo internet nada más o el teléfono

Entrevistador: No, cuando no estás en Internet, cuando no utilizas internet, por ejemplo, aquí me llegó un mensaje y le contesto, me habló mi amiga, mi amigo, mis familiares o que hay en WhatsApp, ok, ya lo dejo y me voy no sé, al sillón a leer, me voy a ver una película, me voy a jugar con no sé tal vez, pero mis perritos, si tengo, un gatito, ¿qué pasatiempos tiene Mariana, cuando no está en internet?

Mariana Liévano: Bueno pues, a mí me gusta mucho pintar, con pintura acrílica entonces a veces agarraba papeles cascaron o ilustración y me ponía a pintar, eh... pues igual visitar a mis perritos porque tengo cuatro, ya no sé qué hacer con tantos perros, entonces, ahí me ponía jugar con ellos o a visitarlos. No sé por qué, pero tengo una obsesión por ver mi galería, es decir, ya sé que tengo en mi teléfono pero, me gusta checar mi galería, no sé si para ver fotos viejas o videos, no sé pero me gusta checar mi galería, me gusta leer noticias a veces, muy pocas veces, pero leo lo que está pasando en el mundo, me gusta leer, pero los libros así este los originales no los que están en internet y eso, entonces a veces me pongo ya sea en la sala o en mi cuarto a leer y hacer tarea de inglés y estudiar porque es de estar practicando ese idioma, entonces a veces se me olvida algunas palabras o algunas estructuras y las tengo que repasar y ah bueno, ahorita como me gusta mucho todo esto del K-Pop y lo Doramas y todos eso, estoy tratando de aprender coreano, porque me gusta, ósea ya se algunas palabras, pero no esta tan difícil el idioma como tal, ósea que tal vez si lo estudie a fondo y ya.

Entrevistador: Muy bien, perfecto, me parece muy interesante sobre todo que dices que te gustan los libros físicos, tenerlos y he escuchado

tus comentarios ya aquí lo voy contrastando porque he escuchado comentarios que no, no me gustan los libros físicos, porque guardan polvo o las hojas cortan o las hojas tienen polvito y pues cuando ya son libros de una cierta antigüedad, ya sueltan como un tipo de polvito las hojas como la textura, no no me gustan.

Mariana Liévano: Yo creo que son excusas, porque ósea, si lo lees continuamente, pues no se va a llenar de polvo, ósea el libro va a estar normal, si lo guardas bien también, en no se una gaveta, un buró, un librero, no se va a estar llenado de polvo, a menos de que no lo leas y lo dejes ahí mil años, entonces yo creo que son excusas porque de hecho es mejor leerlo físico, creo yo, porque el teléfono te afecta la vista, por la luz azul, por eso yo tuve que comprar lentes, porque ya me estaba afectando, entonces creo que es eso.

Entrevistador: Pues sí, muchas gracias, Mariana interesante lo que tu comentas, y partir de eso te lanzo la siguiente pregunta.

8. Así como revisas tu galería, está muy bien son hábitos, manías, que agarramos nosotros, ¿Qué te lleva a ti a utilizar y a entrar a tus redes sociales? ¿Qué te llama, de forma emocional? ¿sientes ansiedad, sientes un deseo, sientes una desesperación? Porque algunas personas y la mayoría sienten una desesperación no estar ahí, pueden estar lejos de cualquier cosa, pero no de las redes, tienen que estar conectados en Facebook, que es como la gran plataforma donde están todos y nadie se escapa de ahí ¿qué lleva a Mariana a utilizar y entrar a sus redes sociales o utilizarlas?

Mariana Liévano: *Bueno, pues creo que no soy adicta de esa forma porque pues, de hecho, a veces pasa una semana sin checar el WhatsApp, el Facebook o así luego se enojan porque no les contesto, pero no me gusta estar tanto tiempo en las redes sociales. Pues normalmente yo checo esas 3 que son Facebook, WhatsApp y Tiktok, porque en WhatsApp, tengo que contestarles a mis amigos, a mis compañeros o a mis familiares, que a veces me pregunta como estoy, o como aquella vez que me enfermé me preguntaban igual que si ya estaba mejor o así, pero no es tan en exceso ¿no?, pero lo hago más por contestar que porque me guste estar en WhatsApp, en Facebook, casi no paso tiempo ahí, porque me aburro muy rápido. Normalmente entro porque para entretenerme porque estoy aburrida y como ya leí o ya hice otra cosa, pues veo que hay en la red, no se videos, o memes o no sé lo que encuentre, y pues en Tiktok, porque normalmente, ahí me entere de varias cosas, por ejemplo, me entere de un grupo que no conocía así de banda, conocí a un grupo y ahorita me gusta su música, por ejemplo, o no sé de algunos famosos, no sé de risa, entonces creo que es más para entretenerme que por otra cosa.*

Entrevistador: Ok muy, bien y que bueno que me comentas esto porque es algo muy interesante como tú haces uso de pues tu tiempo, de tus actividades, tu tiempo y tu rutina y un hábito, una rutina y un hábito, y esto me responde, o bueno, tú ya me responderás en esta última pregunta, que es la última, ya me respondiste, pero nos sé, igual me respondes otra cosa.

9. ¿Cómo es tu interacción en las redes digitales? es mucha, por qué, es más o menos, por qué, es poca, por qué y creo que está dentro de lo que sería, si no mal me equivoco y si no me corriges, más o menos, estás en un punto y medio ¿verdad?

Mariana Liévano: Si.

Entrevistador: Entonces, este... pero ¿por qué estás en ese punto medio? Ósea no eres adicta, ok ya lo tenemos claro ¿verdad?, no eres adicta y solo entras nada más, por ver algo nuevo.

Mariana Liévano: Diversión.

Entrevistador: Ok, por si diversión y es algo interesante porque lo que buscan las personas ser el centro de atención, la mayoría de los jóvenes con ese rango de su edad,

Mariana Liévano: Es muy feo, porque también en este nivel que estoy en inglés, tuve que hacer otro debate y hablamos también de las redes sociales, yo estaba en la parte del contra y pues yo hable precisamente de eso, de que *ya todo el mundo quiere ser el centro de atención o quiere dejarse guiar por los likes que lleva, ósea, no si yo tengo no sé un me gusta, soy especial o soy muy bonita, o no se soy superior, pero si tengo un dislike, ya les afecta mucho tener likes o dislikes, se dejan guiar por eso y es mas de apariencia también, porque, usan filtros, usan aplicaciones nuevas y es todo más estético, es más de que si se ve feita, ya se empieza a criticar, si se ve bonita ya la empiezo a admirar o a seguir o alabar, ya nada más se dejan guiar por eso y otra cosa que yo comentaba es que, solo muestran su cara positiva o su mejor cara en las redes sociales, porque puede que esa personas que sonriendo, pero realmente está mal psicológicamente o emocionalmente, puede que no sé, que lo hayan corrido de su trabajo o haya terminado con su novia, no sé, sólo muestran su mejor cara en las redes sociales y luego por eso llegan los problemas emocionales, la depresión, la ansiedad y todo eso, eso es lo que yo estaba comentando y sí es muy feo ese asunto de las redes sociales, de hecho, tuve una amiga que era adicta, pero ahorita ya está mejor, porque fue al psicólogo, entonces si es muy feo ese asunto.*

Entrevistador: Ok, vaya, pues muy bien gracias, Mariana, es muy interesante todo lo que tú me has comentado porque aquí encuentro un contraste y te lo comparto, como un hallazgo de lo que estoy tratando, tratando de hacer, estoy en un proceso, porque yo tenía un supuesto o una tesis. Los jóvenes a los que yo estudio, pues están inmersos en las redes y no, no están inmersos, si saben, están ahí pero no son partícipes de ellas, sino que esta como espectadores nada más, no son uno de los centros que están ahí, no son el centro de atención, pero están participando ahí, me da para investigar otros puntos, explorar otras regiones de este mundo pues digital, porque, me da para ver que estrategias puedo ver yo en ustedes este para construir algo y dar como una explicación de lo que yo, quiero investigar, Entonces...bueno gracias, Mariana, primero que nada, gracias por tu tiempo voy a dejar de grabar un momento y ya nos quedamos un ratito ¿vale?

Mariana Liévano: Si profe

Entrevistador: Gracias, Mariana por tu tiempo pues muy agradecido contigo, como siempre.



Universidad Autónoma de Chiapas
Facultad de Humanidades Campus VI



Maestría en Estudios Culturales



Proyecto:	<i>El proceso de construcción de las identidades digitales en los jóvenes de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas</i>		
Nombre del (la) entrevistado (a):	Jhosed López Pulido		
Proyecto a cargo de:	Jairo Naamán Alonzo García		
Duración de la entrevista:	22 minutos y 21 segundos	N° de entrevista:	03
Lugar:	Tuxtla Gutiérrez, Chiapas; México	Fecha:	26 de julio de 2021

Entrevistador: Bien pues, buenas tardes, Jhosed, vamos a iniciar esta pequeña pues entrevista, sobre tus acercamientos y tu experiencia sobre la pandemia Covid y cómo ha sido esta parte, tu relación, tu entorno, cómo ha cambiado, en medida de como se ha dado esta, esta circunstancia ¿no? Tanto de manera quizás, académica, familiar, cómo te ha movido a ti cómo te ha cambiado.

1. Entonces, yo empezaría haciendo una pregunta, desde tu punto de vista ¿cómo crees que ha impactado la pandemia del Covid 19 en la sociedad? Desde tu punto de vista.

Jhosed López: Ha impactado en diversas formas, ya que en algunos o en casos de la mayoría a afectado en cuestiones económicamente y también moralmente por la pérdida de trabajo y la frustración de no poder llevar el dinero a casa y en cuestión de vida adulta y vida laboral también. Por otra parte, en la vida estudiantil, en diferentes casos la mayoría de los alumnos se han referido a las clases virtuales como una insatisfacción ya que, prefieren tomar las clases presenciales y no les es cómodo las clases virtuales.

Entrevistador: Ok, muy bien, has tocado un punto muy, muy interesante ¿no? Porque, en esta parte de la educación así como en la etapa que están ustedes de estudiantes ¿no? este y que hicieron este paso de la preparatoria a la Universidad, no, vemos de que a simple vista, se puede decir que se adaptaron ustedes bien, no, se adaptaron ustedes a esta parte, pero pues hay otro tipo de jóvenes, no, que talvez no se lograron adaptar, no a este proceso a esta nueva normalidad como en cierto modo, en cierto momento también se le llamó, nueva normalidad, y qué pues, qué es lo normal, ¿no? hasta cierto punto, a que se le conoce como lo normal, si lo normal era este... pues tener clases presenciales, ahorita esta nueva normalidad o es una normalidad del proceso no para que pues ésta sea una nueva realidad

la normalidad o es una nueva normalidad del proceso ¿no? puede que esta sea una nueva realidad ¿no? y que sea la normalidad, no hay una nueva normalidad, sino que va cambiando todo este proceso, no, y si efectivamente este punto que tu comentas, hay jóvenes y sobre todo padres de familia que estaban interesados en las clases presenciales, no y que pues, por lo mismo que no se logra adaptar quizás a esta nueva, esta nueva normalidad ¿sí? no se da un buen rendimiento académico y pues no quedan a gusto, puede que por ahí vaya también el punto de que porque no están satisfechos y otra de que pues hay jóvenes que no tienen acceso a la educación, que es otro punto que trae pues este...esta parte de la pandemia, una consecuencia que trae la pandemia ¿no? de la inexa... bueno esta de ser inaccesibles ¿no? inaccesibilidad de la educación o de esta aparte de las clases virtuales ¿no?

2. Bien desde tu experiencia Jhosed ¿se te ha dificultado a esta nueva modalidad, en línea?

Jhosed López: *Al estar acostumbrado pues a clases presenciales y de un momento para otro se cambió a clases virtuales donde solamente, no puedo interactuar con mis compañeros ni con mis maestros de forma presencial y con más comodidad. Se me ha dificultado mucho, ya que no es lo mismo poder hacerle saber al profesor sobre algunas dudas que tengo, no sé, talvez por pena al estar con compañeros mediante un dispositivo móvil.*

Entrevistador: Sí, como que no es lo mismo ¿no? no es lo mismo, no, una... una clase presencial que una clase virtual, fijate que en este punto muchos este...jóvenes y sobre todo he escuchado comentarios de que si, muchos se adaptaron y mucho no, sobre todo por la confianza que ellos pueden tener al tener un profesor frente, frente a grupo de forma física a forma virtual a de forma remota ¿no?

3. Bien desde tu experiencia Joseph ¿cómo ha afectado en tu vida cotidiana, ya sea de manera positiva o negativa, esta situación de la pandemia causada por el Covid?, ¿cómo ha afectado de manera positiva o negativa la situación de la pandemia en tu familia, académicamente cómo ha afectado?

Jhosed López: Pues ha afectado de forma positiva y negativa ya que, he podido tener más acercamiento con mis familiares y hemos podido convivir más aquí en casa, ya que, cuando estábamos en presencial, pues ya todos trabajábamos o estudiábamos y hay veces que solo nos veíamos en la noche o el domingo cuando todos nos reuníamos y también de manera positiva ya que he aprendido diferentes cosas como cocinar o aprender un poco de diseño gráfico, sobre editar videos y he

leído varias cosas, aunque también negativamente ya que no [he visto] a mis amigos y no he podido tener esa comunicación con más gente y ser más [se corta la comunicación]

Entrevistador: Ok, bien esta parte de...estamos acostumbrados a tener esta convivencia pues, física ¿no?, presencial ¿no? y si efectivamente el ritmo...el ritmo social, el ritmo de la vida cotidiana ha sido ese, físico, presencial y que de un momento a otro pues, impacte un distanciamiento total hasta de los familiares ¿no? de forma positiva podemos tener más tiempo y organizarnos en casa, pero hay momento en que también estamos pues pegados ¿no? a las pantallas y estamos como aislados también y también se va fragmentando esta parte de la relación cada quien toma un dispositivo o un trabajo y se refugia en ciertos lugares de la casa para trabajar o para entretenerse hay sus ventajas y desventajas ¿no? por lo que tú me dices, verdad.

4. Bien, dentro de tus actividades cotidianas Jhosed ¿has dejado de hacer cosas o has aprendido a hacer cosas nuevas dentro de este encierro que es la pandemia o en la cuarentena? has dejado de hacer cosas, qué cosas y si has aprendido a hacer cosas nuevas dentro de tu vida cotidiana, lo que tú haces, tus actividades.

Jhosed López: Si he dejado de hacer actividades ya que, antes de entrar en la pandemia yo solía salir en bicicleta a los parques aquí con mis amigos o íbamos a un cerro donde practicábamos bici de montaña y nos íbamos cada 15 días o cada 8 días, pero con la pandemia hemos dejado de hacerlo. Aunque, por otra parte, también he aprendido un poco sobre el diseño gráfico, no soy un experto, pero pues me puede sacar de un apuro si es que lo llego a necesitar, también he aprendido diferentes cosas como lo necesario para tener una buena lectura.

Entrevistador: Ok, sí, sí me parece muy bien de qué...creo que esta cuarentena o está sí, esta cuarentena, esta pandemia ha tenido sus ventajas y desventajas y una de ellas pues, las ventajas en ese sentido tratando de sumar pues nos da tiempo para hacer otras cosas ¿no? para aprender cosas nuevas y si tenemos acceso a internet podemos tener acceso a varias... varios contenidos y variedades de información vaya y que podemos aprender y como tú dices, quieres estudiar algo pero te gusta el diseñador gráfico u otro tipo de, de disciplina o actividad y pues te puede servir para algo y hasta para hacer tus propios diseños etcétera ¿no? eso me parece muy, muy interesante y creo que... si no mal me equivoco pues se puede anexar esta parte de, de ha sido positiva en cierto modo, aunque el distanciamiento social o el capital humano de distanciamiento social pues está porque tiene

que ser un distanciamiento social creo que es algo este... muy marcado y que se tiene que seguir ¿no?

5. De manera general Jhosed este... ¿cuáles son tus actividades del día a día, cotidianas? por ejemplo Jhosed se levanta casi siempre o siempre a tal hora, después Jhosed hace esto, hace esto, esas son mis actividades y regularmente las hago siempre o casi siempre, cuáles son tus actividades, que lo hace siempre Jhosed.

Jhosed López: Yo normalmente acostumbro a levantarme antes de las 11 y media, por muy, muy tarde, normalmente me levanto a las 10 y media después de desayunar, aseo mi cuarto, continuo con los quehaceres de la casa ayudándole a mi mamá y ya después, tengo mi tiempo libre y ya como a las 4 o 3 como con mi familia, también ya después estoy comiendo con mis hermanos y mis primos, y hago un poco de ejercicio y hay veces que me pongo a leer o también sigo practicando fútbol americano con mi hermano y Karate con mi amigo acá.

Entrevistador: Ok, muy bien, muy bien este Jhosed, perfecto eso haces casi siempre ¿no? y es importante porque bueno, estando ya en esa situación de encierro, de cuarentena pues, es complicado porque bueno y luego qué hago ¿no? Ya hice esto, ya hice esto, ya hice esto, ok, pero ahora que hago, quizás llega un... hasta cierto punto una angustia, una desesperación, hasta cierto punto una frustración de no poder hacer más ¿no? Entonces, se han...han habido comentarios, se han hecho estudios de que aparte que se da un programa de salud, que es el contagio, que es el virus, que es el malestar como tal, también hay un problema de salud emocional, ya es un problema de salud las emociones ya se vuelven un problema de salud cuando pues te sientes triste, deprimido ¿no? pues se han dado altos índices pues de depresión ¿no? sobre todo entre los jóvenes ¿no? de que ya no saben qué más hacer, no, está muy este... muy, muy, muy difícil esa situación sobre todo también se escuchaba también, tal vez tú escuchaste que al principio de que había un alto nivel de estrés y la violencia familiar ¿no? de que todos están en la casa, todos están así como de que, con diferentes problemas económicos y familiares, etcétera con carencias y eso hacía más tensa la situación había violencia familiar, violencia hacia las mujeres, a los niños ¿no? y bueno todo eso también aparte de que es un problema físico de salud, es un problema emocional ¿no? pero bueno, qué bueno que me comentas que tienes diferentes actividades ¿no?

6. Bien Jhosed, esta parte de la situación de la pandemia ha sido obstáculo para, para realizar tus sus actividades académicas o

tus actividades en general, la pandemia ha sido un obstáculo, si, si ha sido un obstáculo, por qué, y si no también por qué.

Jhosed López: En este caso, ¿en cuestión estudiantil verdad?

Entrevistador: Sí, puede ser académica o puede ser en general.

Jhosed López: Bueno, en cuestión estudiantil si ha afectado ya que siento que mi rendimiento en clases presenciales hubiera sido mejor y hubiera mejorado, aunque también ha... mejorado ya que he tenido un poco más de concentración en diferentes actividades que he llevado a cabo durante la pandemia.

Entrevistador: Ok, muy bien, muy bien, perfecto.

7. Bien Jhosed, ¿qué hace Jhosed, qué tipo de pasatiempos realizan Jhosed cuando no está conectado en el celular, cuando no está en el fase, cuando no está en TikTok, cuando no está en Twitter, en Instagram qué actividades, que pasatiempos sobre todo, realiza Jhosed? aparte de los hobbies ¿no? como tu comentaste de que futbol americano este...manejar bicicleta ¿no? este Karate, que son hobbies ¿no? pero debe como algún pasatiempo no se esté ver alguna película, este no sé alguna serie o dibujar, pintar algún pasatiempo que sea muy rápido ¿no? que, que tú realices y que digas, no pues ya estuve un rato en el WhatsApp, en Facebook ahora lo voy a dejar y voy a poner no sé, a escribir no sé ¿qué hace Jhosed cuando no está conectado en internet?

Jhosed López: Bueno yo normalmente antes de la pandemia y ahora también estaba acostumbrado a tener un poco de dibujo y a ver eh... diferentes libros que me llamen la atención o también conocer sobre diferentes autores y leer sus... ya sean tus libros más famosos o si en algún caso son todavía muy famosos ver algunas de sus películas si es que...

Entrevistador: Ok, ver películas, me parece bien ok.

8. Este ¿qué lleva Jhosed a utilizar y a entrar a sus redes sociales? Que te lleva a ti a entrar, si yo te decía hace un momento que se ha dado un tipo de problemática como emocional ¿no? como un tipo de ansiedad, de estrés, hasta cierto punto paranoia ¿no? y bueno, en esta parte de, que te lleva a ti a utilizar tus redes sociales, si hay un tipo de ansiedad, deseo de qué digas, no pues es que, quiero estar en Facebook ¿no? tengo un tipo de deseo o ansiedad de estar ahí ¿no? o simplemente me gusta pero, como

te lleva a ti, que lleva a Jhosed a utilizar sus redes sociales que le llama la atención y lo llama.

Jhosed López: Porque me interesa a mí mismo, pues es la forma en cómo podemos interactuar con otras personas estando en otros países, bueno otras ciudades también [no claro], en otros países, su forma de cómo es su estilo de vida, las diferentes palabras que se utilizan también de como conocemos las cosas distintas ¿no? un ejemplo a... vi que en Chiapas se conoce a la ensalada rusa como velo de novia, me intriga saber sobre todo ese tipo de cosas, también me impulsa saber cómo otros estas sobre llevando la pandemia y como es que se cuidan con sus familias y como es que están sobre llevando este tipo de situación.

Entrevistador: Muy bien, muy bien Jhosed, mencionaste un punto importante y algo que no había escuchado, cómo sobre llevan otros esta situación ¿no? cómo sobre llevan no sé, tal vez mi vecino de 7 casas abajo o hacia arriba ¿no? también puede ser, puede ser de otro país, el vecino de la otra cuadra, de la otra colonia no sé, de otro estado como lo están sobre llevando, qué hacen ¿no? eso es muy interesante lo que tu acabas de decir, que las redes sociales para ti hasta cierto punto, si me equivoco no corriges, hasta cierto punto, es como un medio de... sí de comunicación, pero cómo están, aparte de saberlo, aprender ¿no? cómo lo están llevando ¿no? sí, sí no mal me equivoco eso puede ser una forma de aprendizaje de los demás, no, y tratar de puede unir algo...un tipo de vida, o un estilo de vida mucho mejor del que tenemos ahorita, pero bueno.

9. Muy bien Jhosed, ¿cómo es tú interacción en las redes digitales o redes sociales, tu interacción o actividad es mucha, por qué, es más o menos, por qué o es poca por qué? como consideras tu interacción, es mucha, más o menos o poca y por qué.

Jhosed López: *Bueno en... actualmente mi interacción es... digamos lo que ya se esté...mucha, ya que, hay momentos en el que, dónde sacan algún tema de mi interés ya sea como la política, sobre el presidente actual, sobre jugadores de fútbol, sobre carreras de fórmula uno entonces, ahí es donde yo comento, hago comentarios sobre mi opinión sobre lo que pienso, sobre el aspecto de cómo me afectado, en este caso, algunos casos cerca de mi casa o así mi tracción es mucha y lo hago porque me interesa saber lo que otros piensan sobre mi opinión y como es de que ellos también qué harían en, sí se puede decir, que en mi lugar y como es lo que otros piensan sobre mí... opinión.*

Entrevistador: Entonces, tu respuesta sería que tu interacción o actividad en redes es mucha ¿verdad?

Jhosed López: Sí

Entrevistador: Ok, muy bien Joseph este... hasta aquí serían las preguntitas eh...voy a dejar de grabar y nos quedamos un momentito vale, no sin antes darte las gracias por tu tiempo y por responder a las preguntas, voy a dejar de grabar.



Universidad Autónoma de Chiapas
Facultad de Humanidades Campus VI



Maestría en Estudios Culturales



Proyecto:	<i>El proceso de construcción de las identidades digitales en los jóvenes de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas</i>	
Nombre del (la) entrevistado (a):	Ricardo Kevin Ramírez Estrada	
Proyecto a cargo de:	Jairo Naamán Alonzo García	
Duración de la entrevista:	31 minutos y 27 segundos	N° de entrevista: 04
Lugar:	Tuxtla Gutiérrez, Chiapas; México	Fecha: 27 de julio de 2021

Entrevistador: Bien, gracias, Kevin por estar aquí, gracias por la oportunidad de... de tu tiempo, de tenerte aquí para esta pequeña entrevista ¿vale?

Kevin Ramírez: A usted, profe.

Entrevistador: Bien, en cuanto a tu experiencia o tu punto de vista y de manera general

1. ¿Cómo crees que ha afectado la pandemia Covid en la sociedad?

Kevin Ramírez: Bueno hay muchos enfoques, en el ámbito financiero muchas empresas, microempresas cerraron, otras empresas como internet, para laptops, para celulares en esa parte de lo digital se fue beneficiando, en el ámbito escolar si se siente, bueno en los estudiantes yo creo que deben sentir un vacío, porque falta la convivencia, estar con los alumnos, con los amigos, con esas personas entrañables, todo eso, todo eso se siente como con un hueco, no sé por ejemplo en las partes matrimoniales, algunas dicen que está época iba ayudar a que las personas que iban a durar para siempre van aguantar esto y más y las parejas no que aguantaran esto simplemente iban a terminar, ahí los abogados también obtuvieron sus ganancias, ¿Qué más? Yo creo que serían unos pequeños puntos, pero sería lo que lo que he cambiado siendo un poquito corto, breve.

Entrevistador: Muy bien, Kevin qué bien sí, sobre todo lo que tu mencionas de la convivencia esta parte, de que, pues fue un cambio muy, muy este muy abrupto ¿no? de que de la convivencia física ¿no? Personal, este... pues da la convivencia virtual ¿no? Y no es una convivencia como tal o tan digamos tan abierta, ¿no? sino que tiene sus limitaciones ¿no? Por el internet, solo nos vemos para convivir o para vernos en las clases con los compañeros pues falta esa

convivencia con, con los compañeros, pero de manera física ¿no? Como se tenía este pues en un principio con la, con la normalidad ¿no? Con esta parte de que siempre las clases o la vida cotidiana se ha desarrollado una normalidad física ¿no? y esto nos, nos lleva a pues a aislarnos totalmente de todas las actividades sociales ¿no? y creo que es importante lo que tú señalas ¿no? la convivencia con los compañeros es lo que me llama la atención ¿no?

2. Oye Kevin ¿se te ha dificultado adaptarse a esta normalidad?

Kevin Ramírez: Hum... en el ámbito académico no bueno, en el colegio creo que desde primero de secundaria nos traían a raya con hacer trabajos en Word, Excel yo lleve clases de informática entonces, tampoco se me...ya estaba acostumbrado un poco a este método, a este método digital, ammm... talvez se me dificultó un poco el Zoom que era para mí una aplicación nueva, pero está muy fácil de interpretar, lo que más cuesta yo creo, que es esa parte emocional, más que estar todo a través de una pantalla y no poder estar con los demás, pero pues se tiene que adaptar uno, no fue tan complicado creo yo.

Entrevistador: Ok muy bien, perfecto, em... qué bueno que pues, solamente fue lo de Zoom como adaptarte o incluir esta aplicación y que bueno que pues ya tenías tú conocimientos previos de...de otras de otras herramientas ¿no? que utilizamos, ya en esta parte de las clases virtuales ¿no?, que de por sí tu utilizabas y que solamente incluiste algunas cositas como Zoom, aprender a utilizarlo bien y pues ya no fue dificultoso ¿verdad? eso es interesante y pues son ventajas de que tú tienes ¿no?

3. ¿Cómo ves desde tu experiencia o cómo crees que ha afectado tu vida cotidiana tanto de manera positiva o negativa la... esta parte de la pandemia causada por el Covid? ¿a afecto de manera positiva o de manera negativa o ambas?

Kevin Ramírez: *Tiene un poco de todo, he por ejemplo ya al entrar un poquito en un ámbito ya más personal eh, por ejemplo, yo tenía mi novia en la escuela, llevo año y medio con ella y yo la conocí en el colegio desde más pequeños, pero inició desde hace año y medio, la veía a diario, diario todos los recesos estaba con ella, era algo que me gustaba mucho de la escuela ¿no? Llegaba uno con ganas, entusiasmado, y por ámbitos económicos de su familia ella se estuvo que ir del Estado de México y se fue a vivir a Puebla, entonces sí, ha cambiado un poco en ese aspecto sí me ha dejado como de ah... De hecho, si la llegué a ver en la cuarentena, la vi una vez a la semana y así como con precauciones ¿no? Eh...pero sí, al principio fueron dos meses que no la vi y sentía uno como de joh*

rayos! Quisiera estar con ella ¿no? Pero pues era primero la salud y tenía uno que entender y pues nada no... no había de otra, si fue eso que afecto. En el ámbito se familiar, me ha ido ayudando a ser más positivo con la familia y estar conviviendo con ellos, a estar más tiempo, porque con la escuela sí es complicado estar con ellos todo el tiempo no... no era algo normal, me ha dado más tiempo para ensayar en mis instrumentos, ya que me gusta la música pero, si, si me ha ayudado mucho, que puedo estar con mis instrumentos y cuando estaba en la escuela, no podía, a veces, llevaba mi guitarra y me la querían quitar porque estaba haciendo mucho ruido y así, es una pequeña ventaja eso, poder tocar.

Entrevistador: Ah ok perfecto, entonces a partir de lo que fue la pandemia eh dices que tu novia no pudo estar en la escuela.

Kevin Ramírez: No, sí estuvo, bueno en clases en línea, pero, acabó la escuela, en cuanto acabó la escuela se metió a otra prepa, y se fue y bueno como era en línea dijo me voy allá, allá a Puebla donde tengo mejor oportunidad económica y de ahí voy sosteniendo, pero pues no, no, no se puedo sostener la escuela, una escuela de paga, no lo pudieron sostener.

Entrevistador: ¡Ah ya! Pero a raíz de la pandemia dices tú ¿verdad? por la pandemia ah... allá, pues sí ahí vemos los sectores ¿no? que se vean dificultando ¿no? y que bueno esta parte emocionante tú me comentas, que tú me compartes, porque es algo muy...muy importante, para conocer pues a Kevin su experiencia ¿no? ¿qué es lo que está pasando él, ¿no? y es muy interesante, yo también te puedo decirle que, desde acá desde Chiapas, pues si se dificulta ¿no? aunque quizás ¿no? Ya tengamos digamos... una carrera terminada, pues se dificulta el ámbito laboral este... como, como todo ¿no? cualquier lugar también y sobre todo pues la interacción con las personas que tú quieres ¿no? tal vez este... primos, primas, tíos, tías o abuelos, o tu novia ¿no? O una relación personal, de que, tal vez la quieres ir a ver, pero o ese tipo de cosas, pero no, ósea no se puede porque no es que no se quiera, simplemente es que no se puede ¿no? entonces es algo muy, muy interesante porque, pues vemos que ahorita a pesar de que nosotros, tú y yo pensamos esto, de que con cuidado ósea todas las medidas ¿no? primero la salud para poder estar pues mejor ¿no? Pues ya vez que ahorita pues las personas dejaron a un lado eso ¿no? y ya ahorita volvió otra vez, este...esta parte a repuntar, el repunte de contagios ¿no? las playas están llenas este... ya no respetan las medidas sanitarias, ósea ya, todo como que se vino abajo otra vez, entonces hay más contagios y eso dificulta más que nos podamos estar pues viendo, pues físicamente ¿no? O por ejemplo ir a la escuela, dificulta que no podemos estar con los

compañeros o dificulta que volvemos a estar en clases presenciales en la Universidad por ejemplo ¿no? Lo va a dificultar no sé, no sé cómo vayas a tener tus clases tú, ahorita en la Universidad creo que ahorita en línea también ¿no?

Kevin Ramírez: Si, en línea

Entrevistador: Ajá, entonces ya están ustedes marcados como ya una generación pues, pues por la pandemia y va a quedar en la historia ¿no? Entonces Colegio Laureles sexto semestre, quinto y sexto semestre estuvieron ustedes este... en la cuarentena ¿no? En la cuarentena fueron una generación bastante interesante porque ver qué es lo que hacen ustedes ¿no? Pero bueno a ver qué pasa con esto, lo de los contagios ¿no? está muy, muy difícil, bien.

4. Y dentro de tus actividades cotidianas Kevin ¿has dejado de hacer cosas o has aprendido a hacer otras cosas nuevas?

Kevin Ramírez: Eh... aprendido, bueno con mis instrumentos has tenido más tiempo, he aprendiendo nuevas escalas musicales, eso sí me ha ayudado, escalas más este...por ejemplo medievales, árabes, chinas tengo instrumentos pues que se prestan para esas escalas, y yo no las había aprendido, entonces la cuarentena me ayudó en eso, en cambio en la parte deportiva eh...yo, yo hace, bueno yo desde hace 3 años, eh... hace 2 años bueno, cuando iba en primero y segundo de prepa, yo tuve la oportunidad de representar al Instituto Politécnico Nacional y quedar entre los mejores 16 del país y fui a olimpiada nacional, este pero por ejemplo este año yo no pude ir, por lo mismo de la cuarentena, no he entrenado nada y hace... bueno, cuando iba en segundo, bueno que es tercero y cuarto semestre, yo no pude ir por lo mismo de la cuarentena se cancelaron aunque clasifique, entonces pues se perdió todo ese proceso, yo deje de hacer actividad física, he empezado hacer actividad física, si subí unos cuantos kilos, como... yo pesaba en ese entonces 65 cuando clasifique, ahorita peso 80, pero obviamente crecí, también crecí, pero si es como de que un cambio bastante fuerte y bueno estaba un poquito más chiquito pero crecí pero aun así, son más de 10 kilos, se siente fuerte esa parte por eso ya he vuelto hacer actividad física, para no perderlo, porque también es un proceso y quisiera yo, cuando acabe la cuarentena, seguir yendo a esos... a representar a la Universidad, que es mi entidad federativa, en Karate, qué es mi actividad que hago desde... bueno, es como más como un estilo de vida, más que nada, de hace más de 10 años, empecé a los 6, tengo 18 ya son 12 años, de estar así diario, diario, de hecho yo cuando, cuando iba a la escuela yo daba clases, bueno ayudaba a mi hermanas que era la instructora estaba, iba daba dos horas, eran dos horas de Karate, luego otra hora en mi casa, para

nosotros y otras dos horas para los chico que daba clases, parte en mi casa, pues eran cinco horas que uno estaba ahí siempre también es un cambio brutal ahora que no, que si hay clases con sus debidas consecuencias pero, no es lo mismo.

Entrevistador: Me imagino ¿no? De que, de deportista pues que deje de hacer deporte, porque está restricciones ¿no? no porque no quieras, sino porque hay restricciones cambia todo el panorama, pues sí es muy muy difícil ¿no? y que bueno que, pues tú has podido representar, en varios este... aspectos pues a tu escuela ¿no? a tu Universidad, sobre todo representar a este a una...digamos un arte marcial ¿no? Que es el Karate sino mal recuerdo dices verdad, entonces que tú seas representante de un arte marcial pues es algo como muy, muy, muy importante y es algo se valora demasiado, porque ahorita eh... fijate que me llama la atención porque yo practique igual un deporte, taekwondo durante mucho tiempo ¿no? Y no alcance a llegar a la cinta negra porque precisamente me quedé en la cinta roja, porque o era mi escuela ¿no? mi carrera, terminar la tesis y esto y ver qué hacer para trabajar o no seguía sacando mi cinta negra ¿no? que son como 12 mil pesos o hago mi titulación, o agarro ese dinero para mi titulación o hago mi cinta negra, entonces ¿Qué hago? Entonces me enfoque a mi carrera ¿no? pero que está pendiente esa parte, digo yo también lo he sentido, porque pues cuando te habitúas, durante mucho tiempo a un deporte y ya no lo haces este... es como que deprimente ¿no? como triste, como que algo te falta ¿no? Y es algo muy importante, porque también todos practican fútbol ¿no? ósea no es que no te gusta el futbol, pero el arte marcial, ósea es muy poco ¿no? Todos, todo futbol ¿no? Todos futboles, futbol americano ¿no? Lo que tú quieras, pero un arte Marcial o varios deportes que tu practiques es bueno ¿no? Ósea es muchísimo la resistencia física que agarras, la condición física es muy, muy, muy valioso para este para este tiempo ¿no? Bien.

5. De manera general ¿qué hace Kevin, qué actividades hace Kevin en el día a día?

Kevin Ramírez: Eh...me despierto, hago mi cuarto, bueno, ahorita no he hecho mi cuarto, este...desayuno, eh...bueno sí estoy en clases ver qué pendientes tengo de la escuela, me quedo todo el horario de la escuela, me pongo hacer mis tareas hasta que acabe, ayudo a lo mejor en mi casa si es que me da tiempo por las tareas, me agarro un espacio entre mis tareas para ensayar un poco para distraer mi mente, en todo ese lapso de inmenso también me escribo con mi novia como 2-3 mensajes por hora, eh... cuando son domingos voy a mi ensayo de música, porque estoy en una banda de rock, cuando son...bueno por ejemplo en la tarde tres, bueno, por ejemplo lunes 4 a 7 estoy ocupado,

por ejemplo me dan clases de coro, doy clases de guitarra, los martes, igual eso pasa los miércoles y o a veces los viernes, luego los martes y jueves, también, los martes y jueves doy clases de 4 a 5 y damos otro horario de 5 a 7 igual martes y jueves, los sábados doy clases, este... bueno ahorita aquí estamos en semáforo rojo, pero antes hace como 2 semanas daba, doy clases en el parque de la identidad, aquí en Chimalhuacán, entonces sí... a las, de 11, bueno de 12 a 1 y si eso es lo que hago, aparte ya lo veo como una profesión porque, de hecho, bueno creo que no le pude contar, pero iba a estudiar como entrenador deportivo en Karate, como con una especialidad en Karate, entonces la Escuela Nacional de entrenadores deportivos, logré pasar con mucho esfuerzo y un poquito de miedo, porque no andan a la condición que yo esperaba, la que yo tenía, pero si entre, mis dos clasificaciones me ayudaron mucho y es fruto del esfuerzo, bueno de estar ahí día con día, pero sí, por eso yo no veo nada más como de ah...clases, lo veo, como ya, sé que va a ser mi trabajo en el futuro.

Entrevistador: Sí, ya no lo ves como hobbies ¿no? Sino que me gusta y lo hago porque me va a ayudar ¿no? a hacer algo más para mí, que bueno, que bueno, que bueno Kevin eso me llama mucho la atención de que pues, la mayoría de los jóvenes ya no hacen deporte y menos ahorita, menos con la cuarentena ¿no? Y ni porque estén en la escuela, ni porque pues no estén en la escuela, creo que la mayoría, no hace deporte ¿no? y que tú lo sigas como ejerciendo, que tu tengas el hábito y busques el tiempo para hacerlo es muy, muy este... muy interesante y muy importante, vale.

6. Bien ¿la situación de la pandemia ha sido un obstáculo para realizar tus actividades académicas o actividades en general? Sí, sí por qué y si no, también por qué.

Kevin Ramírez: Bien en la parte académica, no porque creo que ya en el colegio, ya como que me estaban preparando desde cuándo a los medios digitales a usar una tableta, a usar una computadora, en los ámbitos si, si fue complicado por ejemplo la convivencia con mi novia, si de plano afectó mucho, de verla diario a verla una vez a la semana, a verla cada 4 meses, 3 meses y eso si se puede, afectó mucho eh... en la parte de yo entrenar, ya no puedo entrenar, porque o doy clases o entreno, que si hago un poco de actividad a veces cuando estoy con... porque son niños pequeños igual les tengo que explicar entonces sí, sí hago mi actividad física pero es lo mismo que yo tuviera el espacio propio para yo hacer las actividades, para yo estar consciente de que hacer y que eso sí cómo que dificultó una poco ahorita con mi Universidad, como es parte también este práctica yo creo que voy a retomar otra vez ese camino pero, va ser igual de complicado, porque va a ser en línea y dar clase en Zoom de Karate o cualquier actividad

donde uno se mueva, donde no solo este uno hablando es muy complicado porque se va la señal, se traba el video si es algo complicado a veces.

Entrevistador: Si, no complicado de que te den clases y recibir clases ¿no? ósea recibir clases y que tu des clases ¿no? porque para ver también si a los chicos y los que les das clases también se están aprendiendo bien los pasos, las no sé, las formas, pues algún tipo de... patada por ejemplo, que tú les enseñes, para ver si lo están haciendo bien ¿no? creo que es complicado ¿no? verlos y que tú lo enseñes y luego que lo veas estás haciendo, creo que también se complican ¿no? pero bueno este el ámbito académico pues qué bueno, que tú comentaste y creo que desde el principio también de que ya estabas que como habituado ¿no? ¿verdad? y también con los dispositivos.

7. Este... ¿qué pasa, qué pasa con Kevin y cuando no está conectado a internet, cuando no tiene el teléfono, cuando no está en Zoom, bueno si, en clases ¿no? Cuando no estás en Facebook, en Twitter, ¿qué hace Kevin? bueno ya le respondió aquí mi amigo, mi primo, mi novia bueno ya lo dejo aquí ya lo dejo aquí y no se me voy a este nos eme voy a ver Netflix una película ¿qué hace Kevin? En unos breves instantes cuando no está en internet.

Kevin Ramírez: Mis ratos libres agarro mis, mis, mis instrumentos, cuando se podía iba a ver a mi novia, me quedaba ahí una 5 o 6 horas ya mis suegros me querían correr eh... o me quedaba aquí dormido, que creo que ver una película sí porque no, no tiene internet, yo creo que Netflix si entra en esas categorías de aplicaciones, a veces si en mis ratos libres si, si lo veo, bueno ahorita estoy viendo una seria que es la de yo nunca, bueno es la temática de una chica Hindú que quiere ser como americana y trata de ser normal y así... ah...está buena la serie.

Entrevistador: Ok, digamos que te distraes en algunas cositas ¿no? como ver películas o tus instrumentos ¿no? que también puede ser como hobbies ¿no? pasatiempos ¿no?

Kevin Ramírez: ¿Qué cree? que ya ni tanto con lo de mi banda ya ahorita ya nos vemos como como un proyecto serio porque, ejemplo apenas un compañero, bueno hicimos un video musical para él y se gastó una cantidad cariñosa de dinero, entonces si ya no, ya no lo vemos como un hobbies, como que tenemos que hacerlo bien, para que se reditúe porque esa cantidad no creo que, quizás es muy complicado de que no me duele darla , entonces vemos...si intentamos hacer las cosas con calidad o ya algo versátiles para vario público se...

como que se interese y así nos pueda redituvar a veces dar dinero y no recibir es como de...

Entrevistador: Si duele, no regresa solo ¿no? Si tienes razón, que bueno tienes muchas especialidades, muchas habilidades ¿no? Música, deporte, tu carrera ¿no? creo que sea algo muy, muy importante ¿no? Te va a abrir las puertas más adelante y pues, así como está digamos dificultoso todo el panorama pues la pandemia y los sectores no político, económico, cultural pues de que tengas muchas habilidades te va a abrir, muchísimas, muchísimas, muchísimas puertas ¿no? Te va a dar más posibilidades de, ¿no? y eso es algo muy, muy importante me llama la atención eso.

8. ¿Qué te lleva a estar en las redes Kevin, que lleva a Kevin a estar en las redes? por ejemplo, este tienes un tipo de ansiedad, un tipo de necesidad, te da no sé cómo incertidumbre qué es lo que está pasando en las redes, porque por ejemplo por un lado, te lo comento porque...si por un lado está el problema de la, de la, de la pandemia ¿no? del Covid, que es algo físico, también se han dado de los jóvenes y en la población general problemas de salud como emocionales, depresión, ansiedad, estrés ese tipo cosas ¿no? y todos pues eh... ahorita pues todos están conectados ¿no? como lo hemos hablado anteriormente ¿no? todos están conectados y pues, tratan de estar pues ahí como para quizás de cierto modo para llamar la atención ¿no? yo quiero ser como el centro de, de esto y aquí estoy ¿no? en cierto modo, no todos, pero en cierto modo todos quieren estar conectados ¿cómo es Kevin?¿qué siente Kevin cuando está conectado?

Kevin Ramírez: Bueno, principalmente por comunicación con mi familia, con mis amigos, cuando era de la escuela ahí por ejemplo hablar a Mariana o Mafer, ahí que me dijeran cuando no me llegara a conectar que había de tarea, que tenía que hacer o al revés, los demás me preguntaba y pues ya les contestaba, eh...en Facebook pues no, es como simplemente ver cómo están todos ¿no? no es que me cause ansiedad, no estar ahí, porque si hay personas que no pueden estar con el celular, que si yo, por ejemplo estuviera con todo lo que requería para vivir normal no ocuparía el teléfono ¿no? Si, eh... el estar encerrado han causado mucho estrés, mucha ansiedad, bueno no solo a nosotros los niños, sino también a varias personas que yo he visto están tristes, porque no pueden ver a ciertas personas o ciertas cosas en la potencia, se les potencia porque tiene más ratos, cuando uno no tiene algo que lo enfoque o algo que lo haga pensar en cosas positivas, la mente siempre va estar como buscando como entrar ahí, inculcando terror ahí, bueno la otra vez vi, no sé si sea tan cierto el dato, que con 2 segundos que se ocupen de un pensamiento negativo , te puede

causar una depresión que dure muchísimos, muchísimo tiempo, un gran lapso inclusive años si es que la persona no se trata ¿no? inclusive otras cosas peores como perder la vida, lo digo porque yo también este aparte voy hacer otra carrera, otra en línea, ósea voy a estudiar dos carreras, otra de psicología esta va a ser en la UNAM y si he estado viendo ahí en el Facebook, que es esto, como qué tipos de Psicología y así como libros que me puedan ayudar ya pronto los voy a empezar a leer, no los he leído, pero si los voy a leer ahorita que entre a esta licenciatura, pero yo conectarme a las aplicaciones más que nada para aprender algo, para entretenerme y para estar en comunicación, no siento tanto que para llamar la atención, porque bueno yo al menos en Facebook, no he publicado nada desde unos cuantos días, fuera de que cumplí año y medio con mi novia, pero de ahí no había publicado nada como desde hace como un año, no, no, casi no publico yo.

Entrevistador: Ah ok, no, no pasa nada, Kevin no siente nada no le afecta en nada si publica o no publica, ósea no te da... normal.

Kevin Ramírez: No, me como ansiedad no, yo por ejemplo yo he visto que ponen fotos en Instagram cada 2 meses y si no les da ansiedad, es que no he puesto foto y así, en cambio yo no, si tengo como 40 fotos, pero no es como qué, solo es por enseñar los lugares que he ido o cierta cosa que me ha llamado la atención, pero no y eso creo que las tengo desde el 2018, es decir, son varias pero ya son viejitas y yo he visto algunos que tienen como cien mil fotos ahí, cada día ponen una.

Entrevistador: Ok, si, si interesante lo que comentas, no es como tu idea ser el centro de atención ¿no? no, no es, no quieres llamar la atención digamos con publicar o con poner fotos ¿no?, bueno ¿me escuchas Kevin?

Kevin Ramírez: Si profe, si profe lo escucho

Entrevistador: Creo que te congelaste, bien la última digamos... la última pregunta como para reflexionar o cuestionar entonces de acuerdo de lo que tú me acabas de comentar.

9. ¿Cómo es tu interacción en las redes digitales o redes sociales no? es mucha, por qué, más o menos por qué o si es poca por qué ¿no? ¿Cómo te consideras tú o cómo consideras que es tu interés?

Kevin Ramírez: Considero que es mucha

Entrevistador: ¿Mucha?

Kevin Ramírez: Bueno yo considero, que es mucho por qué, porque el internet se ha vuelto un médium para mi vida, para comunicarme con los demás, para hacer mis tareas, para entregar las tareas, para aprender, para entretenerme, yo diría yo soy parte de la red, todos creo que en esta...esta época, es la época digital, todos somos parte de una red, una aplicación, tenemos Gmail, tenemos varias aplicaciones, que para , por ejemplo para generar ingresos, porque ahora muchos ya ocupan aplicaciones para la bolsa, yo tengo una aplicación que apenas me va ir dando regalías de mis canciones, ósea, ya somos parte de una era digital, ósea la interacción ya se ha vuelto indispensable yo creo que sin, bueno a lo mejor no estaríamos en una edad de piedra o una edad medieval, como muchas personas piensan en qué pasaría si se fuera el internet pero sí no sé un 1920 o 1940 a lo mejor, no estaríamos tan mal si se acabara internet, pero todo tiene que ver [intermitencia] pero yo considero que si es mucho mi conexión, si no ocupara del internet no lo ocuparía, si yo por ejemplo para fuera del internet no lo ocuparemos nivel nobelio estuvo en el campo nada más por ejemplo ahora que estuve haya con mi novia, que vive en Puebla en un, en un pueblo, vive en un pueblo, pues no lo ocupe para nada, estuve ahí en el campo eh... nada más por ejemplo le llamaba a mamá que estoy bien ¿no? y le mandaba mi ubicación, pero pues no lo ocupaba porque ahí con mi novia, estaba conviviendo con su familia y casi bueno, las personas mayores no ocupan internet para nada, ósea literalmente para nada porque ellas ya tienen su vida marcada, bueno voy a trabajo, voy a comer, regreso a trabajar y ya me regreso y ya me quedo con mi familia, mucha gente trabaja en el campo allá y por qué es una comunidad medio rural porque ni tan rural, porque si hay, si hay población urbana muy cerca como a 5 minutos hay un Oxxo entonces no está como muy alejado de la civilización, pero si hay un tramito en el cual hay campo, sembradíos, vacas, caballos pero ahorita por necesidad, sí estoy muy, es muy necesario mi...el usar este internet, los medios digitales, pero si no nos ocuparía tuviera o a lo mejor en mi forma de vida no la haría, pero ya también es parte de la generación de las que soy, ya está marcado por generaciones.

Entrevistador: Ya, fijate que es interesante que tú comentas ¿no? de que hay personas en el caso de las personas adultas ya tienen su vida marcada ¿no? no necesitan como tal internet, alguna sino los de la ciudad por diversas cuestiones de trabajo, transacciones lo que sea ¿no? utilizan internet o las aplicaciones ¿no? pero es importante lo que tu comentas ¿no? y esto da como para reflexionar de... las personas cómo vive, cómo experimentan esta parte de la de la pandemia ¿no? sin internet, porque nosotros estamos aquí charlando nuestra experiencia pero con los medios digitales ¿no? con

el internet y con los aparatos tecnológicos, pero cómo están las personas haya pasado este parte de la de la pandemia sin estos artefactos, sería otra cara de la moneda ¿no? sería interesante pues revisarlo ¿no? pues muchas gracias Kevin, este estás fueron algunas preguntitas eh...de esta encuesta pilotos para lo que se está haciendo como investigación, este te doy las gracias dejo de grabar en los que damos un minuto más vale.

Kevin Ramírez: A usted profe

Entrevistador: Muchas gracias, Kevin.



**Universidad Autónoma de Chiapas
Facultad de Humanidades Campus VI**



Maestría en Estudios Culturales



Proyecto: *El proceso de construcción de las identidades digitales en los jóvenes de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas*

Nombre del (la) entrevistado (a): Alondra Monserrath Zamudio Borraz

Proyecto a cargo de: Jairo Naamán Alonzo García

Duración de la entrevista: 13 minutos y 56 segundos

N° de entrevista: 05

Lugar: Tuxtla Gutiérrez, Chiapas; México

Fecha: 27 de julio de 2021

Entrevistador: Buenas tardes, Alondra es un gusto tenerte aquí. Gracias por la oportunidad, gracias por tu tiempo y por tu disposición. Vamos a iniciar con esta pequeña entrevista, esta breve entrevista y te voy a ir, haciendo algunas preguntas y tú este vas a ir respondiendo conforme tú, tú creas conveniente o de acuerdo a tu experiencia sale, eh bien.

Las preguntas van en torno, van entorno en lo que se refiere a lo que es la pandemia Covid y tu experiencia como ha sido, en cuanto al encierro que hemos estado padeciendo, no y en cuanto también a lo que sería esta parte de tu experiencia con el mundo digital, no, entonces la primera pregunta puede ir de la siguiente manera, no.

1. ¿Desde tu punto de vista, cómo crees tú, que ha impactado la pandemia Covid, en la sociedad?

Alondra Zamudio: Pues yo creo que ha sido un poco malo porque, se han perdido muchos empleos, ha habido una baja que nunca muy fuerte las personas como que al momento de estar encerradas o con la preocupación de los que está sucediendo, como que han estado sufriendo, un sentido mal psicológicamente, han tenido más problemas psicológicos, sanos mentalmente.

Eh aparte de lo económico, entonces siento que no ha sido un impacto tan bueno, pero algo que la sociedad podría ha podido sobrellevar.

Entrevistador: Bien, lo que tu comentas es algo muy interesante. Fíjate, porque aparte de que se habla del problema de salud física, hay un problema, pues psicológico o emocional, no, qué es lo que más trae un impacto grande, pues en las personas no, y que prácticamente, pues, eh provoca pues ansiedad estrés y pues han registrado pues altos índices de desintegración familiar, también no, de violencia familiar. ¿No, no sé si recuerdas al principio con comenzó la cuarentena, pues se registraron altos índices de pues de violencia

familiar, pues todos estamos encerrados, no y cómo qué, eh que hacemos ahora, qué hacemos, este se empieza como a molestar, bueno, eso tiene que ver con lo emocional, ¿no? Y pues es muy interesante lo que tú comentas.

2. Alondra ¿Se te ha dificultado adaptarte a esta modalidad, a esta modalidad en línea o virtual, oh esta nueva normalidad como le dicen, no?

Alondra Zamudio: Yo creo que sí al principio sí se me hizo muy difícil, creo que como a todos, porque no era lo mismo en cuanto a lo escolar, porque no era lo mismo ver qué tal explicarán de frente o las prácticas en cuanto a las tareas y como que la verdad yo no tenía mucho conocimiento con, con algunas aplicaciones que como por ejemplo son, yo no sabía mucho sobre eso, y pues sí al principio, como que era difícil tener que conectarme en las clases, de entenderle también a las a las tareas o cuando tenía algunas dudas, pues no era lo mismo como cuando te explicaban en presenciales. Entonces pienso que esas son algunas de las dificultades.

Entrevistador: Muy bien. Sí, sí, claro y sobre la dificultad esta que, pues es un cambio abrupto, no, de la noche a la mañana estamos en presencial y ya vámonos todos al mundo virtual, no en las clases en línea y la mayoría de los jóvenes los que reciben clases, pues, tienen esta idea de la que tú comentas. No, no es lo mismo que un profesor te explique de forma virtual que lo tengamos presencial, no, es muy diferente.

3. Alondra, desde tu experiencia ¿Cómo ha afectado tu vida cotidiana la pandemia del Covid, tanto de manera positiva como negativa como ha afectado?

Alondra Zamudio: *Pues yo siento que ha afectado en qué pues antes salíamos más como a pasear estamos, nos sentimos como más libres de cada fin de semana ir a pasar por ahí. Entonces siento que eso fue lo negativo, como que nos sentimos más encerrados y más estresados solamente adentro de la casa o pensando en lo que nos podía pasar si salíamos, pero lo positivo es que por lo mismo de estar encerrados todos aquí como familia, como que empezamos a convivir más, más como que buscábamos actividades para no estar aburridos y no sentirnos tan tristes por todo lo que pasaba fuera. Entonces pienso que eso fue como un cambio bueno que tuvo la [pandemia/cuarentena].*

Entrevistador: Sí, como buscar este, digamos, formas también de entretenimiento familiar, no, pasar más tiempo con la familia es algo

muy interesante e importante también. Fíjate que se ven dos escenarios, no, el escenario donde la pandemia ha fracturado las familias, no, por el encierro; y, por otro lado, familias que no han [habían] podido estar juntos [juntas] por trabajo, tareas, pues las [ha] acercado más, no, hay una de dos, o las fragmenta y se integra o las une también es muy interesante lo que tú comentas, ¿no?

4. Dentro de tus actividades cotidianas, eh, ¿Qué hace Alondra que has dejado de hacer, si, o has aprendido a hacer cosas nuevas?

Alondra Zamudio: Pues, antes mi rutina era salir a la escuela o los fines de semana a pasear, y ahora pienso que estar aquí como que me ha motivado porque siento que tengo un poco de más tiempo extra, porque no tengo muchas actividades afuera ni tengo mucho porque salir, entonces pienso que en el tiempo que he tenido he tenido más tiempo para mí mismo. He empezado a hacer más ejercicio, a comer saludable, porque antes ni mis comidas, verdad [de verdad] que eran fatales, no, no hacía mucho deporte y pues como que ahora he empezado a cuidar más de mí misma y me he dado un poco de espacio y tiempo para cuidar de mí.

Entrevistador: Muy bien, muy bien, fíjate que lo que tú me comentas es lo contrario de los comentarios que yo escucho, porque dicen que bueno, hay muchos deportistas o muchos jóvenes que son deportistas, pero con la pandemia pues no se pueden ir a los parques o no están abiertos estos gimnasios cerca de mi casa, o ya no puedo hacer ejercicio porque no hay espacio en mi casa y tú lo has hecho, es algo muy interesante de ver esas dos dimensiones o realidades de que tú eres la primera que me dice, bueno es que yo también me he dado, es una buena oportunidad esto lo que está pasando para este, atenderme a mí misma, no. Darme oportunidad para mí, cuidarme más, ver qué es lo que necesito, hacer ejercicio y pues, lo que tú dices es muy interesante, porque digo, eh te has cuidado, nada te detiene, tú has sido algo importante [tú eres importante], y tú te has cuidado, no, y no has dejado eso por un lado, sino que te has cuidado, a parte que es una de las primeras reglas, porque este sí, menciona la secretaria de salud que hay que tener buena condición física, hay que tener muchos cuidados con nuestra alimentación y todo eso, no, y eso es importante lo que tu comentas, Alondra.

5. Alondra, ¿Cuál es, cuales son las actividades que haces en el día a día? Qué es lo que hace Alondra en el día a día, ¿cuál es la rutina de Alondra, se levanta, se baña, asea su cuarto que hace alondra casi siempre o siempre qué es lo que hace?

Alondra Zamudio: Ah pues cuando estaba en las clases mmm me levantaba a las 6, y pues trataba de ejercitarme un poco para despertar bien, hacía mi desayuno y después esperaba a las clases que terminaban a las 2:30. Después me iba bañar y me ponía a hacer las tareas terminaba un poco tarde y después ya tomaba un tiempo para mí, como para ver una película o para pintar o para algo que a mí me gusta hacer. Y ahorita, en las vacaciones pues me levanto igual de temprano pero ya no tanto me levanto a las 8, hago mi desayuno, me ejercito porque siento que eso me ayuda a estar activa durante el día, y ya me pongo a hacer actividades como limpiar mi cuarto ayudarle a mi mamá en cosas de la casa, y después pues ya me tomó un tiempo libre para mí porque igual no sé disfrutar de mis vacaciones por ahora y ese es como mi rutina.

Entrevistador: Es interesante lo que tú comentas no, es parte del ejercicio y que le has dado mucha importancia no, bien Alondra.

6. ¿La situación de la pandemia ha sido un obstáculo para realizar tus actividades académicas? Si ¿Por qué? No ¿Por qué?

Alondra: Yo pienso que no, porque igual como que la escuela ha implementado algunas ideas como para que no nos sintamos tan presionados, o no sé, cómo mis tareas o las cosas escolares pues sí han continuado parecidas porque no es lo mismo, pero creo que yo he aprendido llevarlas bien entonces siento que no me ha afectado mucho en cuanto a la escolar.

Entrevistador: Bien bien, perfecto Alondra, eh...

7. ¿Qué pasas tiempos o actividades realizas cuando no estás en internet? Por ejemplo, cuando no está en internet Alondra qué es lo que hace, bueno yo aquí tengo mi WhatsApp, pero ya lo cerré, estaba en Facebook, pero ya lo cerré me aburrió un poco, qué es lo que hace Alondra cuando no está en las redes sociales o en internet tienes algún pasatiempo, alguna actividad aparte de los hobbies no, de hacer ejercicio y esto, pero alguna actividad que te guste hacer rutinaria algún pasatiempo.

Alondra Zamudio: Ammh, pues sí, el pasatiempo que he tomado últimamente ha sido pintar o sea pintar y leer esas son las cosas que hago cuando no estoy en el internet, en el celular, me gusta mucho leer, entonces sí si me pongo a leer o, a pintar cuando no tengo [se cortó...].

Entrevistador: Ok perfecto muy bien Alondra, digamos que la pintura es una buena estrategia para disipar lo que sería el estrés no, y sobre todo la angustia, fijate que entre los jóvenes y las personas en general se ha desarrollado esta parte del estrés y la angustia no, qué hacemos no, ya hicimos el oficio barrer, trapear, sacar la basura hicimos todo ahora que hacemos, no porque también ver televisión estar en internet pues como que aburre no, como que aburre en cierto momento te aburre, te causa molestias de la vista o te cansas, todo lo que sea no. Entonces otro pasatiempo que no dependamos de internet estaría bastante bien y tú me das la idea de que, pues tú pintas no, y eso pasa tiempo pues aislado de las redes no porque ahorita pues es la pandemia todos estamos pues se supone que todos estamos conectados no, bien Alondra.

8. ¿Qué te lleva a utilizar o a entrar a tus redes sociales? Que te lleva a entrar a ti, sientes un tipo de gusto, ansiedad, un deseo, una angustia, por no estar ahí que siente Alondra antes de entrar a sus redes o qué es lo primero que hace Alondra antes de entrar a sus redes que piensas.

Alondra Zamudio: Ammm, *pues pienso que el motivo para entrar a las redes es como más por diversión, mm y a mí me gusta mucho entrar porque a veces también veo videos sobre temas que me interesan, o para aprender más, por ejemplo, en YouTube me pongo a ver documentales de vez en cuando. En Facebook, de pronto aparecen videos informativos y esos son los que más me gustan, pero igual a veces lo hago por diversión o por qué no se, quiero pasar un rato viendo mis redes sociales lo que publican mis amigos los memes o cosas así.*

Entrevistador: Bien Alondra.

9. Cómo calificas tu interacción, ¿Cómo califica Alondra su interacción en las redes digitales o sociales? Es mucha, es más o menos o es poca, ¿Por qué? Sí es mucha ¿Por qué? Si es más o menos ¿Por qué? Si es poca ¿Por qué? ¿Cómo te calificas tú?

Alondra Zamudio: Yo creo que es moderada, no creo que sea mucha ni tan poquita, porque si la utilizo un buen tiempo, pero como que últimamente me he enfocado más en mí, como que estoy en las vacaciones quiero disfrutar no sé estar aquí con mi familia en mi casa, siento que no soy muy adicta a las redes sociales, pero sí me gusta pasar tiempo viendo, viendo las cosas que de pronto aparecen ahí.

Entrevistador: Excelente Alondra, muy bien, pues muchas gracias, eh las preguntas la última, fue esa para medir que tanto tú interactúas en las redes, voy a dejar de grabar no sin antes decirte que muchas gracias

por tu tiempo, gracias por tu apoyo vale. Dejó de grabar, nos quedamos un segundito más vale bien.

 <p style="text-align: center;">Universidad Autónoma de Chiapas Facultad de Humanidades Campus VI</p> <p style="text-align: center;">Maestría en Estudios Culturales</p>  	
Proyecto:	<i>El proceso de construcción de las identidades digitales en los jóvenes de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas</i>
Nombre del (la) entrevistado (a): Manuel Antonio Martínez Guzmán	
Proyecto a cargo de: Jairo Naamán Alonzo García	
Duración de la entrevista: 27 minutos y 17 segundos	N° de entrevista: 06
Lugar: Tuxtla Gutiérrez, Chiapas; México	Fecha: 30 de julio de 2021
<p>Entrevistador: Muchas gracias, Manuel, buenas tardes. Gracias por tu tiempo y por estar aquí, gracias por la oportunidad de, hacerte de esta pequeña, digamos, entrevista ¿no? Con respecto a tu experiencia como estudiante, como joven durante esta pandemia que estas azotando pues al mundo ¿no? bien.</p> <p>1. Manuel ¿Desde tu punto de vista, ¿cómo crees, que ha impactado la pandemia Covid, en la sociedad?</p> <p>Manuel Martínez: Pues yo creo que de muchas maneras ¿no? Afectado a niños, jóvenes y adultos nadie queda impune ante esto, tanto niños como jóvenes están acostumbrados a salir, aunque sea a la escuela. Los adultos de igual manera están acostumbrados a ir a su trabajo o eso era en sus inicios, ya que, actualmente los padres de familia y adultos ya se están reincorporando a lo que era su trabajo a una pequeña escala. También creo yo que, ha afectado de manera psicológica de todo el mundo, hay personas que se han vuelto más conservadas para salir, o para realizar diferentes actividades.</p> <p>Entrevistador: Bien. Fijate que es interesante lo que comentas, porque si aparte de que es un problema de salud pues físico ¿no?, hay algo psicológico que hay por ahí que se está gestando ¿no? Estrés, ansiedad y sobre todo y no es para menos porque este es un fenómeno a nivel mundial ¿no? y al platicar hace algunos días con alguna persona, y me decía bueno es que mis años que llevo de edad dice, nunca había experimentado algo así, esto es a nivel mundial y pues que todo el mundo se quede varado, que se detenga ¿no? Nunca lo había experimentado y más nosotros como, digamos unas</p>	

generaciones pues más jóvenes, por decirlo así, no entonces no es para menos de que ahorita la gente pues tenga miedo, miedo y pues que desencadene muchos problemas pues emocionales ¿no? Ansiedad, miedo, terror, ¿no?

2. Bien Manuel desde tu experiencia ¿Se te ha dificultado adaptarte a esta modalidad, a esta modalidad en línea o virtual, oh esta nueva normalidad como le dicen, no?

Manuel Martínez: Desde mi punto de vista es desagradable, estar en clases virtuales es muy desagradable, por el hecho de no convivir en una manera en la que ya estabas acostumbrado, también, a mí me afecta estar mucho tiempo en mi casa, me aburre, esas... ¿qué? Seis, siete horas que estaba en la escuela, de regreso a mi casa era lo suficiente como para decir: ¡Ah, ya estoy mejor! es feo este que, en ocasiones que no tienes tus audífonos puestos y te preguntan, y volteas a ver a tu papá y te queda viendo, con cara de... haber responde [risas nerviosas], ah es feo. Pero si lo he encontrado desagradable, pero es la forma que se encontró para avanzar dentro de los estudios y no hay que negar esa parte.

Entrevistador: Fíjate que se me hace muy interesante lo que comentas, porque con algunas personas que conozco y he platicado, me han dicho que no hay ningún problema y tú eres muy franco y honesto en decirlo ¿no? y eso es muy interesante y muy valioso para mí porque, digo bueno que me digan él que es desagradable, pues siempre estamos acostumbrados a ver en la forma lineal ¿no? Si hay que adaptarse, esta bonito. Pero que tú me digas algo distinto a lo que ya está es algo muy valioso y muy interesante, porque nadie dice desagradable. Todos dicen bonito y hay que adaptarse. Y digo eso es lo que piensa Manuel ¿no? Fíjate que es interesante porque todos añoramos esta parte de lo presencial ¿no? Ir a clases, platicar, reírnos, no sé, enojarnos también, es algo normal, humano y luego es una especie como de, la escuela es como un respiro... tomarse un tiempo y pues explotar esta parte que tenemos como un recreo ¿no? Aparte de aprender es como un recreo ¿no? Y ya volver a casa y recargarte en la escuela es algo muy interesante ¿no?

3. Manuel, desde tu experiencia ¿Cómo ha afectado tu vida cotidiana la pandemia del COVID, tanto de manera positiva como negativa como ha afectado? ¿Cómo?

Manuel Martínez: Puedo decir neutro, porque he encontrado con declives y pros dentro de esta, porque normalmente estoy acostumbrado a ser una persona muy activa, aunque dentro de mi casa también lo intento hacer, pero a mi manera, talvez no de una

manera académica, no me considero una persona académicamente bien, pero si busco.... Bueno antes de la pandemia, habían días en los que, no quería tomar un colectivo para regresar a mi casa y me podía ir caminando, y pues era algo diferente, pero era lo que cambiaba un día, o podías ver de diferentes cosas, también dentro de la pandemia, hay cosas que las he encontrado buenas, es que, aunque digan que no leo, si...si leo, y hay libros que he vuelto a leer, dentro de esta y me he dado cuenta que puedo encontrar un punto de vista dentro de estos, como puede ser el principito, que me han dicho de que, lo tienes que leer en diferentes etapas de tu vida y dependiendo de tu etapa de tu vida le vas a dar, una vista diferente, igual pasa con el caballero de la armadura oxidada, que cuando lo lees y tienes algún problema, puedes identificar tu problema dentro del libro, lo utilizo para eso, para aprender otras cosas. Es diferente, busco una salida dentro de esto.

Entrevistador: ¡Ah ok! Digamos que para ti ha sido, algo positivo, lo haz utilizado a favor ¿no? Has leído, has buscado la manera de cómo no aburrirte tal vez, y no han sido, pues tan pesado para ti ¿no? se puede decir eso ¿verdad?

Manuel Martínez: Regularmente, no es...es neutro, neutro.

Entrevistador: Muy bien Manuel, es algo muy interesante lo que tú comentas y si no es mucha indiscreción ¿quiénes crees tú que te dicen o que piensan que no lees? ¿Quién te dice, quien te molesta? Alguien de tu familia, primos. ¿Quiénes te molesta?

Manuel Martínez: Mi papá, él me dice eso.

Entrevistador: Ok, te moleste y te dice ahí, ¿no? Pero yo desde mi experiencia Manuel, te quiero decir que eres una persona muy, muy inteligente, todos tenemos como un talón de Aquiles, todos tenemos como una deficiencia ¿no?, solo que hay personas que realmente les gusta, pero yo creo que, para mi eres una buena persona, un buen estudiante y pues, como siempre les decía, con dedicación, es dedicación a las cosas que nosotros queramos y nos gusten.

4. Manuel, dentro de tus actividades cotidianas ¿qué es lo que hace Manuel, ha dejado de hacer, o qué ha aprendido a hacer, en esta, en esta cuarentena? ¿Qué es lo que ha aprendido Manuel, en sus actividades cotidianas, o qué es lo que dejaron hacer Manuel?

Manuel Martínez: Bueno, como ya mencionaba, me gusta caminar, es agradable, antes solía jugar mucho Pokémon GO y era a diario estar saliendo a buscar o para completar cosas es algo que he dejado de

hacer, pero lo he reincorporado otra vez porque tengo una pokeparada afuera de mi casa y pues está más fácil.

Bueno, de por sí, soy una persona que habla mucho con la gente, no me da miedo iniciar una plática, pero últimamente por diversos motivos, bueno, porque he jugado, he jugado videojuegos no he encontrado a personas de diferentes nacionalidades y he podido entablar algunas platicas con ellos, hubo un grupo de personas que me integró su grupo a su social, que cabe aclarar o recalcar que ellos igual estaban en un sistema IB en su escuela y hablan español, pero muy poco.

La lectura es cuando la quiero agarrar, pero últimamente le he tomado otro gusto, a ya no leer libros de ficción y cosas así, que no tienen un mensaje o no sé cómo decirlo, otra idea, pero he retomado, bueno, he retomado libros que tienen un diferente enfoque.

Entrevistador: Ok, muy bien, con un contenido ya más, que te sirva ¿no? Académico, algo más de... más puntual ¿no?, no más libre ¿verdad?, más puntual tal vez, perfecto Manuel, es algo muy interesante, fijate, bueno porque en tu caso, que bueno que no te de pena iniciar una plática, en mi caso cuando tenía tu edad , cuando yo era joven, si me daba mucha pena ósea, soy muy, muy penoso y si me daba mucha pena iniciar una plática, con los amigos ¿no?, ya cuando estaba en confianza, pues sí no hay problema ¿verdad?, pues estas en una plática pero que bueno, y sería bueno experimentar o ver cómo ha cambiado Manuel, si se ha digamos, vuelto un poco más introvertido, más este digamos más penoso ¿no? más tímido tal vez una cuarentena, o ha sido, o Manuel el mismo, sería bueno ver ¿no? Que tú te hagas un tipo de auto reconocimiento ¿no? ¿Cómo es Manuel en la cuarentena? y ¿cómo va a ser Manuel cuando ya esté en clases presenciales, no? porque parece que tú ya vas a empezar clases en medicina ¿verdad?

Manuel Martínez: ¡Uhhh! ¡Ay vamos!

Entrevistador: Ah bueno, perfecto Manuel entonces, estaría padre de que vieras ¿no? De que, si ha cambado Manuel, ¿en qué ha cambiado, no? Y si ha sido el mismo, pues sería padrísimo ¿no?

5. De manera general Manuel, ¿cuáles son tus actividades del día a día, cotidianas, Manuel se levanta a tal hora siempre o casi siempre, desayuna o hago esto, casi siempre hago esto, ¿Cuáles son tus actividades?

Manuel Martínez: Bueno últimamente, de dos semanas para acá, me he estado levantando tarde, sumamente tarde, que mi desayuno es mi

comida, como no tengo ni oficio ni beneficio, pues me quedo acostadito, es la vida de Manuel, últimamente.

Entrevistador: Ok, más o menos a ¿qué horas a qué horas te levantas Manu?

Manuel Martínez: Ah... hoy me levante como a la 01:10 [de la tarde]

Entrevistador: Ok, muy bien, bueno es importante descansar ¿no?, es bueno, porque fijate, que también hay un problema de que, eso es estar en cuarentena, estar en casa, ósea es quedarte, es preferible que estés descansando, a que hay personas que realmente, no duermen y están afuera y exponiéndose ¿no?, que es algo todavía peor que creo, es algo muy, muy importante que pues, si tienes la oportunidad de descansar y de tener ese privilegio pues, que bueno ¿no? Es algo muy, muy importante. Bueno, te levantas tarde, luego qué hace Manuel desayuna...practicar algún deporte...

Manuel Martínez: Como profe

Entrevistador: Ah bueno, ya la comida ok

Manuel Martínez: Ya la comida, porque de por sí, no me gusta desayunar a veces, no..., no me gusta, hasta cuando tenía clases y me levantaba como a las 6, 7 [de la mañana]no priorizaba desayunar, en ocasiones, hay veces que mi mamá me hacía de desayunar, y pues tenía que desayunar. Pero, pues no lo priorizo en ocasiones, a veces en ocasiones juego, juego con algunos ex compañeros y amigos, este...o bueno he salido, hubo uno días en los que salí, porque dos de mis mejores amigos se fueron a estudiar fuera del país, y ya la otra semana entran a clases y me fui a despedir de ellos, pero en ocasiones, si salgo, pero no salgo a lugares tan grandes o donde haya mucho aglomeración, la semana pasada tuve una fiesta y fui pero ya...el COVID profe, hay mucho covicho en el aire últimamente.

Entrevistador: Si, ¿no? Se está volviendo a poner pesado...

Manuel Martínez: Otro repunte...si

Entrevistador: Exacto, pues sí, es bueno que estés, así como tú dices, descansando y en cuarentena ¿no?

6. Oye Manuel, ¿la situación de la pandemia ha sido obstáculo para realizar tus actividades académicas? Si, si ¿por qué?, si, no ¿por qué?

Manuel Martínez: No real...,no, no tiene un... no me afectó al realizar mis... todo lo que tiene que ser lo académico, porque tenía las herramientas para llevarla, bueno, llevar el nivel que me podía y hacer mis tareas, en ocasiones, entregar mis tareas, no me... bueno los recursos me lo facilitaban, pues tenía una computadora, tenía internet y pues era casi [todo] lo que se necesitaba, para hacer tarea, ya no era tanto escribir o en ocasiones que los maestros lo pedían que lo hiciéramos a [mano con] lápiz, pues ya se tenía, pero no hubo ninguna complicación, todo estaba en... tenía los recursos para llevar a cabo todo lo que fuera necesario.

Entrevistador: Muy bien, no fue un obstáculo como tal, eso es algo muy importante Manuel, perfecto porque fijate que tras esos obstáculos se ve la deficiencia de internet, deficiencia para cubrir esta parte de estar conectados ¿no? por ejemplo en el caso de educación pública, pues no, los alumnos no estuvieron conectados, entonces es lo que pasa con ese hueco de tiempo y de conocimiento con los alumnos ¿no? Entonces qué bueno que tu tuviste las herramientas y que estuviste conectado ¿no? prácticamente conectado con lo que pasa en el mundo y lo que está pasando actualmente ¿no? es algo muy, muy importante Manuel, que bueno que tienes y que tenías las herramientas ¿no?

7. Manuel ¿qué pasatiempo o actividades realizas cuando no estás en internet? Es decir, Manuel acaba de contestar un mensaje WhatsApp, ya se salió de Facebook o su teléfono está lejos ¿no? ¿qué hace Manuel? Este... juega dómimo, cartas, ordena su cuarto ¿qué hace?

Manuel Martínez: Normalmente lo que hago y ya es a altas horas de la noche es dibujar, en ocasiones, tomo mi libreta de dibujo a veces me pongo a dibujar me agarra la inspiración, no es de siempre, pero la inspiración me llega últimamente una vez cada 2 días y empiezo hacer algo o... yo considero que es un pasatiempo, aunque hay gente que cree que no lo es. Y es que hay veces que me pongo a platicar y me respondo a mí mismo y en varias ocasiones me respondo a mí mismo, en mi misma platica y es que lo estoy pensando, pero, en grandes ocasiones, muchísimas son involuntario que me responda en voz alta y hay veces que te voltean a ver y da pena, pero no tengo muchas cosas que hacer.

Entrevistador: Muy bien, perfecto Manuel, es algo normal dice las personas muy, las personas inteligentes, las personas que son muy este... por así decirlo, que observan mucho, que piensan mucho, siempre tienden a hablar en voz alta, a pensar en voz alta, dicen que las personas que son muy, muy inteligentes hacen eso ¿no? y es algo

muy bueno, porque cuando pasa, con la lectura ¿no? Cuando aprendes a leer, pues tienes que leer en voz alta, para escucharte, igual tus pensamientos, para que tú puedas como hacerlos, para que se te quede, como que para que tú puedas efectuarlos como lo haces en voz alta ¿no? Y eso se hace como de manera inconsciente ¿no?

8. Perfecto Manuel qué te lleva ¿qué lleva a Manuel a utilizar y entrar a sus redes sociales o redes digitales? ¿Sientes una especie como de ansiedad, de deseo por entrar, de saber qué es lo que está pasando? ¿Qué es lo que siente Manuel y todo lo que dice antes de entrar, a su... a sus cuentas ¿no? sus cuentas digitales o redes sociales.

Manuel Martínez: Dependiendo de la plataforma que utilice, bueno...lo que yo utilizo normalmente es Instagram, Facebook y twitter como... se puede decir que es donde se puede sacar más información, porque también utilizo Tiktok pero es más para entretenimiento, al igual que Facebook, porque en Facebook cada diez memes te viene sacando, una información que viene siendo de alerta Chiapas y normalmente no es algo que sea interesante, este...Instagram, no es que tenga una necesidad, entro... voy a decir que lo que es Instagram y Twitter, es a los que más entro. Instagram entre tres veces al día, porque no voy a estar [ahí] a cada rato y a cada rato se va estar actualizando la información. Twitter, igualmente veo muchas noticias, que no son de México, pero son interesantes, este... Twitter lo abro dos veces al día que es cuando hay más información se actualiza, bueno las personas que sigo o el contenido y entro. Facebook, nada más es como para ver memes ¿no? No saco algo más grande, pero no es de que tenga una necesidad de estar entrando a verlo, nada más es como, bueno, la necesidad que se genera es nada más para entretenerme ¿no? No es que tenga una... algo más grande que sepa que lo tenga que estar viendo a cada rato, porque lo necesito.

Entrevistador: Perfecto, muy bien Manuel, muy bien fijate que es algo interesante, lo que tú comentas, porque dice la clasificación de cuáles son tus...tus...tus entradas ¿no? A cuáles entras mas ¿no? y qué es lo que tú haces ¿no? Y Facebook es como una plataforma pues casi, por así decirle entre comillas, universal, porque todas las personas tienen Facebook, muy pocas van a tener twitter o Instagram ¿no? Muy pocas, adelante...

Manuel Martínez: Permítame comentarle, que lo que usted dice normalmente solo se da en México, que todas las personas tengan Facebook, es México, bueno otros países, pero tomando como referencia México, porque la mayoría... bueno le comento que he estado hablando con personas de otros países, que han sido

estadounidenses y canadienses, y me comentan de que ellos no utilizan lo que sería Facebook, porque es lo que utilizan sus papas y en Facebook es como que, van a saber todo lo que publico, lo van a saber sus papas...o hay mucha gente... ellos dicen, bueno traducido es viejo verde, que van a estar encontrándose cosas que no tiene sentido y también utilizan lo que sería Twitter es por la información que se puede sacar, ellos no utilizan WhatsApp y utilizan mensaje de texto, y esto se da porque ellos optimizan el espacio en su teléfono, WhatsApp te viene pasando, en chats y todo esto, te viene pesando como unos 400 megas, y lo optimizan utilizando... bueno el medio de contacto que ya viene con el teléfono, que son mensajes de textos normales y Facebook lo vienen sacando en Instagram porque tiene las mismas funciones, compartir imágenes.

Entrevistador: Ok, es algo muy interesante lo que tú dices, porque es casi, casi universal o sea casi todos, desde niños hasta personas adultas tienen este Facebook ¿no? entonces todos tienen Facebook, y es como una como una plataforma casi universal, muy pocos tienen pues Instagram, de lo que te decía, Twitter... y pues si TikTik e obviamente es para entretenimiento como tal y este... muy pocos se aventuran a publicar en estas tres, por ejemplo publicar en tres redes sociales es un trabajo, estar compartiendo, compartiendo, publicando y pues quién se va a dar a la tarea ¿no? Es todo un trabajo.

Manuel Martínez: Y no solo eso también dependiendo de la plataforma es la censura que recibe.

Entrevistador: Ok, muy interesante.

Manuel Martínez: En Facebook puedes hablar de temas políticos hasta cierto punto y dependiendo a que país te refieras, de México no he visto que la plataforma censure cosas de información mexicana, porque no le interesa, cuando viene siendo de países de un poder más grande, como puede ser Estados Unidos la mínima cosa que hagas, te llegan hasta bloquear la cuenta como por 10 días o un mes.

Entrevistador: ¡Órale mira Manuel! esa información yo no las había sí...ósea eso es importante y mirar tú como al momento que investigas, o te informa, es algo muy importante y valioso para mí.

Manuel Martínez: Es práctica profe, ya me la han bloqueado varias veces.

Entrevistador: No, pero la experiencia ¿no?, las veces que te han bloqueado pues ya, te ha servido para saber. Es algo muy importante, muy valioso, muy importante, entonces pues qué bueno, qué bueno

que tú me compartas esta parte porque así ya no... o si hablo pues ya tendré que, atenerme algo bueno, que bueno Manuel.

9. Como para terminar este... Manu, ¿cómo consideras tu interacción en las redes sociales o redes digitales, es lo mismo, pero... como consideras tu interacción? Es muchas ¿Por qué? es más o menos ¿por qué? un poquito ¿por qué?

Manuel Martínez: Voy a decir que es mucha, porque me salgo de lo que yo considero que es un estándar, que hay entre los jóvenes que nada más , es entrar y publicar lo que hacen o ver lo que está haciendo otra persona o nada más llegar entrar y reírse de un meme, ya que la mayoría de ellas es lo hace, yo lo que hago... es este ver...un mayor tipo de información, algo más constructivo, no eso ver memes, bueno no, si ver memes y tengo un humor muy, muy bajo me rio de cualquier cosa, y hasta de cosas que ni debería reír, pero... así mismo busco otro tipo de información que pueda ser de mi agrado, la he utilizado para conocer a diferentes personas, no solo de mi país, de otras partes del mundo. He interactuado en comunidades, de diferentes tipos de ámbitos, he interactuado... bueno, regresando lo que me gusta dibujar, este... hay artistas que dibujen muy padre, muy padre y crean su servidor de chat y me he incorporado, pero la mayoría de artistas no son americanos ni hispanohablantes, ya vienen siendo coreanos, chinos y japoneses, utilizando lo que entiendo y se de inglés, he podido interactuar con ellos en algunas ocasiones.

Entrevistador: Muy bien, muy bien Manuel excelente, digamos que es la interacción sería media entonces ¿verdad? muy bien Manuel, pues hemos llegado casi al final de nuestra pequeña entrevista y charla, diálogo. Bueno, de antemano te doy muchas gracias y me quedo un minuto más contigo vale muchas gracias Manuel.

