



**UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
SOCIALES  
ESCUELA DE SOCIOLOGÍA**

Exploración de la sociabilidad virtual y conectividad significativa en jóvenes rurales de la comunidad de Merecure, estado Apure. Año 2023

**Autores: Adriana del valle Veroes Vivas**

**Juan Jose Torres Rigual**

**Tutora: Profa. Edixela**

Ciudad Universitaria de Caracas, septiembre de 2023



**VEREDICTO**

Los integrantes del jurado, reunidos para examinar el Trabajo Final de Grado, Titulado: "EXPLORACIÓN DE LA SOCIABILIDAD VIRTUAL Y LA CONECTIVIDAD SIGNIFICATIVA EN JÓVENES RURALES DE LA COMUNIDAD DE MEREKURE, ESTADO APURE, 2023".

Presentado por: **TORRES RIGUAL, JUAN JOSÉ** y **VEROES VIVAS, ADRIANA DEL VALLE**.

Cédula de Identidad No. **V-26.220.712** y **V-23.733.058** respectivamente.

Hemos decidido Evaluar el Trabajo Final de Grado con la calificación: **APROBADO**  
*SE sugiere la Publicación de un artículo en una revista arbitrada.*

En Caracas, a los 03 días del mes de noviembre del año 2023.

**JURADO EVALUADOR:**

PROFESOR TUTOR: **EDIXELA BURGOS**

PROFESOR: **JEAN CARLO MARQUEZ**

PROFESORA: **IGNACIO AVALOS**

**FECHA:** 03 de noviembre de 2023

**Nota:** Los bachilleres tienen 15 días para hacer las respectivas correcciones si las hubiere para entregar a la comisión de Trabajo Final de Grado (TFG) en formato PDF.

**Facultad de Ciencias Económicas y Sociales**

Universidad Central de Venezuela. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales - Escuela de Sociología. Ciudad

## Tabla de Contenidos

Introducción .....	5
Capítulo 1. Consideraciones metodológicas .....	16
1.2 Enfoque de la investigación.....	16
1.3 Nivel de la investigación .....	16
1.4 Diseño de la investigación.....	17
1.5 Técnicas e instrumentos de recolección de información.....	17
1.6 Validez y fiabilidad del instrumento .....	18
1.7 Muestra.....	40
1.8 Análisis y procesamiento de datos.....	42
Capítulo 2: La Sociedad de la información: la nueva forma de interactuar con los otros.....	43
2.1. La mediación de la comunicación a través de la web 2.0 .....	44
2.2 Las redes sociales digitales y mensajería instantánea .....	47
2.3 Estadísticas mundiales de uso.....	49
2.4 Acceso a Internet, datos globales y nacionales .....	52
2.4.1 Datos globales .....	53
2.4.2 Estadísticas nacionales sobre el sector de telecomunicaciones.....	54
2.5 Dimensiones de la conectividad significativa.....	57
2.6 Estado actual de la conectividad significativa en América Latina y el Caribe .....	65
Capítulo 3: La sociabilidad en las ciencias sociales .....	68
3. 1 Explorando el concepto de sociabilidad .....	68
3.2 Sociabilidad concepto Simmeliano .....	70
3.3 La sociabilidad en la era digital .....	72
3.3.1 La sociabilidad virtual.....	74
Capítulo 4: El contexto rural y los jóvenes.....	78
4.1 Concepciones de la ruralidad.....	78
4.2 La ruralidad de América Latina y el Caribe datos más recientes .....	79
4.3 El Joven Rural.....	85
5.1 Caracterización de los jóvenes en sus aspectos demográficos, sociales y económicos .....	87

5.1.1 Características demográficas .....	87
5.1.2 Características Sociales .....	89
5.1.3 Características Económicas .....	100
5.2 Medición del acceso a Internet a través del Índice de Conectividad Significativa .....	109
5.2.1 Velocidad adecuada .....	110
5.2.2 Dispositivo adecuado .....	113
5.2.3 Conexión con suficientes datos .....	114
5.2.4 Usar Internet regularmente .....	116
5.2.5 Cálculo de Conectividad significativa rural .....	117
5.3 Las prácticas de sociabilidad virtual de los jóvenes rurales .....	119
5.3.1 La Hiperconectividad .....	119
5.3.2 Entrelazamiento de usos .....	122
5.3.3 Multitarea .....	142
5.3.4 Conformación de la red de contactos .....	144
5.3.5 Multimidad y control .....	145
5.3.6 La Convergencia .....	151
5.3.7 Relaciones interpersonales mediadas por Internet .....	155
5.3.8 La Ubicuidad .....	162
Conclusiones y recomendaciones .....	164
Bibliografía .....	176
Anexos .....	181

## Resumen

La cuarta revolución industrial posibilitó el surgimiento de la sociedad del informacionalismo caracterizada por el uso de Internet a través de una amplia gama de dispositivos que permiten la conexión a la red y con ello surge la comunicación mediada por ordenador (CMO) el cual se potencia a través de las plataformas de redes sociales digitales y la mensajería instantánea, modificando las formas de ser y estar con los otros. Sin embargo, el acceso a la banda ancha en la región, América Latina y el Caribe aun no alcanza todos los hogares, en especial los de contexto rural, estas nuevas formas de ser y estar con los otros atienden a un impulso de sociabilidad intrínseco de los seres humanos, en el cual prima el mero placer de estar con los otros sin lugar a fines, esta expresión más pura de socialización es un fenómeno de particular interés en la etapa de la juventud, es por ello que el presente estudio se buscó responder a las interrogantes ¿qué características tiene el joven rural de la comunidad de Merecure, en sus aspectos demográfico, social y económico?, ¿qué nivel de conectividad significativa tiene? y por último, ¿cómo llevan a cabo las prácticas de sociabilidad virtual?. A través de un diseño de campo, con un cuestionario como instrumento de medición, aplicado a 81 jóvenes ente 15 y 29 años de edad de la comunidad de Merecure, Municipio Biruaca, estado Apure año 2023. Obteniendo como resultados, los jóvenes rurales se encuentran el desafío de un bajo nivel de estudio, ya que estos no alcanzan el nivel superior universitario debido a la inserción temprana en el mundo laboral, la mayoría de los jóvenes se encuentran solteros, sin embargo, las mujeres se inclinan más a establecer relaciones filiales; estos jóvenes tienen poca filiación fuera del hogar en cuanto a asociaciones formales y se encuentran insatisfechos con la mayoría de los servicios públicos, incidiendo estos en su calidad de vida. En cuanto a la conectividad significativa, el puntaje obtenido fue realmente bajo debido a condiciones estructurales. En cuanto a la sociabilidad virtual podemos observar que usan en gran medida las redes sociales digitales y la mensajería instantánea, empleando diversidad de formas de discurso y formatos de interacción, estableciendo relaciones mediadas y ubicuas.

**Palabras claves:** TIC, sociedad de la información, joven rural, conectividad significativa, sociabilidad, sociabilidad virtual, relaciones mediadas

## **Introducción**

La sociedad tal como la conocemos actualmente en pleno siglo XXI ha sufrido muchas transformaciones tecnológicas, sociales, políticas, económicas, culturales entre otros, que nos permiten comprender cómo hemos llegado aquí. Todas estas variables se conectan y relacionan de tal manera que el cambio de unas afecta a las otras y en conjunto a la sociedad. Existen ejemplos a lo largo de la historia, tales como: la revolución industrial, la revolución francesa, la revolución burguesa, por mencionar algunas; estas transformaciones no sólo pertenecen a un ámbito tecnológico, sino también abarca, al mismo tiempo, cambios políticos y económicos. La cuarta revolución industrial es la más reciente y donde entra la creación de Internet, las redes sociales digitales, la mensajería instantánea, los teléfonos inteligentes y todo dispositivo que permite conectarnos con los otros.

Los cambios y transformaciones tecnológicas del último siglo, posterior a la segunda guerra mundial, son los que permiten entender el contexto de la creación de Internet. Este elemento es el que posibilita principalmente la sociabilidad virtual, en conjunto con los ordenadores y teléfonos inteligentes, sin estos no pudiéramos hablar de sociabilidad virtual, porque inclusive antes de la llegada de la web 2.0 y las redes sociales digitales, ya hay evidencia de formas de interacción online, mediante el uso del correo electrónico, blogs, foro chat, entre otros.

La comunicación es uno de los principales componentes de la socialización y el desarrollo de los individuos y sus sociedades, los modos de comunicarse han variado a lo largo del desarrollo de la humanidad. Hoy en día, la Comunicación Mediada por Ordenador (CMO), es un fenómeno novedosamente investigado. En el desarrollo de este tipo de comunicación media el

desarrollo tecnológico necesario para el mismo, es decir, el acceso a Internet y a dispositivos tecnológicos que se conecten a la red; ante el contexto de crisis económica que suscita Venezuela, el acceso a la banda ancha es limitado en buena parte de la geografía nacional, por tanto, motiva el interés de conocer cómo se están produciendo la CMO en tales contextos.

Según el informe de la CEPAL (2022) *Un camino digital para el desarrollo sostenible de América Latina y el Caribe*, el 80% de la población de la región son usuarios de Internet, el 79% de la población son suscriptores de banda ancha móvil, el 62% de los hogares se encuentran conectados a Internet, falta por conectar  $\frac{1}{4}$  de hogares urbanos,  $\frac{2}{3}$  de los hogares rurales y el 43% de los hogares más pobres. Los grupos poblacionales de los desconectados está conformado por  $\frac{1}{3}$  de los niños de 5 a 12 años,  $\frac{1}{4}$  de los adultos de +66 años y  $\frac{1}{2}$  de los jóvenes de entre 13 a 25 años.

Entre 2010 y 2021, la región creció, en promedio, más de diez veces en términos de penetración de banda ancha móvil, lo que supone un incremento muy superior al observado en América del Norte y Europa. Una situación muy diferente se observa en el caso de la banda ancha fija, cuya penetración en la región apenas se duplicó y se mantuvo muy por debajo de la de Asia y el Pacífico, Europa y América del Norte (CEPAL, 2022, p.32)

Sin embargo,

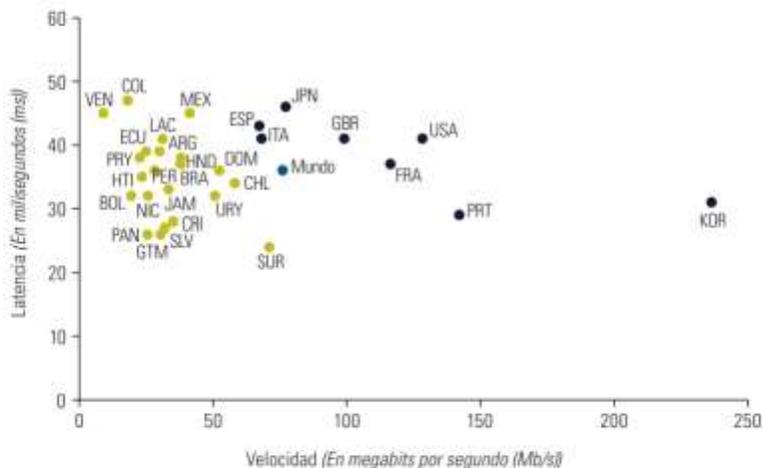
En 2021, la penetración promedio de la banda ancha fija en los hogares de América Latina y el Caribe llegaba casi al 62%, lo que, (...) sitúa a la región muy por debajo de otras regiones como América del Norte y Europa, que tienen niveles de penetración cercanos al 100% y al 90%, respectivamente. Las diferencias son también significativas en el caso de la banda ancha móvil, que cuenta con una penetración del 78% de la población en la región, y del 105% y cerca del 150% en los casos de Europa y América del Norte, respectivamente. (CEPAL, 2022, p.32)

Ambas citas hablan del rezago que no ha podido ser superado en los países de la región, ya que, aunque registramos un mayor crecimiento en la penetración de banda ancha, siendo más importante en la banda ancha móvil que en la fija, aún estamos distantes de lograr un 90% o



Gráfico II.5

Calidad de la conexión: velocidad efectiva de descarga de banda ancha móvil, promedio mensual, mayo de 2022



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Observatorio regional de desarrollo digital, sobre la base de Speedtest, "Speedtest Global Index" [en línea] <http://www.speedtest.net/global-index>.

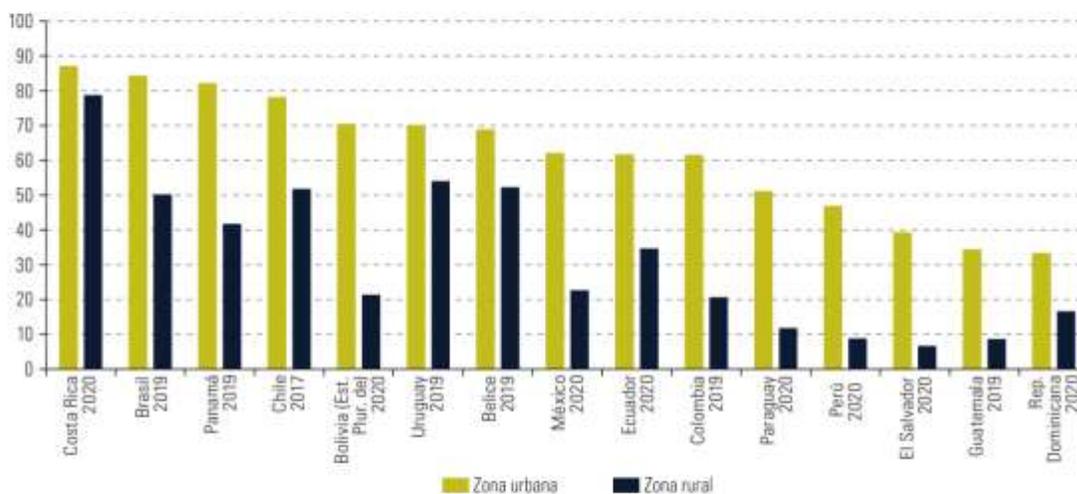
(CEPAL, 2022, p. 36)

Se observa en las gráficas que Venezuela, tanto en la banda ancha fija y la banda ancha móvil, es de los países con menores velocidades y mayor latencia. Venezuela ocupa el puesto N° 141 de 145 países medidos por Speedtest, en cuanto a la velocidad media de Internet móvil, con 9.51Mbps., el único país con menor velocidad en la región, es Cuba con 4.34Mbps.; mientras que, en banda ancha fija, se ubica en el puesto número 119 de 182 países, con una velocidad de 29.51Mbps. en promedio. En la región solo están en posiciones más bajas, República Dominicana con 26.87Mbps, Bolivia 26.23Mbps. y Cuba con 1.95Mbps., para agosto del año 2023 reporta Speedtest Global index, en su medición de las velocidades medias de los países a los cuales tiene acceso.

Este contexto de bajo acceso y calidad de Internet, se acentúa en los contextos rurales, aunque no se cuenta con datos para Venezuela. El siguiente gráfico, nos da un panorama de los países de la región.

Gráfico II.3

América Latina (15 países): hogares con conexión a Internet, según lugar de residencia (urbana o rural), último año disponible (En porcentajes)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Observatorio regional de desarrollo digital, sobre la base de Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), "Encuesta nacional de calidad de vida (ECV) 2018" [en línea] <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/salud/calidad-de-vida-ecv/encuesta-nacional-de-calidad-de-vida-ecv-2018> para Colombia e información del Banco de Datos de Encuestas de Hogares (BADEHOG) para el resto de los países.

(CEPAL, 2022, p. 34)

Se observan marcadas diferencias de acceso entre los hogares urbanos y los rurales. En este ámbito, la situación es muy heterogénea entre los países de la región. Mientras que la penetración supera el 80% en las zonas urbanas de algunos países, en otros es inferior al 40%. Asimismo, la diferencia de penetración entre zonas urbanas y rurales se sitúa entre más del 50% y menos del 10% (CEPAL, 2022).

Vivimos en un mundo cada vez más interconectado, la revolución digital ha permeado todos los ámbitos de la vida, desde la educación, el trabajo, el consumo, la participación política, social, ambiental, así como el entretenimiento y las relaciones interpersonales. Las cuales, hoy día, están siendo mediadas por los dispositivos electrónicos, que brindan acceso a la web 2.0.

En tal contexto estructural de la accesibilidad a Internet, se está llevando a cabo las Comunicaciones Mediadas por Ordenador, sin embargo, aquello en lo cual se desea ahondar es

en las posibilidades, aunque limitadas, de las interacciones que se llevan a cabo a través de las redes sociales digitales y la mensajería instantánea, ya que el uso cotidiano que permite el acceso a Internet, traspasa los meros intereses nacionales y regionales, la aplicabilidad que ha optado el acceso a Internet es tan amplia y variada como las necesidades de construir comunidad de los individuos.

El <<impulso de sociabilidad>>, en su actividad pura, desprende de las realidades de la vida social el puro proceso de socialización como un valor y una forma de felicidad, y a partir de ellos constituye lo que llamamos sociabilidad en el sentido más estricto (Simmel, 2002, p. 82).

La sociabilidad siempre ha sido un elemento presente en la vida cotidiana de los individuos, se da en espacios públicos o privados. Al respecto, Iglesias-Sahagún (2017) realiza un rastreo del término sociabilidad en su trabajo *La sociabilidad, una puesta al día*, en el mismo, señala como primeras apariciones del término el del Diccionario de Autoridades de 1739, en la cual le definía, “Sociabilidad: el tratamiento y correspondencia de unas personas con otras,” (p.66); continuando en su exposición indica que,

Según Carol-Anne Rivière, la voz sociabilité fue admitida en el Diccionario de la Academia Francesa en 1798 en donde se le reconoce un sentido general de <<aptitud de la especie humana para vivir en sociedad y un sentido restringido, recogido de una definición psicológica que se impondrá como sentido común: la aptitud del individuo de frecuentar cordialmente a sus semejantes, oponiendo el niño sociable al niño tímido>> (Rivière 2004: 209). (IGLESIAS, L. / 2017. p. 66).

En el siglo XIX habría un mayor desarrollo de la noción de sociabilidad, sin hacer referencia directa a la misma, de mayor repercusión

Es la clásica distinción del alemán Ferdinand Tönnies entre comunidad *Gemeinschaft* y asociación *Gesellschaft*. Esta distinción la aplica Tönnies a las relaciones sociales, a los grupos y a las sociedades, y ha influido profusamente en la tradición sociológica, desde Durkheim (sociedad de la solidaridad mecánica frente a sociedad de solidaridad orgánica) a Park (lo popular frente a los secular) y Colley (grupos primarios frente a secundarios) (González- Anleo, 1991, citado Gallego, 1991, p.150).

Georg Simmel, considera a la sociología como ciencia de la sociedad, la cual tiene como tarea la descripción de las formas del efecto recíproco de la acción de los individuos que constituyen la sociedad, siendo esta la sociología pura, la cual se centra en las formas de comportamiento de los individuos entre sí; ya que diversas formas de socialización pueden tener el mismo contenido, o por el contrario, diversos contenidos provocan una socialización de igual forma (Simmel, 2006, p. 50).

Como puede observarse, para Simmel, “en toda sociedad humana se puede distinguir su contenido y su forma, y de que su propio significado constituye la repercusión recíproca de la interacción de los individuos”. (2006, p. 77-78). A qué hace referencia con ambas categorías nos explica:

Todo aquello que en los individuos, en los lugares inmediatamente concretos de toda realidad histórica está presente como impulso, interés, finalidad, inclinación, estado psíquico y movimiento, de tal manera que a partir de ello o en ellos se produce el efecto sobre otros y se recibe estos efectos, esto lo llamo el contenido, en cierto modo la materia de la socialización (Simmel, 2002, p. 78).

Además del contenido, que como lo describe la cita anterior, se refiere a aquellas motivaciones, asuntos que agrupan a las personas, intereses en común, aficiones y todo aquello que da material para entablar comunicación e interacción con los otros, Simmel distingue lo que denomina la forma de la socialización, con ello se refiere a,

la forma es el mutuo determinarse, el interactuar de los elementos, que así forman una unidad; y dado que para la sociabilidad quedan suprimidas las motivaciones concretas de la unión, ligadas a las finalidades de la vida, tiene que acentuarse tanto más fuertemente y con tanta mayor eficacia la forma pura, la conexión por así decir, libremente flotante y de interacción recíproca entre los individuos (Simmel, 2002, p. 83).

Es decir, que la forma, es el proceso mismo de interacción, indistintamente del contenido que lo medie, de establecer conexiones entre los individuos, y a través de esas conexiones la

interrelación que acomoda a los unos y a los otros, para conformar una unidad de mutua determinación. A pesar de que la interacción con otros pueda estar motivada por distintos contenidos, la forma, se autonomiza de los mismos, sirviéndose para su propia actividad y realización. Convirtiéndose la forma en

finés en sí mismos y ejercen su efecto por su propia fuerza y su propia ley, selectivas y creativas desde ellas mismas y no en función de su entrelazamiento con la vida (...) y ahora se produce de una manera tal vez del mayor alcance este giro de eje -de la determinación de las formas por su materia hacia la determinación de su materia por las formas elevadas a valores definitivos- en todo lo que llamamos juego. (Simmel, 2002, p. 80- 81).

Con ello, nos indica que las actividades de interacción con los otros tienen una fuerza propia, que no depende del contenido, que tiene una configuración propia, así distintos eventos sociales, por distantes que sean pueden tener una misma función social, ya que la forma expresa y arropa la interacción de sentido propio. En los cambios tecnológicos que han ocurrido se han impuesto formas distintas de interacción, aunque se sigan debatiendo asuntos similares, los nuevos espacios de sociabilización imprimen unas formas distintas, y por ende interacciones diferentes, dignas de indagar.

El proceso de sociabilidad con los otros, primeramente se desarrolló en un marco presencial, luego con la aparición de medios como las cartas que se enviaban a otras localidades, telégrafo, llamadas telefónicas, la radio, la televisión, fueron aparatos tecnológicos que facilitaban mediar la sociabilidad presencial, la cual no se producía solamente de esta manera, sino que ha estado mediada y en efecto se ha mediado hasta nuestros días por diferentes dispositivos.

Siendo así, el desarrollo de las tecnologías de información y comunicación (TIC), han transformado las formas de estar con los otros. Las redes sociales digitales y la mensajería

instantánea forman parte de la cotidianidad actualmente, y desde el momento de su creación, gracias al soporte que brinda Internet han permitido a los usuarios llevar la sociabilidad física presencial a un espacio online, virtual, siendo definido “Como espacios sociales diseñados para facilitar la comunicación, la colaboración y el intercambio de contenidos a través de redes de contactos y con los que los usuarios pueden administrar, construir y representar sus redes sociales en línea” (Children international, 2008; citado por Gallego, 2006, p.162)

Dicha definición nos permite comprender la función que estas han adquirido en la vida cotidiana, y la posibilidad de sus usos. Estas redes digitales han sufrido transformaciones en cómo se pueden usar las herramientas que ofrecen a los usuarios pero, lo que se mantiene con el tiempo es la facilidad de comunicación y el intercambio de contenido entre los contactos agregados.

Las redes sociales digitales y la mensajería instantánea son así un escenario propicio para el estudio de la sociabilidad, ya que ante el replegamiento de los individuos en la vida privada, como lo señalaba Bisbal (2004, p. 2), y la hegemonía de los medios de comunicación tradicional, estos constituían la nueva plaza pública. Ante el retraimiento al ámbito privado, y el surgimiento de Internet con la amplitud de posibilidades que ofrece, ha sido posible ampliar el espacio de interacción, que se ejerce ahora de manera online y no solo presencial.

La existencia de Internet y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, así como los dispositivos inteligentes, que permiten conectarse a Internet, no hacen posible per se la sociabilidad virtual, el acceso juega un papel importante. Para la comprensión del mismo, han sido estudiados los factores indispensables, un concepto relevante que toma en consideración umbrales mínimos del acceso, es la conectividad significativa, estableciendo los mismos en

cuatro dimensiones: velocidad adecuada, dispositivo apropiado, suficientes datos, frecuencia de uso; esta es una iniciativa que “reúne los elementos necesarios para abordar un análisis básico de la calidad de la conectividad que no solo contemple si una persona tiene acceso a Internet, sino también la regularidad y la calidad de la conexión disponible” (A4AI, 2020, p.17). Estos elementos hacen posible disfrutar de las redes sociales digitales y la mensajería instantánea.

Internet junto con las redes sociales y plataformas de mensajería instantánea tienen un impacto en la forma en que las personas interactúan con sus familiares, amigos y conocidos, mientras que la sociología se encarga de investigar cómo las personas interactúan entre sí, por ende, es de su competencia el estudio de cómo las mismas se están viendo impactadas por las nuevas TIC, cómo median en la comunicación interpersonal para potenciar y/o facilitar o por el contrario los desafíos que suponen para los procesos de sociabilización.

Los jóvenes pasan gran parte del tiempo conectados a la mensajería instantánea y a las redes digitales compartiendo información, fotos, videos, noticias entre otras cosas de interés; estableciendo nuevos vínculos con personas, manteniendo los que ya se tienen, no solamente mediante el uso de los chats, sino también por medio de las publicaciones se puede observar la sociabilidad. Investigadores como Manuel Castells, se han dado a la tarea de estudiar las nuevas formas de sociabilidad online, en contraposición a otras líneas de investigación que niegan la posibilidad de sociabilidad en estos contextos virtuales. El mismo Castells señala que

Una serie de estudios llevados a cabo hace años por varios sociólogos urbanos (Suzanne Keller, Barry Wellman y Claude Fischer entre otros) demostraron que las redes sustituyen a los lugares como sostén para la sociabilidad tanto en las zonas periféricas como en las ciudades. (Castells, M., 2001, p. 147)

Sin embargo, vale la pena indagar la presencia o no de dichas sociabilidades virtuales en los entornos rurales, considerando las brechas reflejadas en las estadísticas de acceso a Internet en las áreas rurales, en contraposición con las urbanas, donde se observan en desventaja.

La juventud, si bien es un concepto más complejo que involucra ciclos de la vida, subjetividades, culturas, entre otros aspectos: en el presente estudio, se hizo una delimitación demográfica, acuñada por la CEPAL.

Tomando como perspectiva el criterio demográfico, las Naciones Unidas han establecido un rango de edad para definir a la juventud como a los hombres y mujeres de entre 15 y 24 años. Sin embargo, distintos países de Iberoamérica amplían dicho rango, iniciándolo a los 12 años (Colombia y México) y terminándolo a los 29 años (México, Portugal y España). Dados estos antecedentes y a la luz del tipo de información que existe en los países, en el presente trabajo tomaremos básicamente el criterio europeo (15 a 29) (CEPAL, 2004, p.17).

Desde su uso en 2004 a razón de la disponibilidad de los datos, la CEPAL emplea el rango de edad para la juventud, desde los 15 años hasta los 29 años de edad. A partir de esta clasificación, muchos son los estudios que se han inscrito en esta categoría demográfica para definir la juventud. En el presente estudio, ha sido tomado este rango, al ser más amplio, lo cual permite explorar la heterogeneidad dentro de la misma población que denominamos jóvenes. Pero la heterogeneidad del mismo, no está influida solamente por lo demográfico, los aspectos sociales y económicos permean las realidades de las juventudes latinoamericanas y, en particular, la venezolana; sin embargo, el único aspecto diferencial de los jóvenes que serán abordados por el presente estudio, estará dado por la geografía, ya que la literatura precedente señala particularidades importantes derivadas del contexto rural y los sujetos de estudio en curso, son jóvenes rurales.

En América Latina, desde el 2011, se han llevado a cabo esfuerzos por comprender lo rural, iniciando por la pertinencia y transformación de la categoría. Hoy día tales debates siguen en prosecución, sin embargo, la comunidad seleccionada para el estudio encuadra en varias de las aristas de los modelos más clásicos para definir la ruralidad, como el enfoque demográfico y de brechas. En el presente caso de estudio, dicha comunidad se ubica en el Estado Apure, específicamente en el municipio Biruaca, parroquia Biruaca, Merecure. Tiene una densidad poblacional de 42,36 habitantes por Km<sup>2</sup> (INE, 2011) y no cuenta con una actividad económica propia, sino que vive en la periferia de San Fernando de Apure, la capital del Estado Apure, por ende, los habitantes, para satisfacer sus necesidades de abastecimiento, salud, entretenimiento, entre otros; deben desplazarse fuera de su municipio.

Los jóvenes que habitan en la comunidad de Merecure, parroquia Biruaca, viven en un contexto de ruralidad que permea los aspectos de su vida, incluido el acceso a las tecnologías de la información y comunicación, así como las posibilidades en el uso del mismo y, con ello, la sociabilidad que pueda entablarse en la virtualidad. Gran parte de los estudios de redes sociales y sociabilidad en la actualidad, afirman la presencia de elementos tales como la hiperconexión, las relaciones líquidas, identidades flexibles, comunidades virtuales, ubicuidad, entre otros (Cáceres M.; Brändle G. Ruiz J., 2017). Sin embargo, son muy pocos los estudios realizados en las zonas rurales, y en Venezuela no se halló ninguno, es por ello que antes de poder indagar en los sentidos o el análisis a profundidad de las formas en que se presenta la sociabilidad virtual rural en Venezuela, es importante constatar la presencia y características generales de la misma.

Mundialmente se habla de hiperconexión y ubicuidad como factores que están transformando las formas de comunicación, interacción, relación y desenvolvimiento de los seres humanos. Nuestra investigación se torna importante en la comprensión de cómo la tecnología

está mediando nuestras comunicaciones e interacciones, transformando los modos de ser y estar con los otros.

De acuerdo con Cáceres M. et al., en torno a la importancia del estudio de la interacción y comunicación, mediadas por la tecnología, afirman que:

Sin duda, la tecnología abre oportunidades y propicia ocasiones, y en lo relativo a la comunicación interpersonal y la posibilidad de contacto se presenta como funcional y gratificante porque produce satisfacción inmediata: suple la falta de vínculo social directo y proporciona integración social, a la vez que impide la soledad y el aislamiento y permite recibir afecto, reconocimiento, respeto y aceptación, en una sociedad individualista en la que no es fácil relacionarse con los otros. El mundo presencial puede resultar frustrante frente a un mundo virtual en el que todo deviene posible y controlable. (Cáceres, M; Brändle, G; Ruiz, J. 2017, p. 239).

Siendo importante el estudio de estas nuevas formas de interacción que devienen en sociabilidad dentro de la web, ya que las mismas pueden estar contribuyendo o no a la cohesión social, principal interés de indagación en la sociología, lo que se sabe de antemano es que la misma representa una forma de socialización, que alude a lo lúdico, pero que no por ello es menos importante, al contrario, en el mutuo determinarse con los otros, los individuos se ven transformados, se introducen en un mundo globalizado, las relaciones interpersonales que se establecen en este entorno cuentan con características que se deben de indagar para su comprensión y evidencia de la transformación tecnológica en todos los aspectos de la vida.

Los estudios de la sociabilidad virtual en Iberoamérica (Linne, J.; Cáceres, M.; Campion, R. , Martines, L. y Sabater, C.; Cornejo, M.; Tapia, M.; Gallego, S.; Lopez, M.; Cornejo, M.; Tapia, M.; Gallego, S.; Lopez, M; Merino, L.; Ocampo, A.; Rubio, J., Jiménez, J., Barón, G.; Tapia, M.), han tenido como sujeto de estudio, a los adolescentes y jóvenes, debido a que es la etapa del ciclo vital donde se construye identidades, en la interacción entre pares, y otros procesos, lo cual conlleva mayor actividad de sociabilidad. En el presente estudio, se persigue,

tomando dichas referencias, indagar la presencia de tal fenómeno en el contexto venezolano rural, por ende, se han tomado como sujetos de estudio a los jóvenes, excluyendo a los adolescentes, para sortear los desafíos de acceso a esta población.

Se escogió la comunidad de Merecure estado Apure, Venezuela, debido a la factibilidad en la realización del estudio, ya que, la comunidad tuvo gran apertura desde su estructura organizativa y líderes comunitarios, quienes compartieron la información de su población a la fecha de septiembre 2023, así como permitieron el levantamiento de datos sin obstáculos. Así mismo, se consideró esta comunidad representativa de la ruralidad en Venezuela, aunque el presente estudio no tenga intenciones de extrapolación estadística.

La importancia de abordar a los jóvenes rurales está dada por las brechas ya expuestas de su entorno y el cuestionamiento de cómo, en medio de las limitaciones, estos jóvenes han conseguido en la web un lugar para compartir con los otros, para establecer relaciones interpersonales desterritorializadas. Por ello cabe preguntarse, ¿qué características tiene el joven rural de la comunidad de Merecure, en sus aspectos demográfico, social y económico?, ¿qué nivel de conectividad significativa tiene? y por último, ¿cómo llevan a cabo las prácticas de sociabilidad virtual?.

Para responder a las preguntas anteriores, se han trazado los siguientes objetivos:

### **Objetivo general**

Explorar las formas en la que se expresa la sociabilidad virtual y la conectividad significativa, en los jóvenes rurales de la comunidad de Merecure, Estado Apure

## **Objetivos específicos**

1) Caracterizar al joven rural de la comunidad de Merecure en sus aspectos demográficos, sociales y económicos.

2) Medir el acceso a Internet de los jóvenes de la comunidad de Merecure a través del índice de conectividad significativa.

La totalidad de encuestados ha usado Internet en los últimos tres meses,

3) Describir las prácticas de sociabilidad virtual que entablan los jóvenes rurales de la comunidad de Merecure, a través de los usos y las relaciones mediadas en las redes sociales y mensajerías instantáneas.

Habiendo definido las preguntas y objetivas que dan pie a la investigación, el contenido de este Trabajo Final de Grado está estructurado de la siguiente manera: en el capítulo 1 la metodología de investigación, con una descripción del nivel, el diseño, las técnicas usadas para la recolección de la información sobre los jóvenes, así como la validez, la fiabilidad del instrumento aplicado y, finalmente, el cálculo de la muestra. Seguidamente, en el capítulo 2, se inicia la descripción teórica, abarcando bajo la mirada de diferentes autores, cómo la sociedad de la información dio paso a la creación de la web 2.0, la manera en que estas ayudaron a la creación de las principales plataformas de redes sociales digitales y mensajería instantánea. También se mostrarán datos globales y nacionales sobre el sector de las telecomunicaciones; se explica el Índice de conectividad significativa, el estado actual de la conectividad significativa en la región, es decir, América Latina y el Caribe. En el capítulo 3 se narran los inicios del concepto de sociabilidad presencial, como el concepto simmeliano de sociabilidad en un principio presencial y su evolución al concepto de sociabilidad virtual. En el capítulo 4, contempla los conceptos de lo

rural y los jóvenes con algunos de los datos más recientes en América Latina y el Caribe, referentes al tema. Finalmente, a lo largo del capítulo 5, se revelan los resultados obtenidos a través del instrumento de investigación que fue aplicado a los jóvenes de 15 a 29 años de la comunidad de Merecure, estado Apure. Así como sus características demográficas, sociales y económicas; el nivel de acceso a Internet a través del índice de conectividad significativa y las prácticas de sociabilidad virtual que llevan a cabo. Finalmente se presentan las conclusiones y recomendaciones en torno a la sociabilidad virtual y conectividad significativa en jóvenes rurales de la comunidad de Merecure, estado Apure.

## **Capítulo 1. Consideraciones metodológicas**

### **1.2 Enfoque de la investigación**

El tipo de investigación es de diseño no experimental, la cual, según Hernández, Fernández y Baptista (2014, p.152), se refiere a “Estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos”. Según su dimensión temporal esta investigación es de tipo transeccional o transversal, ya que los datos han sido recopilados en un momento único, y persigue “ubicar cuál es la relación entre un conjunto de variables en un momento” (Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P., 2014, p.154)

### **1.3 Nivel de la investigación**

La investigación es de tipo exploratoria, debido a la ausencia de datos existentes de los jóvenes rurales en el contexto nacional, y la poca información sobre la sociabilidad virtual de estos sujetos a nivel latinoamericano y la falta de datos en la población abordada.

El propósito de los diseños transeccionales exploratorios es comenzar a conocer una variable o un conjunto de variables, una comunidad, un contexto, un evento, una situación. Se trata de una exploración inicial en un momento específico. Por lo general, se aplican a problemas de investigación nuevos o poco conocidos; además, constituyen el preámbulo de otros diseños (no experimentales y experimentales) (Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P., 2014, p.155)

#### **1.4 Diseño de la investigación**

El estudio está fundamentado en un diseño de campo, puesto que la información fue recolectada directamente del contexto natural donde se presenta el fenómeno en estudio y, las fuentes que la proporcionarán son clasificadas como fuentes vivas, conformadas por los sujetos de estudio. En ese sentido, la información fue obtenida de manera directa de los jóvenes de la comunidad de Merecure, estado Apure, en las edades comprendidas de 15 a 29 años.

#### **1.5 Técnicas e instrumentos de recolección de información**

Los estudios de sociabilidad virtual que preceden al presente estudio, han empleado diferentes técnicas de recolección de datos tales como, las entrevistas, la observación participante, la etnografía digital, el análisis de contenido en los perfiles de las plataformas, entre otras, sin embargo, en el presente estudio, se incorporó el análisis de otras variables necesarias de investigar, al transpolar el objeto de estudio del ámbito urbano al rural. En este sentido, las variables demográficas, sociales y económicas ameritan de objetividad y autoubicación de los individuos, así mismo el poder medir el nivel de acceso que disponen estos jóvenes a Internet, a través de un índice estandarizado.

Las fuentes de información para dar cuenta de las variables a explorar, es primaria, es por ello que se elaboró un instrumento de medición, tomando como unidad de análisis a las personas, el tipo de instrumento seleccionado fue el **cuestionario**, el cual “consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir ” (Hernández, R., Fernández, C., y Baptista,

P., 2014, p.217), este instrumento permite la obtención rápida de datos sobre las variables, y es adecuado a las variables de este estudio, dado que aluden a actitudes con las cuales los sujetos se pueden identificar en las categorías y/o en distintas medidas de la misma, así mismo, de menor demanda de tiempo para los participantes y de fácil respuesta para estos, de igual manera, preserva la privacidad del encuestado, ya que se recaba su autoubicación, aunque la misma sea una medida indirecta.

El cuestionario elaborado, constó de 51 preguntas cerradas, con opciones de respuesta, dicotómicas, politómicas y de escalas de clasificación, de respuesta única y de respuesta múltiple. Se dividió en tres partes, la primera aborda el objetivo número uno de investigación, el cual refiere a la caracterización de los jóvenes, la segunda parte responde al objetivo número dos sobre la medición del acceso a Internet a través del índice de conectividad significativa, y por último el apartado tres que aborda el objetivo sobre sociabilidad virtual.

## **1.6 Validez y fiabilidad del instrumento**

La validez del instrumento estuvo dada por la evidencia relacionada con el contenido, puesto que se realizó una búsqueda exhaustiva de la bibliografía existente, que si bien la mayoría de los estudios es de tipo cualitativo, resultan en criterios y características que permiten evidenciar el fenómeno social a abordar, ya que “un instrumento de medición requiere tener representados a todos o la mayoría de los componentes del dominio de contenido de las variables que se van a medir” (Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P., 2014, p.201).

Las dimensiones de las variables a estudiar, se detallan en el siguiente cuadro de operacionalización de variable:

**Tabla Las variables de la investigación**

<b>Dimensiones</b>	<b>Definición</b>	<b>Tipo de variable</b>	<b>Variables</b>
--------------------	-------------------	-------------------------	------------------

<p>Características sociodemográficas y económicas</p>	<p>Son aquellas que permiten nombrar cualidades que diferencian a los individuos y hacen posible su clasificación, a través de los cuales es definida una población.</p>	<p>Variable interviniente</p>	<p>Edad</p> <p>Sexo</p> <p>Pertenencia a pueblo indígena</p> <p>Discapacidad</p> <p>Asistencia escolar</p> <p>Nivel educativo alcanzado</p> <p>Situación conyugal actual</p> <p>Situación en la fuerza de trabajo</p> <p>Población económicamente inactiva</p> <p>Rama de actividad económica</p> <p>Fuente de ingreso</p> <p>Carga familiar</p> <p>Satisfacción de la calidad del servicio público</p> <p>Servicios privados</p> <p>Ingresos económicos y satisfacción de necesidades básicas</p> <p>Asociación</p>
---	--	-------------------------------	--

<p>Conectividad significativa</p>	<p>Es una métrica, para diferenciar los niveles de acceso a Internet, que establece umbrales mínimos en cuatro dimensiones y permite la desagregación para medir las diferencias de las experiencias de las personas en cuanto a variables como, la ubicación del encuestado (urbano/rural), el género, grupo etario.</p>	<p>Variable independiente</p>	<p>Velocidad adecuada Dispositivos apropiados Conexión con suficientes datos Uso habitual de Internet</p>
<p>Sociabilidad online</p>	<p>Siguiendo la clásica conceptualización de Simmel (2002), la sociabilidad es la forma lúdica de la socialización. Por tanto, la sociabilidad virtual se refiere a las nuevas formas de ser, estar y desenvolverse en la vida cotidiana y de relacionarse sin la necesidad de interacción física. Aquí se comprende a las interacciones entre amistades y desconocidos que implican algún sentido lúdico: chatear, jugar, seducir, comentar imágenes, videos o textos, dar e intercambiar “me gusta” (like).</p>	<p>Variable dependiente</p>	<p>Hiperconectividad Entrelazamiento de usos Multitarea Red de contactos Multimedialidad Multitud y control Convergencia Relaciones interpersonales mediadas por Internet</p>

Fuente: elaboración propia.

**Tabla Operacionalización de las dimensiones de la variable Características sociodemográficas y económicas**

<b>Variables</b>	<b>Definición</b>	<b>Ítems</b>
Edad	Es el período transcurrido entre la fecha de nacimiento de la persona y el día en que fue empadronada, expresado en años completos. (INE, 2011)	¿Qué edad tiene usted?
Sexo	Se refiere a la condición biológica que distingue a las personas en hombres y mujeres y que está determinada antes del nacimiento. (INE, 2011)	¿Cuál es su sexo?
Pertenencia a pueblo indígena	Se trata de obtener la declaración espontánea de las personas nacidas en el territorio nacional acerca de su identidad o no con algún pueblo indígena. (INE, 2011)	¿Pertenece a algún pueblo indígena o etnia?  ¿A cuál pueblo indígena o etnia pertenece?
Discapacidad	Se entiende por discapacidad toda limitación importante para realizar las actividades de la vida diaria que haya durado o se prevea que vaya a durar más de 1 año y tenga su origen en una deficiencia. Se considera que la persona tiene una discapacidad, aunque la tenga superada con el uso de ayudas técnicas externas o con la ayuda o supervisión de otra persona. Se entiende por deficiencia cualquier pérdida o anomalía de un órgano o de la función propia de ese órgano  (INE, 2020)	¿Tiene alguna deficiencia, condición o discapacidad?  ¿Cuál deficiencia o discapacidad posee?

Asistencia escolar	Se refiere a la asistencia o no, en calidad de estudiante en el momento del empadronamiento, a cualquier establecimiento de enseñanza formal acreditado, oficial o privado, para cursar sistemáticamente estudios de cualquier grado, año o semestre, de cualquier nivel educativo. (INE, 2011)	¿Asiste actualmente, en calidad de estudiante a algún establecimiento de educación?
Nivel educativo alcanzado	Se refiere al último grado, año o semestre de estudios aprobado dentro del nivel de educación que ha cursado la persona empadronada, en el sistema formal de enseñanza del país. (INE, 2011)	¿Qué nivel de escolaridad tiene?
Situación conyugal actual	Se refiere a la situación de la persona empadronada, en relación con las leyes y costumbres matrimoniales del país. De acuerdo a ello se indaga la situación concreta de hecho de la persona al momento del empadronamiento y no su estado civil legal. (INE, 2011)	¿Cuál es su situación conyugal actual?
Situación en la fuerza de trabajo	Es la situación que distingue a las personas de 10 años y más de acuerdo con el desempeño de una actividad económica o no económica durante la semana anterior a la fecha de la entrevista. Según el tipo de actividad realizada se clasifica a las personas en económicamente activas o económicamente inactivas. (INE, 2011)	Respecto a su ocupación. Ud. se encuentra:
Población económicamente inactiva	Está compuesta por aquellas personas de 10 años o más de edad, que durante la semana anterior a la fecha de la entrevista no están trabajando ni buscando trabajo. (INE, 2011)	Respecto a su ocupación. Ud. se encuentra:

Fuente de ingreso	Se refiere a la forma como la persona recibe o recibía el ingreso, sea proveniente de una fuente de trabajo o de cualquier otro. (INE, 2011)	¿Recibe ingresos por alguno de los siguientes medios?
Rama de actividad económica	Se refiere a la actividad o naturaleza de los bienes y servicios producidos por el negocio, organismo o empresa donde la persona empadronada trabaja. (INE, 2011)	¿En qué trabaja usted?
Carga familiar	Personas dependientes económicamente del encuestado cuando éste perciba ingreso.	¿Tiene carga familiar?
Satisfacción de la calidad del servicio público	Es el grado en que los ciudadanos perciben que el servicio público que reciben cumple con sus expectativas y necesidades, en cuanto a estándares de calidad subjetivos.	Me puede indicar, su grado de satisfacción de la calidad los servicios públicos,
Acceso a servicios privados	Compra de bienes y servicios del sector privado, que satisfacen necesidades en el hogar.	¿Accede de forma privada a alguno de los siguientes servicios?
Ingresos económicos y satisfacción de necesidades básicas	Situación en la cual cuentan con los medios suficientes para satisfacer las necesidades consideradas básicas como la alimentación, el vestido, la vivienda y la educación.	Sus ingresos o los de su hogar, alcanzan para satisfacer sus necesidades de,
Asociación	Relacionamiento entre personas que persiguen objetivos en común, los cuales pueden agruparse en organizaciones formales o no.	¿Pertenece a alguna asociación de tipo?

Fuente: Elaboración propia.

<b>Tabla Operacionalización de las dimensiones de la variable conectividad significativa</b>		
<b>Variab</b> les	<b>Definición</b>	<b>Ítems</b>
Velocidad adecuada	Velocidades de descarga suficientes para acceder a aplicaciones multimedia y otras aplicaciones que conforman una experiencia completa en Internet. (A4AI, 2020)	<p>¿Qué tipo de conexión, suele indicar su dispositivo móvil, en las barras ubicadas en la esquina superior derecha? Seleccione una opción</p> <p>¿Cómo pagas para acceder a Internet móvil? Seleccione todas las que correspondan.</p>
Dispositivo adecuado	La amplia gama de dispositivos que utilizamos para conectarnos, desde un teléfono básico hasta una computadora portátil, permite diferentes niveles de creación y consumo. (A4AI, 2020)	A continuación, le mencionaré distintos dispositivos que permiten conectarse a Internet, y usted me indicará si, si tiene propio, tiene acceso aunque no le pertenezca o no tiene acceso.
Suficientes datos	La conexión con suficientes datos, idealmente, vendrá con una sensación de seguridad, privacidad y confiabilidad para el usuario. La escasez de datos, es decir, las limitaciones y la falta de confiabilidad en torno al acceso a Internet, disminuyen el significado de la conexión de un usuario. (A4AI, 2020)	De los lugares en los que accede a Internet, ¿cuál de estas conexiones es ilimitada, sea wifi o cable? Seleccione todas las que correspondan.
Conexión frecuente	Estar conectado con frecuencia puede soportar un mayor uso y productividad. Si un usuario sólo puede conectarse a Internet de vez en cuando, es menos probable que sea una herramienta significativa para él. (A4AI, 2020)	¿Con qué frecuencia usó normalmente Internet durante los últimos tres meses (desde cualquier ubicación)? Seleccione una opción.

Fuente: Elaboración propia.

<b>Tabla Operacionalización de las dimensiones de la variable Sociabilidad Online</b>			
<b>Dimensión</b>	<b>Definición</b>	<b>Subdimensiones</b>	<b>Ítems</b>
Hiperconectividad	La disponibilidad de las personas para la comunicación en cualquier lugar y en cualquier momento. (Quan-Haase, A.; Wellman, B., 2005. p.285).	<p>Posesión y acceso de dispositivos móviles</p> <p>Frecuencia de uso de Internet</p>	<p>A continuación, le mencionaré distintos dispositivos que permiten conectarse a Internet, y usted me indicará si, si tiene propio, tiene acceso, aunque no le pertenezca o no tiene acceso</p> <p>¿Con qué frecuencia usaste Internet durante los últimos tres meses (desde cualquier ubicación)? Seleccione una opción</p>
Entrelazamiento de usos	“El entrelazamiento de usos es un enfoque analítico más acorde con la utilización que con la sustitución, que es una visión contable y utilitarista. De hecho, aunque a veces se lleve a cabo bajo fuertes limitaciones técnicas o económicas, la elección entre diferentes herramientas de comunicación no es sólo el resultado de una elección limitada. Tiene su origen en	Herramientas de comunicaciones (Plataformas)	<p>¿Para qué has usado Internet en el último mes?</p> <p>¿Cuáles redes sociales has usado en el último mes?</p> <p>¿Cuáles aplicaciones de mensajería instantánea has usado en el último mes?</p> <p>¿Con qué frecuencia realizas las siguientes actividades, en un día cotidiano?</p>

<p>las prácticas de los actores, que a menudo atribuyen propiedades diferentes a las herramientas de comunicación y a los tipos de discurso que autorizan, y que sobre todo vinculan tal o cual modo de comunicación a tal o cual de sus actividades”. (Beaudouin, V., 2009, p.4)</p>	<p>Formas de discurso/multimedialidad</p>	<p>¿Con qué frecuencia usas en la mensajería instantánea los siguientes formatos/tipo de comunicación?</p> <p>¿Con qué frecuencia interactúas con tu red de contactos, a través de los siguientes formatos?</p>
	<p>Intimidad de la relación</p>	<p>En tu red de contactos, entendida como las personas que tienes agregadas en tus redes sociales y mensajería instantánea, ¿Cuál es la frecuencia de interacciones que tienes con...?</p> <p>¿En cuáles plataformas interactúas con cada tipo de contacto de tu red?</p>

		<p>Motivo del intercambio</p>	<p>¿Qué tipo de contenido suelen interactuar (reaccionar o comentarle) a tus amigos de la red?</p> <p>¿En cuáles plataformas sueles publicar contenido sobre, Cómo te sientes, Aspiraciones y proyectos, Reflexiones, Solicitud de consejo, Logros personales?</p> <p>¿En cuáles plataformas sueles publicar contenido sobre, Encuentro con amigos, Lugares que visito, Actividades cotidianas, Autorretratos (Selfies)?</p> <p>¿En cuáles plataformas sueles publicar contenido sobre, Aficiones, Memes, Información de utilidad?</p>
--	--	-------------------------------	--

Multitarea	Superposiciones en el uso de los medios: los usuarios desarrollan cada vez más una conexión continua que les lleva a superponer el uso de los medios entre sí: navegar o jugar videojuegos mientras escuchan el sonido de la televisión, consultar el correo electrónico mientras llaman, dejando varias ventanas de chat o mensajería instantánea abiertas en tu pantalla mientras trabajas en otra cosa (Beaudouin V. 2009 p. 21-28)		¿Cuándo usas Internet, haces más de una cosa al mismo tiempo?
Red de contactos	Son todas aquellas personas que tengan agregados en cualquier plataforma a través de Internet.		¿Qué criterios emplean para agregar a una persona a su red de contactos, en las plataformas a través de Internet que usa?

<p>Multitud y control</p>	<p>En este sentido se propone el concepto de “multitud” para dar cuenta de que las publicaciones entre pares adolescentes en la red social son parte de estrategias sociocomunicativas calculadas y racionales, que solo muestran ciertos aspectos de la intimidad personal y del grupo de pares. (Linne, J. 2016)</p>	<p>Privacidad de las publicaciones</p> <p>Contenido personal que publican</p>	<p>¿Qué tipo de privacidad sueles usar en las distintas plataformas usadas?</p> <p>¿En cuáles plataformas sueles publicar contenido sobre, Cómo te sientes, Aspiraciones y proyectos, Reflexiones, Solicitud de consejo, Logros personales?</p> <p>¿En cuáles plataformas sueles publicar contenido sobre, Encuentro con amigos, Lugares que visito, Actividades cotidianas, Autorretratos (Selfies)?</p> <p>¿En cuáles plataformas sueles publicar contenido sobre, Aficiones, Memes, Información de utilidad?</p>
---------------------------	--	---	---

<p>Convergencia</p>	<p>“La convergencia no tiene lugar mediante aparatos mediáticos, por sofisticados que éstos puedan llegar a ser. La convergencia se produce en el cerebro de los consumidores individuales y mediante sus interacciones sociales con otros. Cada uno de nosotros construye su propia mitología personal a partir de fragmentos de información extraídos del flujo mediático y transformados en recursos mediante los cuales conferimos sentido a nuestra vida cotidiana. Como existe más información sobre cualquier tema de la que nadie es capaz de almacenar en su cabeza, tenemos un incentivo añadido para hablar entre nosotros sobre los medios que consumimos. Esta conversación crea un murmullo cada vez más valorado por la industria mediática” (Jenkins, H., 2006, p. 15)</p>	<p>¿Hablas con tus amigos de cosas que miraste en Internet?</p> <p>¿Te juntas con amigos para usar Internet? mirar en vivo, jugar en línea, ver videos, reels, publicaciones.....</p> <p>¿Usas lenguaje o referencias de contenido en Internet, en tu vida diaria? cómo citar frases de memes por ejemplo.</p> <p>¿Te reúnes con amigos para crear contenido para Internet? tales como, hacer fotos, grabar videos, crear memes...</p> <p>¿Cuándo te reúnes con tus amigos recrean prácticas vistas en Internet? tales como, retos, recetas, dinámicas...</p>
---------------------	--	---

<p>Relaciones interpersonales mediadas por Internet</p>	<p>Relaciones entre individuos que median sus interacciones, a través del uso y disfrute de las plataformas a través de Internet.</p>	<p>¿Coordinas o acuerdas encuentros con amigos, usando alguna plataforma en Internet?</p> <p>¿Los encuentros que acuerdan vía internet, se concretan?</p> <p>Para conocer nuevas personas, ¿prefieres el uso de plataformas a través de Internet?</p> <p>¿Las personas que conoces en plataformas a través de Internet, suelen volverse tus amigos, o de vínculo cercano?</p> <p>¿Pertenece a alguna comunidad en Internet?</p> <p>Para hacer llamadas y enviar mensajes, ¿Prefieres plataformas en Internet, en lugar de la telefonía?</p>
---	---	---

Ubicuidad	<p>Es la capacidad de “ampliar la sociabilidad humana sin necesidad de co-presencia... La conformación reticular de los procesos de comunicación en el ciberespacio permite multiplicar de forma fácil, rápida y accesible todo tipo de encuentros y contactos sobre la base de la disponibilidad ininterrumpida del otro 24 horas al día, 365 días al año.” (Cáceres, M., Brändle, G., Ruiz, J., 2017, p.238). El lema de la sociedad de la ubicuidad es anyone, anywhere, anytime –cualquier persona, en cualquier lugar, en cualquier momento-. (Islas, O., 2008, p.4)</p>	<p>Mantenimiento de la comunicación con personas fuera del espacio geográfico</p> <p>Restablecimiento de la comunicación con personas fuera del espacio presencial</p> <p>Generación de nuevos vínculos a través de Internet</p>	<p>Para conocer nuevas personas, ¿prefieres el uso de plataformas a través de Internet?</p> <p>¿Para mantenerte en comunicación con tus amigos, familiares y conocidos, prefieres el uso de plataformas a través de Internet?</p> <p>¿Has retomado el contacto a través de Internet, con personas a las que dejaste de ver?</p> <p>¿Internet te ha permitido mantenerte en comunicación con amigos y familiares que viven...?</p>
-----------	---	--	---

Fuente: Elaboración propia

Un instrumento no sólo debe ser válido teóricamente, sino que es importante que sea confiable estadísticamente, la fiabilidad “está asociada con la ausencia de error aleatorio, y expresa el grado en que un instrumento aplicado repetidamente proporciona igualdad en las puntuaciones de medidas, ‘los resultados deben ser los mismos si volvemos a medir el mismo rasgo en condiciones idénticas’ (Magnusson, 1975: 78)” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). A menor error aleatorio, mayor fiabilidad. Existen varios procedimientos para el cálculo de la fiabilidad de un instrumento a través de un coeficiente, el siguiente cuadro expresa un resumen de las técnicas para medir la fiabilidad, con relación a la forma de la prueba y la sesión de aplicación.

Técnicas para medir la confiabilidad en relación con la forma de la prueba y la sesión de aplicación		
Sesiones de aplicación requeridas	Formas de prueba requeridas	
	Una	Dos
Una	División por mitades Kuder-Richardson	Formas alternas (Inmediata)
Dos	Test-Retest	Formas alternas (Demorada)

Fuente: Anastasi, A. y Urbina, S. (1998, p.100)

La selección de una de las técnicas, debe estar considerada por la naturaleza de las variables (nominal-categorica, ordinal, intervalo, o razón), su distribución y simetría, variabilidad y cálculos que admite. El siguiente cuadro expresa un resumen, según la naturaleza de las variables.

Descripción estadística de una variable: tabla resumen				
	Categorica	Ordinal	Cuantitativa simétrica	Cuantitativa asimétrica
Gráficos	Gráficos de sectores Gráficos de barras Pictogramas	Polígono de frecuencias Gráfico de caja y bigotes Histograma (sólo para variables continua)		
Tendencia central	Moda	Mediana	Media aritmética	Mediana Media recortada
Variabilidad	Índice de variación cualitativa	Rango (Amplitud) Rango intercuartil	Varianza Desviación estándar Coeficiente de variación	Rango intercuartil
Simetría		Índice de asimetría intercuartil	Coeficiente de asimetría de Fisher	
Curtosis			Coeficiente de apuntamiento de Fisher	

Fuente: Molina, J. y Rodrigo, M. (s.f.) Universidad de Valencia.

Considerando la naturaleza de las variables de la investigación, las cuales se exploran en el cuestionario, estas son categóricas y ordinales, la técnica de fiabilidad llevada a cabo fue el test-retest, dado que este permite medir la estabilidad de los reactivos. Esta técnica se prefirió por encima de las formas alternas, debido a la complejidad de los constructos teóricos, o la de división por mitades, ya que sus opciones de respuesta varían entre dicotómicas (si/no), y politómicas, tanto en escalas de calificación para variables ordinales (Satisfecho, Ni satisfecho-ni insatisfecho, insatisfecho/ Totalmente, parcialmente, escasamente/ Siempre, casi siempre, casi

nunca, nunca), como de respuestas múltiples en variables categóricas. Las técnicas de consistencia, no eran pertinentes debido a la naturaleza de las variables.

Para ello, se realizó una prueba piloto, la cual, “consiste en administrar el instrumento a una pequeña muestra de casos para probar su pertinencia y eficacia (incluyendo instrucciones), así como las condiciones de la aplicación y los procedimientos involucrados. A partir de esta prueba se calcula la confiabilidad y la validez iniciales del instrumento”. (Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P., 2014, p. 210). Permitiendo identificar los problemas en la elaboración del cuestionario, para luego ser modificados para no incurrir en dichos errores al momento de aplicar el instrumento a la muestra seleccionada.

La prueba piloto, fue llevada a cabo desde el día 3 de septiembre y finalizó el 17 de septiembre del año 2023, para esta se usó la plataforma KoBo, en el cual participaron en un inicio 14 jóvenes de comunidades adyacentes, con un rango de edad entre 15 y 25 años los cuales accedieron a responder la encuesta con la consideración que se realizaría una segunda aplicación del instrumento. Estos jóvenes pertenecen a la urbanización Paraíso, y urbanización Siglo XXI, estas comunidades adyacentes comparten características de la urbanización Merecure, en densidad y distribución poblacional. Para la segunda aplicación participaron 12 de los jóvenes, los dos restantes, no fue posible realizarles el test-retest, debido a salida temporal del estado. Como recomienda la metodología del mismo, se dejó pasar una semana entre la primera aplicación y la segunda para cada participante, previendo el transcurso de tiempo suficiente para que los participantes no recordasen las 51 preguntas del instrumento, y a la vez no fuese una distancia temporal más amplia en la cual se presentaran variaciones en la situación de vida y usos de Internet de los participantes.

Si bien, las variables nominales no tienen un peso de valor, se han codificado numéricamente, de manera tal que las puntuaciones de la primera y segunda medida puedan evidenciar las diferencias, mediante el cálculo de correlación.

“Todas las categorías de confiabilidad pueden expresarse en términos de un coeficiente de correlación porque a todas les atañe el grado de consistencia o acuerdo entre dos conjuntos de puntuaciones obtenidas independientemente” (Anastasi, A. y Urbina, S., 1998, p.85). Existen diferentes cálculos de coeficientes de correlación, la selección del mismo está dada por la naturaleza de los datos, para medir la confiabilidad por test-retest del instrumento de medición de esta investigación, se usó el coeficiente de correlación producto-momento de Pearson, “que no solo toma en consideración la posición de la persona en el grupo, sino también la cantidad de su desviación por encima o por debajo de la media del grupo” (Anastasi, A. y Urbina, S., 1998, p.88). . Que se expresa en la siguiente ecuación:

$$r = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[N \sum x^2 - (\sum x)^2][N \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

El valor del coeficiente r de Pearson varía entre -1.00 y 1.00: a medida que se acerque a 1 la correlación es alta y positiva, a medida que se acerque a -1.00 la relación es alta y negativa, pero a medida que se distancie de estos dos extremos y se acerque a 0, la correlación es nula (Tellez, W., 2017, p.111)

Por tanto los resultados esperados para la prueba de fiabilidad por test-retest que se empleó en la presente investigación, para ser fiable, debe acercarse a 1, esto garantiza que el instrumento de acuerdo a su estructura, forma y narración, son comprensibles para los participantes, entienden el dato que se persigue recabar y por ende brinda respuestas estables,

conforme a su situación de vida, lo cual al repetir el instrumento debe estar correlacionadas sus respuestas.

La confiabilidad del retest muestra el grado en el que los resultados de una prueba pueden generalizarse en otras ocasiones; entre mayor sea la confiabilidad menos susceptibles serán los resultados a los cambios fortuitos en la condición cotidiana de los examinados o en el entorno en el que se aplica la prueba (Anastasi, A. y Urbina, S., 1998, p.88)

Los resultados del test-retest, calculado con el coeficiente de correlación de Pearson, en cada dominio se observan en la siguiente tabla:

Tabla Resultados del cálculo de fiabilidad de test-retest por dominios	
Dominios	Coeficiente de Pearson
Características sociodemográficas y económicas	0,9375056596
Conectividad significativa	0,9908181437
Sociabilidad virtual	0,7776543494
General	0,723415767

Fuente: Elaboración propia

Se observan correlaciones altas en los distintos dominios del cuestionario, así como de este en su totalidad, al realizar el cálculo de la fiabilidad del test-retest por dominio se persiguió observar la fiabilidad de las tres variables principales de la investigación. Por su parte, los resultados obtenidos, brindaron 0,9375 de correlación de Pearson para el apartado de características demográficas, sociales y económicas, los ítems de este apartado fueron extraídos del censo del Instituto Nacional de Estadística del año 2011, con excepción de las preguntas que exploran, el nivel de satisfacción de necesidades básicas respecto a los ingresos percibidos por el joven y/o su familia, satisfacción de la calidad de los servicios públicos, el acceso de forma privada a bienes y servicios, y pertenece alguna asociación.; los primeros tres ítem

mencionados, fueron de elaboración propia, debido a que el objetivo de recabar dicha información no debía irrumpir en la privacidad de los jóvenes y su familia basándonos únicamente en su percepción, el último ítem mencionado fue de elaboración propia para responder a la indagación de las interacciones presenciales de los jóvenes. Por ende, era necesario verificar la fiabilidad de este dominio, habiendo una puntuación altamente positiva, es decir, hay alta correlación en el test-retest.

Respecto al dominio de acceso a Internet en el cual se usó el índice de conectividad significativa rural, elaborado por A4A1, se obtuvo un 0,9908 de correlación de Pearson, esta puntuación muy cercana a 1, puntuación máxima del coeficiente de correlación, se debe a que es un índice estandarizado a nivel internacional, y se usaron las mismas preguntas, las opciones de respuesta modificadas para ser adecuadas al contexto venezolano fueron las referentes al plan de dato Internet móvil, y tipo de conexión, además de ello, los enunciados también fueron parafraseados adecuándose a la población objetivo del estudio, jóvenes rurales del estado Apure, comunidad de Merecure; es por ello que medir su fiabilidad era necesario.

En cuanto al dominio de sociabilidad virtual, se obtuvo un 0,7776 de correlación de Pearson, lo cual aunque no se acerque tanto como los demás apartados al valor 1 de correlación, es una buena puntuación, las preguntas de este dominio fueron elaboradas todas para fines del presente estudio, ya que no se contó con investigaciones cuantitativas que explorarán exhaustivamente las dimensiones de la sociabilidad virtual, correspondiendo este al mayor número de ítems del cuestionario, era imprescindible su prueba de fiabilidad.

La puntuación general obtenida de la prueba de test-retest fue de 0,7234 de correlación de Pearson, esta correlación es alta en las ciencias sociales, razón por la cual, se considera que el instrumento elaborado es fiable.

El ejercicio de confiabilidad es representativo, en el sentido de constatar, que los enunciados y formas de preguntar, son comprensibles para la población objetivo, y por ende, hay correlación en las respuestas, ya que las personas se autoubican de forma correcta; sin embargo, tales técnicas, suelen usarse principalmente en psicometría, en la cual, se miden componentes invariables de la personalidad y demás aspectos psicológicos de los individuos, en oposición, en el presente estudio, se abordan variables sociales, las cuales se modifican, debido a la influencia del contexto que les permea, por tanto, este estudio se apoya en el ejercicio de confiabilidad, más no persigue rigurosidad psicométrica, debido a la diferencia de supuestos.

El tiempo de aplicación promedio era de 25 minutos con cada uno de los participantes, no se observó confusión en las preguntas realizadas, pero sí se realizaron los siguientes cambios: 1) En la pregunta referente a la privacidad de las plataformas en Internet usadas, solo se modificó la forma de preguntar, lo cual permitió bajar el tiempo de la aplicación; 2) Se agregaron categorías a las preguntas sobre la red de contactos, estas fueron: pareja o interés amoroso, y amigos; 3) En las preguntas referentes a prácticas que suele hacer o no en Internet, se incluyó la preferencia del uso de plataformas en Internet para llamadas y mensajes en lugar de la telefonía tradicional; 4) Se incorporó como formato de interacción los grupos de chat; 5) Se corroboró y corrigió, la presencia de la opción no sabe/no responde, en todas las preguntas, a fin de no tener datos faltantes.

## **1.7 Muestra**

Con un instrumento válido y fiable, listo para ser empleado se procedió al cálculo de la muestra, en una revisión de la población actual para el mes de septiembre año 2023 de los jóvenes de la comunidad de Merecure, estado Apure, Venezuela, se encontró que la misma

comprendía una población de 300 jóvenes entre 15 y 29 años. Se hizo el cálculo para estimar la proporción poblacional mediante la siguiente fórmula aplicable para estos casos.

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

En donde, N = tamaño de la población; Z = nivel de confianza; P = probabilidad de éxito, o proporción esperada; Q = probabilidad de fracaso; D = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción). Para la población de la escuela se trabajó con un nivel de confianza de 95% y un margen de error de 10%.

N= 300

P=0,5

Q=0,5

Z=1,96 (95%)

D=0,10 (10%)

De esta manera se determinó una muestra de **73 jóvenes a encuestar**. El tipo de muestreo realizado, fue de tipo no probabilístico, ya que, no se emplearon métodos probabilísticos para la selección de la muestra, los métodos no probabilísticos como lo indica Hernández, Fernández y Baptista es,

Las muestras no probabilísticas, también llamadas muestras dirigidas, suponen un procedimiento de selección orientado por las características de la investigación, más que por un criterio estadístico de generalización. Se utilizan en diversas investigaciones cuantitativas y cualitativas (Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P., 2014, p.189)

La elección de este tipo de muestreo estuvo dada, debido a que, aunque hubo receptividad en proporcionarnos datos por parte del consejo comunal, estos fueron solo el número aproximado de jóvenes entre 15 y 29 años de edad, ya que carecían de una sistematización en cuanto a la ubicación en un mapa, número de contacto, listado que permitiera realizar un muestreo probabilístico.

el muestreo no probabilístico de bola de nieve se llevó a cabo con la aproximación hacia líderes comunitarios, los líderes juveniles nos permitieron la aproximación a jóvenes entre 18 y 24 años, quienes a su vez nos contactaron con su círculo social cercano, también contamos con la colaboración de un líder adulto que nos abrió las puertas con los representantes de menores de edad y del rango de 25 a 29 años quienes tienen otra dinámica con tiempos de disponibilidad más ajustados, estos a su vez nos refirieron a sus pares

## **1.8 Análisis y procesamiento de datos**

El levantamiento de la información se realizó entre el 19 y el 22 de septiembre del 2023, el total de jóvenes encuestados fue de 81 individuos. El programa que se empleó para analizar los datos obtenidos, es Excel office de Microsoft. La elección del tipo de análisis que se realizó a los datos se basó en los niveles de medición de las variables. En este estudio, la mayoría de las variables son categóricas y ordinales, por lo que se presentan las distribuciones de frecuencias absolutas y relativas como medidas estadísticas de las mismas.

Para el presente estudio, se procedió en su procesamiento a describir los datos obtenidos para cada variable, el tipo de descripción que se presentó, fue la distribución de frecuencias, es decir, el “conjunto de puntuaciones respecto de una variable ordenadas en sus respectivas categorías” (Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P., 2014, p. 282),

Las distribuciones de frecuencias permiten obtener una primera aproximación de la tendencia de los resultados, ya que indican el número de individuos que tanto en valores absolutos como en valores porcentuales han mencionado cada uno de los códigos posibles (respuestas) que puede tomar una variable determinada (Universitat Oberta de Catalunya, s.f., p. 36)

Las distribuciones de frecuencia como método de procesamiento y análisis tienen la ventaja que admiten la diversidad de niveles de medida de las variables, conveniente en el presente estudio. A partir del cual se realizará un análisis univariante, es decir, se estudiará el comportamiento de cada variable individualmente, así como también, se recurrirá al análisis bivariante en aquellos casos pertinentes para denotar hallazgos importantes, el análisis bivariante se refiere a, “los métodos que se utilizan para estudiar las relaciones que hay entre variables tomadas de dos en dos” (Universitat Oberta de Catalunya, s.f., p. 48). En ambos casos serán presentadas en tablas de contingencia, la cual en el análisis univariante presenta los valores para cada variable en lo individual, mientras que para el análisis bivariante,

Las tablas de contingencia analizan la distribución de frecuencia conjunta de dos variables de tipo cualitativo. Las categorías de una variable se cruzan con las categorías de la otra, de modo que la distribución de una variable se subdivide de acuerdo con las categorías de la otra variable. (Universitat Oberta de Catalunya, s.f., p. 48)

Así mismo, se presentará los datos en gráficos, que permiten de manera visual, mostrar las variaciones de los constructos estudiados, para mostrar la caracterización del joven rural en la comunidad de Merecure, estado Apure, Venezuela con relación a su nivel de acceso a Internet, y sus prácticas de sociabilidad virtual.

## **Capítulo 2: La Sociedad de la información: la nueva forma de interactuar con los otros**

## 2.1. La mediación de la comunicación a través de la web 2.0

La tecnología ha facilitado tener interacciones con personas que no comparten un espacio y tiempo en común, la sociabilidad no presencial se ha servido de distintos medios para ser posible. En sus inicios, las cartas eran uno de los medios más antiguos, se remonta a 1215 en Inglaterra. Sin embargo, tal como se les conoce la utilización de cartas, se ubica a mediados del siglo XIX. Además, estuvieron acompañadas con la invención del telégrafo y el teléfono. Éstos fueron los primeros inventos que revolucionaron la forma de interactuar con los otros, ya que permitieron mantener comunicación de forma instantánea, a diferencia de las cartas, a medida que avanzó la tecnología los tiempos de espera disminuyeron, hasta llegar a nuestros días que tenemos comunicación instantánea.

Los nuevos medios de comunicación, hacen referencia a todas aquellas estructuras de comunicación que se dan en Internet y que caracterizan al nuevo espacio de comunicación, diferenciándose de los procesos de comunicación de masas, por su multimedialidad (el mensaje es susceptible de ser construido y transmitido mediante texto, imagen o sonido); actualización (el mensaje puede alcanzar la instantaneidad flexibilizando parámetros temporales); interactividad (manera inédita en la que los usuarios pueden comunicarse con el medio y/o con otros usuarios (Alonso, 2005). (Cornejo, M; Tapia, M. 2012. p. 221)

Por otro lado, lo dicho antes se reafirma, cuando Castells (2001) explica que actualmente vivimos en la era del informacionalismo, la cual no se basa en la generación de conocimiento e información, pues estos han existido en todas las sociedades, desde el derecho romano, las grandes obras arquitectónicas, o el desarrollo de la lengua como el latín, todo ello demuestra que las sociedades generan nuevos conocimientos y son heredados a las nuevas generaciones (Castells, 2001, p.112).

Lo distintivo de nuestra época histórica es un nuevo paradigma tecnológico marcado por la revolución en la tecnología de la información, y centrado en torno a un racimo de tecnologías informáticas. Lo nuevo es la tecnología del procesamiento de la información y el impacto de esta tecnología en la generación y aplicación del conocimiento (Castells, 2001, p.112).

Si bien es destacable que la sociedad actual genera grandes volúmenes de información, como nunca antes se había visto, la forma en que se usa dicha información para convertirla en conocimiento, es lo que la diferencia de épocas pasadas, ya que gracias a la creación de Internet y a su expansión por el mundo, las personas han podido acceder a dicha información, no solo como receptores pasivos, sino como generadores de dicho conocimiento.

Internet vino a transformar todos los aspectos de la vida en sociedad, el primer paso fue la web 1.0 con la aparición de blogs donde solo las personas con mayor conocimientos competentes podían diseñar páginas webs para publicar información, opinión, desde el principio Internet fue un espacio descentralizado, con la posibilidad de abordar los temas de su preferencia sin una coacción previa, sin embargo la web 1.0 tenía sus limitaciones, solo las personas con capacitación podrían diseñar tales páginas web. La evolución a la web 2.0 fue una gran innovación, ahora la web permitía la interacción, desde los blogs que incorporaron espacio para los comentarios que fomentaba el debate e interacción, hasta el surgimiento de las redes sociales digitales.

Las redes sociales digitales nacieron gracias a los avances de la web 1.0 a la web 2.0. El término de Web 2.0 surge principalmente en la primera conferencia de la Web 2.0, en octubre de 2004, John Battelle y Tim O'Reilly. Presidente y CEO de O'Reilly Media, INC. Explican las diferencias que estas tienen con la Web 1.0, recordemos que, en la web básica, los usuarios eran receptivos de textos, no podían interactuar, manipular o añadir información a la red, eran

usuarios pasivos. Con la llegada de la Web 2.0 las cosas cambian, los usuarios pueden interactuar, añadir información como es el caso de Wikipedia, Yahoo, posteriormente las redes sociales como Youtube, Facebook, LinkedIn, entre otras, a través de las cuales se pueden subir fotos, vídeos, e interactuar con otros usuarios, dicha interacción es lo que permite la expansión de esta nueva Web 2.0.

En la primera década del nuevo siglo aparecen servicios que permiten crear contenidos sin necesidad de ser especialista en informática, los usos de Internet se vuelven más amplios y a la vez crecientemente personalizados. Por ejemplo, los blogs comenzaron a popularizarse a partir del nacimiento de Blogger en agosto de 1999. La posibilidad de dejar constancia de opiniones, inquietudes o vicisitudes atrajo a millones de internautas que alimentaron esas nuevas bitácoras personales. En mayo de 2003 surgió la red de contactos profesionales LinkedIn, y ese mismo mes apareció Wordpress, que ofrecía opciones de presentación y diseño más flexibles en comparación con las de Blogger y otros servicios para la creación de blogs. En junio de 2003 entra en funcionamiento Hi5 y en agosto, MySpace, cuyos usuarios pueden crear redes de amistades en las cuales comparten preferencias personales. En febrero de 2004 –como es ampliamente sabido, ya que se volvió incluso tema cinematográfico– comienza a funcionar Facebook (...) Un año más tarde, en febrero de 2005, surge YouTube (...) En julio de 2006 se pone en marcha Twitter. (Trejo, R. 2011)

La web 2.0 no solo supuso una evolución de la tecnología de Internet, sino que supuso un cambio en el sistema social, en la vida en sociedad, introduciendo posibilidades de interacción desterritorializadas, sin limitaciones de tiempo o espacio físico (ubicuidad), la posibilidad de acortar la distancia con los habitantes del mundo, permite compartir las propias experiencias, e interactuar con las experiencias de los otros que comparten en las distintas plataformas de redes sociales digitales. Las personas en un principio se agruparon por temas de interés, por afinidades de distinta índole, creándose nuevas relaciones y formas de relacionarse, “Así la web 2.0 se convirtió en el un nuevo modo de nombrar lo que antes se definía como ‘hacer algo en grupo’.” (Tapia, M. 2016, p.195).

Sin embargo, la web 2.0 no es el último desarrollo que la web, ya que, en la actualidad está ya a evolucionado a la Web 3.0 la cual,

Marca los principios para crear una base de conocimiento e información semántica y cualitativa. Se pretenden con ello, almacenar las preferencias de los usuarios (gustos, costumbres, conectividad, interactividad, usabilidad, etc.) y al mismo tiempo, combinándolas con los contenidos existentes en redes sociales e Internet móvil, entre otros, poder atender de forma más precisa las demandas de información y facilitar la accesibilidad a los contenidos digitales, proporcionando con ello, una herramienta esencial para la aceptación, adopción, flujo y funcionalidad de la publicidad de la empresa con el objetivo de fidelizar al usuario con las marcas que se presentan en la red. (Hernández y Küster, 2012, citado por Hernández, A. y Küster, I, 2012, p.)

La web 3.0 se enfoca más en entender el flujo de datos que crea o deja un usuario en la red para luego poder sugerirle que cosas comprar, ver, consumir en general, el usuario pierde su parte activa como en la web 2.0, ya que el encargado de procesar dichos datos son los algoritmos, esta web no guarda relación con nuestra investigación que se enfoca en como la sociabilidad de un individuo está mediada principalmente por las redes sociales digitales y la plataforma de mensajería instantánea, nuestro enfoque no va dirigido al apartado del marketing digital, publicidad o consumo de bienes y servicio. Es de destacar, que la web 3.0, no plantea una sustitución sino complementariedad de la web 2.0, para generar consumo mientras interactuamos con los otros.

## **2.2 Las redes sociales digitales y mensajería instantánea**

Habiendo ya expuesto el surgimiento de las redes sociales en la web 2.0 se presenta algunas características de la misma: “Es una plataforma que se ha pensado y ejecutado en comunidad, con fines colectivos sin barreras espaciales, generacionales, culturales, profesionales o lingüísticas, donde se comparte, coopera e informa libremente a escala universal todo tipo de contenidos fotos, videos, sonidos” (Gallego, 2016, p.142).

Estas características sirven de base general para comprender el funcionamiento de las redes digitales, otra característica pertinente es la siguiente:

Redes sociales Digitales, son plataformas con una estructura tecnológica compleja, pero de fácil asimilación funcional, constituida por elementos interconectados de diferentes modos, que inician y promueven la conformación de colectividades donde se genera, comparte y consume información/contenidos en diferentes formatos como, por ejemplo, Facebook, Twitter, Tuenti, MySpace, LinkedIn, Foursquare. (Gallego, 2016, p.145)

Otra de las características de las redes sociales es que la distribución de los usuarios es de forma horizontal, se conforman los grupos por temas en común a pesar de las grandes diferencias que hay entre las personas, expandiendo la capacidad de tener contacto con las redes sociales presenciales como la familia, amigos, trabajo entre otros grupos, a relaciones desterritorializadas.

“Una primera experiencia de red social digital fue Thell lanzada en 1985 en la bahía de San Francisco, fue la primera comunidad virtual en conectar a unas docenas de personas, en esta se podía conversar, tocando temas profesionales, personales” (Sabada y Bringue, 2011, citado por Gallego, 2016, p.161), llevando así a la creación de vínculos sociales, esto demuestra que las nuevas tecnologías de información y comunicación desde su creación han sido un instrumento que ayuda en la comunicación entre individuos.

Una red social en Internet es una extensión de las redes sociales presenciales que ya conocíamos, y de las que hemos formado parte siempre, alojada en una plataforma que ha sido diseñada tecnológicamente para facilitar las interacciones, la participación y el intercambio (Rojas 2011, citado por Gallego, 2016, p.164)

Además de ser una extensión de las redes sociales presenciales, es un espacio en sí mismo para la generación de nuevos vínculos a través de interés en común, o del mantenimiento o fortalecimiento de vínculos existentes, pero sin copresencialidad.

Sin embargo, las redes sociales no son la única plataforma en Internet que sirve para el mantenimiento y creación de vínculos, las mensajerías instantáneas que le antecedieron y que han ido mutando con el tiempo, entre las que se destacan hoy día: Whatsapp, Telegram, Line, Snapchat, entre otras, son una plataforma importante de sociabilidad virtual y vínculos interpersonales, una definición concreta del término es la siguiente:

La mensajería instantánea es el tipo de comunicación que se establece entre dos o más personas, mediante el intercambio de mensajes de texto, casi en tiempo real, a través de una aplicación. De esta manera, quienes se estén comunicando pueden estar conectados, de manera simultánea, a través de la misma plataforma. Jervis, T (2022)

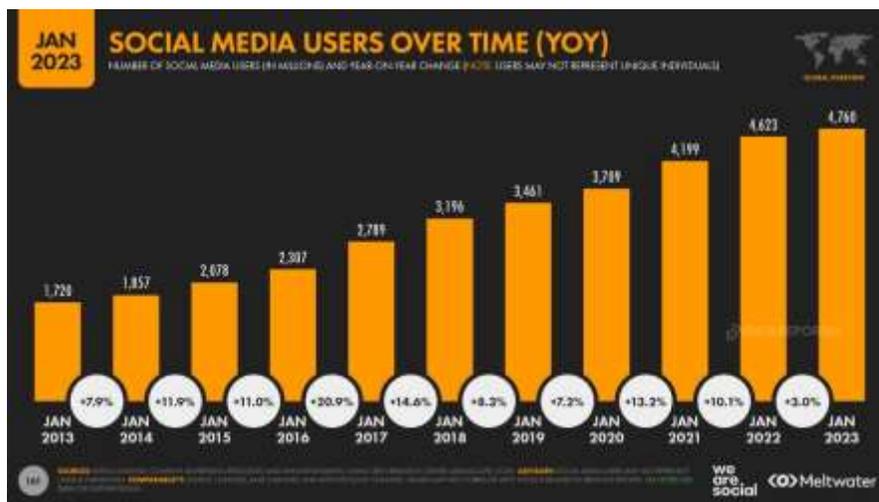
Actualmente las mensajerías instantáneas, no sólo permiten la comunicación a través de mensajes de texto, sino que han diversificado las formas de lenguaje en la comunicación digital, con el surgimiento de los emojis, evolucionado en stickers, las posibilidades de grabación de voz y video, entre otros formatos multimedia que permiten la comunicación en estas plataformas. Inclusive, ya no es un espacio únicamente para conversar, ya que con la incorporación de los estados o historias, hace posible otro tipo de interacción, como lo son las reacciones, que sin llegar a ser diálogos, son formas de discurso.

### **2.3 Estadísticas mundiales de uso**

Conociendo las posibilidades que brindan las redes sociales digitales y las mensajerías instantáneas, exploraremos en los usos que tienen actualmente, a nivel mundial. El informe general de Datareport para enero del año 2023 permite conocer la cantidad de personas usuarios de redes sociales digitales, cuáles son las favoritas y las más usadas a nivel mundial. Se puede observar el incremento de usuarios en las redes sociales durante los últimos 10 años, en la actualidad son 4.760 millones de usuarios, Con respecto al año pasado (2022) el crecimiento de usuarios en redes sociales fue de 3%, es decir que en este último año se incorporaron 137

millones de nuevos usuarios a las redes sociales digitales, lo cual equivale a que el 93.4% de los usuarios de Internet son usuarios de redes sociales digitales, el promedio de plataformas sociales utilizadas cada mes es de 7.5.

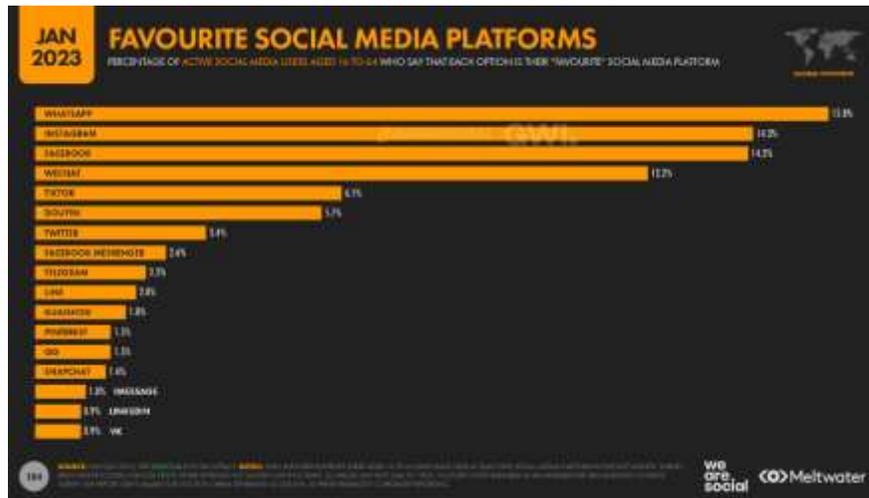
### Usuarios de Redes Sociales a través del tiempo.



Fuente: Datareport, 2023.

De las varias plataformas de redes sociales y mensajería la muestra de este estudio manifiesta que WhatsApp es la red social favorita en un 15.8%, seguida de Instagram 14.3%, Facebook 14.2%, WeChat 12.2%, TikTok 6.1%, Douyin 5.7%, Twitter 3.4%, Facebook Messenger 2.6%, Telegram 2.2%, Line 2.0%, Pinterest 1.5%, Snapchat 1.4%, Discord 1.0%. El 20% de los usuarios de Internet en el mundo provienen de China, razón por la cual redes sociales que pertenecen a este país como lo son WeChat, Douyin, QQ, Kuaishou, encabezan las principales redes sociales preferidas a nivel mundial.

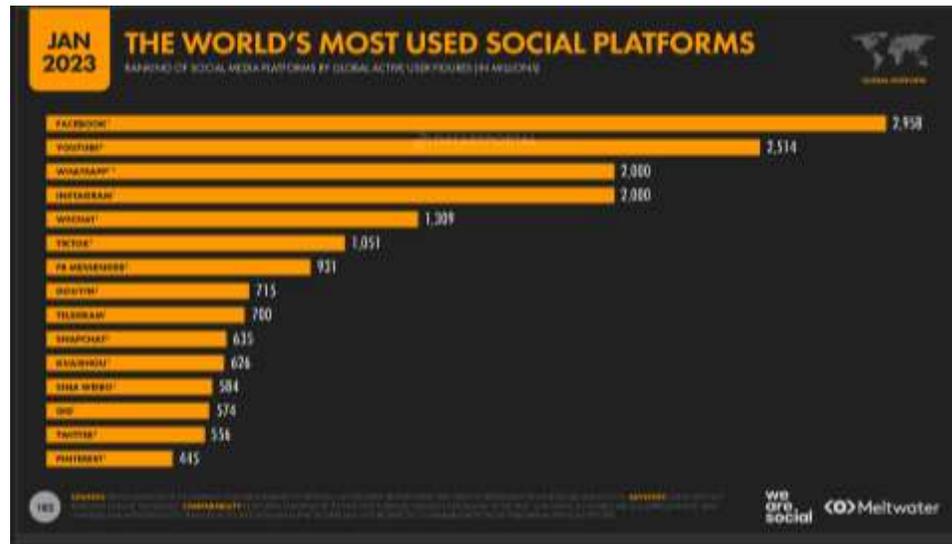
## Plataformas favoritas de Redes Sociales.



Fuente: Datareport, 2023.

Se puede observar que Facebook es la plataforma de red social más usada en el mundo con 2.958 millones de usuarios activos, a pesar de no ser en la actualidad la más descargada, los usuarios siguen disfrutando de esta red social, considerando que Facebook se encuentra bloqueado en China el cual es un gran mercado, esta tiene una gran difusión a nivel mundial. YouTube también encabeza este ranking con 2.514 millones de usuarios en la plataforma, seguido de WhatsApp con 2,000 millones, aunque no han actualizado las cifras en el último año, y luego Instagram que ha tenido un crecimiento vertiginoso con 2.000 millones de usuarios en el mundo.

## Plataformas de Redes Sociales más usadas en el mundo



Fuente: Datareport, 2023.

Por otro lado, se observa que las redes sociales forman parte de la vida de los internautas, que las mismas son altamente descargadas, usadas y preferidas por buena parte de la población, siendo las más destacadas: WhatsApp, YouTube, Facebook, Instagram y TikTok.

## 2.4 Acceso a Internet, datos globales y nacionales

El uso de las redes sociales digitales y las mensajerías instantáneas, es posible, gracias a la conexión al Internet, para ubicarnos mejor en el tiempo, es en la década de los ochenta del siglo XX que ocurre la creación de Internet, la cual es la red que permite la conexión descentralizada de ordenadores personales PC. Poco a poco se fue volviendo más sencilla la manipulación de estas nuevas tecnologías, hasta ir formando parte del uso cotidiano. El cual, se ha vuelto casi indispensable por parte de los individuos.

Internet es un conjunto de redes conectadas entre sí, que hacen posible el intercambio de información constante y multilateral, donde la distancia o zona horaria no representa una limitante para la comunicación e interacción social, aspectos que han hecho que Internet tenga

un impacto global en cómo se desenvuelve la sociedad hoy en día, ya que millones de personas pueden usar Internet para realizar actividades del trabajo, de educación, trámites gubernamentales, operaciones bancarias, investigar asuntos de interés, usar plataformas de redes sociales y de mensajería instantánea entre otros usos que ofrece la red, el usuario cuenta con acceso fácil y rápido si dispone de una conexión a Internet y un dispositivo que permita conectarse.

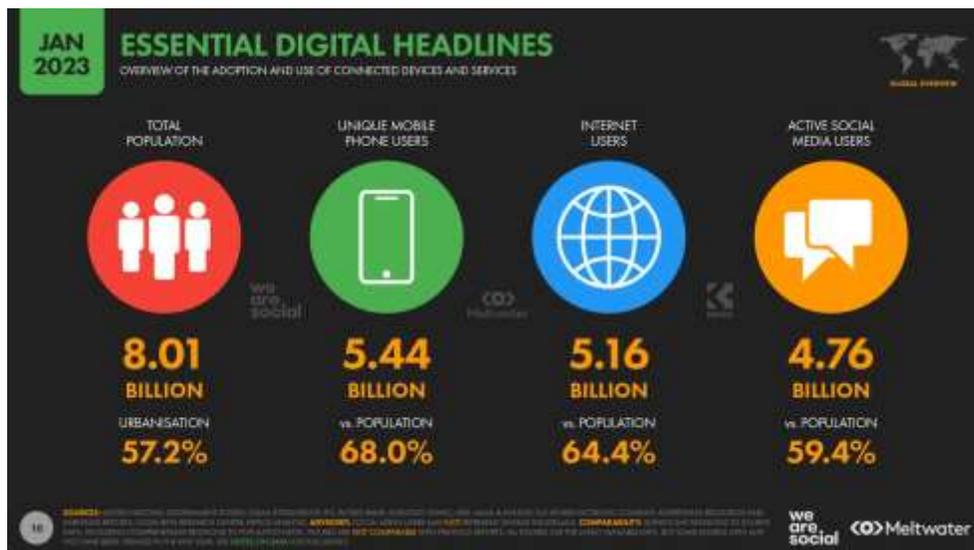
Un aspecto importante que ha hecho posible el crecimiento del uso de Internet es la variedad de dispositivos como, Computadoras de escritorio o mesa, Teléfonos inteligentes, Ordenador portátil, Tablet, consola de videojuegos, Televisores inteligentes entre otros, que tienen dentro de sus funcionalidades la conexión a Internet.

Adicional a ello se necesita una infraestructura que brinde a los usuarios el acceso a Internet, desde la banda ancha fija por medio de cable coaxial, fibra óptica o cobre para las conexiones del hogar, lugar de trabajo, lugar de estudio, plazas públicas, lugares comerciales donde se pueda conectar vía wifi o por cable, y mediante el Internet móvil, proveniente de la telefonía celular, en la cual hay diferentes formas de acceder, a través del pago de planes prepago y postpago de datos móviles por medio de las compañías de telecomunicaciones disponibles en el país, en el caso de Venezuela operan Movistar (Telefónica), Digitel, Movilnet, el Internet móvil facilita el acceso a Internet sin la limitante de una única ubicación geográfica permitiendo la movilidad y conectividad constante.

### **2.4.1 Datos globales**

Según el paneo mundial que nos ofrece Datareport, mediante la asociación con We are Social y Hootsuite, empresas que llevan 10 años dedicadas a la recopilación de datos digitales.

## Titulares digitales esenciales



Fuente: Datareport, 2023.

Estos datos corresponden a enero del año 2023 del cual destacaremos: la población mundial es de 8.010 millones de estos el 57,20% vive en zonas urbanas y un 42,80% en zonas rurales, eso equivale a 3.428 millones de personas que viven en zonas rurales. 5.440 millones de personas usan teléfonos móviles que representa un 68,00% de la población mundial, por otra parte 5.160 millones que equivale al 64,40% de personas en el mundo son usuarios de Internet, mientras que el 35,60% no tiene acceso a Internet.

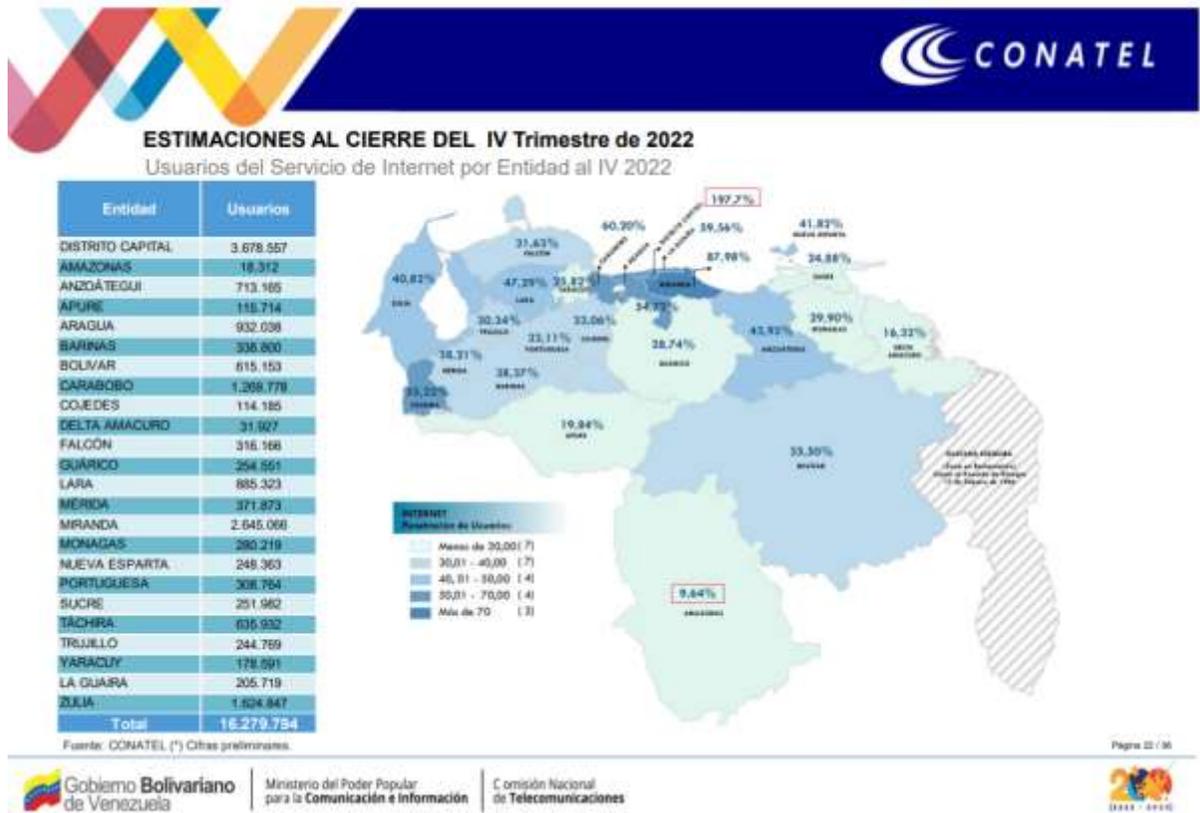
### 2.4.2 Estadísticas nacionales sobre el sector de telecomunicaciones

Observando los datos del “Informe de las cifras del sector, IV trimestre 2022, Telecomunicaciones” publicado recientemente por CONATEL, los suscriptores de telefonía móvil en Venezuela en su último trimestre, el número de líneas de telefonía móvil en uso del sistema era de 19.831.546, la distribución de tales líneas de telefonía móvil por operador es la siguiente: telefónica (movistar) cuenta con el 39,58%, Movilnet con 24,70% y Digitel con 35,72%, la tecnología de tales líneas de telefonía móvil es un 1,24% 2G, 51,47% 3G y 47,29%

4G, la cantidad de tráfico de datos en Terabytes de telefonía móvil para el último trimestre de 2022 es de 139.891 terabytes. En el país hay 14.750.120 suscriptores con teléfonos considerados inteligentes, de los cuales el 93,59% son de sistema operativo Android, 4,90% Ios, 0,90% BlackBerry, 0,03% Windows y 0,58% de otros.

Para el último trimestre de 2022 El total de suscriptores de Internet es de 17.402.270, los suscriptores de banda ancha móvil dedicada (módem móvil) 937.412, los suscriptores de banda ancha móvil normalizada (red de telefonía móvil) 13.818.471, suscriptores de banda ancha fija 2.582.148, suscriptores Dial Up (conexión de telefonía fija e Internet compartida) 64.239. La distribución de suscriptores del servicio de Internet por tipo de abonado se encuentra que el 79,40% de suscriptores acceden es a través de teléfonos celulares, el 13,97% por conexión residencial, el 5,39% por módems inalámbricos, y el 1,24% por conexión no residencial. La distribución de mercado de Internet, las empresas proveedoras de servicio son Cantv con el 55,92% de suscriptores, seguido de Digitel con el 20,96%, Intercable 6,98%, Telefónica (Movistar) 2,58%, Movilnet 2,62% y otros 10,94%. En cuanto al servicio de Internet por telefonía móvil cuenta con 13.818.471 suscriptores, lo cual representa un aumento de los trimestres anteriores del 2021 y el 2022 en un 4,75%, la distribución del mercado muestra que Telefónica concentra el 50,49%, Movilnet el 25,99% y Digitel el 23,52%.

Usuarios del servicio de Internet por Entidad al IV 2022.

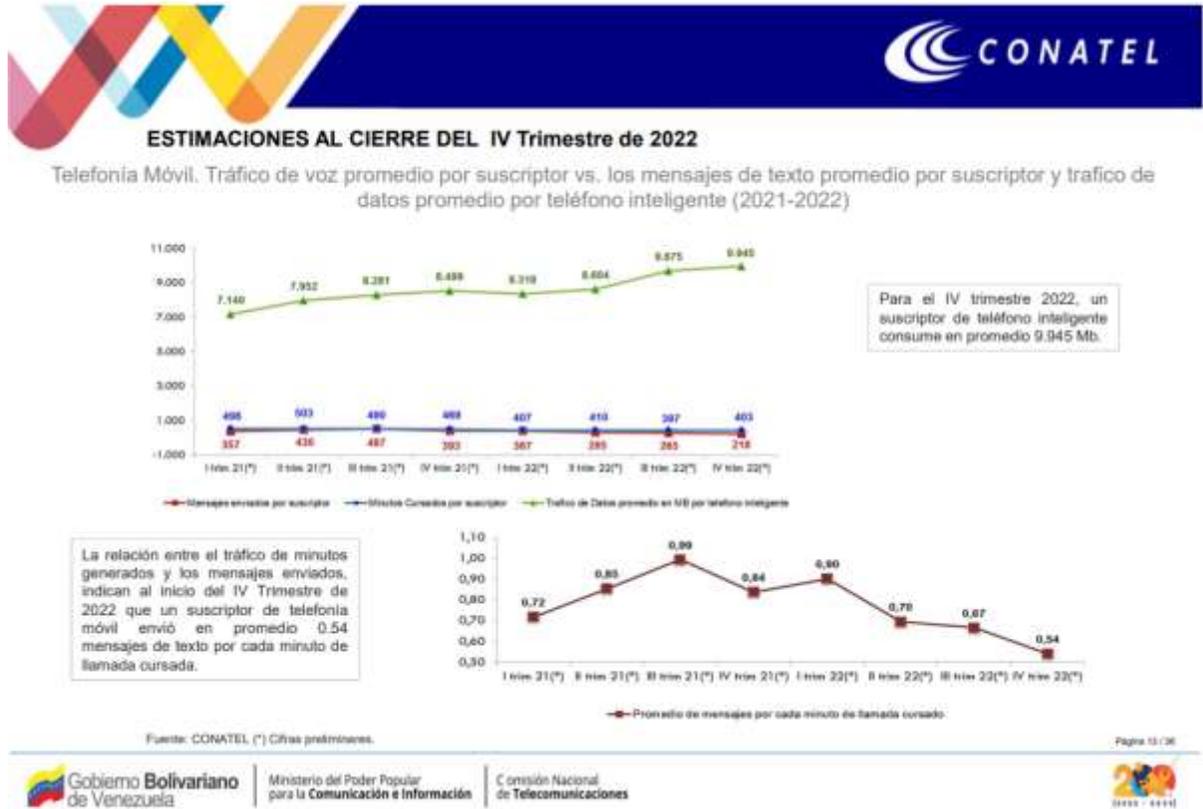


Fuente: CONATEL, 2023.

Este gráfico muestra la cantidad de usuarios de Internet por entidad federal, siendo la comunidad Merecure del Estado Apure la población objetivo del estudio a realizar, cabe destacar que la penetración de usuarios del estado, es de 19,84% es decir que menos de la quinta parte de la población de este estado tiene acceso a Internet solamente 115.714 usuarios cuentan con servicio de Internet

La situación de conectividad en el país, es un aspecto importante para tomar en cuenta y enmarcar la pertinencia de la investigación, ya que hay 14.750.12 de suscriptores con teléfonos inteligentes, los cuales permiten el acceso a Internet y por ende a las redes sociales digitales y mensajería instantánea. Además de las posibilidades de conexión por banda ancha fija.

Telefonía Móvil, Tráfico de voz promedio por suscriptores, los mensajes de texto promedio por suscriptor y trafico de datos promedio por teléfono inteligente (2021-2022)



Fuente: CONATEL 2023.

Este gráfico evidencia el incremento del tráfico de datos móviles, llegando a un promedio de 9.945 Mb entre el III y el IV trimestre, es decir un usuario consume dicha cantidad en 3 meses, o lo que es igual a 3.315Mb al mes, y por otra parte la disminución de los mensajes de texto siendo 208 el número de mensajes de textos enviados en un trimestre, y los minutos cursados por suscriptor para el IV trimestre fue de 403. Mientras el tráfico de datos aumenta, el tráfico de voz y el de mensajes de texto va en disminución, esto evidencia una mayor comunicación a través de Internet que por vías analógicas de la telefonía tradicional.

## 2.5 Dimensiones de la conectividad significativa

Es importante aumentar significativamente el acceso a la tecnología de la información y las comunicaciones y esforzarse por proporcionar acceso universal y asequible a Internet en los países con menos acceso, esto fue declarado en septiembre de 2015 como Objetivo de Desarrollo Sostenible. Es por ello que los países de Latinoamérica y el Caribe han tomado acciones para que la mayor cantidad de personas puedan acceder a Internet por medio de banda ancha fija y móvil, han observado que entre más acceso tenga una población mayores beneficios se obtienen, alguna de ellas son la creación de trabajo, calidad educativa, compartición de conocimiento, entre otros, lo cual incrementa al desarrollo de los países. Recolectar la información del estado de acceso a Internet en la región ha sido llevado a cabo a través de diferentes Índices como los siguientes:

En general, el relevamiento de datos de conectividad en América Latina y el Caribe (ALC) se realiza a escala nacional sin diferenciaciones entre áreas urbanas y rurales. A la fecha, se han desarrollado varios índices para analizar el estado y evolución de la conectividad en América Latina y el Caribe tales como el Índice de Desarrollo de Tecnologías de Información y Comunicaciones (IDI, por sus siglas en inglés), elaborado por la Unión Internacional de Telecomunicaciones, el Índice de Conectividad Móvil (ICM) del Sistema Global para las Comunicaciones Móviles (GSMA, por sus siglas en inglés), y el Índice de Desarrollo de la Banda Ancha (IDBA) del BID. (IICA, 2020, p.16)

En los índices mencionados no se observan una desagregación entre los datos ofrecidos del sector rural y urbano, es por ello que hemos seleccionado el Índice de conectividad significativa rural creado por una alianza para una Internet asequible A4AI por sus siglas en inglés el cual empezó este estudio pionero en el año 2020. Obtener los datos del estado de banda ancha permite realizar políticas públicas adecuadas, desde inversiones en infraestructura, hacer alianzas con el sector privado, y bajar la brecha de acceso, los datos recabados por A4AI permiten brindar apoyo para la creación de dichas políticas públicas. El Índice de conectividad significativa rural (ICSr) y urbana (ICSu) adquiere valores entre 0 y 1 se calcula en un promedio simple de cuatro indicadores que son velocidad adecuada (4g), tener un dispositivo adecuado

(teléfono inteligente), conexión con suficientes datos (banda ancha) usar Internet regularmente (uso diario). A4AI ha desarrollado una encuesta que permite recabar dicha información preguntando al usuario por los cuatro indicadores que integran el índice. Este índice se creó desde la participación de los usuarios de Internet y como ellos desde su experiencia comentaban elementos mínimos para una conectividad que sea realmente significativa en el mundo actual.

El índice desarrollado por A4AI en el año 2020 está conformado por cuatro dimensiones, que son conseguir la velocidad adecuada, dispositivo adecuado, velocidad suficiente y usar Internet diariamente, esto fue creado mediante grupos focales, consultando distintos usuarios de varios países, con la finalidad de obtener una forma de medir una experiencia significativa. En otras palabras, los usuarios comentaron cuáles eran los requisitos mínimos para tener una experiencia significativa en la red.

### **1) Conseguir la velocidad adecuada (MC1)**

El primer requisito para una conectividad significativa es tener acceso a conexión adecuada (4G) o superior por Banda ancha móvil y poder costear planes prepago y pospago:

La calidad de la conexión de alguien puede hacer o deshacer su experiencia. Para una conectividad significativa, la conexión de un usuario debe ser confiable, con suficiente ancho de banda y con una latencia lo suficientemente baja para permitirles experimentar la riqueza del potencial de Internet. El contenido del video es parte de esta experiencia. (A4AI, 2020, p.6)

Para obtener una velocidad mínima adecuada el usuario debe acceder a conexión 4G o superior, ya que dicha red permite acceder a la experiencia de video que requiere de plataformas de streaming como Youtube, Facebook, entre otras, participar en videoconferencias, compartir y crear contenido audiovisual con otros, esto permite interactuar con amigos y familiares sin que la latencia o caídas sean un impedimento.

Para el cálculo de esta dimensión es necesario conocer si la persona tiene acceso a conexión 4G o superior, y adicional a esto las personas que hayan respondido afirmativamente identificar quienes tengan abono de planes prepago o pospago. Para obtener dicha información se pregunta qué tipo de conexión observa mayormente en la esquina superior derecha de su dispositivo móvil: E, H, H+ 2G, 3G, 4G LTE, los cuales, son símbolos fáciles de reconocer e interpretar, cuya respuesta permitirá el posterior cálculo, esto debido a lo complejo que es preguntarle al usuario que velocidad en promedio experimenta en su cotidianidad.

La velocidad adecuada se calcula dividiendo el número de personas encuestadas con conexión 4G o superior entre el número total de encuestados, luego se calcula MC1<sub>o</sub>, este se obtiene entre la división de usuarios que reportaron tener plan prepago o pospago y conexión 4G o superior, este valor se multiplica por el resultado sacado entre la división anterior y por último se multiplica por 100.

$$MC1_o = \frac{\text{Número de personas encuestadas con conexión 4G o superior a través de paquetes de datos de costo total o paquetes de datos ganados abiertos}}{\text{Número total de personas encuestadas con una suscripción activa a Internet móvil 4G o superior}}$$

$$MC1 = \frac{\text{Número de personas encuestadas con conexión móvil 4G (o una generación superior)}}{\text{Número total de personas encuestadas}} \times MC1_o \times 100$$

## **2) Tener un dispositivo apropiado. (MC2)**

La siguiente dimensión para la conectividad significativa, es poseer (como dueño) un dispositivo apropiado:

Las características principales de un dispositivo que consideraban importantes incluían la portabilidad, la capacidad de usar aplicaciones productivas y la multifuncionalidad (como llamadas de voz, fotos/videos y aplicaciones). Los participantes destacaron el reconocimiento de voz como una característica útil, por ejemplo, para enviar notas de voz, que podría ser relevante para personas con diferentes niveles de alfabetización. (A4AI, 2020, p. 8)

El dispositivo que cumple con las características antes mencionadas es el teléfono inteligente, ya que este es fácil de transportar, a comparación con las computadoras de escritorio, laptops, tabletas, y consola de videojuegos, este dispositivo se puede guardar en un bolsillo, no pesa mucho, y cuenta con acceso a muchas de las plataformas usadas en la vida cotidiana de un usuario, tales como, redes sociales, correo electrónico, mensajería instantánea, buscadores webs, además cuenta con una cámara que permite la creación de contenido con fines lúdicos o de trabajo. (A4AI, 2020). Para este segundo requisito de conectividad significativa es necesario tener mínimo un teléfono inteligente. Es importante aclarar que:

Por teléfono inteligente nos referimos a un dispositivo que tiene un tamaño de pantalla mínimo de 3", una pantalla táctil, la capacidad de instalar aplicaciones (es decir, sin restricción en la cantidad de aplicaciones por parte de la tienda de aplicaciones) y una cámara. (A4AI, 2020, p.9)

Para realizar el cálculo de MC2 o dispositivo apropiado se divide el número de personas que poseen un teléfono inteligente, es decir, son dueños, entre el total de los encuestados, posteriormente se multiplica por 100.

$$MC2 = \frac{\text{Número de personas encuestadas que poseen un teléfono inteligente}}{\text{Número total de personas encuestadas}} \times 100$$

### 3) Conexión con suficientes datos (MC3)

El tercer requisito es acceder a datos de forma ilimitada por banda ancha en el hogar, trabajo o lugar de estudio:

La escasez de datos, es decir, las limitaciones y la falta de confiabilidad en torno al acceso a Internet, disminuyen el significado de la conexión de un usuario. Es posible que los usuarios conectados en los márgenes no sepan la velocidad de su conexión, pero sabrán la cantidad de datos que pueden pagar de manera regular. Los grupos de discusión realizados por A4AI/Web Foundation en todo el mundo hablan sobre el racionamiento del consumo de datos personales, la transferencia de aspectos de la vida en línea a los puntos de acceso Wi-Fi y el uso de otros métodos creativos para ampliar las posibilidades de cada megabyte de datos que tienen. La escasez de datos domina la experiencia de los usuarios en los márgenes: a su vez, esto limita el potencial para que el acceso a Internet se convierta alguna vez en un recurso significativo en sus vidas (A4AI, 2020, p.10).

El usuario debe poder acceder a Internet de manera ilimitada, bien sea de forma inalámbrica o por cable, desde cualquier ubicación, hogar, trabajo, lugar de estudio, para poder tener una conectividad significativa, aunque el costo no es algo que se mida, si es un elemento importante, ya que a mayor coste mayor privación de la experiencia ilimitada, el lugar de conexión que más prefieren los usuarios según los grupos de discusión realizados por A4AI/Web Foundation, es el hogar, esto se debe a una sensación de seguridad y confort que le permite navegar por la red con mayor detalle y tiempo de disfrute, como también investigar asuntos de interés, hablar con amigos, entre otras actividades, que se le dificultaría por motivos de tiempo en el trabajo, lugar de estudio, y/o espacios públicos.

Para el cálculo de MC3, es decir, saber quiénes cuentan con una conexión con suficientes datos se divide el número de personas encuestadas que reportaron acceder a una conexión de

banda ancha ilimitada en el hogar, trabajo o un lugar de estudio, entre el número total de encuestados, este resultado se multiplica por 100.

$$\text{MC3} = \frac{\text{Número de personas encuestadas que tienen una conexión de banda ancha ilimitada en el hogar, el trabajo O un lugar de estudio}}{\text{Número total de personas encuestadas}} \times 100$$

#### **4. Usar Internet regularmente (MC4)**

Como último requisito para una conectividad significativa, el usuario debe poder conectarse al menos una vez al día todos los días:

“La definición actual de uso de Internet de la UIT/ONU es amplia y cubre a cualquiera que haya usado Internet al menos una vez en los últimos tres meses”. (A4AI, 2020, p.13). Esta definición no permite visualizar el impacto que tiene en el acceso a la información, el trabajo y ocio, la posibilidad de conectarse a diario a Internet, ya que no es posible formar parte del ciberespacio accediendo una vez a la semana, o una vez al mes, en un mundo en el que suceden distintos avances y sucesos día a día. En los grupos focales realizados por A4AI, un punto de discusión fue sobre el uso de Internet con fines creativos y productivos, aquí los participantes señalaron la importancia del uso diario para apoyar este tipo de actividades, los participantes expresaron que, para tener una comunicación realmente significativa con familiares y amigos, era importante usar aplicaciones relevantes a diario (A4AI, 2020).

Este último indicador se obtiene preguntando si se conecta por lo menos una vez al día (todos los días) a Internet en los últimos tres meses, para calcular se debe dividir el número de personas que reportaron usar Internet a diario en los últimos tres meses, entre el número total de

encuestados, y por último multiplicar por 100.

$$\text{MC4} = \frac{\text{Número de personas encuestadas que son usuarios diarios}}{\text{Número total de personas encuestadas}} \times 100$$

### **Cálculo general de la Conectividad Significativa**

El número de personas con conectividad significativa debe calcularse de la siguiente manera:

El número de personas encuestados que tienen satisfechas una velocidad adecuada, dispositivo adecuado, conexión con suficientes datos y uso regular de Internet se divide entre el número de personas encuestadas y por último se multiplica por 100

$$\text{MCI} = \frac{\text{Número de personas encuestadas que satisfacen MC1 y MC2 y MC3 y MC4}}{\text{Número total de personas encuestadas}} \times 100$$

El valor obtenido de este índice podrá dar cuenta del porcentaje de personas con una conectividad significativa respecto al número total de encuestados, en este caso aplicado a la comunidad de Merecure.

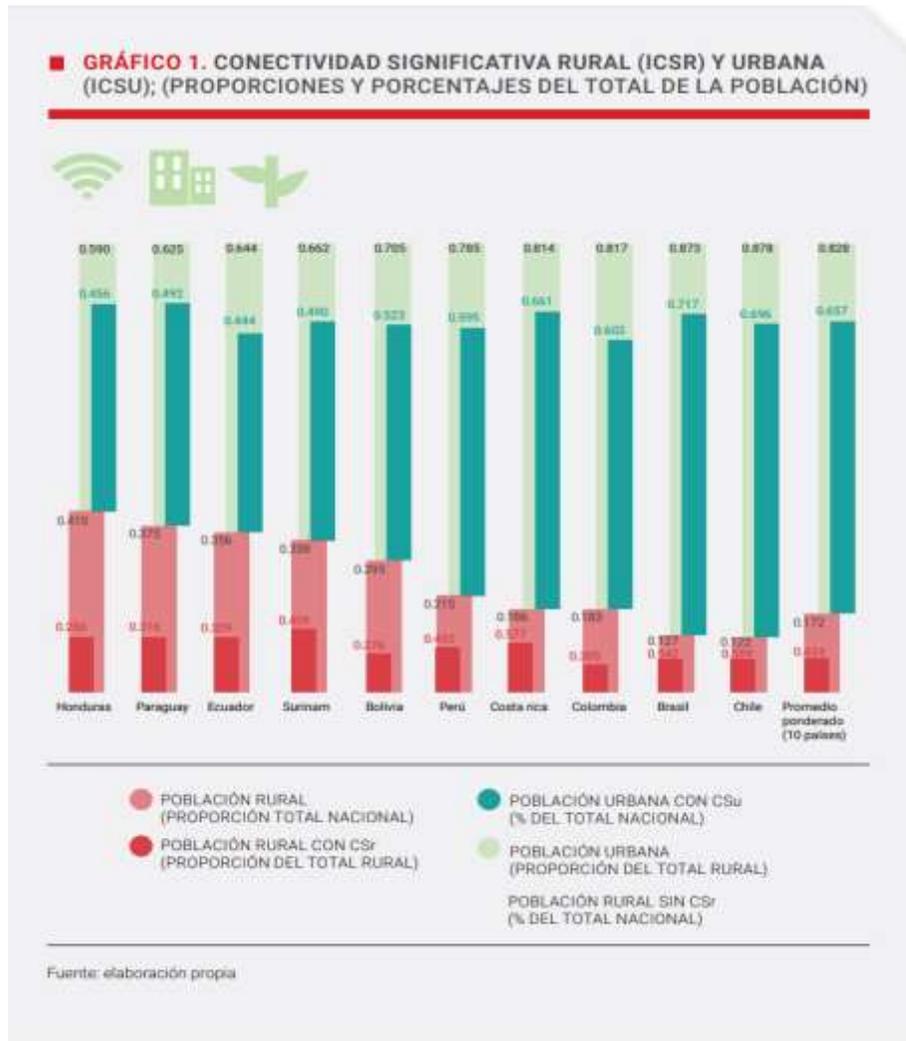
## **2.6 Estado actual de la conectividad significativa en América Latina y el Caribe**

Los resultados presentados por A4AI referente al estado de la conectividad significativa en América Latina y el Caribe, permite entender la importancia que este índice tiene respecto a las poblaciones rurales, ya que son las que menos acceso tienen en general a Internet, y además tienen una experiencia de baja calidad, es decir, no solo hay brechas de acceso con respecto a las zonas urbanas sino también brechas en la calidad de la experiencia.

Se trata de un trabajo que nos permite afirmar que un total aproximado de 72 millones de habitantes de la ruralidad de 26 países de América Latina y el Caribe no acceden a una conectividad con estándares de calidad mínimos. Desde el 2020 hasta la actualidad, constatamos una mejora del 12% en la conectividad significativa rural de la región. Pese al dato positivo, resulta alarmante que 72 millones de habitantes de la ruralidad de América Latina y el Caribe no accedan a conectividad significativa. La brecha de conectividad urbano- rural, en tanto, se ha ensanchado levemente (2 puntos porcentuales) en relación a las mediciones del 2020, con el 79 % de la población urbana accediendo a servicios de conectividad significativa ante 43,4% de la población rural (IICA, 2020, p.4-5).

Las brechas entre lo urbano y lo rural a nivel de conectividad significativa se pueden evidenciar en el siguiente gráfico, ya que en todos los países mencionados lo urbano tiene mayor conectividad significativa que en las zonas rurales inclusive en el promedio ponderado los países mencionados son, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Honduras, Paraguay, Perú, Surinam, como se muestra en el siguiente gráfico:

## Conectividad significativa rural y urbana en América Latina y el Caribe

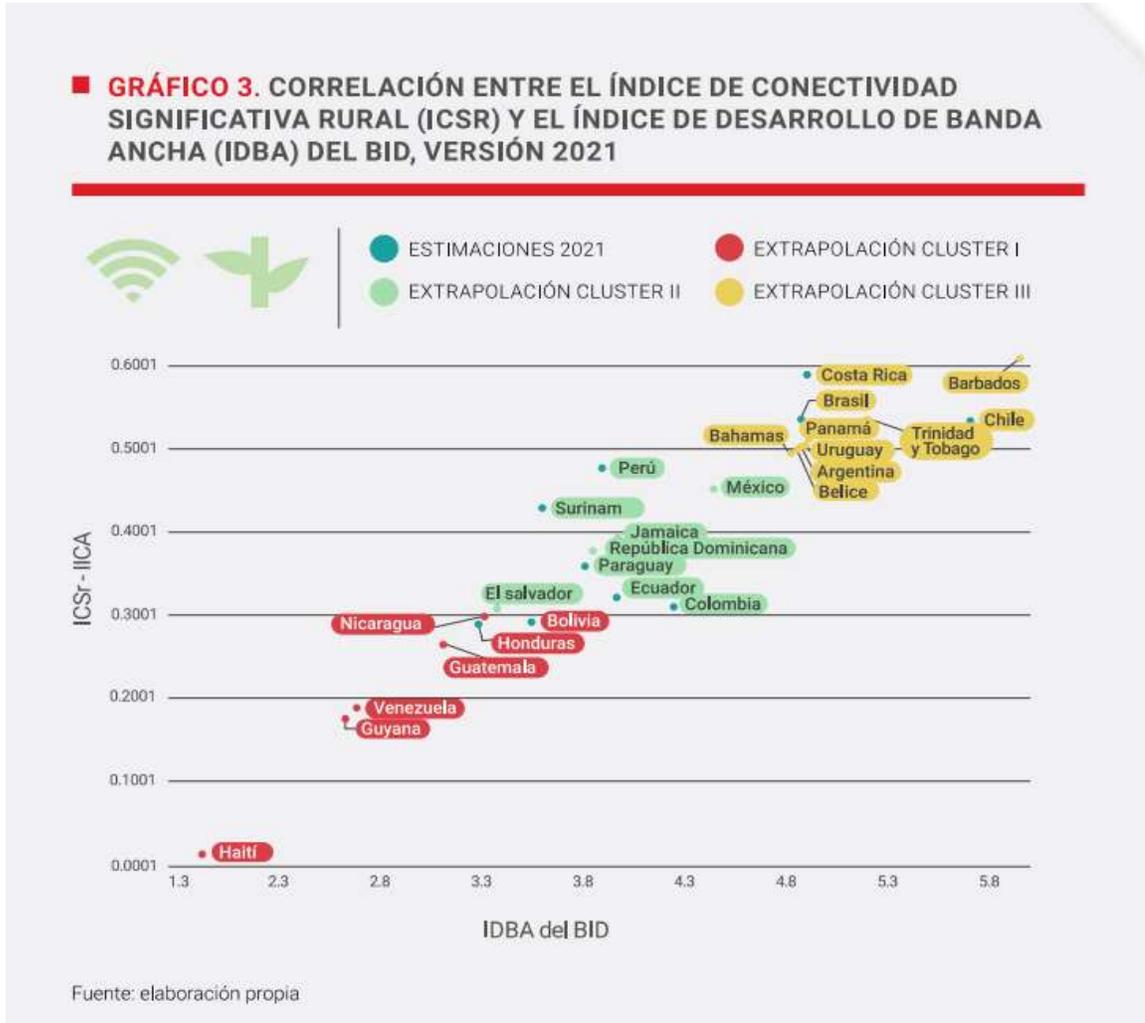


Fuente: A4AI 2023.

Este documento al igual que esta actualización evalúa la posibilidad real que tienen las personas de acceder a Internet y hacer uso pleno de la misma, con la frecuencia, la velocidad y los dispositivos adecuados a las exigencias del momento en zonas rurales, esto es lo que se define como Conectividad rural significativa (ICSR). Del total de países pertenecientes a América Latina y el Caribe (ALC), los datos recopilados de 10 países sobre ICSr arrojaron que en promedio el 43.4 % de pobladores rurales cuentan con conectividad significativa (gráfico 1). Es decir que el 56.6 % de pobladores rurales en esos países no cuentan con conectividad bajo los estándares mínimos de calidad, definidos en términos del acceso diario de las personas a Internet, a equipos (computadora personal o teléfono móvil), a datos suficientes o a conexión con velocidades adecuadas (banda ancha o 4g). Los cálculos se realizaron con datos disponibles a octubre de 2022; la mayoría actualizados al 2021. Los diez países de esta muestra sumaron en 2021 63.9 millones de

pobladores rurales de los cuales 36.2 millones no acceden a conectividad significativa. (IICA, 2020, p.20)

Correlación entre índice de conectividad significativa rural y el índice de desarrollo de banda ancha del BID, versión 2021



Fuente: A4AI 2023.

Los 26 países se han clasificado en tres clusters de acuerdo a sus porcentajes de conectividad significativa rural (ICSR): El cluster de baja conectividad significativa rural integrado por, Bolivia, Guatemala, Guyana, Haití, Honduras, Nicaragua y Venezuela. Las zonas rurales de Venezuela tienen una conectividad significativa de menos del 20%, es decir,

de los usuarios que acceden a Internet en zonas rurales solo una 1/5 parte experimenta conectividad significativa, más del 80% no, esto habla de una gran brecha que padece el país.

### **Capítulo 3: La sociabilidad en las ciencias sociales**

La interacción ha sido uno de los fenómenos sociales objeto de estudio en la sociología desde sus inicios, por tanto viéndose afectado por el avance de las tecnologías de la información y comunicación, es necesario su indagación. Sin embargo, la interacción ha sido estudiada desde distintas corrientes dispares, desde el conflicto por Marx, la coacción y solidaridad por Durkheim, la acción social por Weber, y los sentidos de la interacción por Blumer, Sheldon Striker, Manford Kuhn, sin embargo, la perspectiva que concuerda con el fenómeno que se desea abordar en esta investigación, es la planteada por Georg Simmel, ya que el mismo se plantea el estudio de las interacciones que parecen ser triviales, tales como el secreto, la coquetería, la moda, todas estas que tienen un valor en sí mismas, aunque a simple vista pudieran parecer superfluas.

#### **3. 1 Explorando el concepto de sociabilidad**

En el texto *Historia de la sociabilidad contemporánea: del asociacionismo a las redes sociales* (2014), los coordinadores Ramón Arnabat y Montserrat Duch, escriben “Sociabilidades contemporáneas”, en la cual se dan un recorrido por los principales trabajos elaborados en el área del estudio de la sociabilidad, en el texto se presentan algunas investigaciones del grupo “Los espacios y la memoria de la sociabilidad popular en la Catalunya del siglo XX”.

En el recorrido realizado en la presentación, se puntualiza como los pioneros en el estudio de la sociabilidad: Georg Simmel (1986) y Max Weber (1964) seguido por estudios desde la sociología y la antropología, como los desarrollados por Isidoro Moreno, Josepa Cucó, Javier Escalera; sin embargo la sociabilidad es una categoría de análisis que ha llegado también al campo de la historia, habiendo sido introducido por Maurice Agulhon durante los años 60 y 70 del siglo pasado, a este historiador se le debe el estudio de la sociabilidad de lo cotidiano, que incorpora el estudio de las fiestas y actividades de todo tipo de carácter relacional y no asociativo formal, así como el estudio del mismo a todos los grupos sociales. En la década de los 90 del siglo pasado, llegan estos estudios a Latinoamérica por Rebolledo (1992), Gayol (2000), Pani y Salmeron (2004), y Guerra (2012).

Este grupo de investigadores realizan una importante diferenciación del asociacionismo formalizado, con la sociabilidad, siendo esta última de “carácter espontáneo y no intencional sobre la esfera pública”,

La sociabilidad encaja dentro de los tipos de sociedades fundamentales en la historia de la humanidad realizado por Castells (1997), en el tipo de la experiencia, la cual está referida a la “acción de los sujetos humanos sobre sí mismos, determinada por la interacción de sus identidades biológicas y culturales y en relación con su entorno social y natural. Se construye en torno a la búsqueda infinita de la satisfacción de las necesidades y los deseos humanos (Castells, 1997, p. 40-41).

La sociabilidad fundamentalmente remite a las relaciones de experiencia, al contexto, a las lógicas de las relaciones entre las personas (...) Los espacios de sociabilidad que no son movimientos sociales, que no son asociaciones formales, que a menudo son espacios espontáneos y que quizás derivarán en formalización, aunque no necesariamente, son, y esto nos parece muy relevante, agencias de significación; dan sentido a la consciencia, de pertenencia, de identidad a las personas en su individuación y a los grupos más o menos

grandes, más o menos estables. Los espacios de sociabilidad responden a necesidades humanas de todos los tiempos y de todas las culturas. (Arnabat, R. y Duch M. 2014, p. s.n.)

Es por ello que el estudio de la sociabilidad no deja de tener vigencia, ya que, al evolucionar las formas de la sociedad, evolucionan así las formas de expresión de la sociabilidad, pero las mismas nunca se extinguen, debido a que forman parte como lo indica la cita anterior de agencias de significación, que responden a necesidades humanas de todos los tiempos.

### **3.2 Sociabilidad concepto Simmeliano**

Para Simmel (2002) el significado de la sociedad está dado por la repercusión recíproca de la interacción de los individuos, aquí radica la importancia del estudio de la sociabilidad, ya que a través del mismo podemos comprender las dinámicas y modos de ser de nuestra sociedad.

La sociología que desarrolla Simmel es una sociología relacional, ya que para este el objeto de la sociología es el estudio de las acciones y los efectos recíprocos de las interacciones de los individuos, sean en asociación de grupos, instituciones o países, “desde (interacciones) efímera para dar un paseo, el intercambio de miradas en el transporte público, hasta el hecho de pertenecer a un Estado o grupo, el conflicto entre una empresa y un sindicato, ahí se da la sociedad” (Sabino, O. 2014. p. 29), siendo no las personas el objeto en sí mismas, sino lo que sucede entre estas.

Esta necesidad o deseo de estar los unos con los otros es lo que Simmel denomina sociabilidad, la cual explica de la siguiente manera:

La sociabilidad como forma autónoma o forma lúdica de la socialización... Lo que en ésta es propiamente la sociedad» consiste en el estar uno con otro, uno para otro y uno contra otro por medio de los cuales los contenidos e intereses individuales experimentan

una formación o fomentación a través del impulso o la finalidad. Estas formas adquieren ahora una vida propia, se convierten en ejercicio libre de todas las raíces materiales, que se efectúa puramente por sí mismo y por el atractivo que irradia esta libertad; este fenómeno es el de la sociabilidad

El impulso de sociabilidad en su actividad pura, desprende de las realidades de la vida social el puro proceso de socialización como un valor y una forma de felicidad, y a partir de ellos constituye lo que llamamos sociabilidad en sentido más estricto. No es una mera casualidad del uso del lenguaje el que toda sociabilidad, incluso la más natural, si ha de tener algún sentido y consistencia, da un valor muy grande a la forma, a las buenas formas. Porque la forma es el mutuo determinarse, el interactuar de los elementos, que así forman una unidad; y dado que para la sociabilidad quedan suprimidas las motivaciones concretas de la unión, ligadas a las finalidades de la vida, tiene que acentuarse tanto más fuertemente y con tanta mayor eficacia la forma pura, la conexión, por así decir, libremente flotante y de interacción recíproca entre los individuos (Simmel, G. 2002. p 82-83).

Esto quiere decir que para Simmel en el estudio de la sociedad se puede distinguir el contenido de la forma, siendo el contenido “las motivaciones concretas de la unión, ligadas a las finalidades de la vida”, es decir los intereses que se establecen en las relaciones a través de las cuales se produce el efecto sobre otros y se recibe estos efectos de vuelta, en cambio las formas están referidas al “mutuo determinarse, el interactuar de los elementos, que así forman una unidad”, tal como lo expresa la cita previa, siendo esta la conexión o interrelación propiamente dicha. En la sociabilidad las formas se independizan del contenido, lo cual implica que estos no son los móviles de las relaciones, es decir, que no priman los intereses laborales, académicos, políticos, o de otra índole, sino que pese a que diversos sean los contenidos de la interacción (política, deporte, conocimiento, entretenimiento), es la conexión “libremente flotante de interacción recíproca” la que tiene mayor preponderancia, es así como los individuos se relacionan no bajo dependencias de poder, de intereses, sino por el goce que le produce la interacción con los otros.

La sociabilidad, es sólo una de las cinco formas de socialización que plantea Simmel, entre las cuales se encuentran también: conflicto, intercambio, subordinación y supraordenación,

estas 4 tienen mecanismos de control y regulación. Romeu (2019) se encarga de rescatarlas, y son las siguientes:

Las relaciones de subordinación son aquellas en las que un individuo se somete a otro debido a su debilidad o incapacidad; el intercambio es sugerido por Simmel como toda forma de relación recíproca en donde hay mutuo beneficio; la supraordenación se da donde la subordinación está implicada por el acatamiento de ciertas reglas; y el conflicto, donde las relaciones sociales se fraguan a partir de un problema o tensión. (Romeu, 2019, p. 376)

Un individuo experimenta todas estas socializaciones, y se comporta según sea la ocasión, pero en ninguna de las anteriores las personas pueden expresar su forma más pura, debido a que es en la sociabilidad donde los individuos se reconocen como iguales, no habiendo intereses o relaciones de poder, en ésta se expresan mejor los gustos personales, así como las ideas de una persona, siendo los contenidos de la interacción diversos, deportivos, religiosos, políticos, todo esto es secundario, lo que prima es el vínculo, ese estar con el otro.

### **3.3 La sociabilidad en la era digital**

La sociabilidad en los tiempos de Simmel, era efectuada principalmente de forma presencial, hoy día las interacciones no son sólo presenciales, ya que debido a la tecnología interactuamos con personas sin limitaciones de tiempo y espacio, esto sin duda ha cambiado la forma como se relacionan las personas y como establecen su sociabilidad.

La vida cotidiana de las personas ha sufrido grandes transformaciones gracias a los avances tecnológicos, principalmente en cómo interactuamos con los otros. La sociabilidad se ha insertado dentro de esta revolución tecnológica, la cual es llamada como sociabilidad virtual. Castells, (2013) explica que la sociedad actual, tiene características que permiten nuevas formas de relacionarnos con los otros y el entorno, cambios socioculturales en el trabajo, la familia, la

ciudad, todo en una gran red, tanto personal como corporativa, con la ayuda de las redes sociales digitales e Internet.

La nuestra es una sociedad red, es decir, una sociedad construida en torno a redes personales y corporativas operadas por redes digitales que se comunican a través de Internet. Y cómo las redes son globales y no conocen límites, la sociedad red es una sociedad de redes globales. Esta estructura social propia de este momento histórico es el resultado de la interacción entre el paradigma tecnológico emergente basado en la revolución digital y determinados cambios socioculturales de gran calado (Castells, 2013, p.12).

Esto da fundamento para comprender cómo se inserta la sociabilidad en este nuevo contexto de gran transformación, los cambios explicados por el autor citado, implican:

Se basa en la transformación del espacio (vida metropolitana), de la actividad laboral y económica (aparición de la empresa en red y de los procesos de trabajo en red) y de la cultura y las comunicaciones (transición de una comunicación de masas sustentada en los medios de comunicación a una autocomunicación de masas basada en Internet); en la crisis del modelo familiar patriarcal, con una creciente autonomía de sus diferentes miembros; en la sustitución de la política de medios de comunicación por política partidista de masas; y en la globalización en forma de redes selectivas de lugares y procesos en todo el planeta (...) La sociabilidad se reconstruye en forma de individualismo y comunidad en red a través de la búsqueda de personas afines, en un proceso que combina interacción virtual (online) con interacción real (offline), ciberespacio con espacio físico y local. (Castells, 2013. p.13)

Las redes sociales digitales y las mensajerías instantáneas si bien se han modificado al paso del tiempo, deviniendo en entornos propicios para la difusión de información, comercialización, marketing político, y un sinnúmero de utilidades, se iniciaron y conservan aún su naturaleza de entorno para estar con los otros, para compartir las propias opiniones, vivencias y afinidades, siendo estos un entorno propicio para la sociabilidad. Es por ello, que su estudio cobra importancia, ya que permite el análisis de la forma como se están vinculando hoy día las personas, así surge el concepto de sociabilidad virtual.

### 3.3.1 La sociabilidad virtual

Es importante en principio, definir a qué nos referimos por sociabilidad virtual, María Dolores Cáceres et al. En su estudio nos indica,

se propone una definición general del concepto de sociabilidad virtual, entendiéndose como una forma de sociabilidad, con características propias y en parte diferentes a la sociabilidad presencial, que se genera por la mediación de la tecnología. Dicho en otros términos, las nuevas formas de ser, estar y desenvolverse en la vida cotidiana y de relacionarse sin la necesidad de interacción física. (Cáceres M. et al.; Brändle G.; Ruiz J. 2017. p. 235)

Las redes sociales digitales permiten a través de los perfiles que las personas pueden crear contenido multimedia, a través del cual se construye una imagen de sí mismos para los otros, ya que se coloca información que caracteriza a la persona, como lo es su sexo, orientación sexual, edad, profesión, ocupación, religión, intereses políticos, sociales, artísticos, entre otros, así como fotografías de la propia imagen personal, del entorno, las afinidades, y todo aquello que le representa o que contribuye a crear la imagen que desea proyectar.

Además, estas invitan a compartir la vida cotidiana con aquellos quienes forman parte de la red de contacto que se ha construido en cada red social. La construcción de la red de contactos varía entre las distintas plataformas o redes sociales que emplea una persona, ya que cada individuo le concede a cada red social funciones particulares, Facebook nos invita a compartir con un "¿qué estás pensando?", Mientras X (Twitter) pregunta "¿qué está pasando?", por su parte Instagram y TikTok nos animan a crear. Desde las premisas de estas redes se invita a relacionarse de formas distintas, pero lo que comparten todas estas es que dichas invitaciones son a compartir con los otros, a generar contenido para un público que son aquellos que has agregado como amigos, que sigues o te siguen. Por ende los contenidos que se comparten en cada red social varía; Instagram tiene como propósito compartir fotografías estéticas y artísticas, de

lugares, comida, moda, esta visión de la red social con las variaciones que ha devenido del empleo de los usuarios, ha mantenido la expectativa de compartir todo lo bello. Por su parte Twitter, ha sido un espacio principalmente de participación política, así como un diario personal donde las personas cuentan aquello que les pasa día a día, así como sus opiniones del acontecer noticioso.

En las redes sociales, cada usuario hace su performance o su construcción pública del yo, siendo este perfil “un conjunto de datos de diversa naturaleza, un collage de texto e imágenes que componen un reflejo de sí mismo, pero maleable, cambiante, flexible” (Bernete, 2010:102). Éste es un espacio donde nada se oculta, dado que las conexiones son públicas; y aunque a veces los comentarios o mensajes que se envían intentan ser privados, el espacio es fundamentalmente público (Tapia, M. 2016. p. 198).

Sin embargo Joaquin Linne, estudiando perfiles en Facebook, habla de multitud, haciendo referencia a las posibilidades que incorpora esta red social en la privacidad de las publicaciones, donde los amigos son clasificados en listas, de las cuales luego se puede seleccionar quienes tendrán acceso a ciertas publicaciones y quienes no, así mismo no solo por listas sino por usuarios específicos también, Facebook fue quizás pionero en permitir tal discriminación para generar distintos niveles de intimidad entre los usuarios, pero plataformas como WhatsApp también lo incorpora al igual que Instagram que cuenta con una lista de mejores amigos para la publicación de historias.

Las plataformas están diseñadas para generar interacción, permitiendo dar “me gusta” o compartiendo, plataformas como Youtube fue quizás el primero en incorporar la posibilidad de manifestar “no me gusta”, seguidamente Facebook en 2016 han ido incorporando otras reacciones como: me entristece, me enfada, me encanta, me divierte, me asombra, lo cual ha modificado el esperar solo aprobación (me gusta), o la indiferencia, sino que permite un variedad más amplia de reacciones, a través de las cuales las personas pueden manifestar las distintas emociones que le conlleve una noticia o publicación.

Hoy día no son solo los jóvenes quienes cuentan con redes sociales, los migrantes digitales, es decir todas las generaciones anteriores al desarrollo de las nuevas tecnologías de la comunicación e información, que han visto las bondades que ofrecen las mismas para mantenerse en vinculación con los distantes, también hacen uso de Internet y de las redes sociales digitales y mensajería instantáneas, por ende los jóvenes no solo interactúan en la red con sus pares, sino que se extiende, a la comunicación familiar e incluso laboral, es por ello que el uso de las distintas plataformas es diferencial, y por ende la red de contactos que se construye en las mismas también lo es.

Por su parte el enfoque de la sociabilidad de Simmel ya nos daba cuenta de ello,

Simmel continúa desarrollando diversos argumentos que resultan sumamente pertinentes para una sociología de la intimidad (p. 375). Por ejemplo: apunta cómo aun con las personas más cercanas, ya sea entre los amigos más entrañables o las parejas, existen límites del conocimiento. Los procesos de diferenciación y de individualización permiten que sea sumamente complicado tener un conocimiento total y omniabarcante, pues en el caso de la amistad, por muy cercanos que sean los amigos, no se comparte «todo». Es por ello que la sensibilidad moderna se inclina más a las «amistades diferenciadas» que se limitan a ciertos aspectos de la personalidad dejando fuera otros (Sabino, O. 2014. p. 51).

Por las posibilidades que brindan las redes sociales digitales y la mensajería instantánea anteriormente expuestas, esta diferenciación de las amistades está presente, investigar esta particularidad de las relaciones interpersonales hoy día, que si bien también existe en la vida presencial, es importante averiguar cómo está sucediendo en las relaciones mediadas por la tecnología, ya que estas representan buena parte de las interacciones que se tienen con los otros, en medio de una sociedad de ritmo acelerado, donde buena parte del tiempo de las personas son dedicadas a la producción de riqueza y su consumo y donde los vínculos interpersonales dejan de ser centrales en la vida de las personas, contexto en el cual surge el individualismo en red, el cual no refiere al aislamiento total de los individuos, sino a nuevas formas más abiertas de vinculación.

En estas nuevas formas de vinculación, se generan nuevas formas de confianza e intimidad emocional que se establecen con los otros, Tapia, María et al. nos indica,

Al respecto, Almeida (2013) sostiene que la sustitución de una interacción cara a cara por una comunicación mediada por computadores, constituye una dialéctica interactiva de protección y exposición, de visibilidad y ocultación. Por un lado, estamos protegidos por estar removidos físicamente de las actuaciones en línea (como si las pantallas fueran escudos), y por el otro, estamos inmersos en el mayor proscenio del mundo. (Tapia, M. 2016. p. 198)

Esta dinámica de protección y exposición, implica la revelación de aspectos personales reales a los otros, así como su ocultamiento, el conocimiento mutuo de los individuos en su integralidad, deviene en diversas formas de establecer intimidad y confianza, como se venía hablando de las amistades diferenciadas, este es un factor importante en su indagación.

A diferencia de las relaciones, el parentesco, la pareja o cualquier otra idea que resalta el compromiso mutuo; la red representa el descompromiso, una matriz que conecta y desconecta a la vez. En las redes, ambas actividades están habilitadas al mismo tiempo, es decir que conectarse y desconectarse son elecciones igualmente legítimas, del mismo estatus y de igual importancia. La red sugiere momentos de estar en contacto y a la vez momentos de merodeo; en una red las conexiones se establecen a demanda y pueden cortarse a voluntad, pudiendo ser disueltas antes de convertirse en detestables (Tapia, M. 2016. p. 199).

Esta posibilidad en las relaciones interpersonales mediadas por la tecnología, permiten a las personas percibir el control en las relaciones interpersonales que establecen ya que el sujeto puede “cortar la conexión, dejar de responder, dosificar su atención, graduar su disponibilidad en función de quién se trate, medir su implicación, controlar en suma la marcha de la interacción” (Cáceres, M; Brändle, G; Ruiz, J. 2017, p.238), y con base en tal sensación de control sentirse más o menos vulnerables, desarrollar, confianza e intimidad.

Dos conceptos claves para el estudio de sociabilidad virtual son la hiperconexión y ubicuidad, el poder trascender el espacio que nos impone nuestros cuerpos, ha sido una meta que el ser humano siempre se ha trazado, desde las cartas, los telégrafos, teléfonos, han tenido el

fin de poder posibilitar la comunicación e interacción con los otros superando los límites que impone la presencialidad, el poder comunicarse hoy día a cualquier parte del mundo, superando inclusive barreras de lenguaje, de husos horarios, situación climática, por supuesto que también existen variables que le imponen limitaciones como es la conexión a Internet y la tenencia de dispositivos electrónicos que accedan a las redes de Internet, lo cual genera diferencias de acceso a esta forma de comunicación mediada por la tecnología.

## **Capítulo 4: El contexto rural y los jóvenes**

### **4.1 Concepciones de la ruralidad**

Tradicionalmente la ruralidad fue definida no por sí misma y sus características, sino por aquello que no es, lo rural se reconocía entonces como todo aquello que no es urbano, el término urbano proviene del término latino *urb, urbis*, y el término rural que se usó como contraparte, proviene del término latino *rus, ruris*, que significa *campo*, con ello, las percepciones o creencias colectivas de lo rural, aluden a, “modos de vida, cosmovisiones y hábitos sociales rurales (...) arraigados a la tierra y sus recursos naturales. Consecuentemente, lo rural suele confundirse con una forma de vida atrasada, arcaica, no evolucionada y obsoleta” (Gaudin, Y., Padilla, R., 2023, p.29). Acompañado de la visión del resguardo de la tierra milenaria, y el recuerdo de las costumbres y tradiciones regionales perdidas en un mundo globalizado, donde se les considera los custodios de tal remanente cultural. Sin embargo, tales afirmaciones, no corresponden únicamente al imaginario colectivo, sino que, en cuanto a teoría del desarrollo también se observan aristas semejantes,

A partir del siglo XIX y con la expansión de la teoría económica clásica, la idea de progreso se construyó en contradicción con lo arcaico y lo obsoleto del campo. Se consideraba que para desarrollar lo rural, se tenía que relegar el agrarismo para enfocarse

exclusivamente en la urbanización e industrialización del campo, a través de la artificialización del suelo y la transformación productiva. A pesar de una visión folklórica y romántica de la ruralidad, prevalecía la idea de que para ser desarrollados, los espacios rurales tenían que dejar de serlo (Trpin, 2005). (Gaudin, Y., Padilla, R., 2023, p.30).

En la actualidad, tal visión de las teorías que buscan caracterizar la ruralidad han ido transformándose, el siguiente cuadro representa un resumen, de las distintas teorías que surgieron en la evolución del concepto.

**Cuadro 1.3**  
**Principales enfoques de medición y caracterización de los espacios rurales**

	Características	Ilustración y medición
Enfoque de brechas	Lo rural como espacio que acumula las desventajas y cuellos de botella de largo plazo.	- Disparidades en los indicadores de ingreso, de productividad, de desarrollo y bienestar entre áreas y dentro de ellas.
Enfoque poblacional y demográfico	Lo rural a partir de características demográficas.	- Población municipal. - Densidad de población por área.
Enfoque funcional	Lo rural entendido por funciones económicas, sociales, ecológicas y culturales.	- Hábitos de vida, de consumo, rituales sociales, rasgos culturales, relación entre actividades económicas y medio ambiente.
El continuo rural-urbano	Definición dinámica de las áreas rurales por medio de espacios intermedios (periurbano, suburbano, rururbano, periferia cercana) con características tanto de áreas urbanas como rurales.	- Construcción de gradientes con áreas clasificadas por densidad de población o por población por municipio.
El enfoque territorial	El territorio es un espacio complejo socialmente construido y corresponde a una estructura dinámica que cambia con el tiempo. Supera la dicotomía entre lo rural y urbano.	- Flujos laborales, comerciales, iluminación de los espacios vía imágenes satelitales.

Fuente: Elaboración propia.

(Gaudin, Y., Padilla, R., 2023, p.31)

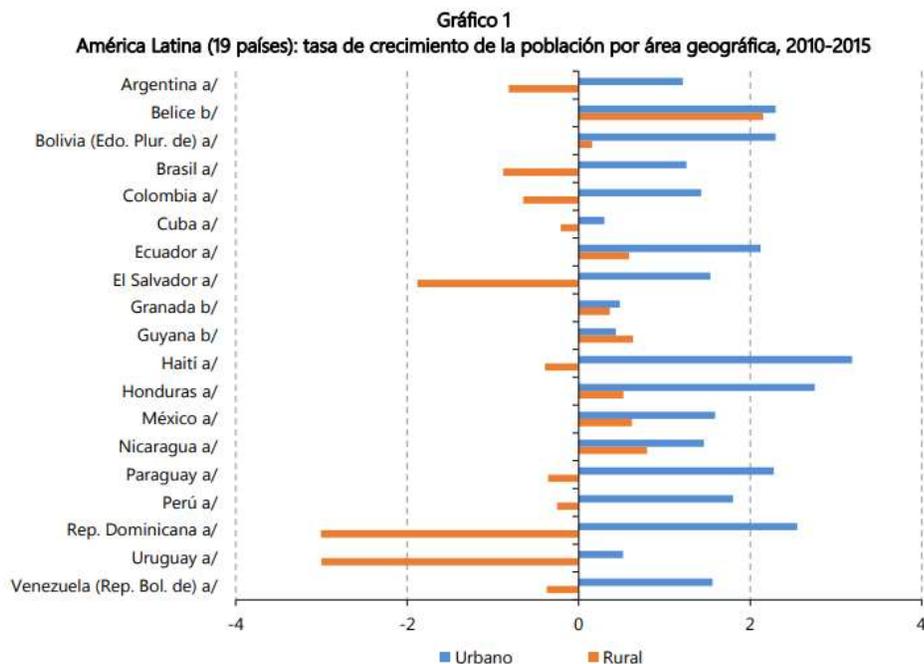
Como puede observarse, las concepciones de ruralidad han ido evolucionando, sobre manera para dar cuenta de la heterogeneidad de las poblaciones rurales, hoy día los debates por un mejor concepto en lo demográfico y de otros enfoques, siguen en discusión respecto de América Latina. En la presente investigación, tomaremos de referencia los enfoques demográficos y de brechas para la definición de los sujetos de estudio.

## 4.2 La ruralidad de América Latina y el Caribe datos más recientes

En esta sección se explorarán los datos disponibles más recientes sobre la ruralidad en América Latina y el Caribe, a fin de caracterizar a la población de las zonas rurales con la información más reciente de la región, en cuanto a el crecimiento de la población, su distribución, actividad económica y disponibilidad de servicios.

En América Latina y el Caribe, entre los primeros años de la década de 1990 y la segunda mitad de la década de 2010, la población rural como porcentaje de la población total ha disminuido casi en 10 puntos porcentuales, mientras que el producto interno bruto (PIB) agrícola como porcentaje del PIB total ha disminuido en menos de 3 puntos porcentuales (Gaudin, Y., Padilla, R., 2023, p.32).

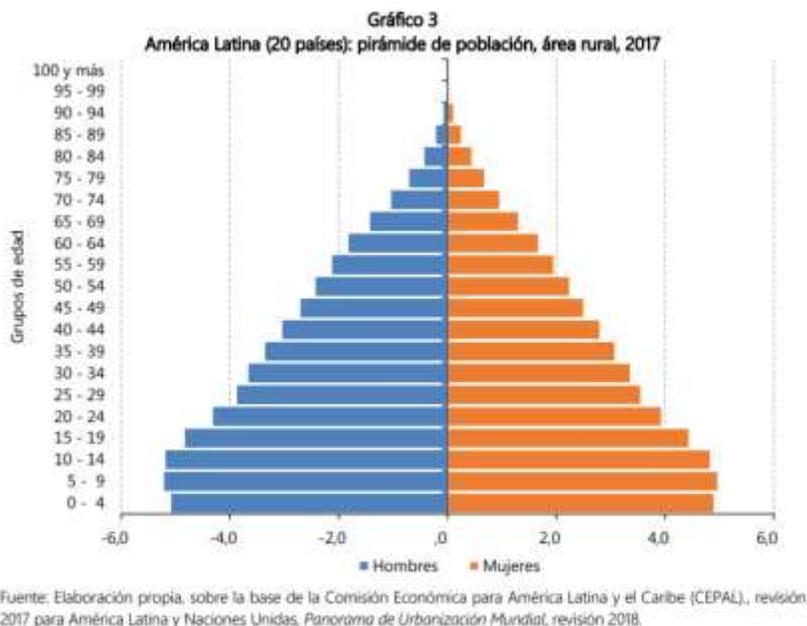
La cita anterior refiere al periodo 1990 a 2010, los datos de crecimiento son explorados con mayor detalle en la gráfica siguiente,



Fuente: Elaboración propia, sobre la base de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), para América Latina, revisión de 2017 y para Naciones Unidas, *Panorama de Urbanización Mundial*, revisión de 2018.

(Guiskin, M., 2019, p.13)

Se observa que en 11 de los 19 países de América Latina, la tasa de crecimiento poblacional en las áreas geográficas rurales, en el periodo 2010 a 2015 ha sido negativa, y en aquellos en los que no, en su mayoría las diferencias con el crecimiento de lo urbano reflejan grandes disparidades hacia un menor crecimiento de lo rural.

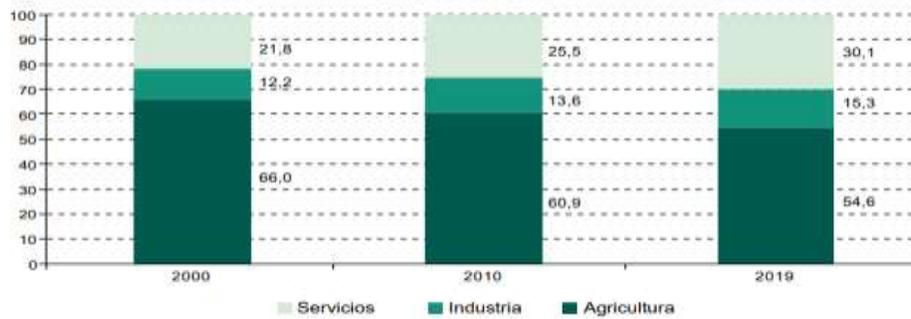


(Guiskin, M., 2019, p.14)

En la gráfica se evidencia que la población en las zonas rurales a medida que avanza la edad tienen menos presencia en estos espacios, las personas con edades productivas van en merma, y prosigue en la edad adulta mayor, esto concuerda con el crecimiento principalmente negativo de las zonas rurales, ya que tal parece que no tienen permanencia la población en la geografía rural.

En la revisión de la literatura se plantea que la proporción de población joven sobre la población total es menor en áreas rurales que en urbanas (CEPAL, 2008). Lo anterior se refleja claramente en la comparación de ambas gráficas: mientras que en el área urbana los jóvenes representan el grupo poblacional más numeroso como reflejo de un período de bono demográfico, en el área rural se observa una proporción mucho menor. Este hecho se puede asociar con la mayor migración de jóvenes en edad de trabajar desde el campo a la ciudad. La menor proporción de jóvenes en el campo se ha relacionado también con un proceso de envejecimiento de la población rural (CEPAL, FAO e IICA, 2013). (CEPAL, 2019, p.15)

Gráfico I.1  
**América Latina (países seleccionados): población ocupada rural según actividad económica, 2000, 2010, 2019**  
*(En porcentajes)*



**Fuente:** Elaboración propia sobre la base de datos de CEPALSTAT.

**Nota:** Promedio ponderado de 18 países: Argentina, Bolivia (Estado Plurinacional de), Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Uruguay y Venezuela (República Bolivariana de).

(Gaudin, Y., Padilla, R., 2023, p.33)

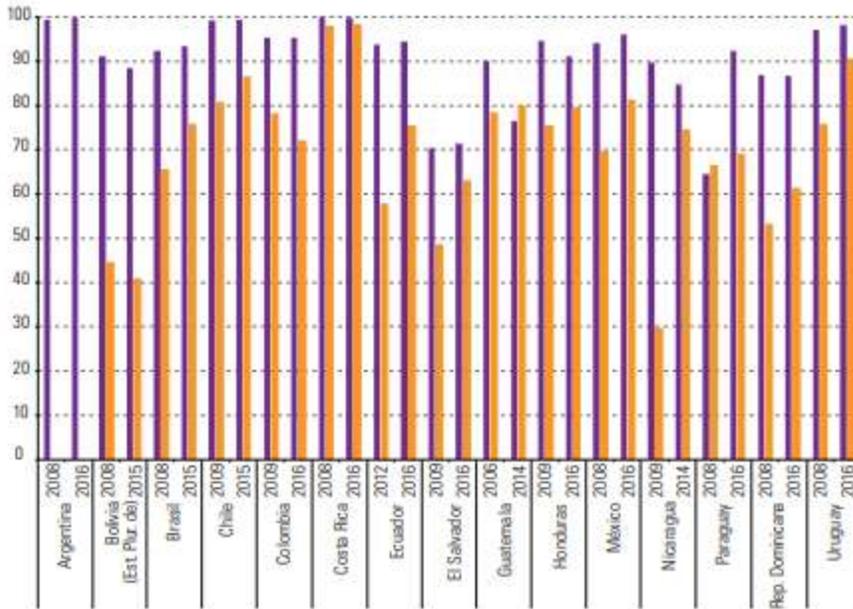
Al estar vinculado la ruralidad al campo, se suele concebir que la actividad productiva de las poblaciones rurales, son de tipo agraria únicamente, sin embargo, en el gráfico anterior, se puede observar, que desde el 2010 al 2019 hay una disminución de la actividad agraria, y un aumento de la actividad comercial de servicios, mientras la industria no refiere mayor expansión.

**Gráfico III.27**

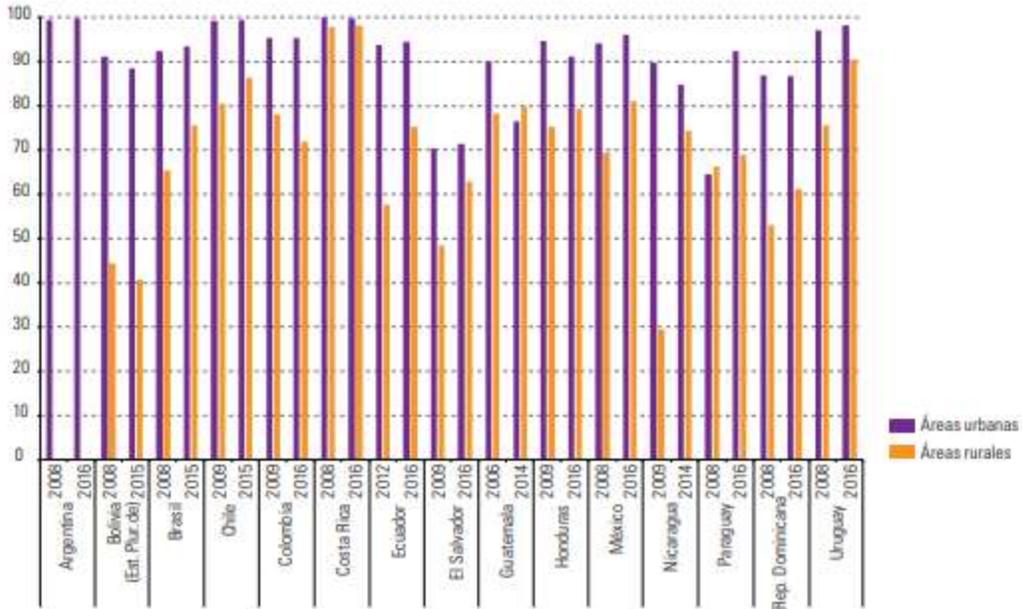
América Latina (15 países): disponibilidad de servicios básicos en las viviendas, en áreas urbanas y rurales, alrededor de 2008 y 2015

(En porcentajes del total de hogares)

**A. Disponibilidad de agua potable por tubería**



**B. Disponibilidad de energía eléctrica**



(CEPAL, 2018, p.159)

En cuanto al acceso de agua potable por tubería y disponibilidad de energía eléctrica, en los gráficos se comparan dos períodos 2008 y 2015 de 15 países, en los cuales no se encuentra

Venezuela, sin embargo, nos brinda un panorama de la región, donde se observa heterogeneidad entre los países con brechas de más de 5 puntos de diferencia entre lo rural y lo urbano y aunque pocos también quienes muestran menos de un punto de diferencia, sin embargo, en líneas generales se observa menor acceso al agua potable en las áreas rurales, visualizándose también los esfuerzo que se han dado entre el 2008 y 2015 donde se muestran evoluciones en el crecimiento del acceso en zonas rurales.

El acceso a energía eléctrica alcanza una media superior al 98% en el área urbana, mientras que en el área rural el valor es levemente superior al 85%. Estas cifras evidencian que a nivel regional los países han hecho esfuerzos para mejorar el acceso, creando programas que aumenten la disponibilidad del servicio. Las principales líneas de acción implementadas en la región están vinculadas mayoritariamente a tres áreas: políticas energéticas dirigidas a la construcción de obras de infraestructura en el sector; programas de apoyo a la población de menores ingresos para afrontar los costos de la provisión de servicios de energía, especialmente en áreas geográficas de difícil acceso, y programas destinados a la provisión de un suministro de electricidad más moderno y de mayor eficiencia.

El acceso a agua potable por tubería experimentó también un aumento de la cobertura tanto en las áreas urbanas como rurales entre los períodos 2006-2009 y 2014-2016, pero especialmente en las áreas rurales (...). En el período 2014-2016, en los hogares urbanos la cobertura superó el 91%, mientras que en los rurales se acercó al 75%. Entre las acciones que se identifican en la región en este ámbito están: i) programas dirigidos a construir, ampliar y rehabilitar infraestructura, así como a apoyar la sostenibilidad operativa y financiera de los organismos operadores de agua; ii) programas destinados a disminuir el déficit de cobertura de agua potable y saneamiento en áreas rurales con soluciones eficientes en términos de costos y sostenibles; iii) programas de fomento y apoyo al desarrollo de acciones que permitan ampliar la cobertura de agua de calidad para uso y consumo humano; iv) programas dirigidos a proveer acceso al agua potable en lugares remotos, y programas asociados a subsidios monetarios a las familia u hogares para favorecer el acceso al agua. (CEPAL, 2018, p.160)

Tener acceso a agua potable por tuberías y energía eléctrica, son factores fundamentales para el desarrollo económico y calidad de vida de las poblaciones, las cuales garantizan, una mayor sanidad, salud y nutrición, por parte del servicio de agua, y la energía eléctrica tiene sus aportes tanto en lo doméstico como en lo laboral, académico y social, la energía eléctrica es una

condición fundamental para el uso de tecnologías de la información y comunicación, estos servicios básicos brindan calidad de vida a la población, así como su integración en el mundo globalizado.

Es relevante considerar que la imposibilidad de contar con agua potable como resultado de la pobreza, la condición étnico-racial, la pertenencia a un grupo social o, en este caso particular, la residencia en un lugar determinado constituye una violación del derecho humano al agua y el saneamiento (...) El saneamiento se considera como uno de los usos inherentes al agua y el acceso al mismo no solo es fundamental para la dignidad humana, sino también para proteger la calidad de los recursos hídricos (Bautista, 2013) (CEPAL, 2018, p.160)

Como se ha evidenciado en los gráficos lo rural presenta grandes diferencias con lo urbano, en cuanto a su crecimiento y distribución poblacional, acceso a agua potable por tuberías y energía eléctrica, así como dista en su actividad económica al imaginario que lo ubica únicamente en el sector de agricultura. Conocer las características reales de la población rural, permite comprender de forma más integral su realidad y sus posibilidades de formar parte en el mundo globalizado y mediatizado.

### **4.3 El Joven Rural**

En la actualidad, no se cuenta con datos recientes sobre los jóvenes rurales, es posible que sea debido a que,

Los jóvenes rurales han perdido protagonismo y visibilidad —de la mano de los crecientes procesos de urbanización y modernización social— hasta tornarse minoritarios e incluso marginales en términos numéricos en la mayor parte de los países de la región (Durston, 1998). De hecho, los territorios rurales atraviesan procesos de envejecimiento y una de las principales causas es la emigración de los jóvenes a los centros urbanos. (Espejo, A., 2017, p.13).

Según estimaciones de la CEPAL, en 2013, aproximadamente 140 millones de personas de la región eran jóvenes (15 a 29 años), lo que equivale al 20% del total de la población. De estos, aproximadamente el 78% vive en zonas urbanas (109 millones) y el 22% en zonas rurales (31 millones), diferencia que debería aumentar en los próximos años, a favor de las áreas urbanas, debido en gran parte a los procesos migratorios de este grupo etario (CEPAL/OIJ 2008). (Espejo, A., 2017, p.9).

El estudio de Espejo (2017), brinda un panorama sobre las condiciones económicas de los jóvenes rurales, esta investigación resalta las brechas marcadas entre los jóvenes urbanos y rurales, estos últimos dejan más pronto la educación y se insertan más temprano en la actividad laboral.

En cuanto a la conclusión de los distintos ciclos educativos, se puede observar que el 91% de los jóvenes (15 a 29) ha concluido la enseñanza básica, cifra que baja en la educación secundaria - a pesar de la obligatoriedad de este ciclo-, en aproximadamente en 35 puntos porcentuales, mostrándose además una importante brecha según área geográfica (64% en zonas urbanas y 37% en zonas rurales). En cuanto a la conclusión de la educación superior, en general los datos muestran que la finalización de este nivel está reservada para una pequeña proporción de los jóvenes, dando cuenta de tasas cercanas al 13% de los jóvenes que viven en zonas urbanas y 3% de los que viven actualmente en zonas rurales. (Espejo, 2017, p.13).

El primer corte etario, entre los 15 a 19 años, el 40% se dedican a los estudios y en una similar proporción está ocupado en el mercado laboral (40%), alrededor de 4% está desempleado, que en su mayoría busca empleo por primera vez y cercano a un 16% se encuentran inactivos. En el segundo corte etario, entre los 20 a 24 años, se puede observar una reducción importante de los jóvenes que se encuentran estudiando bajando aproximadamente 30 puntos porcentuales, y en el caso opuesto, hay un aumento de los que se encuentran ocupados en el mercado laboral llegando a una tasa del 62%. También es relevante en este grupo, las tasas de desempleo (6,3%) y de los que se declaran inactivos (22%). Para el último tramo etario (25 a 29 años), el 70% de los jóvenes se encuentra ocupado, el 23% se encuentra inactivo, y una mínima fracción se encuentra estudiando<sup>2</sup>. (Espejo 2017, p.11).

La deserción temprana de los jóvenes rurales en la educación disminuyen las posibilidades de trabajos más profesionalizados, lo cual conlleva a salarios más bajos, precariedad laboral y discriminación de género, entre los trabajos que desempeñan los jóvenes el principal es la agricultura, seguido del comercio, servicios y manufactura (Espejo, 2017).

## Capítulo 5: La sociabilidad virtual y conectividad significativa en jóvenes rurales de la comunidad de Merecure, estado Apure, Venezuela.

Los siguientes resultados responden a los objetivos de investigación propuestos en la investigación. En primer lugar, se aborda la caracterización del joven rural de Merecure en sus aspectos demográficos, sociales y económicos, seguido de la medición del acceso a Internet a través del índice de conectividad significativa y, por último se describen las prácticas de sociabilidad virtual que emplean los jóvenes.

### 5.1 Caracterización de los jóvenes en sus aspectos demográficos, sociales y económicos

#### 5.1.1 Características demográficas

Se expondrán los resultados de las características demográficas de la población de jóvenes de la comunidad de Merecure, en cuanto a su distribución por edad, sexo y pertenencia a pueblo o etnia indígena.

<b>Tabla. 1.1</b> Estadísticos de la variable edad	
Estadísticos	Valores
Mediana	20
Moda	20
Media	20,77
Desviación típica	4,07
Máximo	29
Mínimo	15
Rango	14

Fuente: Elaboración propia

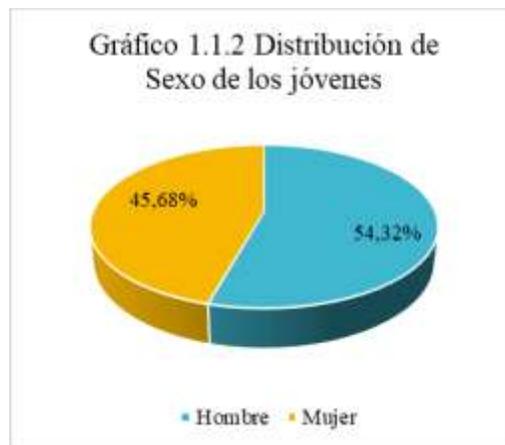
**Gráfico 1.1.1** Distribución de la edad de los encuestados



Fuente: Elaboración propia

Los jóvenes objeto del presente estudio, se ubican en las edades de 15 a 29 años, siendo estas las edades mínimas y máximas, la diferencia entre el encuestado más joven y el de mayor edad, es de 14 años, siendo la edad media los 20,77 años, con una desviación típica de 4,07 años, lo que indica una dispersión media, por su parte la moda y la mediana es de 20 años.

**Gráfico 1.1.2** Distribución de Sexo de los jóvenes



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la distribución por sexo de los encuestados, 44 son hombres y 37 mujeres, esto representa el 54,32% y 45,68% respectivamente de la población de jóvenes de la comunidad de Merecure.

<b>Tabla 1.2</b> Distribución de Sexo por grupo etario				
Sexo	Grupos etarios			
	15-19	20-24	25-29	Total general
Hombre	19	17	8	44
Mujer	15	10	12	37
Total general	34	27	20	81

Fuente: Elaboración propia.

Se puede observar, que en cuanto a la distribución etaria por sexo, se observa que en los grupos de edad, de 15 a 19 y de 20 a 24, hay mayor cantidad de hombres, mientras que, en el grupo de 25 a 29 años, son más las mujeres. Otro dato demográfico que se recabó fue la pertenencia a un pueblo indígena o etnia, en este caso, el 100% no se identifica como perteneciente a un pueblo indígena.

### **5.1.2 Características Sociales**

Las características sociales que serán abordadas a continuación son: deficiencias, condición o discapacidad, estudio actual, nivel de escolaridad, situación conyugal, carga familiar, asociación a la que pertenece, y satisfacción de la calidad de los servicios, estos aspectos, permitirán mostrar las características generales de la población joven de la comunidad seleccionada en el estudio.

**Gráfico 1.2.1** Jóvenes con deficiencias, condición o discapacidad



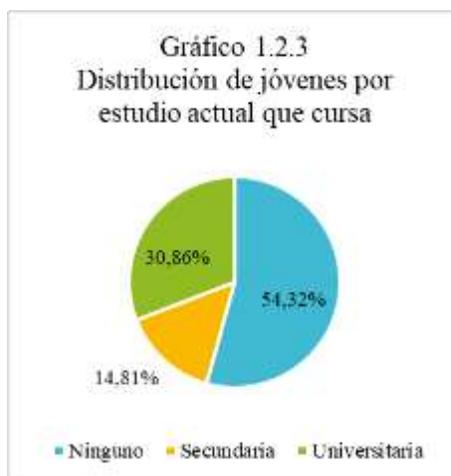
Fuente: Elaboración propia

**Gráfico 1.2.2** Tipos de deficiencia, condición o discapacidad



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la presencia de deficiencia, condición o discapacidad, el 91,36% no tiene ninguna, solo el 8,64% de los jóvenes presentan alguna, de estos el 57,14% es respiratorio, 28,57% es de tipo visual, y el 14,29% es músculo esquelético, estos resultados son favorables, en cuanto el porcentaje de discapacidad es menor, lo cual favorece la calidad de vida de los jóvenes, favoreciendo su inserción en los distintos ámbitos de la vida.

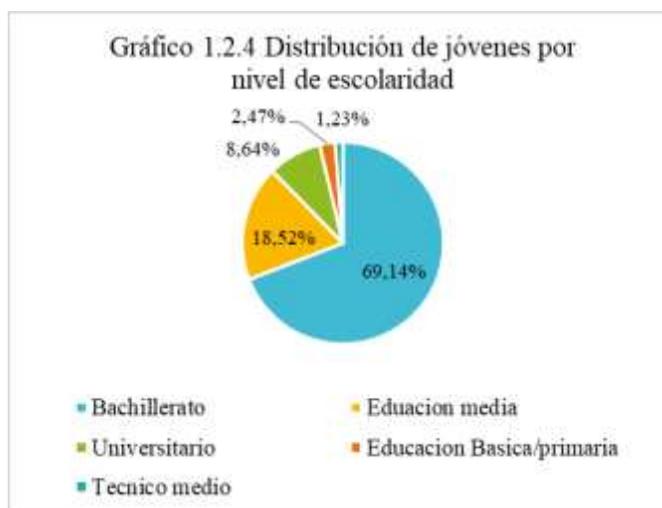


**Gráfico 1.2.3** Distribución de jóvenes por estudio actual que cursa

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto al curso actual de educación, 44 de los jóvenes no estudia actualmente, lo que representa el 54,32%, este porcentaje es bastante elevado, considerando el rango etario de muestra y su ubicación en el ciclo vital, el periodo de la juventud, se caracteriza, por ser una etapa de formación en la adquisición de habilidades para la vida, que posibiliten su desarrollo personal y profesional. Se encuentran cursando secundaria 12 jóvenes significando el 14,81% de la muestra, y en estudios universitarios, 25 jóvenes que equivale a un 30,86%. En el siguiente gráfico, se explorará el nivel de escolaridad alcanzado, lo cual permitirá completar el panorama de la educación de los jóvenes.

**Gráfico 1.2.4** Distribución de jóvenes por nivel de escolaridad



Fuente: Elaboración propia.

De los jóvenes de la comunidad encuestados, 56 tienen un nivel de instrucción de bachillerato siendo el mayor porcentaje de instrucción de la muestra, con un 69,14%, seguido de la educación media cuyos jóvenes en este nivel escolar fueron 15 lo que representa el 18,52%, con grado de instrucción universitaria fueron 7 jóvenes que constituyen un 8,64%, mientras que los dos porcentajes menores de 2,47% y 1,23% han alcanzado la educación básica y el técnico medio respectivamente. Continuando con el análisis del nivel de instrucción, en la siguiente tabla, se muestran los porcentajes de nivel de instrucción de los jóvenes que no estudian actualmente.

<b>Nivel de instrucción de quienes no cursan estudio actualmente</b>	
Nivel de Instrucción	%
Bachillerato	70,45%

Universitario	15,91%
Educación media	9,09%
Técnico medio	2,27%
Educación Básica/primaria	2,27%
Total general	100,00%

Fuente: Elaboración propia.

El nivel de instrucción de quienes ya no estudian actualmente, se distribuye, el 2,27% llegó hasta la educación primaria, el 9,09% a la educación media, el 70,45% alcanzó el bachillerato, el 2,27% el técnico medio y el 15,91% logró un nivel de escolaridad universitaria, esto indica que, la mayoría de los jóvenes han tenido como posibilidad alcanzar hasta el nivel de instrucción de bachillerato y no prosiguen en estudios universitarios, esto puede estar vinculado a las necesidades de inserción laboral como se evidencia en los aspectos económicos.

También ha sido explorada la situación conyugal de los jóvenes, mostrando su distribución porcentual en el siguiente gráfico.

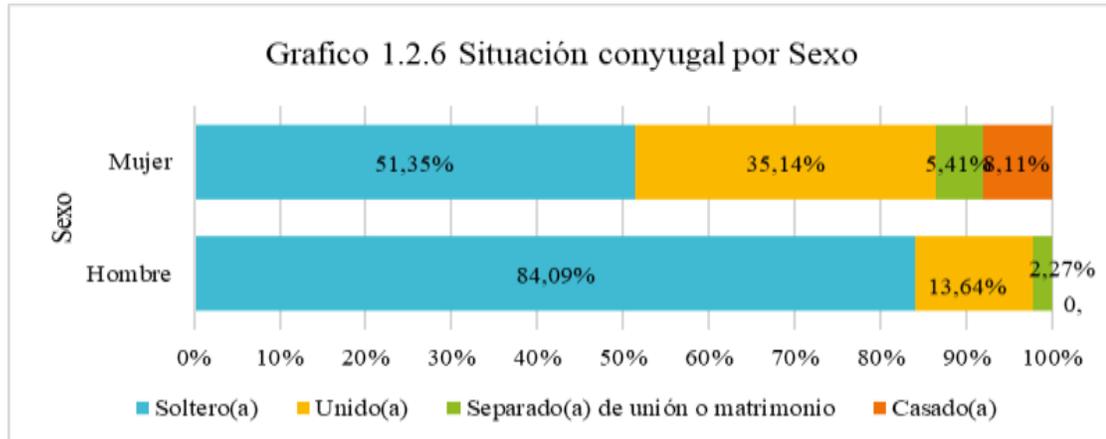
**Gráfico 1.2.5** Distribución de la situación conyugal



Fuente: Elaboración propia.

Referente a la situación conyugal actual de los jóvenes, 54 de ellos se encuentra soltero, lo cual es la mayor proporción con un 69,14%, mientras 19 se encuentran unidos, representando un 23,46%, igual número de jóvenes se encuentra casado y separado, 3 por cada opción, equivaliendo cada uno a un 3,70%. Ahondando un poco más en esta variable, en el siguiente gráfico, se exploran los datos por sexo de los encuestados.

**Gráfico 1.2.6 Situación conyugal por Sexo**



Fuente: Elaboración propia.

En general tanto hombres como mujeres están mayormente solteros, principalmente son los hombres, el 84,09% de éstos se ubica en esta situación conyugal, y las mujeres el 51,35% de ellas, las mujeres se inclinan más que los hombres a formar familia, ya que el 35,14% y el 8,11% de ellas se encuentra unidas y casadas respectivamente, así como un 5,41% está separada, por su parte, de los hombres un 13,64% están unidos y el 2,27% separado, siendo la diferencia de casi 30 puntos porcentuales, entre mujeres y hombres que actualmente conforman familia. A continuación, en el siguiente gráfico se muestra la distribución de la carga familiar de los encuestados.

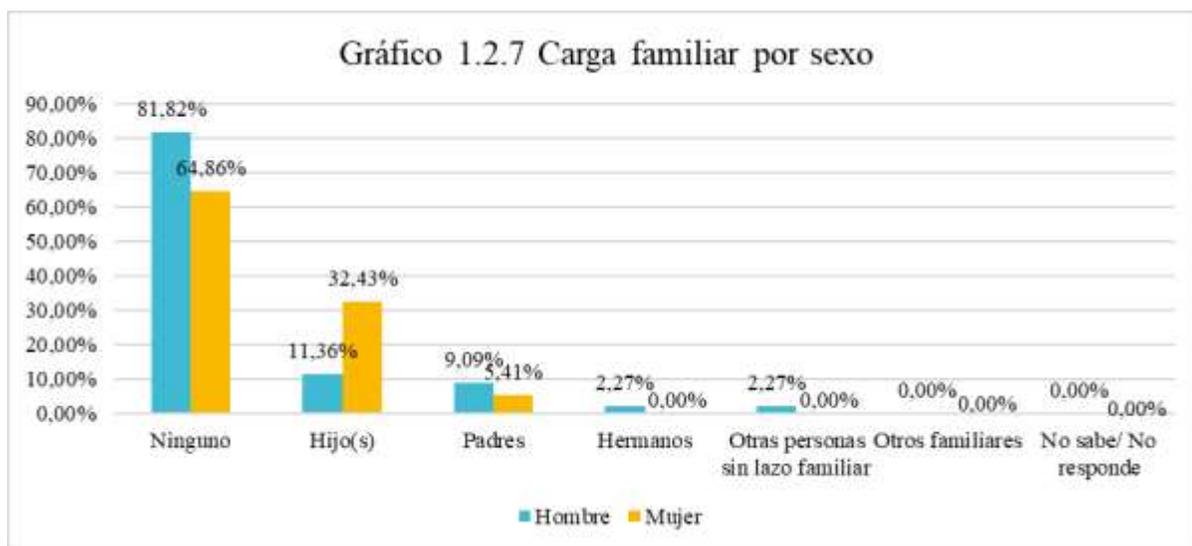
Carga familiar	N	%
Ninguno	60	74,07%
Hijo(s)	17	20,99%
Padres	6	7,41%
Hermanos	1	1,23%
Otros familiares	1	1,23%
Otras personas sin lazo familiar	0	0,00%
No sabe/ No responde	0	0,00%

Fuente: Elaboración propia

De los 81 jóvenes encuestados, 60 de ellos no tiene carga familiar, es decir, el 74,07%, este ítem es de respuesta múltiple, por lo que, las 21 personas restantes seleccionaron tantos tipos de carga familiar

como tuviesen, en ese sentido, un 20,99% de los jóvenes tienen hijos por carga familiar, un 7,41% tiene a sus padres, y un 1,23% por igual tienen a otros familiares y otras personas sin lazo familiar. Veamos estos datos junto con el sexo de los encuestados, en la siguiente gráfica.

**Gráfico 1.2.7** Carga familiar por sexo



Fuente: Elaboración propia.

Mayormente el joven de Merecure no tiene carga familiar, aunque realizando la comparación por sexo se observa que las mujeres presentan mayor carga familiar en la opción de hijos con un 32,43% que los hombres que solo representa un 11,36%, sin embargo, los hombres superan en porcentaje a las mujeres en las opciones padres, hermanos y otros familiares, esto indica que las mujeres se hacen cargo más de su descendencia, y los hombres de su núcleo primario familiar. Lo cual concuerda con su situación conyugal, de menor porcentaje en formar nueva familia. Revelando aspectos del matricentrismo, característica ampliamente estudiada en la conformación de familias venezolanas. No solo los lazos familiares en cuanto a situación conyugal y carga familiar fueron indagados, también aquellos lazos externos al núcleo familiar,

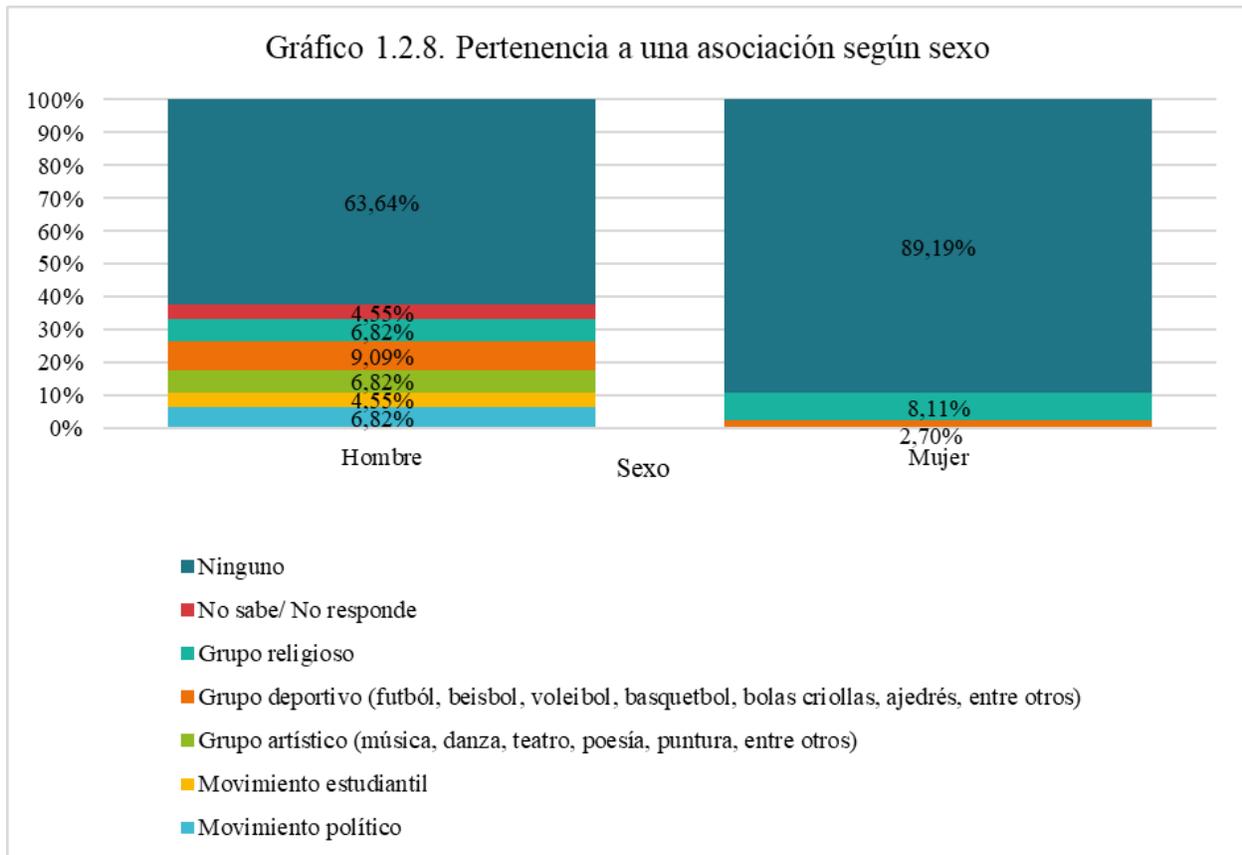
provenientes de alguna actividad asociativa en el ámbito social, los resultados se presentan en la siguiente tabla.

<b>Asociación a la que pertenece</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Ninguno	61	75,31%
Grupo religioso	6	7,41%
Grupo deportivo (futbol, beisbol, voleibol, basquetbol, bolas criollas, ajedrez, entre otros)	5	6,17%
Movimiento político	3	3,70%
Grupo artístico (música, danza, teatro, poesía, pintura, entre otros)	3	3,70%
Movimiento estudiantil	2	2,47%
Movimiento ambientalista	0	0,00%
Voluntariado social	0	0,00%
Otros	0	0,00%
No sabe/ no responde	0	0,00%

Fuente: Elaboración propia.

Respecto a la participación en alguna asociación de distinto índole, 61 jóvenes declararon no pertenecer a ninguna, quienes representan el 75,31%, este ítem es de selección múltiple, el 24,69% restante indicó para cada tipo de asociación, la pertenencia a un grupo religioso es del 7,41%, mientras que a un grupo deportivo el 6,17%, por igual porcentaje a movimiento político y grupo artístico con un 3,70%, y por último la pertenencia a movimiento estudiantil se sitúa en un 2,47%. Examinemos estos datos por sexo de los encuestados, en la siguiente gráfica.

**Gráfico 1.2.8** Pertenencia a una asociación según sexo

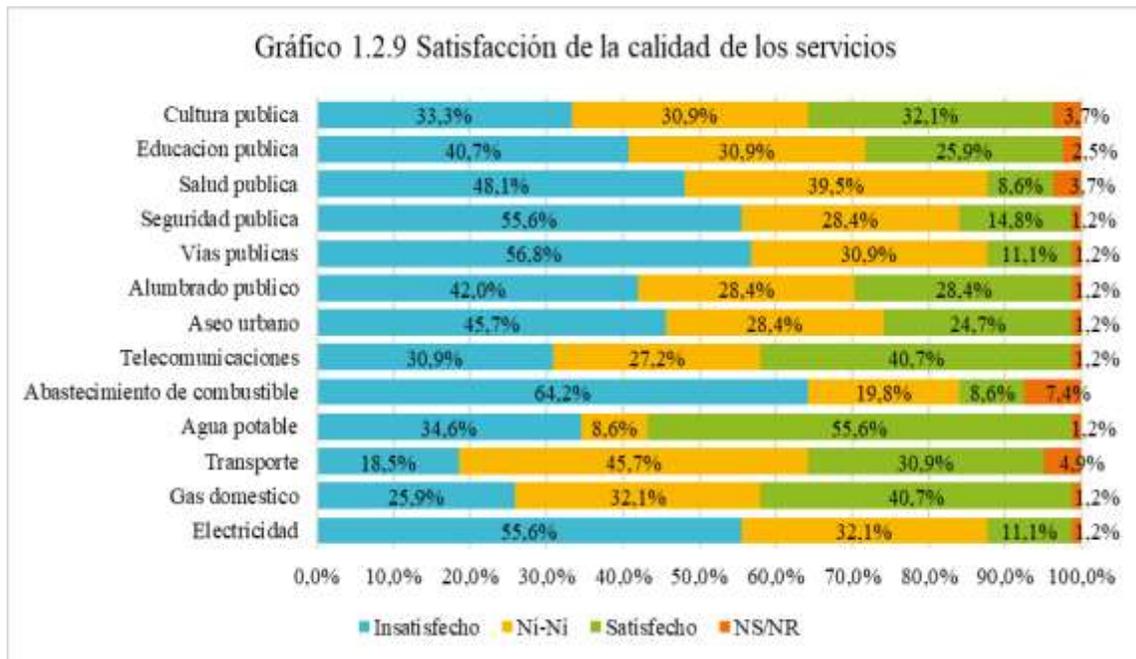


Fuente: elaboración propia.

Los hombres pertenecen más a asociaciones de tipo deportivo con un 9,09% en comparación con las mujeres que solo es 2,70%, sin embargo, estas últimas forman parte más de grupos religiosos en un 8,11% en comparación con los hombres 6,82%, los hombres forman parte de grupos artísticos, movimiento estudiantil y políticos en un 18,19%, al contrario de las mujeres que no forman parte de alguno de estos. Las mujeres se incorporan menos a actividades asociativas formales que los hombres, quienes presentan mayor variedad en la pertenencia a una asociación. Estos datos muestran un mayor retraimiento por parte de las mujeres a las actividades asociativas quienes parecen plegadas un poco más al ámbito doméstico, como se evidencia también en la sección de características económicas.

Un aspecto que impacta la vida de hombres y mujeres en las comunidades rurales, son las brechas en cuanto a servicios públicos, en el siguiente gráfico se muestra la satisfacción de los jóvenes a razón de la calidad de los servicios públicos.

**Gráfico 1.2.9** Satisfacción de la calidad de los servicios



Fuente: Elaboración propia.

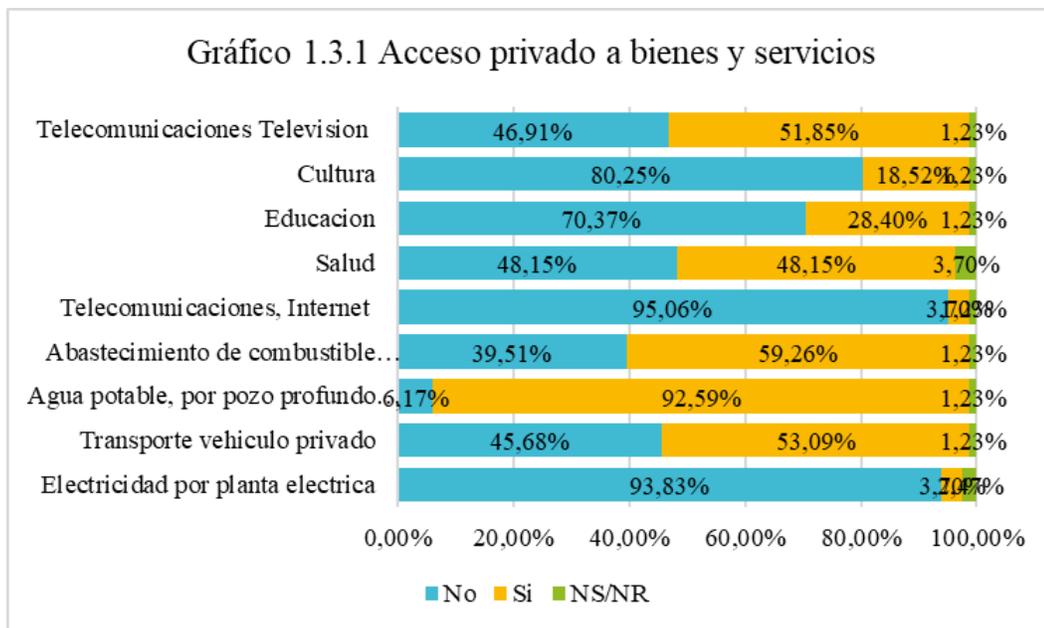
El Abastecimiento de combustible 64,2%, vías públicas 56,8%, electricidad 55,6%, seguridad pública 55,6%, y salud pública 48,1% son los 5 servicios públicos de los cuales los jóvenes refieren estar más insatisfechos referente a su calidad, por el contrario los servicios públicos a los que refieren estar más satisfechos son: agua potable en un 55,6%, gas doméstico en un 40,7%, telecomunicaciones 40,7%, y el servicio público al que más refieren estar ni satisfecho ni insatisfecho 45,7% es el transporte público. Los cuatros restantes que son la cultura pública, educación pública, alumbrado público, aseo urbano tienen distribuciones parejas de

satisfacción, Ni-Ni, e insatisfacción. El 7,4% desconocía la situación de la gasolina, ya que ellos o su hogar no contaban con un vehículo particular.

### 5.1.3 Características Económicas

Las características económicas que fueron abordadas en esta investigación, fueron, acceso privado a bienes y servicios, ocupación, sector de la actividad económica, fuentes de ingresos, satisfacción de necesidades básicas que alcanzan a satisfacer los ingresos. Iniciamos presentando los resultados con el siguiente gráfico sobre el acceso privado a bienes y servicios.

**Gráfico 1.3.1** Acceso privado a bienes y servicios



Fuente: Elaboración propia.

Los servicios que suplen de forma privada, son el agua potable (92,59%), el cual se autoabastecen a través de pozos profundos privados en los hogares particulares, el combustible (59,26%) sea por estaciones de servicio de precio internacional o contrabando, transporte (53,09%) con el uso de vehículos particulares o mototaxis y televisión (51,85%) por compañías

privadas que prestan el servicio en la zona. Lo cual da cuenta de los esfuerzos por cubrir las necesidades vitales que se satisfacen a través del agua potable, como la nutrición y sanidad, la movilidad que a su vez posibilita otras necesidades al considerar un contexto rural, donde la mayoría de los bienes y servicios no pueden satisfacerse en el entorno cercano, sino que amerita desplazamiento a los centros poblados de mayor actividad económica. Así como también, reveló la falta de oferta privada para el acceso a Internet en la comunidad y la poca oferta para el consumo cultural. De los servicios que menos acceso privado tienen los jóvenes son, la Electricidad por planta eléctrica 93,83%, Internet 95,06%, Cultura 80,25%, educación 70,37%, en el discurso de los jóvenes estos revelaron que, 1.- en el caso de la planta eléctrica se debe a los altos costos, 2.- En el caso de Internet, solo hay acceso vía CANTV debido a que las empresas privadas no están ofreciendo servicio de forma oficial, y que quienes reportaron tener Internet por compañía privadas, acotaron que es debido al envío de señal por parte de otra comunidad a través de una antena repetidora. 3.- En el caso de la cultura, no hay oferta amplia de cine, teatro, música, poesía, danza, o cualquier otra expresión del arte, por ende las posibilidades de acceder son menores.

Un factor importante en cuanto al desarrollo económico de los jóvenes, es su inserción en el ámbito laboral, en la siguiente gráfica se muestra la distribución de la ocupación de estos.

**Gráfico 1.3.2** Distribución de la ocupación



Fuente: Elaboración propia.

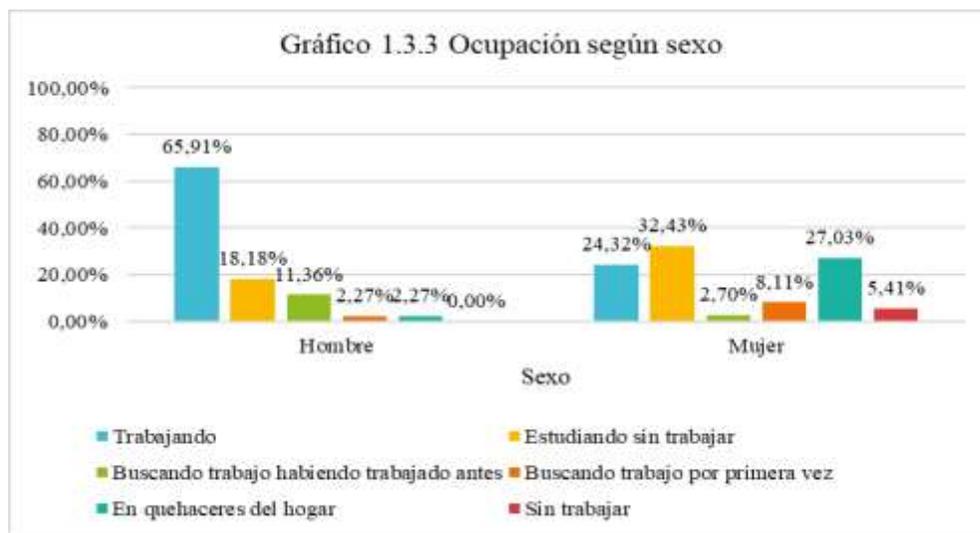
Referente a la ocupación de los jóvenes, 38 de estos se encuentran trabajando, representa el 46,91% de la distribución de la ocupación, seguidamente 20 jóvenes se encuentran estudiando sin trabajar actualmente, siendo este un 24,69% en la distribución, 11 jóvenes se dedican a los quehaceres del hogar ocupando el tercer lugar en representación con un 13,58%, 10 jóvenes se encuentran buscando trabajo, 6 de ellos habiendo trabajado antes y 4 buscan por primera vez, representando un 7,41 y 4,44 %, respectivamente, por último 2 jóvenes se encuentran sin trabajar, siendo este el 2,47%. Indagaremos también la distribución de la ocupación, por sexo, lo cual se muestra en la siguiente tabla.

<b>Tabla 1.5</b> Distribución de la Ocupación por Sexo			
<b>Ocupación</b>	<b>Sexo</b>		
	<b>Hombre</b>	<b>Mujer</b>	<b>Total general</b>
Buscando trabajo habiendo trabajado antes	6,17%	1,23%	7,41%
Buscando trabajo por primera vez	1,23%	3,70%	4,94%
En quehaceres del hogar	1,23%	12,35%	13,58%
Estudiando sin trabajar	9,88%	14,81%	24,69%
Sin trabajar	0,00%	2,47%	2,47%
Trabajando	35,80%	11,11%	46,91%
<b>Total general</b>	<b>54,32%</b>	<b>45,68%</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Elaboración propia.

Respecto a la ocupación de los jóvenes, el 46,91% se encuentra trabajando, el 24,69% estudian sin trabajar; el 13,58% se dedica a los quehaceres del hogar; el 7,41% busca trabajo habiendo trabajado antes; el 4,94% busca trabajo por primera vez y el 2,47% está sin trabajar. Lo cual evidencia, que los jóvenes principalmente se encuentran en las categorías de ocupación, trabajando y estudiando sin trabajar.

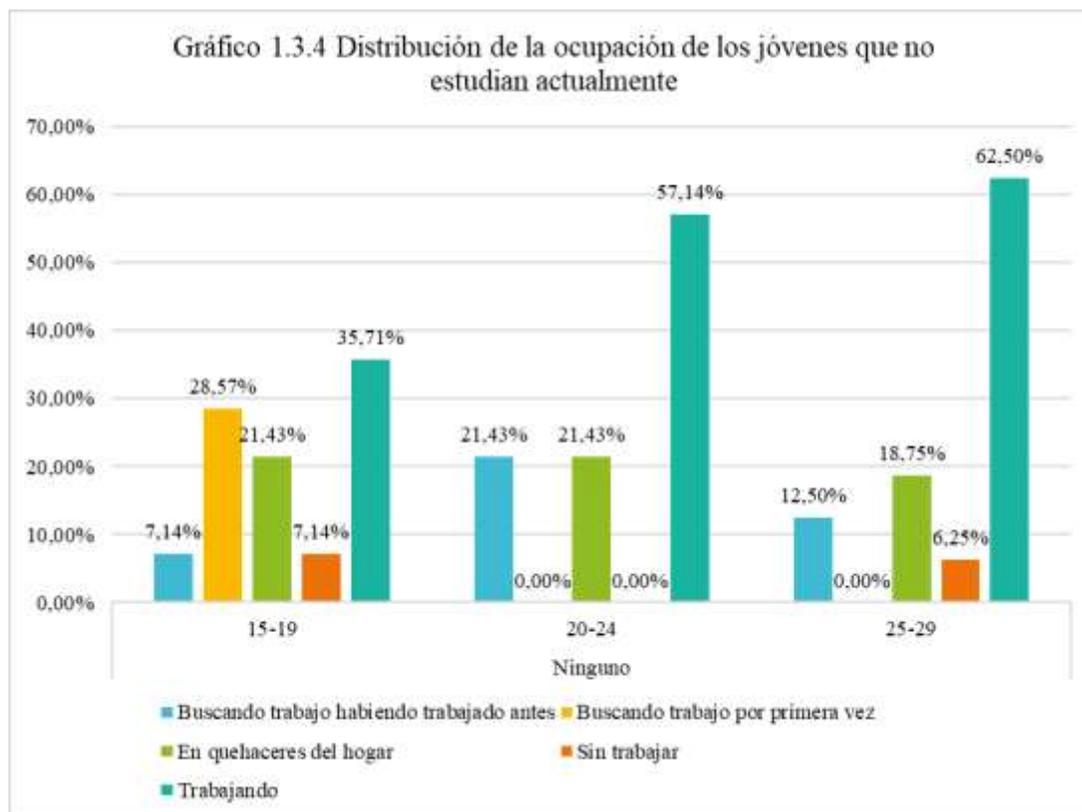
**Gráfico 1.3.3** Ocupación según sexo



Fuente: Elaboración propia.

Analizando la distribución de la ocupación por sexo, se observa que de las tres principales ocupaciones de los hombres, se encuentran trabajando en un 65,91%, estudiando sin trabajar 18,18%, y buscando trabajo habiendo trabajado antes 11,36%; mientras las mujeres, principalmente se encuentran estudiando sin trabajar 32,43%, en quehaceres del hogar 27,03% y trabajando 24,32%, se observa, que los hombres están desplegados principalmente a la vida productiva, mientras que las mujeres a la formación académica y vida doméstica.

**Gráfico 1.3.4** Distribución de la ocupación de los jóvenes que no estudian actualmente



Fuente: Elaboración propia.

Se puede observar que del 100% entre 15 y 19 años que no se encuentran estudiando en la actualidad un 35,71% se encuentra trabajando, un 28,57% está en búsqueda de trabajo por primera vez, el 7,14% busca trabajo habiendo trabajado antes lo que refiere a un 35,71% de jóvenes en búsqueda de empleo porcentaje igual a los que ya poseen empleo. Por parte de quienes no están abocados a lo laboral, el 21,43% se encuentra en labores del hogar, y el 7,14% se encuentra sin trabajar y sin estudiar. En cuanto al grupo etario de 20 a 24 años el 54,14% de los jóvenes que no estudian, se encuentran trabajando, y en igual porcentaje 21,43% se encuentran buscando trabajo habiendo trabajado antes y en quehaceres del hogar, lo cual pone de manifiesto el inicio temprano a la vida laboral para aquellos quienes ya no estudian. El último grupo etario de 25 a 29 años se encuentran trabajando en un 62,50%; en quehaceres del hogar un

18,70%; buscando trabajo habiendo trabajado antes un 12,50%; sin trabajar y sin estudiar un 6,25%. Evidenciándose que indistintamente del grupo etario los jóvenes que no estudian actualmente, se abocan al ámbito laboral o doméstico.

<b>Tabla 1.6 Actividad económica de los jóvenes</b>	
<b>Sector de la actividad económica</b>	<b>%</b>
Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas	27,27%
No sabe/ No responde	11,36%
Enseñanza	9,09%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	9,09%
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	6,82%
Información y comunicación	4,55%
Actividades profesionales científicas y técnica	4,55%
Actividades de los hogares como empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares como productores de bienes y servicios para uso propio	4,55%
Transporte y almacenamiento	4,55%
Actividades financieras y de seguros	4,55%
Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social	4,55%
Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria	2,27%
Otro	2,27%
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreativas	2,27%
Otras actividades de servicios	2,27%
Total general	100,00%

Fuente: Elaboración propia.

De quienes trabajan o están en búsqueda de trabajo habiendo trabajado antes, los tres principales sectores de la economía en los cuales se ubican los jóvenes, son el comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas en un 27,27%, y en igualdad de porcentaje con un 9,09% en enseñanza y Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca. Lo cual evidencia, que las actividades agrarias no representan un porcentaje significativo de los sectores de la economía en los cuales se ocupan los jóvenes, más bien se observa una disgregación en sectores diversos.

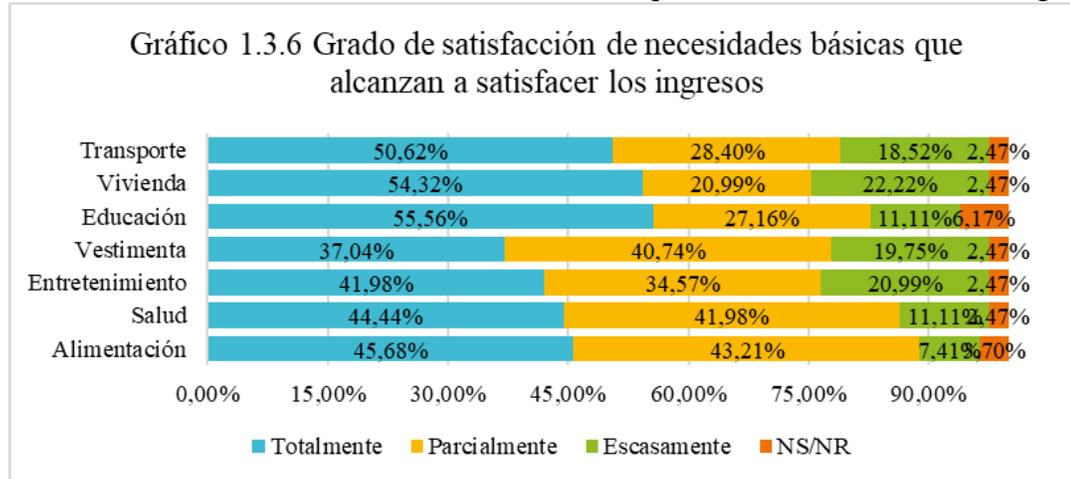
**Gráfico 1.3.5 Fuente de ingreso**



Fuente: Elaboración propia

Las 5 principales fuentes de ingreso de los jóvenes son: Salario fijo, lo reciben el 24,69%, donaciones el 23,46%, sistema patria el 18,52%, Salario a destajo el 12,35%, y el comercio formal e informal el 12,35% de los jóvenes. Sin embargo, el 25,93% manifestó, no recibir ingresos de ningún tipo. La mayoría recibe ingresos por salario fijo, estos son el doble que los ingresos por salario a destajo y por comercio formal e informal, lo cual evidencia, la dependencia de los jóvenes a ingresos provenientes de trabajos del mercado laboral, no independientes. Así como también la dependencia del apoyo familiar y del Estado, esto en conjunto nos habla del sistema laboral, de ingresos estacionarios y poco diversificado.

**Gráfico 1.3.6** Grado de satisfacción de necesidades básicas que alcanzan a satisfacer los ingresos



Fuente: Elaboración propia.

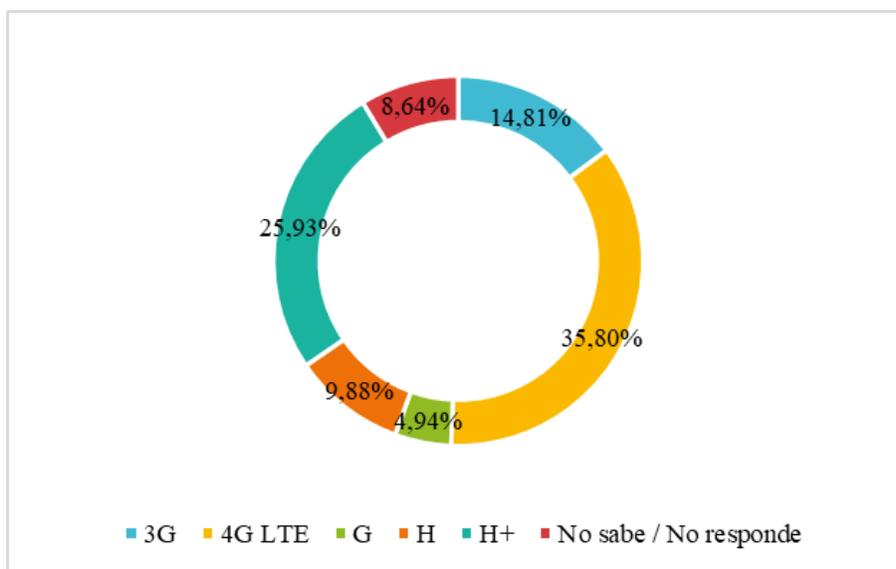
Las 3 principales necesidades básicas que los jóvenes manifestaron sus ingresos y/o los de su hogar, alcanzan a satisfacerse totalmente, son educación el 55,56%, vivienda 54,32%, y transporte 50,62%, mientras las necesidades satisfechas **escasamente**, principalmente son, vivienda el 22,22%, entretenimiento 20,99%, y vestimenta 19,75%. Estando principalmente **parcialmente** satisfechas, la alimentación 43,21%, la salud 41,98% y vestimenta 40,74%. Lo que evidencia, una desigualdad más marcada en la satisfacción de la vivienda, que en las demás necesidades básicas, mientras las necesidades de vestimenta y entretenimiento, son menos los jóvenes quienes la tienen totalmente satisfechas, y una parte no despreciable de los mismos las satisfacen sólo **escasamente**, en comparación con la salud y alimentación, aunque sus niveles de satisfacción no sean totalmente en la mayoría de los jóvenes, el grado de parcialmente, es casi 4 veces más que el grado escasamente, esto evidencia la priorización que realizan los jóvenes y/o sus familias para satisfacer las necesidades de supervivencia.

## **5.2 Medición del acceso a Internet a través del Índice de Conectividad Significativa**

Es uno de los fines de la investigación, conocer la experiencia del joven de Merecure para conectarse a Internet, sin embargo, preguntar si ha tenido acceso a Internet tal como lo demuestra la bibliografía, resulta insuficiente, siendo importante valorar su experiencia de forma objetiva, es por ello, que se tomó como instrumento, el índice de conectividad significativa, el cual en su diseño por la organización A4A1 fue elaborado a través de grupos focales, es decir, se construyeron las preguntas escuchando las necesidades de las personas ubicados principalmente en zonas rurales en diversas partes del mundo. Este índice de conectividad significativa reúne cuatro elementos mínimos para una experiencia adecuada de conectividad, las cuales son, tener una velocidad adecuada a través de la telefonía móvil, acceso a un teléfono adecuado, conexión con suficientes datos y por último uso regular a Internet. A continuación, se detallan los resultados obtenidos en cada ítem que exploraba estos aspectos.

## 5.2.1 Velocidad adecuada

Gráfico 2.1 Tipo de conexión del dispositivo móvil



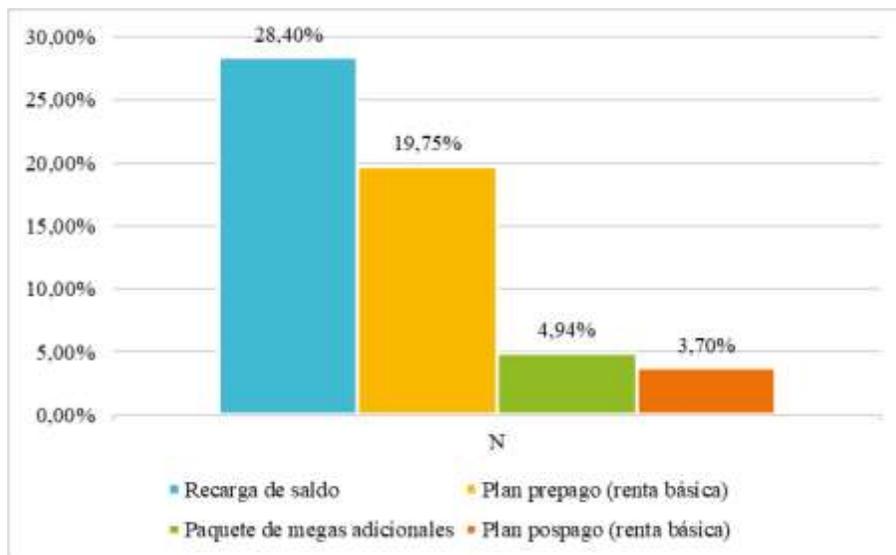
Fuente: elaboración propia

La velocidad es uno de los factores a considerar en la experiencia de conectividad significativa, se observa en la gráfica que los jóvenes tienen conexión en un 35,80% a **4G LTE**, la cual es la mayor velocidad en esta zona geográfica, seguida por **H+** del cual el 25,93% de los jóvenes tiene acceso, **3G** que el 14,81% reporta ser su tipo de conexión más habitual, las velocidades menos frecuentes son, **H** con un 9,88% , y **G** 4,94%, además, un porcentaje de los jóvenes no sabían qué responder en esta pregunta, estos (no sabe/no responde) representaron el 8,64%. El índice de conectividad significativa tiene como mínimo, el acceso a velocidad 4G, es decir aunque, las tecnologías más bajas como lo son G y H son pocos los jóvenes que tienen principalmente esta conexión, quienes tienen conexión 3G y H+ tampoco clasifican, ya que para poder disfrutar de la interacción multimedia en la web, se requiere más de 21 Mbps que el la

velocidad máxima admitida en las conexiones inferiores de 4G, en resumen sólo el 35,80% de los jóvenes en esta dimensión cumplen con el mínimo.

El cálculo de la velocidad adecuada, además se complementa con un componente de recursos importante, como lo es el acceso al pago de un plan de Internet móvil, el siguiente gráfico muestra los resultados del tipo de abono para el acceso a Internet móvil.

**Gráfico 2.2** Tipo de abono de Internet móvil



Fuente: elaboración propia

El ítem que exploró el tipo de abonado o pago de acceso a Internet móvil, fue de opción múltiple, teniendo como resultado que la recarga de saldo es usada por el 28,40% de los jóvenes, mientras que el plan prepago por un 19,75%, seguido de los paquetes de megas adicionales que son usados por el 4,94% y por último los planes pospagos que solo tienen acceso 3,70% de los jóvenes. Al ser de opción múltiple, la proporción de quienes recargan saldo, está compartida entre quienes lo hacen de forma adicional al pago de sus rentas básicas por plan, y aquellos que no acceden a un plan, a fines del cálculo de esta dimensión de la conectividad significativa, se

toman solamente quienes tienen plan de datos móviles, sean prepago o postpago, ya que la posibilidad de adquirir un plan de datos brinda autonomía al usuario para mantenerse conectado.

$$\text{MC1}_0 = \frac{19}{29} = 0,65$$

La ecuación presentada, se refiere como nominador 19 jóvenes de Merecure que reportaron tener paquetes de datos por abono de plan prepago y pospago, esto se divide entre los 29 jóvenes que respondieron tener acceso a una conexión 4G o superior dando como resultado 0,65, este resultado fue usado en el cálculo general de la dimensión.

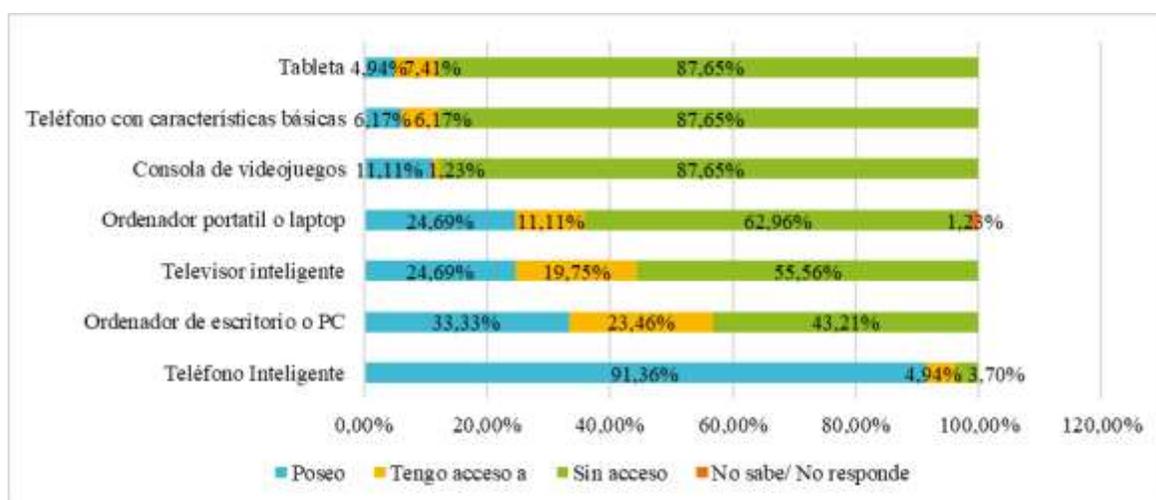
$$\text{Velocidad adecuada MC1} = \frac{29}{81} \times 0,65 \times 100 = 23,40\%$$

Esta segunda ecuación tiene como numerador los 29 jóvenes que respondieron tener acceso a una conexión 4G. El resultado del cálculo completo deriva en que solo el 23,40% de los jóvenes encuestados tienen satisfecha la conexión 4G o superior y además acceden a planes prepago y pospago, es decir cuentan con una velocidad adecuada.

## 5.2.2 Dispositivo adecuado

Son distintos y variados los dispositivos que permiten conectarse a Internet, sin embargo no todos ellos cuentan con las características de accesibilidad, comodidad y preferencia para la población, en la siguiente gráfica se muestran la tenencia de dispositivos de los jóvenes.

**Gráfico 2.3** Dispositivo disponibles por tipo de posesión



Fuente: elaboración propia

En la gráfica se exploran los distintos tipos de dispositivos por tipo de posesión, ya que el acceso a través de un tercero, si bien puede permitir conectarse, no brinda la experiencia en cuanto a la privacidad, disponibilidad a discreción del tiempo de uso, aplicaciones, entre otros aspectos, los porcentajes de quienes declararon poseer los distintos dispositivos son: teléfono inteligente 91,36%, Ordenador de escritorio o PC 33,33%, televisor inteligente 24,69%, consola de videojuego 11,11%, teléfono con características básica 6,17% y tableta 4,94%; es una buena señal el contraste entre la tenencia de teléfonos inteligentes y teléfonos básicos, se observa que la mayoría cuenta con el acceso a los teléfonos inteligentes, sin

embargo, los jóvenes no acceden en gran medida a diversidad de dispositivos. Para el cálculo del índice que nos atañe, son tomadas las personas que acceden a teléfono inteligente, por ser este de mayor portabilidad y comodidad, incorporando muchas funcionalidades en una presentación compacta que es posible llevar a todo lugar.

$$\text{Acceso a un dispositivo adecuado MC2} = \frac{74}{81} \times 100 = 91.36\%$$

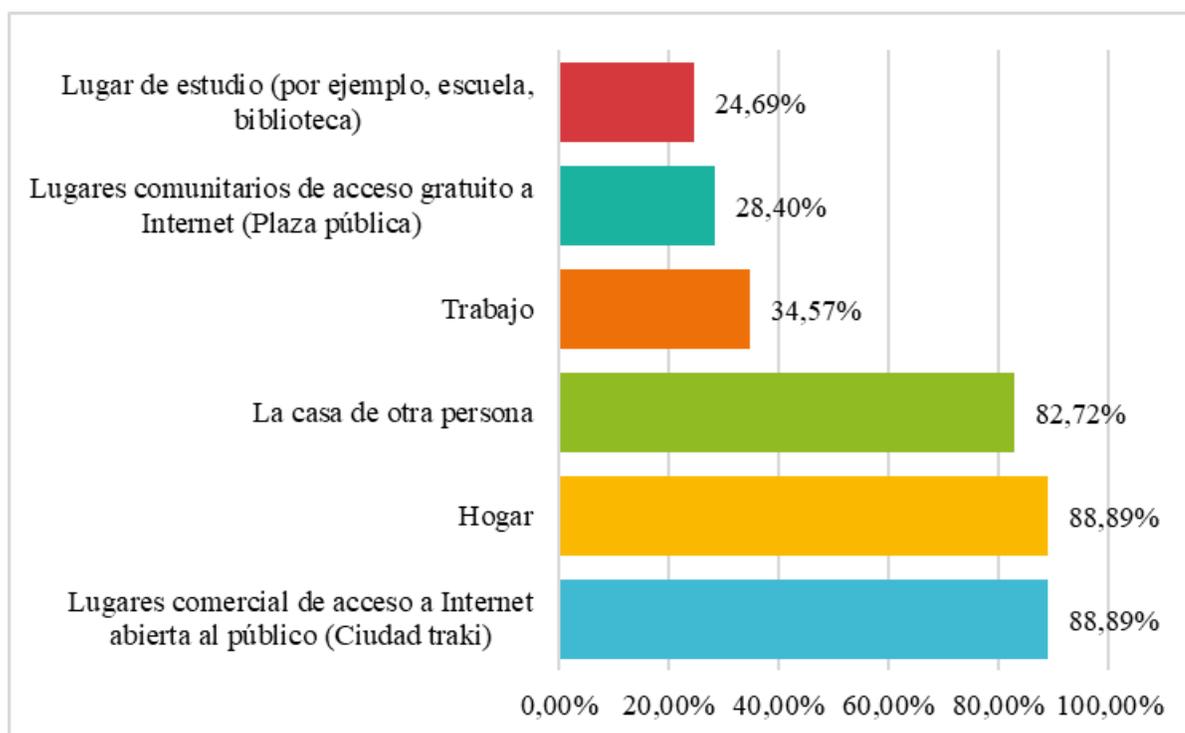
---

La ecuación es el resultado de la división entre los 74 jóvenes que respondieron poseer un teléfono inteligente, es decir, son dueños y el número total de encuestados dando como resultado que el 91.36% de los jóvenes tiene satisfecha la dimensión de acceso a un dispositivo adecuado

### 5.2.3 Conexión con suficientes datos

La conexión con suficientes datos es la dimensión que explora el acceso a conexión a banda ancha fija ilimitada, en el siguiente gráfico se exploran las respuestas de los encuestados.

**Gráfico 2.4** Lugar de acceso a conexión banda ancha fija vía wifi o cable



Fuente: elaboración propia

Se puede observar que los lugares donde mayor acceden los jóvenes a Internet (banda ancha fija ilimitada) son en lugares comerciales de acceso a Internet abierta al público, es el mismo porcentaje que en el hogar con un 88,89%, le sigue la casa de otra persona con el 82,72%, el trabajo con un 34,57%. Los dos lugares que menos se conectan son: lugares comunitarios de acceso gratuito a Internet (plaza pública) con un 28,40% y por último el 24,69% se conecta en lugar de estudio, (por ejemplo, escuela, biblioteca).

Esta pregunta era de opción múltiple, y se toma en cuenta para el cálculo toda aquella personas que haya respondido tener acceso a banda ancha fija bien sea por wifi o cable desde el hogar, lugar de trabajo o estudio, principalmente ya que las demás opciones, reflejan más bien estrategias que emplean los jóvenes para mantenerse conectados, pero que no son estables y dependen de factores no controlables por ellos.

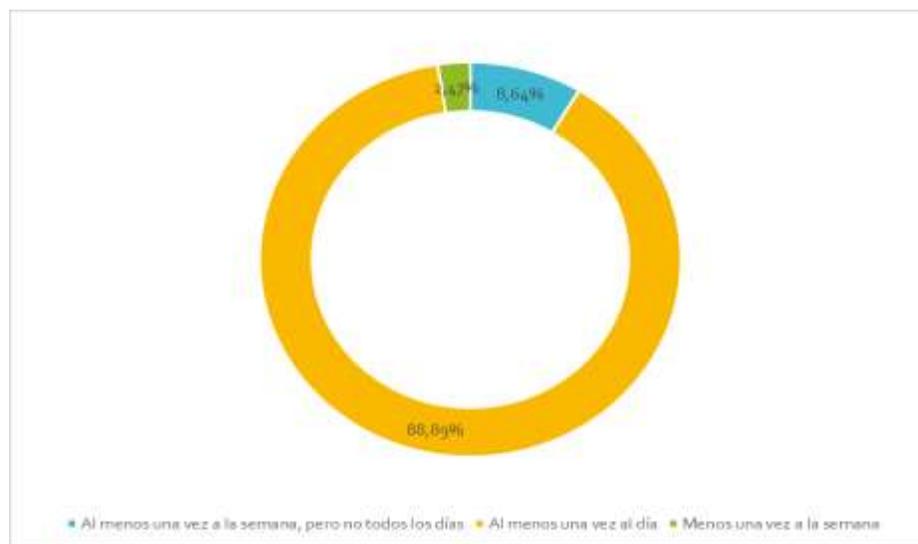
$$\text{Conexión con suficientes datos MC3} = \frac{76}{81} \times 100 = 93.82\%$$

El 93.82% de los jóvenes de Merecure tienen satisfecho el acceso a conexión ilimitada sea por wifi o cable, en el hogar, trabajo o lugar de estudio. Este es un buen porcentaje de la población joven. Lo cual es un buen factor para el acceso a Internet desde lugares frecuentados, seguros y confortables para los jóvenes.

## 5.2.4 Usar Internet regularmente

Por último, la cuarta dimensión de la conectividad significativa, refiere a la frecuencia de uso de Internet con opciones más específicas que solo si fue usado en los últimos 3 meses, para indagar en la frecuencia tomando como medida la semana, los resultados se expresan en el siguiente gráfico.

**Gráfico 2.5** Frecuencia de Conexión a Internet



Fuente: elaboración propia

El 100% de los encuestados manifestó haber usado Internet en los últimos tres meses, explorando por frecuencia de la semana las respuestas de los encuestados se distribuye de la siguiente forma, el 88,89% se conecta a Internet al menos una vez al día todos los días en los últimos tres meses, el 8,64% se conecta al menos una vez a la semana, pero no todos los días y el 2,47% menos de una vez a la semana. Aunque sea alto el porcentaje de jóvenes que se conectan al menos una vez al día, no es poco el 11,11% que no logra conectarse a diario, ya que la conexión a Internet cumple funciones de diferente índole como lo puede ser académicas, laborales y en la cual nosotros nos atañe en la comunicación interpersonal, factor indispensable para entablar sociabilidad virtual.

La siguiente ecuación es el resultado de la división entre el número de jóvenes que respondieron acceder a Internet al menos una vez al día todos los días, entre el número total de encuestados, derivando el porcentaje de jóvenes que tienen satisfecha esta dimensión

$$\text{Uso regularmente Internet MC4} = \frac{72}{81} \times 100 = 88.89\%$$


---

### 5.2.5 Cálculo de Conectividad significativa rural

$$\text{MCI} = \frac{15}{81} \times 100 = 18.51\%$$


---

Para el cálculo del índice de conectividad significativa son tomados en cuenta toda aquel joven que tiene satisfecha las cuatro dimensiones, es decir, tener conexión 4G o superior, un plan de datos móviles prepago o pospago, ser dueño de un teléfono inteligente, conectarse de forma ilimitada a banda ancha fija en el hogar, trabajo o lugar de estudio y usar Internet al menos una vez al día todos los días en los últimos tres meses, esto se divide entre el total de encuestados.

Solo el 18.51% de los jóvenes encuestados de la comunidad de Merecure tienen conectividad significativa rural, esto no se encuentra tan alejado de la realidad nacional, ya que el cuadro de conectividad significativa rural en América Latina y el Caribe, expuesto en capítulos anteriores, Venezuela se encuentra por debajo del 20% para el año 2021, esto demuestra una gran brecha de conectividad, ya que el 81.49% de los jóvenes no experimentan una conectividad significativa, es importante realizar acciones para mejorar dichas brechas especialmente en el acceso a conexiones 4G o superiores. En el estado Apure para el mes de septiembre de 2023 aún no hay disponibilidad de 5G, al igual que se debe mejorar el acceso de planes prepago y pospago con planes que sean asequibles para los jóvenes. Que estos sean los factores que disminuyen la conectividad significativa nos habla de condiciones estructurales de las telecomunicaciones en las áreas rurales específicamente en la comunidad de Merecure, que se cuenta con tecnologías obsoleta que no satisfacen las demandas y necesidades de conexión móvil de la población, como también de una capacidad adquisitiva que no puede cubrir el acceso a planes prepago y pospago para el uso de Internet.

Tener una baja conectividad significativa impacta en los distintos ámbitos de la vida cotidiana del joven, desde lo educativo, laboral, ocio, relaciones interpersonales mediadas por Internet, considerando que el 45,67% de los jóvenes no estudian aunque los motivos no fueron explorados, las posibilidades de cursar estudios virtuales de estos jóvenes se verían limitadas

dadas el nivel de conectividad significativa, al igual que aquellos que deseen incorporarse en trabajos virtuales, ya que conectarse a video conferencias se ve limitada, consumir e interactuar con contenido multimedia a través de plataformas de redes sociales y mensajería instantánea.

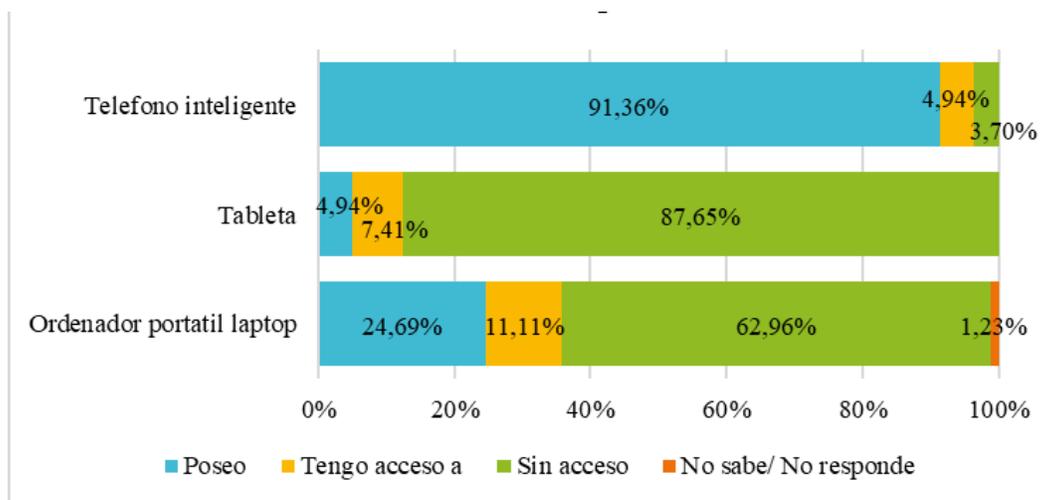
### **5.3 Las prácticas de sociabilidad virtual de los jóvenes rurales**

Las prácticas de sociabilidad virtual, han sido exploradas en distintas dimensiones, como se mostró en el cuadro de operacionalización de variables. Mencionarlas a modo de resumen, estas son: hiperconectividad, entrelazamiento de usos, multitarea, conformación de la red de contactos, multimidad y control, convergencia, relaciones mediadas por Internet y ubicuidad.

#### **5.3.1 La Hiperconectividad**

La hiperconectividad es una de las características más reseñadas por la bibliografía que nos antecede, por ello se tomó como una categoría de análisis. Para operacionalizar tal variable se emplearon dos ítems que se comparten con el apartado anterior del índice de conectividad significativa, ya que la disponibilidad de las personas para conectarse en cualquier lugar y momento está dada gracias al uso de tecnologías de la información y comunicación que lo hace posible, razón por la cual se han tomado las respuestas que refieren a los dispositivos móviles, tales como los teléfonos inteligentes, las tabletas y los ordenadores portátiles, que permiten portabilidad, aunque cada uno tenga distinto nivel de practicidad, ya que el teléfono inteligente al poder entrar en nuestras manos, es más accesible y cómodo para el uso fuera de casa; sin embargo, el acceso a los dispositivos, por sí sólo, no hace posible el estar disponible en la web en cualquier momento y lugar, este debe conectarse a la red de Internet, motivo por el que se ha tomado también el ítem que refiere a la frecuencia con la que se conectan.

**Gráfico 3.1.1** Acceso a dispositivos móviles

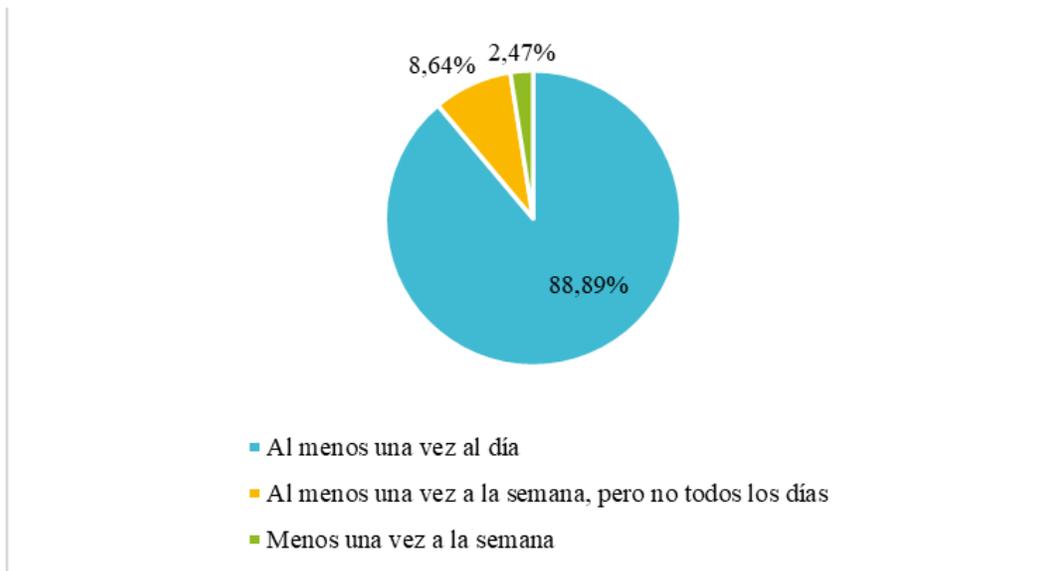


Fuente: Elaboración propia

El gráfico muestra que, el 91,36% de los jóvenes posee un **Teléfono inteligente**, mientras que, el 4,94% tiene acceso a través de un tercero y el 3,70% restante se encuentra sin acceso. En cuanto al acceso a una **Tableta** se refiere, sólo el 4,94% de los jóvenes tienen una propia, y un 7,41% accede a través de un tercero; el grueso del porcentaje, un 87,67%, contrario al acceso a los dispositivos móviles, no tiene acceso. Respecto al **Ordenador portátil** o laptop, un 24,69% accede de forma propia; un 11,11% lo hace a través de un tercero; y, representando a quienes no tienen acceso, se encuentra el 62,96%. Finalmente, en la categoría de este dispositivo un 1,23% de los participantes no brindó respuesta por no saber o no querer responder.

Tal como se comentaba en principio, el teléfono inteligente es el dispositivo más versátil, y según los datos que arroja la encuesta, es también el de mayor acceso para los jóvenes de la comunidad de Merecure, siendo una mayoría de los jóvenes quienes tienen acceso, sumando el acceso por pertenencia y a través de un tercero. Siendo este un dato que posibilita las demás expresiones y prácticas de la sociabilidad.

**Gráfico 3.1.2** Conexión frecuente a Internet



Fuente: elaboración propia

Los dispositivos móviles tienen grandes funcionalidades, con y sin acceso a Internet, sin embargo, la posibilidad de conectar con otros, está dada a través del acceso a la web, es por ello que identificar la frecuencia con la que los jóvenes de Merecure logran conectarse a Internet, es fundamental. El gráfico revela que un 88,89% de los jóvenes logran conectarse **Al menos una vez al día**, siendo este un porcentaje alto, pero que no los abarca a todos, ya que el 8,64% logra acceder **Al menos una vez a la semana pero no todos los días**, y el 2,47% accede **Menos de una vez a la semana**.

En el imaginario común se suele creer que la hiperconectividad se refiere a la conducta que puede llegar a ser patológica de estar conectados en todo momento, a modo de adicción, sin embargo, tal concepto como lo refieren los primeros investigadores, en específico Wellman (2005), se trata de la posibilidad que brindan las tecnologías de la información y comunicación, es por ello, que los ítems seleccionados para dar cuenta de esta categoría no refieren al tiempo exacto que los jóvenes pasan en Internet, sino a la posibilidad que tienen de estar conectados.

Considerando el porcentaje de acceso a los teléfonos inteligente (96,30%) y el porcentaje de acceso a conexión a Internet al menos una vez al día (88,89%), se puede considerar que la mayoría de los jóvenes de la comunidad de Merecure comparten la característica de la hiperconexión, condición importante para las distintas expresiones de la sociabilidad virtual.

### **5.3.2 Entrelazamiento de usos**

Los estudios de inicios de siglo aludían al uso de las tecnologías de la información y comunicación como un fenómeno que cambiaría por completo la forma de relacionarnos con los otros, e incluso la personalidad, señalando que las personas se volverían más retraídas en el ámbito social, tendrían menos amigos, menos contacto presencial con sus vínculos, mayor aislamiento; sin embargo, estos enfoques de sustitución de las viejas expresiones de sociabilidad por el dominio absoluto de la web, han sido superadas con el pasar de los años. La postura que se aborda en este estudio es de entrelazamiento de usos, ya que,

El entrelazamiento de usos es un enfoque analítico más acorde con la utilización que con la sustitución, que es una visión contable y utilitarista. De hecho, aunque a veces se lleve a cabo bajo fuertes limitaciones técnicas o económicas, la elección entre diferentes herramientas de comunicación no es sólo el resultado de una elección limitada. Tiene su origen en las prácticas de los actores, que a menudo atribuyen propiedades diferentes a las herramientas de comunicación y a los tipos de discurso que autorizan, y que sobre todo vinculan tal o cual modo de comunicación a tal o cual de sus actividades. (Beaudouin, V., 2009, p.4)

Beaudouin, investigador francés, propone cuatro dimensiones a abordar para el estudio del entrelazamiento de usos, estas son: 1) Herramientas de comunicación, haciendo referencia a las plataformas por las cuales se llevan a cabo las interacciones; 2) Formas de discurso, que alude a la diversidad de formatos de comunicación o multimedialidad; 3) Intimidad de la relación, la cual es el resultado de la diversidad de herramientas y formas de discurso; por último, 4) Motivo del intercambio, el cual refiere a los contenidos que median la interacción. En

el siguiente gráfico, se presentan los ítems que responden a cada dimensión del entrelazamiento de usos.

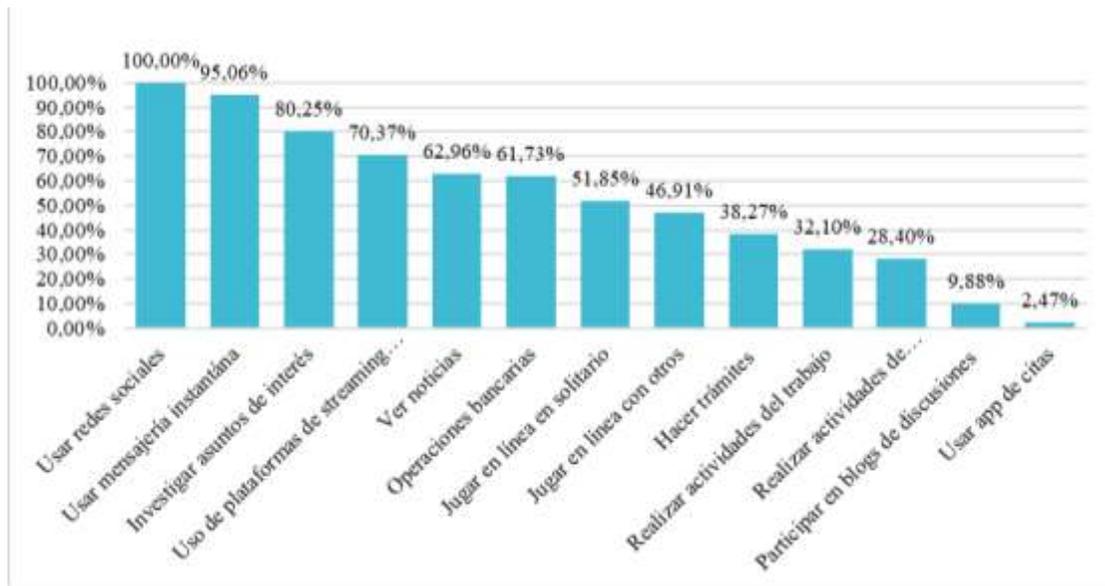
<b>Tabla 2.1</b> De especificaciones		
Dimensiones	Ítems	N°
Herramientas de comunicaciones (Plataformas)	<p>¿Para qué has usado Internet en el último mes?</p> <p>¿Cuáles redes sociales has usado en el último mes?</p> <p>¿Cuáles aplicaciones de mensajería instantánea has usado en el último mes?</p> <p>¿Con qué frecuencia realizas las siguientes actividades, en un día cotidiano?</p>	4
Formas de discurso/multimedialidad	<p>¿Con qué frecuencia usas en la mensajería instantánea los siguientes formatos/tipo de comunicación?</p> <p>¿Con qué frecuencia interactúas con tu red de contactos, a través de los siguientes formatos?</p>	2
Intimidad de la relación	<p>En tu red de contactos, entendida como las personas que tienes agregadas en tus redes sociales y mensajería instantánea, ¿Cuál es la frecuencia de interacciones que tienes con...?</p> <p>¿En cuáles plataformas interactúas con cada tipo de contacto de tu red?</p>	2
Motivo del intercambio	<p>¿Qué tipo de contenido sueles interactuar (reaccionar o comentarle) a tus amigos de la red?</p> <p>¿En cuáles plataformas sueles publicar contenido sobre, Cómo te sientes, Aspiraciones y proyectos, Reflexiones, Solicitud de consejo, Logros personales?</p> <p>¿En cuáles plataformas sueles publicar contenido sobre, Encuentro con amigos, Lugares que visito, Actividades cotidianas, Autorretratos (Selfies)?</p> <p>¿En cuáles plataformas sueles publicar contenido sobre, Aficiones, Memes, Información de utilidad?</p>	4

Fuente: elaboración propia

## Herramientas de comunicaciones

Este estudio está enfocado en el uso de redes sociales y las mensajerías instantáneas, sin embargo, se inició la exploración de los usos entrelazados de la web, con una pregunta de múltiple respuesta, respecto a ¿Para qué han usado Internet en el último mes?.

Gráfico 3.2.1 Uso de Internet



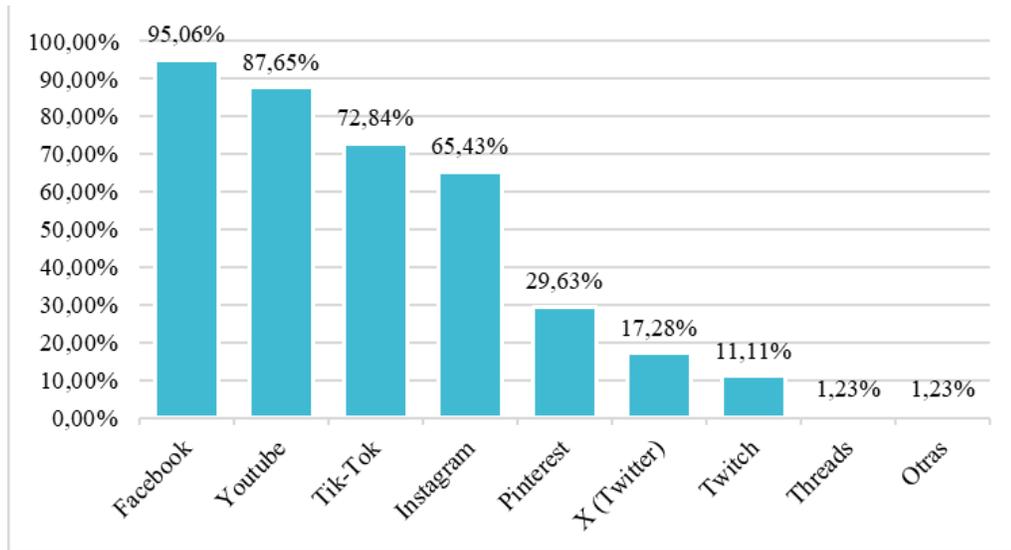
Fuente: elaboración propia

Tal como lo han referido estudios que preceden al nuestro, las redes sociales digitales y la mensajería instantánea son los principales usos que prefieren los jóvenes en la web; en lo que respecta a los jóvenes de la comunidad de Merecure, el 100% usa redes sociales digitales y el 95,06% usa mensajería instantánea. Otros usos de relevancia son: la búsqueda de información de su interés con el 80,25% de los jóvenes que tienen esta práctica; así como el 70,37% usa plataformas de streaming para ver películas, escuchar música, entre otros; y el 62,96% usa Internet para ver noticias. En contraste, los usos que reportaron emplear menos los jóvenes son:

las aplicaciones de citas, tan solo un 2,47%; participar en blog de discusiones el 9,88% y realizar actividades de la educación formal un 28,40%. Considerando la temporalidad contemplada por la pregunta, este último dato está influido por la fecha de aplicación de las encuestas, en el que las instituciones educativas aún se encontraban de vacaciones; asimismo, se vio influenciada por el grupo etario, ya que buena parte de los jóvenes han culminado el bachillerato y no se encuentran realizando estudios superiores, sino que principalmente trabajan y se encuentran en otras situaciones de ocupación, tal como se mostró en uno de los apartados anteriores, referente a las características demográficas, sociales y económicas.

Confirmando que la mayor parte de los jóvenes de la comunidad usan las redes sociales y mensajería instantánea, se amplió la información acerca de las distintas plataformas que se usan en ambas categorías. En el siguiente gráfico se muestra la distribución de las distintas redes sociales que han usado los jóvenes en el último mes.

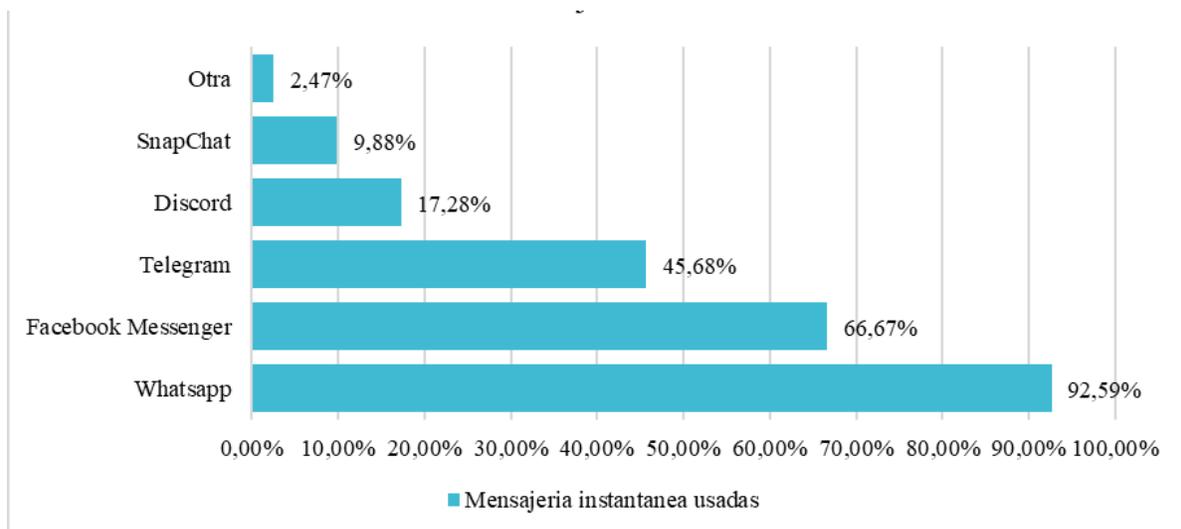
**Gráfico 3.2.2** Redes sociales usadas



Fuente: elaboración propia

Se observa que el 95,06% de los jóvenes usan **Facebook**, el 87,65% usa **Youtube**, y el 72,84% usa **Tik-Tok**, siendo estas las tres principales redes sociales usadas por los jóvenes de Merecure; mientras que las menos usadas son, **Twitch** siendo usada por sólo el 11,11% de los jóvenes, **Threads** y **Otras**, ambas con un 1,23%.

**Gráfico 3.2.3** Mensajería instantánea usada

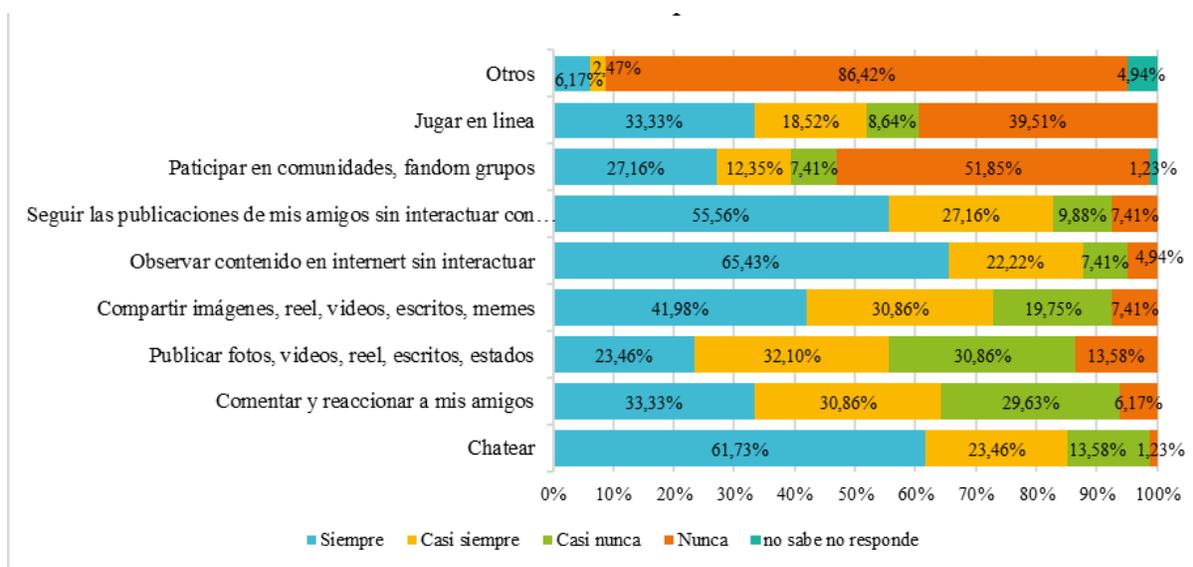


Fuente: elaboración propia

Por parte de las plataformas de mensajería instantánea encontramos menor diversidad, las mensajerías que refirieron principalmente los jóvenes son las cinco que se evidencian en el gráfico, siendo las tres plataformas más usadas por los jóvenes: **Whatsapp** 92,59%, **Facebook Messenger** con un 66,67% de uso y **Telegram** con el 45,68%.

Conociendo las plataformas que sirven de herramientas de comunicación para los jóvenes, indagamos sobre las actividades cotidianas en las redes sociales y mensajería instantánea que generan interacción con otros y su contraparte.

**Gráfico 3.2.4** Frecuencia de actividades que realizan en un día cotidiano



Fuente: elaboración propia

Entre las actividades que generan interacción, las tres de mayor frecuencia de uso en un día cotidiano son: **chatear** con una frecuencia de Siempre del 61,73%, Casi siempre 23,46%, Casi nunca 13,58% y Nunca un 1,23%; seguido de **compartir** imágenes, videos, reel, escritos, memes, el cual en frecuencia de uso obtuvo: Siempre 41,98%, Casi siempre 30,86%, Casi nunca 19,75% y Nunca 7,41%; y la tercer actividad es **comentar y reaccionar** a sus amigos, con una frecuencia de Siempre el 33,33%, Casi siempre 30,86%, Casi nunca 29,63% y Nunca 6,17%.

Mientras tanto, las actividades que involucran interactuar con otros, que obtuvieron menor frecuencia de uso en un día cotidiano son: **participar en comunidades** como fandom o grupos de distinta índole, esta obtuvo de frecuencia: Siempre un 27,16%, Casi siempre 12,35%, Casi nunca 8,64% y Nunca 51,85%; **jugar en línea**: Siempre 33,33%, Casi siempre 18,52%, Casi nunca 8,64% y Nunca 39,51%. Por último, una de las actividades que registró frecuencias con porcentajes bastante equitativos fue: **publicar** fotos, videos, reels, escritos, memes, con un 23,46% Siempre, 32,10% Casi siempre, 30,86% Casi nunca y 13,58% Nunca.

Entre las preguntas, también se incluyeron actividades que no generan interacción con otros, tales como: **seguir las publicaciones de mis amigos sin interactuar con ellos**, y observar contenido en Internet sin interactuar. Dentro de estas opciones la frecuencia de uso de los jóvenes fue de 55,56% Siempre; 27,16% Casi siempre; Casi nunca 9,88% y 7,41% Nunca; con respecto a la primera actividad señalada. Por su parte, para la segunda actividad se obtuvo, Siempre 65,43%, Casi siempre 22,22%, Casi nunca 7,41% y Nunca 4,94%. Es de destacar que estas actividades se indagaron en el mismo ítem que las demás, por ende, no se preguntó su frecuencia en detrimento o comparación con las demás actividades, estas respuestas reflejan, tal como lo indicaba su enunciado, la frecuencia de uso en un día cotidiano.

De esta forma, se evidencia que, pese a que los jóvenes realizan con alta frecuencia actividades que no implican la interacción con los otros a través de plataformas en Internet, estas no son actividades de aislamiento, puesto que les permite mantenerse informados de las vidas de sus redes de contacto reflejadas en la web, como también nutrirse de información que luego será compartida de forma presencial con su círculo social, como lo evidencia los siguientes ítems en el apartado de convergencia. Por otro lado, también se observa la preferencia entre las actividades que generan interacción, por las acciones de menor exhibición pública de la vida

personal, liderando chatear, donde la interacción se entabla de uno a uno, o en grupos de chat reducidos; asimismo el compartir contenidos, actividad en la cual se pone de manifiesto el gusto o inclinación de temas de interés, revelando aspectos de la persona, pero sin ser un reflejo de esta, ya que la creación pertenece a otro, y la identificación es más fugaz.

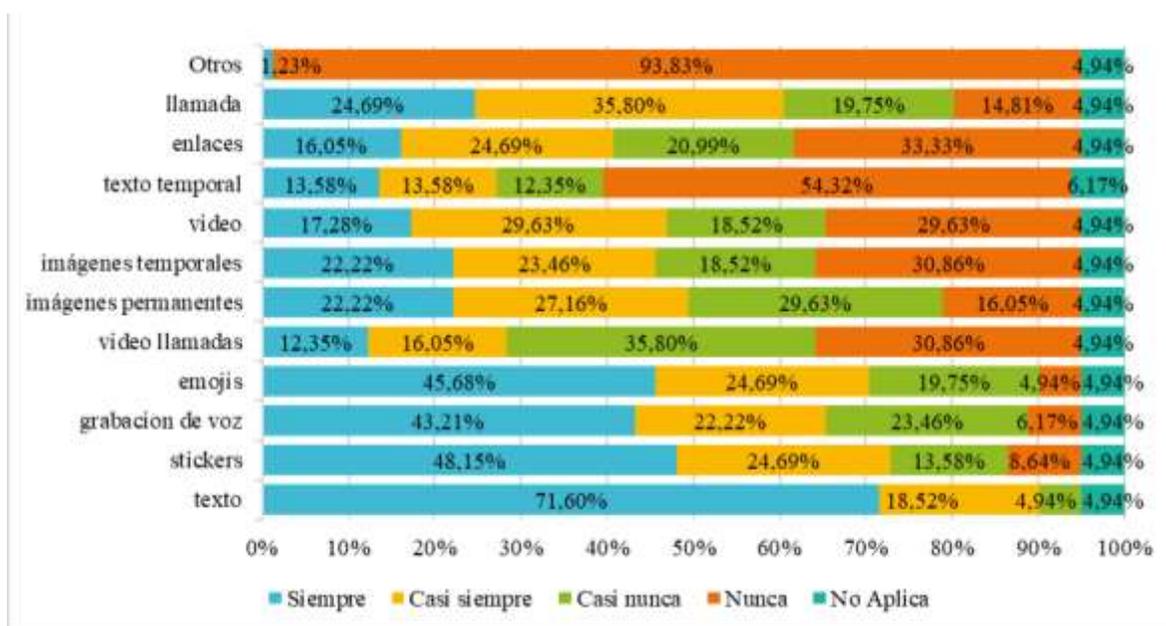
### **Formas de discurso**

Las formas de discurso es una de las 4 dimensiones del entrelazamiento de usos, al respecto Beaudoin nos dice,

Tiene sus raíces en las prácticas de los actores que a menudo atribuyen diferentes propiedades a las herramientas de comunicación y a los géneros de discurso que autorizan y que, sobre todo, atribuyen tal o cual modo de comunicación a tal o cual de sus actividades. La ampliación del número de posibilidades enriquece los formatos del intercambio y permite métodos de comunicación más sutiles, donde la elección misma del medio es un signo. Debido a la multiplicidad de métodos de contacto, la elección de un modo particular de comunicación en sí misma dice algo sobre la relación, como lo expresó McLuhan: “el medio es el mensaje” (Beaudoin, V., 2009, p.3)

Los géneros o formas de discurso que emplean los jóvenes, brindan información sobre la riqueza de sus intercambios en la web, ya que posibilita formas de comunicación variadas, desde las más explícitas como lo son el texto escrito, hasta las más sutiles como los emojis, el autor nos indica que tan sólo la elección de la forma del discurso, implica un mensaje. Es por ello que se exploraron las distintas formas de discurso que brindan en específico la mensajería instantánea.

**Gráfico 3.3.1** Formato de comunicación en la mensajería instantánea



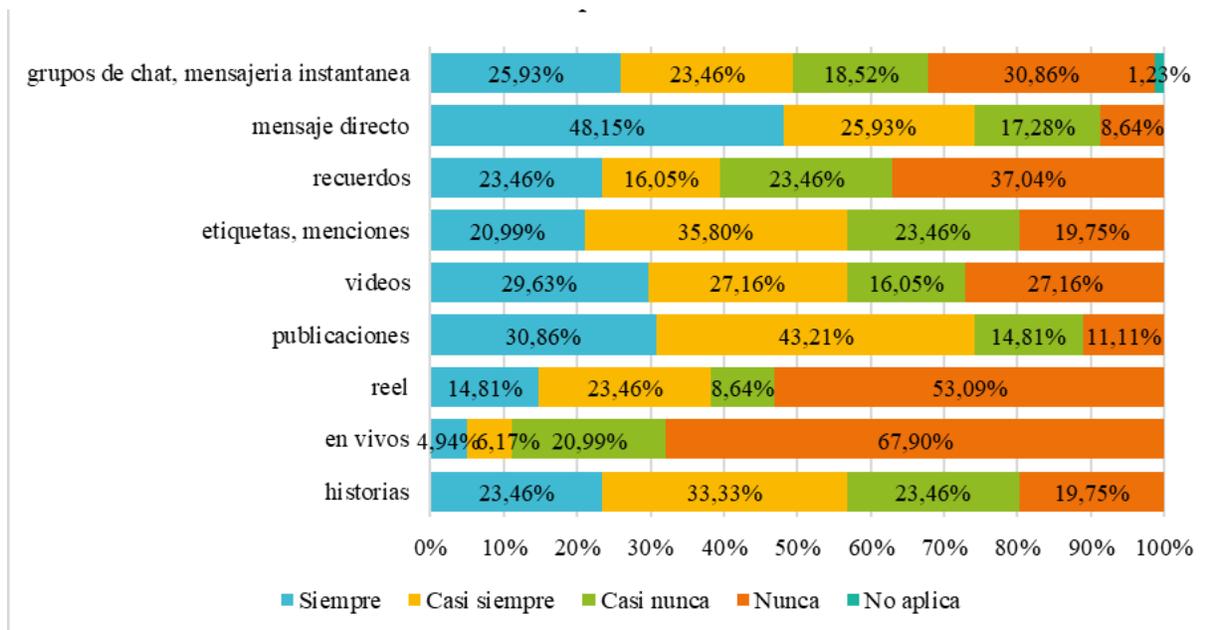
Fuente: elaboración propia

Con referencia al gráfico 3.3.1 se evidencia que entre los formatos con mayor frecuencia de Siempre son, el **texto** con 71,60%, siendo el formato de comunicación más usado por la mayoría de los jóvenes; seguidamente los **stickers** por el 48,15% de los jóvenes; y **emojis** con el 45,68%. En contraposición, los formatos en los cuales los jóvenes declaran Nunca en mayor porcentaje en su frecuencia de uso son: el **texto temporal**, no usado por el 54,32% de los jóvenes; los **enlaces** o links por un 33,33%; y las **videollamadas** que si bien comparten porcentaje con las **imágenes temporales**, le supera adicionando el porcentaje de Casi nunca, que es mayor (66,66%). El 4,96% de respuesta en No aplica, se refiere a los jóvenes que no usan mensajería instantánea.

Es de denotar la diversidad de formas del discurso empleadas, sumando las opciones de frecuencia de siempre y casi siempre, más del 50% utiliza, en orden de importancia, texto, stickers, emojis, grabación de voz, y llamadas, es decir, de los 11 formatos de discurso

explorados, 5 de ellos son usados por más de la mitad de los jóvenes, lo cual muestra la diversidad que emplean los jóvenes en su comunicación. Como lo señala Beaudoin, el formato del discurso en sí mismo es un mensaje, y la diversidad empleada habla de la riqueza del intercambio que establecen los jóvenes con su red de contactos a través de las plataformas de mensajería instantánea. Podemos ver que, así como se emplean las formas más sutiles como los stickers y emojis, estos no desplazan la presencia de las comunicaciones a través de las palabras, escritas o con voz, lo cual se evidencia siendo el texto el más usado, y perfilando también las grabaciones de voz y llamadas. Asimismo, cabe señalar que hay un menor uso de las imágenes, sean temporales o permanentes, y los videos. Esto puede deberse a que se trata de formatos que ameritan mayor exposición de la imagen de sí mismos, además de existir una necesidad de mayores recursos tecnológicos en torno a dispositivos y calidad del Internet, puesto que estos dos factores incrementan exponencialmente la experiencia de los usuarios.

**Gráfico 3.3.2** Formato con los que interactúa con su red de contacto



Fuente: elaboración propia

Las formas de discurso no involucran únicamente las empleadas de forma proactiva a las que se refiere el gráfico 3.3.1, ya que las nuevas tecnologías de la información y comunicación, han diversificado la forma en la que nos comunicamos. La interacción en las redes sociales se presenta en forma de comentarios, reacciones, compartir, mensaje directo, entre otras formas cada vez más sofisticadas. En el gráfico 3.3.2 se explora con cuáles formatos permitidos en las redes sociales digitales suelen interactuar. Los tres principales tipos de formatos que conlleva la interacción con la frecuencia de Siempre son: el **mensaje directo** con un 48,15%; las **publicaciones** en el muro o *feed* con el 30,86%; y los **vídeos** con un 29,63%. Por el contrario, los formatos que generan menor interacción, puesto que los jóvenes indicaron que su frecuencia de interacción es Nunca son: los **en vivos**, refiriéndose a las transmisiones en directo en las redes sociales, con el 67,90%; seguido de los **reels** o videos cortos con el 53,09%; y los **recuerdos** con un porcentaje del 37,04%.

También se evidencia diversidad en los formatos de las redes sociales que motivan a los jóvenes a interactuar. De los nueve formatos explorados, cinco de ellos generan interacción en más de la mitad de los jóvenes, entre ellos se encuentran: el mensaje directo, las publicaciones, etiquetas o menciones, videos, e historias. También se puede observar en estos formatos que, mientras algunos son de interacción más íntima, como el mensaje directo y las historias; otros son de mayor exposición como las publicaciones, videos y menciones, puesto que toda la red de contacto del perfil con el cual se interactúa puede observar el tipo de interacción ejercida, es decir, pueden observar los comentarios y reacciones que puedan dejar los jóvenes en dichos formatos.

Además, llama la atención la marcada diferencia entre la frecuencia de interacción de los videos y la de los *reels*, considerando que ambos son formatos multimedia de imagen y audio

continuo, con la diferencia de la duración de los mismos. El video puede tener una duración mayor a un minuto y medio, mientras que el *reel* tiene una limitación por debajo de ese tiempo. Si bien hay una gran similitud entre los formatos, la diferencia podría encontrarse en el hecho de que no están dados por la forma de discurso sino por la experiencia del usuario en las plataformas en las que tiene presencia, teniendo en cuenta que Facebook se encuentra casi un 30% por encima de Instagram entre las redes sociales con más uso. Esto quiere decir que la experiencia de usuario de los *reels* en facebook tiene un mayor grado de complejidad, ya que se redirige al usuario a otra pestaña para ser reproducido y a otra red social (Instagram) para poder interactuar en comentarios; mientras que los videos tienen la capacidad de reproducirse en el muro, con visualización de los comentarios. Se observa entonces que la población rural le otorga un elevado nivel de importancia a la exposición, así como a la inmediatez y a la reciprocidad de interacción a la hora de elegir el formato de interacción en las redes sociales.

### **Intimidad de la relación**

Los jóvenes en la conformación de su red de contactos, integran diferentes tipos de contactos que devienen en distintos niveles de intimidad de las relaciones, en torno a ello, la autora francesa Beaudoin, comenta:

En primer lugar, cuanto más estrecha sea la relación, más amplia será la gama de medios que se utilizarán. En la construcción de la relación, la progresión en la intimidad está marcada por la ampliación de la gama de servicios utilizados (...) parece que cuanto más tiempo dedicamos a la comunicación, mayor es nuestra red de corresponsales y más utilizamos una gama diversa de herramientas y medios. (Beaudoin, V., 2009, p.5)

Es por ello, que en la siguiente tabla, se explorará la frecuencia de interacción de los jóvenes con diferentes tipos de contactos.

**Tabla 2.2** Frecuencia de interacción por tipo de contacto de la red de contactos

Tipo de contacto	Frecuencia de interacción				
	Nunca	Casi nunca	Casi siempre	Siempre	No sabe/ No responde
Familiares	5	23	23	30	0
Compañeros de estudio	12	24	27	18	0
Compañeros de trabajo	45	6	12	18	0
Vecinos	21	25	23	12	0
Grupo religioso	61	8	8	4	0
Compañeros de deporte	41	9	13	18	0
Amigos de videojuegos	48	10	8	15	0
Amigos de fandom	55	7	13	6	0
Conocidos	15	18	27	21	0
Pareja o interés amoroso	25	5	7	43	1
Amigos	1	5	31	44	0
Otros contactos	71	4	3	2	1

Fuente: elaboración propia

El análisis por filas nos indica que la mayor frecuencia de jóvenes que interactúan con familiares, lo hacen con una frecuencia de interacción de **Siempre**, 30 de los 81 jóvenes lo indican, lo cual representa el 37,03% de los jóvenes; con los compañeros de estudio la frecuencia de interacción es mayormente **Casi siempre**, 27 de los 81 jóvenes así lo declara, representando un 33,33%; con los compañeros de trabajo la frecuencia de interacción principalmente es: **Nunca**, lo refieren 45 jóvenes, implicando un 55,55%; con los vecinos la frecuencia de interacción es principalmente **Casi nunca**, señalado por 25 jóvenes (30,86%); con el grupo religioso, compañeros de deporte, amigos de videojuegos y amigos de fandom la frecuencia mayor es **Nunca**, respectivamente se ubican en cada categoría, 61 (75,31%), 41 (50,62%), 48 (59,26%) y 55 (67,90%) de los jóvenes.

Respecto a los conocidos, la frecuencia de interacción predominante es: **Casi siempre** 27 jóvenes así lo declaran (33,33%), con la pareja o interés amoroso y los amigos, la frecuencia de interacción es **Siempre**, 43 (53,09%) y 44 (54,32%), respectivamente. Los otros tipos de contactos, tienen una frecuencia de interacción ubicada en **Nunca**, 71 jóvenes (87,65%), principalmente referido a que no clasifican a sus contactos de forma distinta a la brindada, por ende, no interactúan con estos.

En resumen, la clasificación de contactos con los cuales los jóvenes tienen mayor interacción en las redes sociales digitales y la mensajería instantánea son: con la frecuencia de **Siempre**, los familiares, la pareja o interés amoroso y los amigos, y de **casi siempre**, compañeros de estudio, y conocidos. Lo cual revela que estas 5 categorías de contactos, son con quienes los jóvenes interactúan la mayor parte del tiempo.

Además de la frecuencia de interacción, un factor fundamental también lo es la diversidad de las plataformas que emplean para comunicarse con los diferentes tipos de contacto,

ya que cada plataforma tiene un uso diferencial, es decir, no cumplen las mismas funciones en las relaciones, tienen significados, contenidos y grados de intimidad distintos, es por ello, que en la siguiente tabla, se explora las plataformas usadas por tipo de contacto de la red personal de contactos.

<b>Tabla 2.3</b> Plataforma usada para interactuar por tipo de contacto											
Tipos de contactos	Plataformas										
	FB	IG	X	WA	TL	T-T	D	TT	Otro	NA	Ns/nr
Con la familia	32	10	0	69	2	0	0	0	1	4	0
Pareja o interés amoroso	24	11	0	47	7	6	0	0	2	27	1
Amigos	46	11	0	64	2	2	4	1	1	1	1
Compañeros de estudio	28	5	0	44	3	2	0	0	2	18	0
Compañeros de trabajo	6	2	0	28	0	0	3	0	1	49	1
Vecinos	15	0	0	40	0	0	0	0	2	33	0
Grupo religioso	3	0	0	9	0	0	0	0	0	69	0
Compañeros de deporte	13	1	0	20	0	0	0	0	0	51	0
Amigos de videojuegos	8	2	0	18	2	0	9	1	6	49	0
Amigos de fandoms	13	3	2	10	2	1	3	0	0	57	0
Conocidos	35	4	0	50	0	1	1	0	2	7	3
Otros contactos	4	1	1	6	0	1	0	0	1	70	0

Leyenda	
FB	Facebook
IG	Instagram
X	(Twitter)
WA	WhatsApp
TL	Telegram
T-T	Tik-Tok

DC	Discord
TT V	Twitch TV
NA	No aplica
Ns/ nr	No sabe/ No responde

Fuente: elaboración propia

Haciendo un análisis por fila se observa que la interacción con la familia se da principalmente a través de la plataforma de **WhatsApp**, así lo declaran 69 de los 81 jóvenes encuestados (85,19%); con la pareja o interés amoroso, los amigos y los compañeros de estudio también se usa más esta plataforma, habiendo sido indicada por 47 (58,02%), 64 (79,01%) y 44 (54,32%), respectivamente. En cuanto a los compañeros de trabajo, la mayoría entra dentro de la categoría de no aplica, ya que se trataba de jóvenes que no se encontraban trabajando al momento de ser encuestados. Excluyendo a estos, la mayoría de los que sí aplica, interactúan por **WhatsApp**, con un total de 28 jóvenes (34,55%). Referente a los vecinos, la principal plataforma por la cual interactúan es **WhatsApp**, con 40 de los jóvenes (49,38%). Por su parte, la mayoría de las respuestas respecto a los contactos de tipo, grupo religioso, compañeros de deporte, amigos de videojuegos, indican que no aplica, sin embargo, excluyendo tales respuestas, entre quienes sí poseen este tipo de contacto en sus redes, la plataforma que más media en la interacción es **WhatsApp**, con 9 (11,11%), 20 (24,69%) y 18 (22,22%) jóvenes, respectivamente. A diferencia de las clasificaciones anteriores de contactos, los amigos de fandom interactúan, principalmente, a través de **Facebook**, siendo 13 jóvenes (16,05%), aunque, de igual manera, buena parte no tiene dentro de su red tal clasificación de contacto, 57 jóvenes (62,96%). En referencia a los conocidos, 50 de los jóvenes (61,72%), interactúan con estos a través del **WhatsApp**. Si bien un buen número de los jóvenes no aplica en la categoría de otros

contactos, el porcentaje de los que sí lo hace prefieren **WhatsApp** como la plataforma de mayor comunicación.

Por otro lado, la clasificación de contactos que emplea mayor cantidad de plataformas son los **amigos**, cuyo máximo de plataformas usadas fueron ocho. Seguidamente se encuentran los **amigos de videojuegos** y **amigos de fandom** que utilizan siete plataformas; la **pareja o interés amoroso**, los **compañeros de estudio**, los **conocidos** y **otros contactos** que hacen uso de seis plataformas; la **familia** y los **compañeros de trabajo** que emplean un máximo de cinco plataformas; los **vecinos** y **compañeros de deporte** con tres plataformas y, por último, el **grupo religioso**, haciendo uso de dos plataformas.

Se visualiza que WhatsApp y Facebook, predominan como la mensajería instantánea y la red social que median en las interacciones de toda la clasificación de contactos, contemplando, exclusivamente, a los jóvenes que sí aplican. Sin embargo, cada clasificación de contacto tiene diferencias entre la variedad de plataformas que utiliza, siendo con quienes emplean **mayor variedad de medios**, los amigos, amigos de videojuegos, amigos de fandom, la pareja o interés amoroso y los compañeros de estudio. Se emplean una **diversidad media de plataformas** con la familia y los compañeros de trabajo. Por último, se encuentra una **variedad menor de plataformas** con los vecinos, compañeros de deporte y grupo religioso. Haciendo un contraste, además, con los resultados de la frecuencia de interacción, los amigos y la pareja o interés amoroso, son los tipos de contacto con los cuales hay mayor diversidad de plataformas y mayor frecuencia de interacción. Tal como lo propone Beaudoin (2009), se observa un vínculo estrecho en las relaciones que tienen mayor frecuencia de interacción y mayor diversidad de plataformas o medios utilizados, lo que deviene en mayor intimidad de la relación (p.5). Esto quiere decir que, dentro de la investigación realizada, los amigos y la pareja o interés amoroso son los grupos con

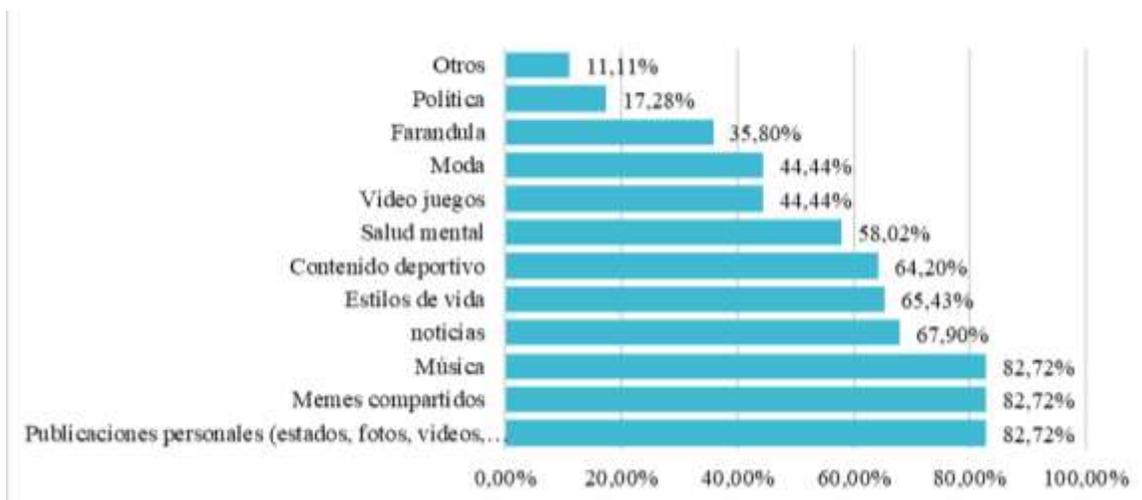
mayor intimidad en su relación, ya que hay una gama más diversa de espacios de interacción y de intereses según el uso diferencial de las plataformas.

Por otra parte, con los tipos de contacto con los que hay menor diversidad de plataformas de interacción, los vínculos están dados por los intereses o por propósitos de cada uno de ellos, es decir, en la familia el origen del vínculo es sanguíneo, no voluntario como con los amigos; al igual que con los vecinos, cuyo vínculo está dado por la cercanía territorial. En el caso de compañeros de trabajo, de deporte y de grupo religioso, donde hay más libertad de elección, la asociación o unión de los mismos está mediada por una afinidad en concreto o un objetivo en común que persigue fines específicos. Este tipo de interacciones, según el tipo de contacto no corresponden en igual medida a las interacciones de sociabilidad, ya que en estas relaciones tiene mayor importancia el contenido que la forma, como conceptos simmelianos, y por ende hay menor sociabilidad pura, es decir, menor independización de la forma por el contenido.

### **Motivo del intercambio**

La web es un espacio en el cual la diversidad de expresión es amplia, un ejemplo de ello son las redes sociales y la mensajería instantánea, en los cuales existe la posibilidad de compartir una infinidad de ideas, bien sean propias o de otros, y, a su vez, de enviar las mismas a través de enlaces, de historias y otras variadas prácticas. Con base en esto se buscó explorar en los tipos de contenidos por los cuales los jóvenes interactúan con su red de contactos, obteniendo los resultados del siguiente gráfico.

Gráfico 3.4.1 Tipo de contenido a través del cual interactúan con la red de contactos



Fuente: elaboración propia

Se indagó sobre aquellos contenidos que generaban interacción con su red de contactos, es decir, contenido por el cual los jóvenes se sienten motivados y ejercen la acción de comentar, compartir, reaccionar, enviar mensaje directo, o cualquier otro tipo de formato de interacción. Este ítem fue de selección múltiple, y el gráfico muestra (en porcentaje) cuántos de los jóvenes interactúan con la red de contactos a través de las publicaciones en sus distintos formatos, según el contenido de estas.

En el gráfico se observa que los contenidos con los cuales la mayor parte de los jóvenes interactúa son, con igualdad de porcentaje (82,72%), las **Publicaciones personales** de su red de contactos, como estados, fotos, videos o cualquier formato; los **Memes** y la **Música**. Los contenidos que le siguen en interacción son: las **Noticias**, publicaciones de **estilos de vida**, el **contenido deportivo** y el de **salud mental**, con un 67,90%, 65,43%, 64,20% y 58,02%

respectivamente. El contenido de **política** y **otros**, son aquellos en los que menos jóvenes indicaron interactuar, representando tan solo un 17,28% y 11,11%, respectivamente. La **farándula**, **moda** y **videojuegos**, obtuvieron puntajes intermedios (35,80%, 44,44% y 44,44% respectivamente), lo cual puede interpretarse como contenido que corresponde a sectores de afinidad en específico, cuya interacción depende de que sean compartidos por la red de contactos.

De igual modo, las publicaciones que hacen los propios jóvenes encuestados, es un factor importante, ya que todo aquello que se comparte en la web es propicio para interactuar con la red de contactos; En la siguiente tabla se exploran los datos concernientes al porcentaje de jóvenes que realizan distintas actividades agrupadas por grados de intimidad.

Tipo de publicación	No		Si	
	N	%	N	%
Publicaciones personales	30	37,04%	51	62,96%
Publicaciones sociales	15	18,52%	66	81,48%
Publicaciones ligeras	9	11,11%	72	88,89%
Promedio	18	22,22%	63	77,78%

Fuente: elaboración propia

Observando la tabla anterior, se puede ver, que la mayoría de los jóvenes, un 88,89% hace **publicaciones ligeras**, y con ello nos referimos, a publicaciones sobre noticias, información de utilidad, gustos y aficiones, entre otras, que no hablan de los individuos y sus modos de vida; por su parte, las **publicaciones sociales**, son empleadas por el 81,48% de los jóvenes, en esta clasificación se ubican las publicaciones respecto a lugares que visitan, actividades cotidianas, autorretratos, entre otras actividades que buscan informar aspectos más sociables de los jóvenes;

por último, las publicaciones que menos jóvenes emplean, son las **publicaciones personales**, el 66,96% de los jóvenes realizan publicaciones de este tipo, que si bien no es un porcentaje menor de jóvenes, en comparación con las demás clasificaciones de publicaciones, es empleada menos.

Se pone en evidencia una práctica relevante de la sociabilidad de los jóvenes, ya que como espectadores de las publicaciones de su red de contactos, interactúan con publicaciones de contenido personal en un 82,72% como había sido señalado, no obstante, las publicaciones de contenido personal, son las que menos jóvenes declararon emplear en comparación con las demás, con un 66,96%. Esto señala, que los encuestados prefieren interactuar con las publicaciones personales de los amigos, familiares y conocidos, que con publicaciones de contenido personal posteadas por ellos esto puede deberse a que, las publicaciones personales de la red de contactos, se transforman en publicaciones sociales para quien las recibe, ya que informan del acontecimiento de la vida de los otros.

Por su parte, los contenidos más ligeros, suelen ser los preferidos para interactuar con los otros, sean de publicación propia, ya que el 88, 89% de los jóvenes lo practica, como proveniente de la red de contacto, lo cual se mostró en el gráfico 3.4.1 donde los memes, la música y la noticias, son los principales móviles de la interacción con otros.

### **5.3.3 Multitarea**

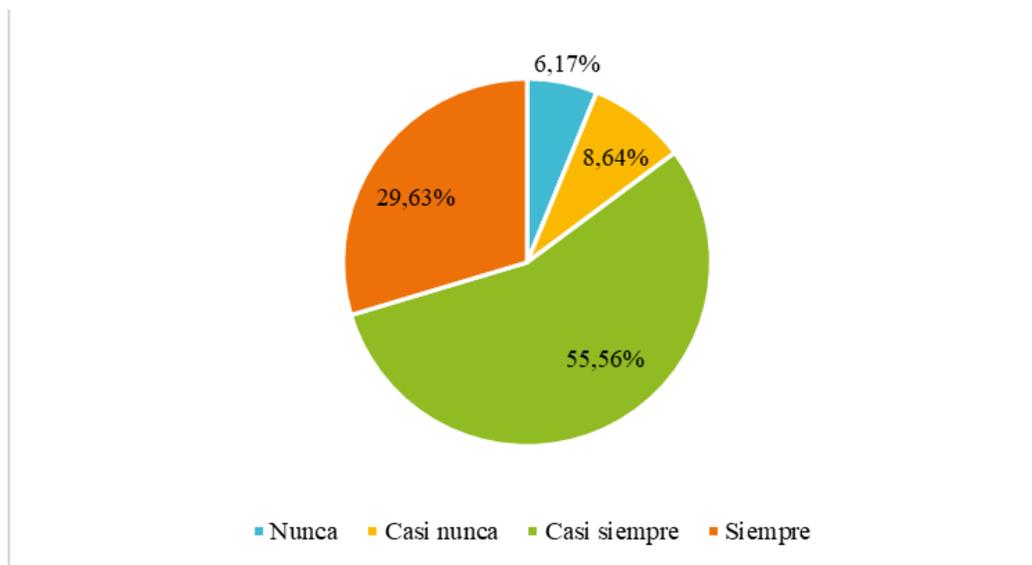
Otra característica de la sociabilidad virtual es la multitarea, es decir las personas hacen más de una cosa al mismo tiempo la mayor parte de este, esta capacidad se refiere a las superposiciones en el uso de los medios, lo cual significa que,

los usuarios desarrollan cada vez más una conexión continua que les lleva a superponer el uso de los medios entre sí: navegar o jugar videojuegos mientras escuchan el sonido de la televisión, consultar el correo electrónico mientras llaman, dejando varias ventanas de

chat o mensajería instantánea abiertas en tu pantalla mientras trabajas en otra cosa (Beaudouin V. 2009 p. 21-28)

Por ello, se investigó la frecuencia con la que los jóvenes realizan varias tareas simultáneamente. Los resultados de esta pregunta se presentan en el siguiente gráfico.

**Gráfico 3.5.1** Frecuencia de multitarea



Fuente: elaboración propia

Un 29,63% de los jóvenes hace **Siempre** más de una tarea al mismo tiempo, el 55,56% de los jóvenes **Casi siempre**, en comparación un 8,64% **Casi nunca** hace más de una tarea al mismo tiempo y un 6,17% que **Nunca** hace más de una tarea al mismo tiempo. Si sumamos la opción Siempre y Casi siempre el 85,19% de los jóvenes se evidencia que realizan más de una actividad al mismo tiempo. Esto evidencia una alta capacidad de multitarea en la mayoría de los jóvenes de Merecure.

De manera más general, observamos superposiciones en el uso de los medios: los usuarios desarrollan cada vez más una conexión continua que les lleva a superponer el uso de los medios entre sí: navegar o jugar videojuegos mientras escuchan el sonido de la televisión, consultar el correo electrónico mientras llaman, dejando varias ventanas de

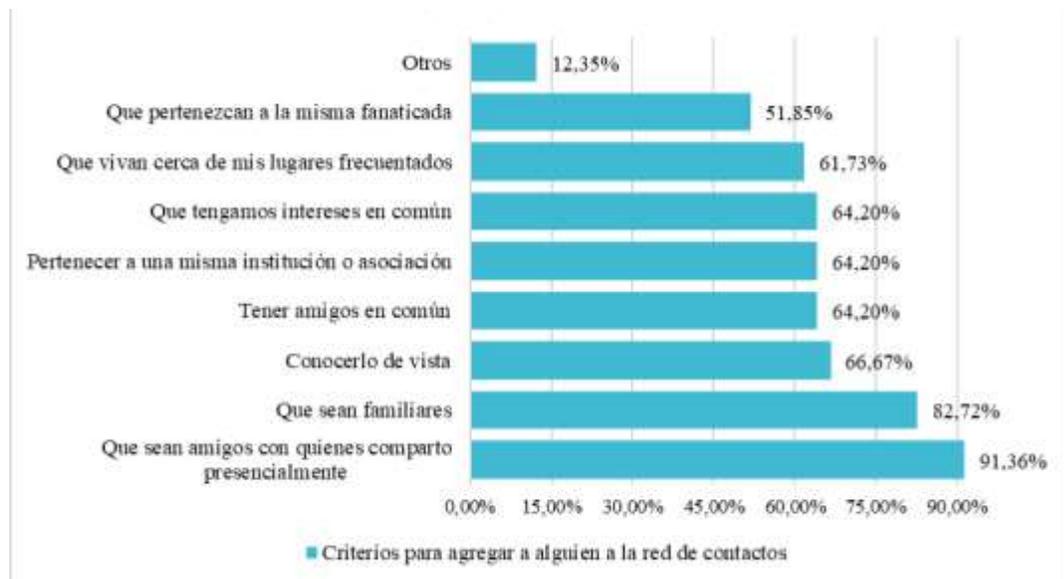
chat o mensajería instantánea abiertas en tu pantalla mientras trabajas en otra cosa... Estos diferentes fenómenos están en la raíz de una (sin duda) profunda transformación de la economía atencional de los individuos, capaces a la vez de realizar más fácilmente varias tareas al mismo tiempo, pero también más expuestos al riesgo de no saber gestionar la dispersión de sus compromisos. (Beaudouin V. 2009 p. 21-28)

Si bien no se abordan cuáles son las tareas que se hacen al mismo tiempo, basándonos en el Gráfico 3.2.4 en las actividades de un día cotidiano, las actividades que superponen son chatear, seguir las publicaciones de mis amigos, compartir imágenes, reel, videos, escritos, memes, observar contenido sin interactuar y jugar en línea.

### 5.3.4 Conformación de la red de contactos

La sociabilidad virtual se puede entablar con toda aquella persona que se tenga agregada en la red de contacto, en este apartado se busca conocer los criterios que los jóvenes establecen para agregar a alguien a dicha red, mediante cualquier plataforma de red social y mensajería instantánea.

**Gráfico 3.6.1** Criterios para agregar a alguien a la red de contactos



Fuente: elaboración propia

Dentro de los criterios para agregar a una persona a la red de contactos podemos observar que los principales son: **Que sean amigos con quienes comparto presencialmente** representa el 91,36% es el criterio más usado por los jóvenes, el segundo es **Que sean familiares** 82,72%, **Conocerlo de vista** un 66,67%, **Tener amigos en común**, **Pertenecer a una misma institución o asociación** y **Que tengamos interés en común tienen el mismo porcentaje** un 64,20%, por otra parte los criterios menos usados por los jóvenes son: **Que pertenezcan a la misma fanaticada** y **Que viva cerca de mis lugares frecuentados**, representando un 51,85% y 61,73% respectivamente.

Los resultados expuestos, dan cuenta de la importancia que otorgan los jóvenes a factores de copresencialidad para agregar a una persona a su red de contactos, es decir debo conocer por lo menos de vista a la persona para agregarla, priorizando los vínculos de amigos y familiares

### **5.3.5 Multimidad y control**

Se ha pensado en diversos estudios que las personas y en especial adolescentes y jóvenes expresan sin filtro toda su vida privada en las redes sociales y mensajería instantánea (extimidad), que no tienen criterios ni cuidado sobre la información que publican en la red de contactos, sin embargo el sociólogo Argentino Joaquín Line, elabora en sus estudios empíricos otro concepto referente a la intimidad que dista de la percepción estática que le preceden.

En este sentido se propone el concepto de “multimidad” para dar cuenta de que las publicaciones entre pares adolescentes en la red social son parte de estrategias sociocomunicativas calculadas y racionales, que solo muestran ciertos aspectos de la intimidad personal y del grupo de pares. (Linne, J. 2016, p 183).

Se exploró los distintos mecanismos de privacidad que permiten un conjunto de plataformas, para evidenciar en cuáles de las plataformas se emplean, a sabiendas que el uso de

cada plataforma es diferencial respecto a la red de contactos que integra. El siguiente gráfico presenta tales resultados.

Tipo de privacidad que implementa	Plataformas									
	FB	IG	X	T-T	WA	TL	DC	OMI	Ning	Ns/nr
Perfil privado	42	22	2	3	28	6	3	0	28	1
Publicaciones con contactos excluidos	18	3	1	0	28	0	0	0	39	0
Publicaciones para contactos específicos	12	8	0	1	30	0	0	0	42	0
Publicaciones con interacciones desactivadas	12	3	0	1	3	0	0	0	66	0
Restringido contactos	22	5	1	0	22	2	0	0	41	0
Bloqueado contactos	55	13	1	0	56	3	0	1	5	0
En línea desactivado	13	4	1	2	27	2	0	1	46	1
Confirmación de lectura desactivada	2	0	0	0	25	1	0	0	51	1
Otras medidas de privacidad	2	2	1	0	10	0	1	0	65	3

Leyenda	
FB	Facebook
IG	Instagram
X	(Twitter)
WA	WhatsApp
TL	Telegram
T-T	Tik-Tok
DC	Discord
OMI	Otra mensajería instantánea
Ning	Ninguno
Ns/nr	No sabe/ No responde

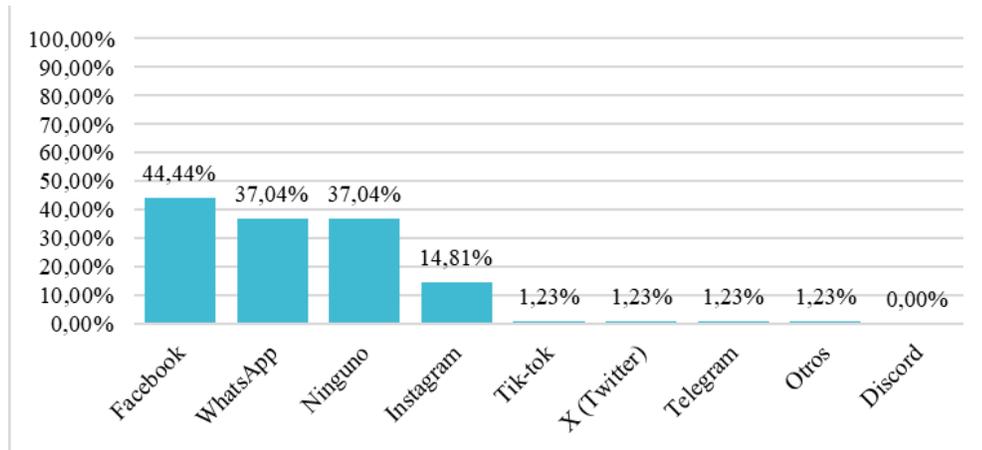
Fuente: elaboración propia

Los resultados exhibidos muestran que la plataforma donde más emplean el mecanismo de privacidad referido al **Perfil privado** es Facebook, así lo indicaron 42 jóvenes y Whatsapp con la opción **Bloqueado contacto** (56). Mientras que los jóvenes señalaron la opción **Ninguna** para los siguientes tipos de privacidad que implementan: **Publicaciones con contactos excluidos** 39, **Publicaciones para contactos específicos** (42), **Publicaciones con interacciones desactivadas** 66, **Restringido contactos** (41), **En línea desactivado** (46) ninguno, **Confirmación de lectura desactivada** (51) ninguno, **Otras medidas de privacidad** (65) ninguno. En general no llevan a cabo casi ningún mecanismo de privacidad en las plataformas usadas.

A pesar de que el joven en su mayoría emplea solo dos mecanismos de privacidad, esto se debe a que el primer filtro de cual persona agregan a su red de contacto es mayormente amigos, familiares y conocidos, es por ello que no sienten la necesidad de emplear mayores mecanismos de privacidad.

Otro aspecto que da cuenta de la multimidad en el uso diferencial de los jóvenes a las plataformas de redes sociales y mensajería instantánea, es el tipo de contenido que comparten sobre ellos mismos, es por ello que se indagó en tres preguntas, cada una de las cuales referían a actividades de distinto nivel de intimidad, para conocer a través de cuáles plataformas publicaban tal contenido.

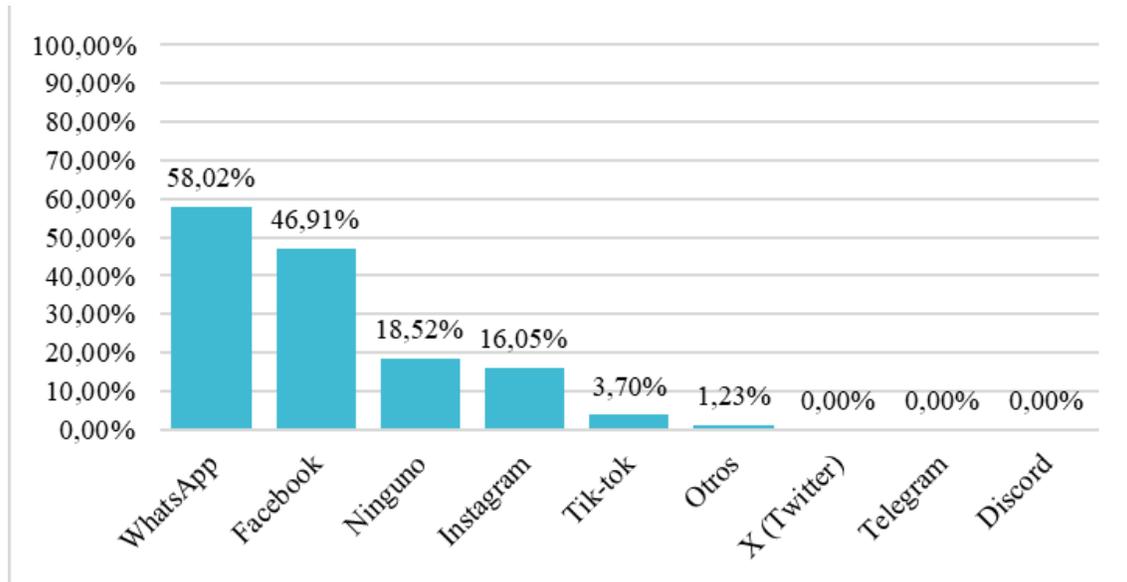
**Gráfico 3.7.1** Plataformas publicaciones personales



Fuente: elaboración propia

Las plataformas más usadas para realizar publicaciones personales sobre cómo te sientes, aspiraciones y proyectos, reflexiones, solicitud de consejo, logros personales, son: **Facebook** con un 44,44%, **WhatsApp** 37,04%, seguido de Instagram 14%81, las demás plataformas comparte un 1,23% **Tik-Tok, X, Telegram, Discord** no fue seleccionado por nadie como plataforma para la publicación de contenido personal; Así mismo, se destaca que un 37,04% no realiza publicaciones de este tipo en **Ninguna** plataforma.

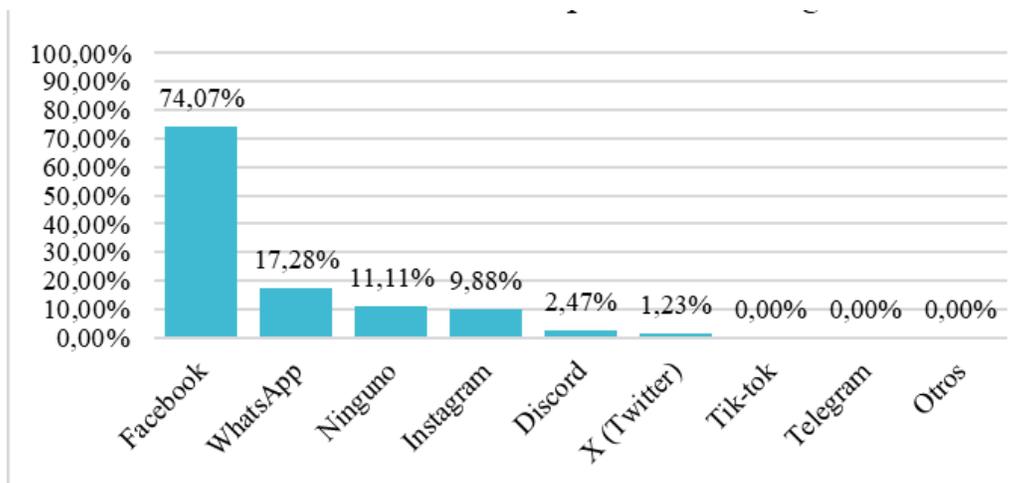
**Gráfico 3.7.2** Plataformas publicaciones sociales



Fuente: elaboración propia

Las plataformas más usadas para realizar publicaciones sociales, que se refieren sobre encuentro con amigos, lugares que visitó, actividades cotidianas, autorretratos (Selfies), son: **WhatsApp** con un 58,02%, **Facebook** 46,91%, le sigue **Instagram** 16,05%, **Tik-Tok**, 3,70%, otros 1,23%, no realizan publicaciones de ese tipo en **X**, **Telegram** y **Discord**. Por otra parte, un 18,52 % no realiza publicaciones de este tipo en **Ninguna** plataforma.

**Gráfico 3.7.3 Plataformas publicaciones ligeras**



Fuente: elaboración propia

Las plataformas más usadas para realizar publicaciones ligeras, las cuales pueden tratar sobre: aficiones, memes, información de utilidad, entre otros aspectos que no involucran la vida personal y social de los jóvenes, son principalmente, en un 74,07% **WhatsApp** 17,28%, **Instagram** 9,88%, **Discord** 2,47%, **X** 1,23%, ningún joven refirió realiza publicaciones ligeras en **Tik-tok**, **Telegram**, o alguna otra plataforma, mientras el 11,11% indicó no realizar este tipo de publicaciones en **Ninguna** plataforma.

Beaudoin (2009) dice que la fuerte mezcla de prácticas de comunicación, con un significado específico otorgado a cada medio: el foro como espacio público, el correo electrónico para intercambios interpersonales, la mensajería instantánea para intercambios más íntimos y la página personal para autopresentación. En el caso de los jóvenes de la comunidad de Merecure, tal distribución de significados y niveles de intimidad, se distribuyen de la manera expuesta en el siguiente párrafo.

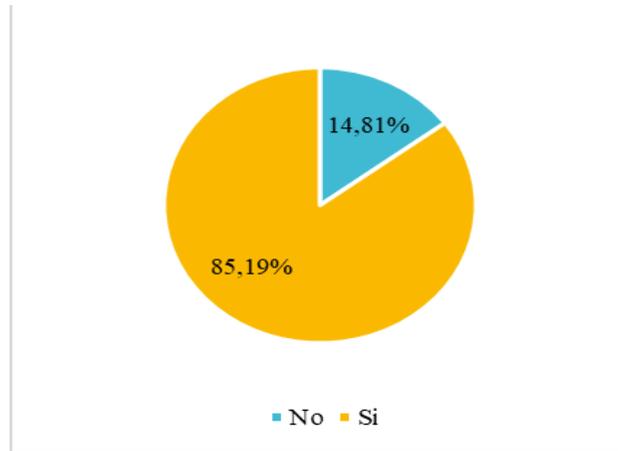
Podemos observar que en los tres gráficos presentados Facebook y WhatsApp son las plataformas más usadas para realizar publicaciones desde lo más personal e íntimo, lo social e impersonal y ligero. Sin embargo, destaca el porcentaje de 37,04% de jóvenes que no realizan publicaciones en ninguna plataforma sobre asuntos personales, el cual baja considerablemente en cuanto a las publicaciones de índole social, con un 18,52% de los jóvenes, y concerniente a las publicaciones más ligeras tan solo un 11,11%. Esto demuestra que los jóvenes son más reservados con la exhibición de sus vidas personales en redes, en oposición con la vida social, la cual son menos los jóvenes que no emplean esta práctica, y además se lleva a cabo en mayor diversidad de plataformas, mientras que, las publicaciones ligeras suelen tener cabida principalmente en Facebook en un porcentaje muy superior a las demás plataformas.

### **5.3.6 La Convergencia**

La convergencia no tiene lugar mediante aparatos mediáticos, por sofisticados que éstos puedan llegar a ser. La convergencia se produce en el cerebro de los consumidores individuales y mediante sus interacciones sociales con otros. Cada uno de nosotros construye su propia mitología personal a partir de fragmentos de información extraídos del flujo mediático y transformados en recursos mediante los cuales conferimos sentido a nuestra vida cotidiana. Como existe más información sobre cualquier tema de la que nadie es capaz de almacenar en su cabeza, tenemos un incentivo añadido para hablar entre nosotros sobre los medios que consumimos. Esta conversación crea un murmullo cada vez más valorado por la industria mediática (Jenkins, H., 2006, p. 15)

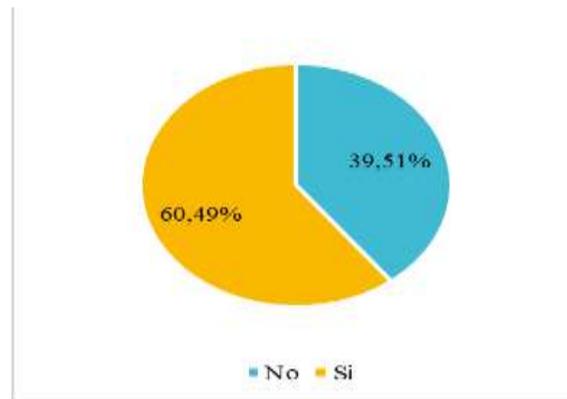
Entendiendo la convergencia como un proceso que ocurre en nuestros cerebros mediante el ejercicio de compartir con otros el contenido que consumimos en Internet, llevando así del espacio digital al espacio presencial contenidos que influyen en la configuración de nuestra realidad, el mundo virtual y online parecen ser un continuum y no dos mundos distintos. Es por ello que a partir de distintos ítems se buscó explorar la forma en que convergen ambos, mediante distintas prácticas que realizan o no los jóvenes rurales con sus amigos, familiares y conocidos. Algunos de ellos muestran lo siguiente:

**Gráfico 3.8.1** Hablas con tus amigos de cosas que miraste en Internet



Fuente: elaboración propia

**Gráfico 3.8.2** Te juntas con amigos para ver contenido en Internet

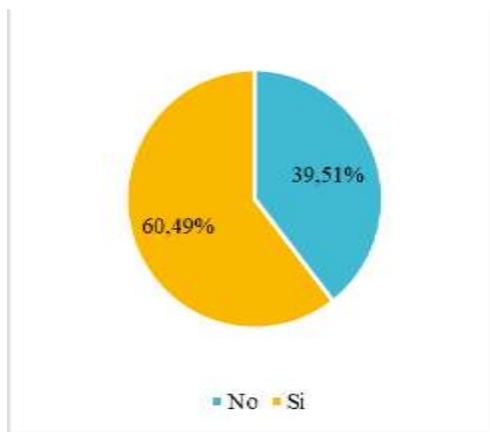


Fuente: elaboración propia

Concerniente a compartir y comentar con los amigos sobre contenidos que se vio en Internet, los jóvenes de Merecure en un 85,19%, comentó que **SÍ** habla con amigos de cosas que miró en Internet, mientras que un 14,81% comentó que **No** lo hace. Referente a que el móvil del encuentro presencial sea el consumo mediático, un 60,49% de los jóvenes comentó que **SÍ** se junta con amigos para ver contenido en Internet, tales como mirar un en vivo, jugar en línea, ver

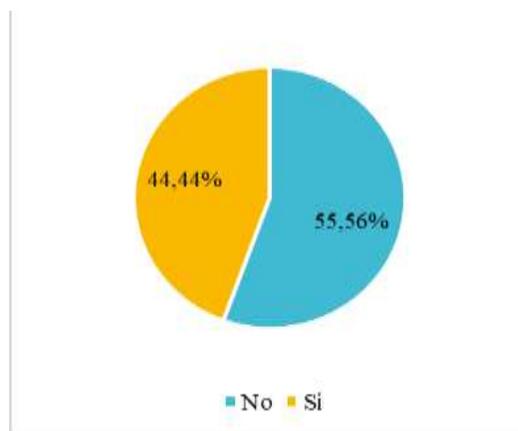
videos, reels, publicaciones y cualquier otra actividad en la web; mientras un 39,51% su respuesta fue **No**.

**Gráfico 3.8.3** Uso de lenguaje o referencias de contenido de Internet en la vida diaria



Fuente: elaboración propia

**Gráfico 3.8.4** Recrean prácticas vistas en Internet al reunirse con amigos

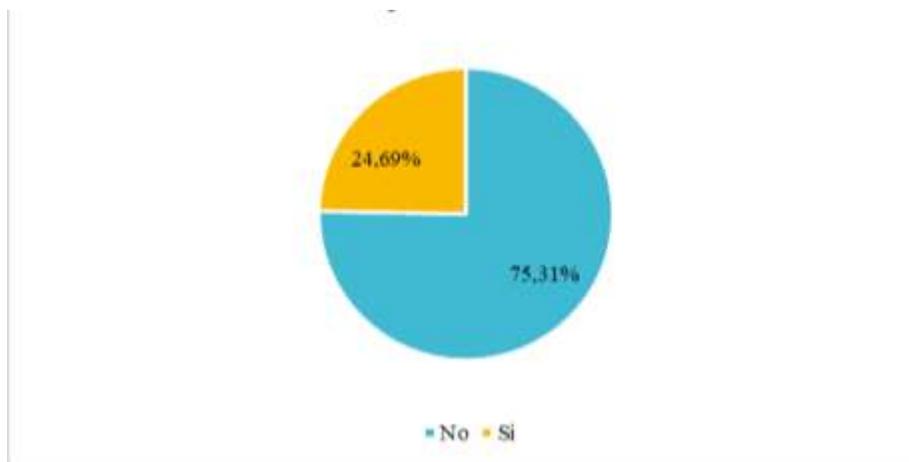


Fuente: elaboración propia

El contenido que consumimos al ser compartido y comentado puede formar parte de los usos del lenguaje, así lo refleja el 60,49% de los jóvenes que comentó que **Sí** usa lenguajes o referencias de contenido en Internet en su vida diaria, como citar frases de memes, por ejemplo;

y un 39,51% **No** lo hace. El lenguaje no es la única expresión de esta integración, sino también las prácticas, un 44,44% comentó que **Sí** se reúne con amigos para recrear prácticas vistas en Internet, tales como retos, recetas, dinámicas entre otros; y un 55,56% comentó que **No** lo hace, en esta última pregunta fue más pareja la distribución de respuestas.

**Gráfico 3.8.5** Reunirse con amigos para crear contenido para Internet



Fuente: elaboración propia

De las prácticas que demuestran mayor amalgamamiento o continuidad entre lo online-offline es la creación de contenidos, sin embargo ¿es este un móvil para los encuentros presenciales? Los resultados demuestran que un 24,69% **Sí** se reúne con amigos para crear contenido para Internet tales como hacer fotos, grabar videos, crear memes; mientras el 75,31% (la mayoría), comentó que **No** lo hace.

Con los resultados presentados se puede evidenciar que existe una dinámica continua entre el mundo online y offline de los jóvenes, lo cual genera convergencia. En mayor o menor medida, la población rural joven habla con sus amigos sobre el contenido que consumen, se reúne para consumir contenido, usa lenguaje y realiza prácticas extrapoladas de la web a sus interacciones presenciales; cada una de estas acciones son evidencias de la incorporación de la

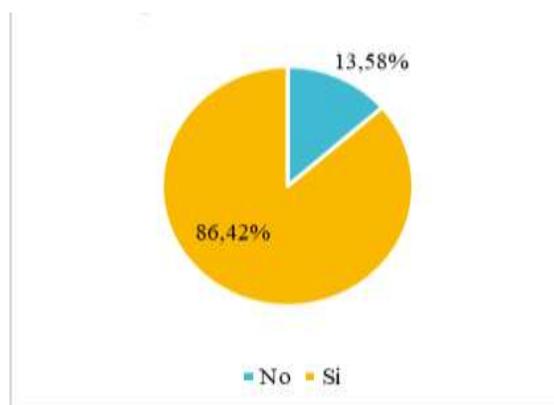
web en su cotidianidad, su forma de ser y estar con los otros, siendo expresiones de sociabilidad.

No obstante, la creación de contenido tiene menos presencia como móvil de las interacciones de los jóvenes. Es importante señalar que para esta actividad, son necesarias habilidades adecuadas del manejo de las plataformas y dispositivos, así como dispositivos con capacidades técnicas suficientes que soporten la producción y edición de contenido; adicional al tiempo de ocio disponible para dedicar a tales actividades. Estos son posibles factores que restringen la producción del mismo, haciendo que el consumo de contenido sea mayor a su creación entre los jóvenes de Merecure. Un dato que cabe rescatar es el porcentaje de jóvenes que usan Instagram y Tik-Tok, siendo el 65,43% y 72,84% respectivamente, ya que estas plataformas tienden a invitar a la creación de contenido que deviene en interacción; sin embargo, los resultados de esta investigación muestran que la interacción se efectúa principalmente con menos grupos de contactos, lo cual refleja que el uso que se les brinda a estas plataformas es más de consumo que de interacción.

### **5.3.7 Relaciones interpersonales mediadas por Internet**

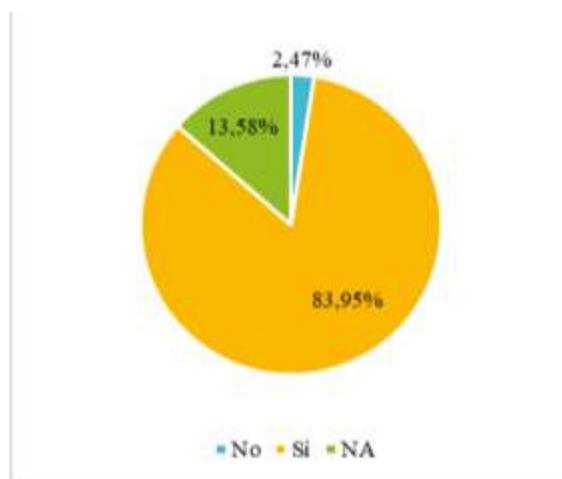
Como se ha ido evidenciando, la mediación que funge Internet en los lazos interpersonales cobra gran relevancia dentro de la cotidianidad, haciendo que el continuum de la vida online y offline se integre en la vida personal de los jóvenes sin tener consciencia de ello, es por esto que también se exploró en las interacciones que se ven mediadas por el uso y disfrute de las plataformas a través de Internet.

**Gráfico 3.9.1** Acuerdo de encuentros con amigos, usando alguna plataforma en Internet



Fuente: elaboración propia

**Gráfico 3.9.2** Los encuentros que acuerdan vía Internet se concretan

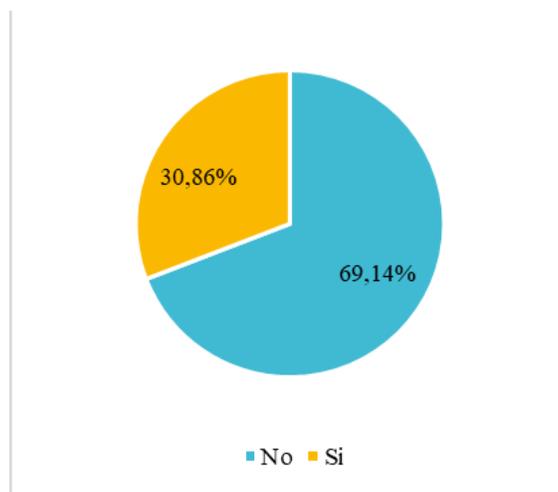


Fuente: elaboración propia

El 86,46% de los jóvenes **Sí** coordina encuentros con amigos usando alguna plataforma en Internet, el 13,58% **No** lo hace. Esta primera pregunta nos permite entender la importancia que cumple Internet como mediador de las relaciones interpersonales del joven, ya que un gran porcentaje se apoya en este medio para poder ver a sus amigos. De los jóvenes que manifestaron

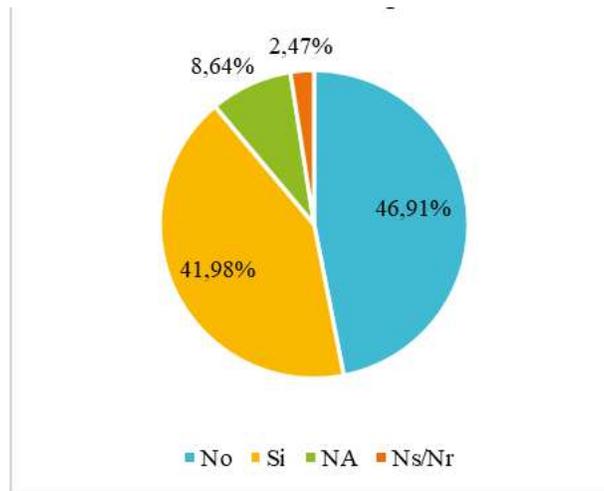
que sí usan Internet para concretar encuentros con amigos, un 83,95% de los jóvenes dijeron que **Sí** se concretan dichos encuentros, solo el 2,47% comento que **No** se concretan, y el 13,58% que **No Aplica** corresponde a quienes manifestaron, en la pregunta anterior, no hacerlo. Esto habla de que no solo se acuerdan sino que también se concretan, en un muy alto porcentaje, los encuentros con amigos, lo cual da cuenta de la importancia del continuum offline online en el cumplimiento del compromiso adquirido, es decir, el hecho de haberlo acordado de forma online no le resta valor al acuerdo del encuentro offline. Se evidencia entonces que la representación del vínculo, indistintamente del medio, es real y no superficial como podría presentarse si estuviesen distantes el valor del vínculo en lo online y offline.

**Gráfico 3.9.3** Para conocer nuevas personas prefieres el uso de plataformas a través de Internet



Fuente: elaboración propia

**Gráfico 3.9.4** Las personas que conoces en plataformas a través de Internet se vuelven de vínculo cercano o amigos



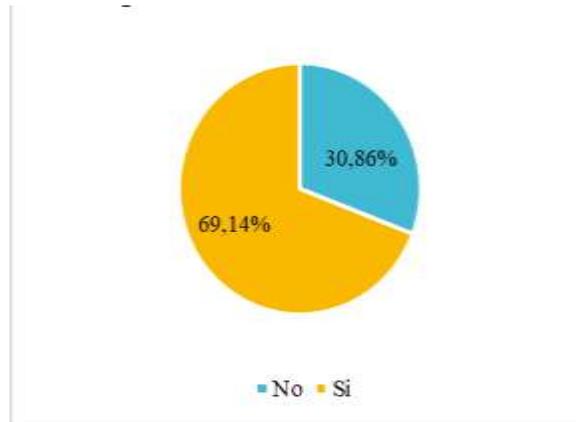
Fuente: elaboración propia

El 69,14% de los jóvenes manifestaron que **No** prefieren el uso de plataformas a través de Internet para conocer a nuevas personas, mientras que el 30,86% comentó que **Sí** lo prefiere. Esto habla de una preferencia por conocer principalmente en persona para luego poder entablar nuevos vínculos, esto va en consonancia con los criterios para agregar a una nueva persona en su red de contactos y compartir espacios de copresencialidad. En línea con ello, los encuestados que han conocido personas a través de Internet, un 46,91% comentó que **No** se vuelven de vínculo cercano, superando al 41,98% que dijo que **Sí**; mientras que el 8,64% no ha conocido a una persona a través de Internet y el 2,47% desconoce o no desea responder la pregunta.

A pesar de ser mayoría quienes prefieren conocer a otras personas presencialmente, una gran parte de los jóvenes que ha conocido personas a través de Internet, han desarrollado vínculos cercanos en el tiempo con esas nuevas personas. Lo cual evidencia que no existe un desplazamiento de los vínculos presenciales por los online, sino que, tal como se muestra en los gráficos 3.9.1 y 3.9.2, los vínculos de la vida presencial se ven mediados por la tecnología, así

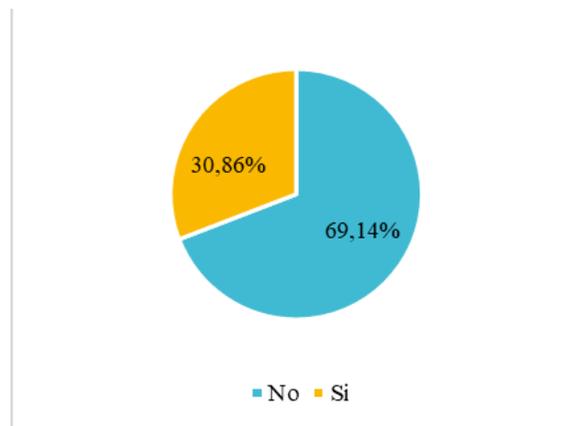
como también, las plataformas a través de Internet pueden propiciar la generación de nuevos vínculos, aunque este método no sea el preferido por los jóvenes de la comunidad de Merecure.

**Gráfico 3.9.5** Para mantenerte en comunicación con tus amigos, familiares y conocidos prefieres las plataformas a través de Internet



Fuente: elaboración propia

**Gráfico 3.9.6** La ausencia de amigos y familiares en plataformas a través de Internet dificulta relacionarte con ellos



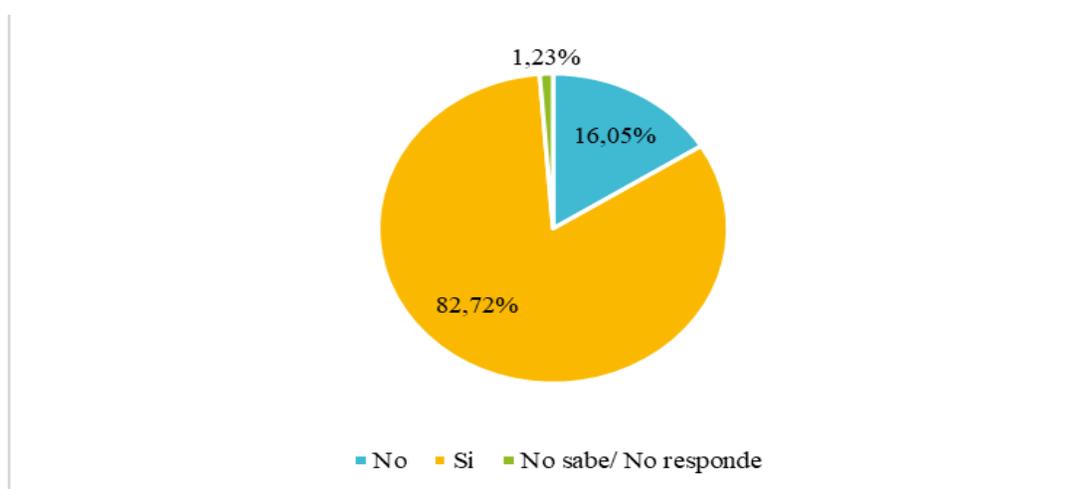
Fuente: elaboración propia

Un 69,14% de los jóvenes comentó que **Sí** usa plataformas de Internet para mantener el contacto con amigos, familiares y conocidos; el 30,86% restante **No** lo prefiere, es decir, se inclina más por medios presenciales. Si bien la mayoría de los jóvenes prioriza el uso de

plataformas a través de Internet, el 69,14% manifestaron que la ausencia de amigos y familiares en plataformas a través de Internet **No** representa dificultad para relacionarse con ellos; mientras que un 30,86% comentó que **Sí** se le dificulta dicha ausencia. Esto significa que la presencialidad o no de amigos y familiares en plataformas de Internet no limita o condiciona el mantenimiento del vínculo, es decir emplean mecanismos que no implican la mediación de Internet. Cabe aclarar que parece haber en estas dos respuestas una coincidencia estadística en los porcentajes de respuesta que no guarda relación entre sí de ningún tipo.

Sin embargo, el alto porcentaje de preferencia de las plataformas a través de Internet para el mantenimiento de la comunicación habla de la diversidad de interacción y de formatos de discurso que ofrecen estas, el cual permite variados tipos de lenguajes, desde los más tradicionales como el texto y la voz, hasta formas de discurso más sutiles, tales como: los emojis, stickers y reacciones; sin implicar un impedimento en el mantenimiento de la comunicación fuera del espacio web ya que los usos son complementarios y no de sustitución.

**Gráfico 3.9.7** Has retomado el contacto a través de Internet con personas a las que dejaste de ver

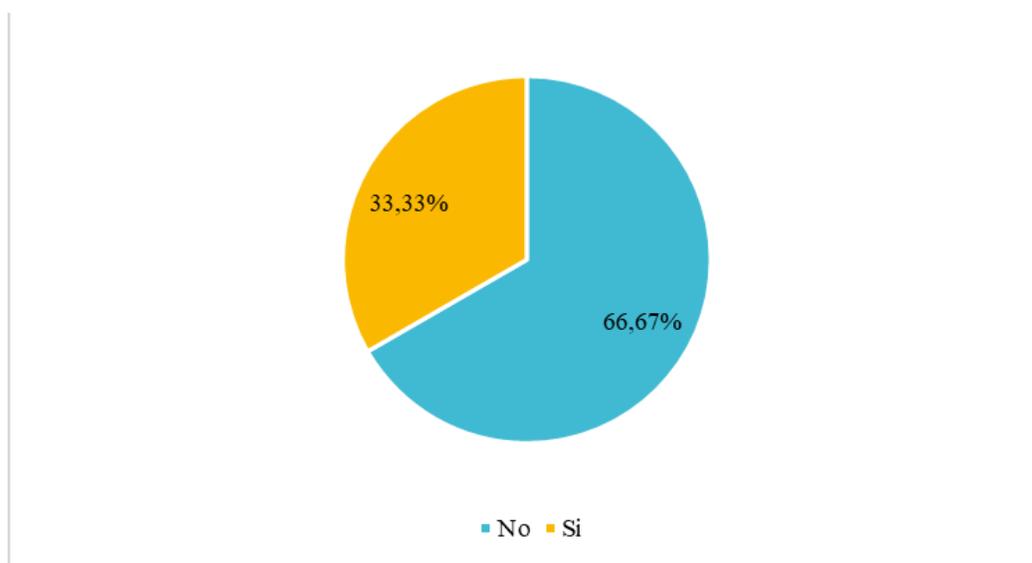


Fuente: elaboración propia

Los jóvenes expresaron en un 82,72% que **Sí** han retomado el contacto a través de Internet con personas a las que dejaron de ver de forma presencial; el 16,05% comentó que **No** lo ha hecho, y el 1,23% no sabe o no responde.

Los gráficos demuestran que el uso de plataformas a través de Internet que median en la interacción con sus amigos, familiares y conocidos, es una preferencia y no una necesidad, ya que la ausencia de estos en las plataformas no representa para la mayoría de ellos, un obstáculo para la interacción. Sin embargo, se torna de mayor importancia con aquellos con los que se habían perdido espacios de co-presencialidad, convirtiéndose en una herramienta importante para retomar el contacto con quienes ya no lo tenían. Esta es una de las principales bondades y funcionalidades de las plataformas de Internet desde sus inicios: conectar a los distantes físicamente para superar los límites de tiempo y espacio.

**Gráfico 3.9.8** Pertenece a alguna comunidad en Internet



Fuente: elaboración propia

Un 66,67% de los jóvenes **No** pertenece a una comunidad en Internet, mientras que el 33,33% **Sí** lo hace. En este sentido, la categoría comunidad hizo referencia a grupos de

fanaticada, aficiones o de identidades compartidas, considerando que los grupos en las redes sociales suelen conectar personas de todo el mundo que se asocian a temas de interés y que la interacción con la red de contactos genera por sí mismo la integración en una comunidad en el sentido de pertenencia y relaciones de afinidad. El no sentirse parte de una comunidad en la web coincide con el hecho de que los jóvenes interactúan en las plataformas de Internet, principalmente con las personas cercanas y no con personas que no conocen.

En resumen, el joven media sus relaciones a través de Internet, pero lo hace en mayor medida con las personas que ya conoce, es decir potencia sus relaciones presenciales mediante el uso de Internet, ya que acuerda y concreta en un gran porcentaje encuentros presenciales. Para mantener la comunicación con amigos y familiares prefieren el uso de plataformas a través de Internet, aunque si estos amigos y familiares no son activos en dichas plataformas no es un impedimento para estar en comunicación; y, por último, ha podido retomar el contacto con personas a las que dejó de ver, no prefiere conocer personas nuevas a través de la web, ni tampoco formar parte de alguna comunidad.

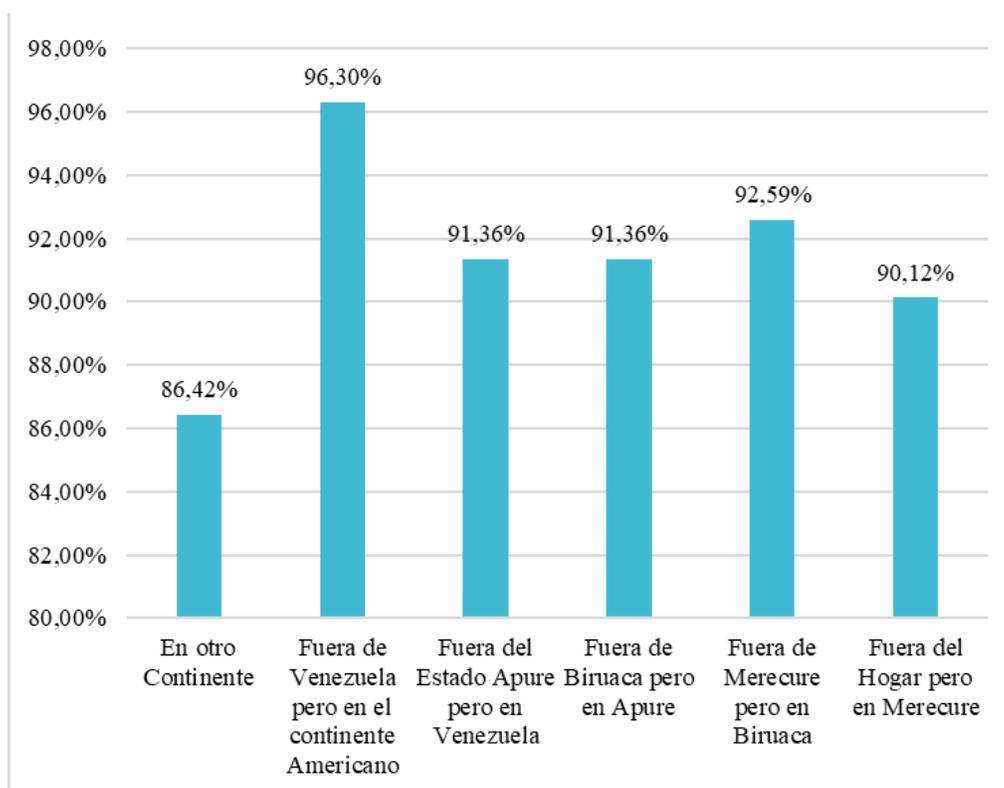
### **5.3.8 La Ubicuidad**

Las tecnologías de información y comunicación permiten mantener interacciones ubicuas, no importa el lugar geográfico donde este la otra persona, mientras se cuente con un dispositivo y acceso a Internet es posible establecer interacción con la red de contacto que se encuentre en cualquier parte del mundo y en cualquier momento del día. Siendo definida como la capacidad de,

ampliar la sociabilidad humana sin necesidad de co-presencia (...) La conformación reticular de los procesos de comunicación en el ciberespacio permite multiplicar de forma fácil, rápida y accesible todo tipo de encuentros y contactos sobre la base de la

disponibilidad ininterrumpida del otro 24 horas al día, 365 días año. (Cáceres, M., Brändle, G., Ruiz, J., 2017, p.238). El lema de la sociedad de la ubicuidad es anyone, anywhere, anytime –cualquier persona, en cualquier lugar, en cualquier momento-. (Islas, O., 2008, p.4)

**Gráfico 3.10** Internet ha permitido mantenerse en comunicación amigos y familiares que viven en



Fuente: elaboración propia

Los jóvenes manifestaron que Internet les ha permitido mantener comunicación: con amigos y familiares que viven En otro continente (86,42%), Fuera de Venezuela, pero en el mismo continente americano (96,30%), Fuera del estado Apure pero en Venezuela (91,36%), Fuera de Biruaca, pero en Apure (91,36%), Fuera de Merecure pero en Biruaca (92,59%), Fuera del hogar pero en Merecure (90,12%). El Internet sirve para mediar los círculos cercanos hasta los más distantes, ya que el uso de las plataformas de Internet no está dado únicamente por su carácter desterritorializado, sino por la diversidad de formas de comunicación e interacción que admite,

lo que deviene en el placer de estar con los otros, es decir, en la sociabilidad. En términos generales, podemos ver que los jóvenes de la comunidad de Merecure, tienen un alto porcentaje de ubicuidad, ya que pueden comunicarse con amigos y familiares, en cualquier parte del mundo, sin importar la ubicación de estos últimos.

## **Conclusiones y recomendaciones**

En este capítulo se presentan las conclusiones y recomendaciones de la investigación, la cual buscó dar respuesta a tres preguntas de investigación, recapitulando: ¿Qué características tiene el joven rural de la comunidad de Merecure, en sus aspectos demográfico, social y económico?, ¿Qué nivel de conectividad significativa tiene? y por último, ¿Cómo llevan a cabo las prácticas de sociabilidad virtual?; las cuales fueron trazadas en forma de objetivos, cuyos resultados se presentan a continuación.

### **Caracterizar al joven rural de la comunidad de Merecure en sus aspectos demográfico, social y económico.**

A continuación, se comentarán las principales características del joven rural de la comunidad de Merecure, Estado Apure, en sus aspectos demográficos, sociales y económicos. Se halló que la edad media de los encuestados es de 20,77 años, siendo esta una población altamente joven; la distribución entre hombres y mujeres es pareja 54,32% y 45,68% respectivamente; cuentan con condiciones físicas favorables (91,36%), ya que el porcentaje de deficiencia, condiciones o discapacidades es muy bajo (8,64%); la mayoría no prosigue los estudios a nivel superior por tanto, más de la mitad de los encuestados, no se encuentra estudiando actualmente

(54,32%), siendo el nivel máximo de escolaridad alcanzado mayormente el bachillerato (69,14%). La mayoría de los jóvenes está soltero (69,14%), sin embargo las mujeres tienen mayor inclinación a formar una familia que los hombres, ya que, hay mayor porcentaje de estas en situación conyugal de unión o matrimonio (43,25%). Enlazado con lo anterior, se encontró que las mujeres tienen mayor carga familiar proveniente de la conformación de nuevas familias, siendo los hijos los que representan mayor responsabilidad (32,43%), en oposición a los hombres quienes su mayor carga familiar proviene del núcleo primario, es decir, padres y hermanos (11,36%); aunque la mayoría de hombres y mujeres, no tienen carga familiar (74,07%).

En cuanto a la afiliación fuera del hogar se observó que la mayoría de los jóvenes no integran una asociación formal (75,31%), como lo son los grupos artísticos, deportivos, políticos, ecológicos y religiosos; no obstante, las mujeres son las que menos se asocian (89,19%), integrando solo grupos religiosos (8,11%) y deportivos en una menor medida (2,70%); por su parte, son los hombres quienes se asocian con mayor diversidad (36,36%). Esto exhibe un mayor replegamiento hacia el espacio privado por parte de las mujeres y espacios públicos por parte de los hombres, debido a que estos últimos se asocian a ámbitos políticos (11,37%), deportivos (9,09%) y artísticos (6,82%).

Los jóvenes de Merecure muestran gran insatisfacción con la calidad de los servicios públicos, siendo apenas un 1/3 de estos los que se encuentran satisfechos en promedio con todos los servicios públicos explorados. Entre los servicios que generan mayor insatisfacción se encuentran: el abastecimiento de combustible (64,20%), las vías públicas (56,80%), la electricidad (55,60%) y seguridad pública (55,60%); las condiciones de estos servicios representan limitantes para el desplazamiento, la conexión a Internet y uso de dispositivos, factores posibilitadores de la sociabilidad presencial y online. Además, esto nos habla de la

calidad de vida de los jóvenes, ya que de los servicios públicos sólo se reportó satisfacción con el agua potable (55,60%), el gas doméstico (40,70%) y las telecomunicaciones (40,70%). Entre los tres tipos de servicio mencionados dentro del grupo de satisfacción, solo el agua potable supera el 50% de jóvenes satisfechos, ya que en realidad esta satisfacción se encuentra relacionada con el autoabastecimiento del mismo.

Respecto a las características económicas, se encuentra que un porcentaje muy alto debe costear la creación de pozos para la satisfacción del agua (92,59%), pagar gasolina a precio internacional o de contrabando (59,26%) para poder movilizarse hacia San Fernando de Apure y poder realizar actividades de estudio y trabajo, principalmente. Se observa una incursión en el mundo laboral a temprana edad (se encuentran trabajando 46,91% de los jóvenes), incluso antes de la culminación del bachillerato, en sectores de la actividad económica como el comercio al por mayor y al por menor y la reparación de vehículos automotores y motocicletas (27,27%). Llama la atención que el sector de la actividad económica enfocado en agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, representa apenas el 9,09%, lo que contradice al imaginario colectivo que relaciona la vida rural a las actividades propias del campo.

Con respecto a la recepción de ingresos por salario fijo (24,69%), son el doble que los ingresos por salario a destajo (12,35%) y por comercio formal e informal (12,35%), lo cual evidencia la dependencia de los jóvenes a ingresos provenientes de trabajos del mercado laboral, no independientes. Otras formas de ingreso económico consisten en el apoyo familiar (23,46%) y del Estado (18,52%), las donaciones o ayudas (23,46%). Por último en el grado de satisfacción de las necesidades básicas, los jóvenes le dan prioridad a la alimentación (45,68% satisfecho totalmente) y salud (44,44% satisfecho totalmente), factores fundamentales para la supervivencia.

### **Medición del acceso a Internet de los jóvenes de la comunidad de Merecure a través del índice de conectividad significativa.**

Explorando el acceso a Internet de los jóvenes de Merecure se obtuvo como resultado que todos se han conectado a Internet al menos una vez al mes en el último trimestre, aunque este dato no profundiza en el acceso a una velocidad adecuada: suficientes datos; dispositivos adecuados; lugares en donde se conecta; y frecuencia de uso. Es por ello que el índice de conectividad significativa fue el instrumento adecuado, ya que este se ha usado principalmente en poblaciones rurales.

Los resultados obtenidos de la conectividad significativa sitúan a los jóvenes de Merecure con un acceso precario a Internet, teniendo en consideración que apenas el 18% de ellos cumple con todos los requisitos necesarios para tener conectividad significativa. La baja conectividad significativa, conlleva por un lado, a tener dificultades para el disfrute de la reproducción multimedia e interacción multimodal y al racionamiento de su consumo, por el otro al no contar con un plan de datos suficiente, lo que equivale a quedar desconectados cuando se desplazan fuera de sus hogares, lugar de estudio o trabajo.

Las condiciones estructurales también representan un obstáculo importante, difícil de superar. Solo un 23% de los jóvenes tiene conexión frecuente a 4G y un plan de datos prepago y postpago, esto significa que quienes tienen acceso constante a una velocidad adecuada de Internet son el grupo que obtuvo la medición más baja. Aquí se evidencian las condiciones de lo rural, tomando las teorías de las brechas que definen lo rural, ya que el desarrollo de las tecnologías llega tardíamente y la población rural representa un menor porcentaje en comparación con las

zonas urbanas. Sumado a ello, al ubicarse geográficamente distantes y de difícil acceso, la población rural se vuelve menos atractiva para la inversión con retorno, debido a que conlleva más desafíos y costos, para las compañías de telecomunicaciones, realizar instalación de equipos para el mejoramiento de la banda ancha móvil.

A pesar de la baja conectividad significativa que experimentan los jóvenes, la gran mayoría lleva a cabo prácticas de sociabilidad virtual, logrando sortear las dificultades mediante el apoyo a terceros para el acceso a dispositivos; acceder a Internet por banda ancha fija a través de lugares comerciales como Ciudad Traki; entre otras estrategias que le permiten interactuar con sus amigos familiares y conocidos.

El acceso a Internet posibilita la presencia de los jóvenes en la web y, por ende, la posibilidad de ejercer sociabilidad virtual, ya que esta amerita interacción frecuente en la web, interacción que además es mediada a través de plataformas de Internet, que para la presente investigación han sido tomadas los entornos de las redes sociales digitales y mensajería instantáneas.

**Describir las prácticas de sociabilidad virtual que entablan los jóvenes rurales de la comunidad de Merecure, a través de los usos y las relaciones mediadas en las redes sociales y mensajerías instantáneas.**

Los jóvenes de Merecure, a pesar de tener un nivel de conectividad significativa realmente bajo, cuentan con características propias de la sociabilidad virtual. Entre los principales hallazgos sobre las prácticas de sociabilidad virtual que emplean estos jóvenes se encuentran: el uso de Internet para fines de interacción y consumo, ya que este fue utilizado por los jóvenes en el último mes para interactuar en redes sociales (100%), así como en mensajería instantánea (95,06%), investigar asunto de su interés (80,25%), usar plataformas de streaming

(70,37%), jugar en línea en solitario (51,85%), ver noticias (62,96%) y jugar en línea con otros (46,91%). En la presente investigación se indagó específicamente en las actividades que generan interacción, tomando como espacios las redes sociales digitales y la mensajería instantánea.

Las formas de interacción que se evidenciaron tienen características multimodales, en cuanto a las formas de discurso que emplean los formatos a través de los cuales interactúan y las plataformas que utilizan. En cuanto a las formas del discurso, emplean una diversidad de ellos, contemplando desde los más sutiles, como los emojis y stickers, hasta aquellos más explícitos como lo son el texto y la grabación de voz, aunque se retraen de los formatos de presentación de la imagen propia tales como las imágenes y los videos, sean temporales o permanentes. De igual manera, interactúan a través de formatos diversos con su red de contactos, que van desde interacciones más íntimas como el mensaje directo y las historias, hasta aquellos de mayor exposición como las publicaciones, videos y menciones.

El uso de plataformas también es diverso, evidenciándose más el uso de las redes sociales que la mensajería instantánea, sin embargo, entre estas se destacan: Facebook (95,06%) entre las redes sociales y WhatsApp (92,59%) para la mensajería instantánea. Concerniente a los contenidos que propician las interacciones, los principales son las publicaciones personales de su red de contactos en los distintos formatos, los memes compartidos y la música (82,72% cada uno).

Una de las características que hace posible la interacción y mediación de las relaciones a través de las plataformas de Internet es la hiperconexión, que es posible debido al acceso de dispositivos móviles y la frecuencia de conexión a Internet, considerando que la mayoría de ellos lo hace al menos una vez al día todos los días, aunque esta no sea una posibilidad de todos los jóvenes como lo señala las dimensiones concernientes a la medición de conectividad significativa.

También es posible que los jóvenes a través de la conformación de una red de contactos, toman como criterios para agregar a alguien a su red (principalmente) que sean amigos con quienes comparten presencialmente, miembros de su familia, y personas cuyos rostros identifican, sin embargo, este criterio a la vez debe estar acompañado para buena parte de ellos, por que sean personas con quienes comparten intereses de distinta índole. La conformación de esta red de contactos atiende a criterios racionales, que evidencian el continuum online-offline en la vida de los jóvenes, tomando como primer y principal mecanismo de privacidad la elección de quienes integran su red, además sus perfiles son privados en la mayoría de las plataformas que usan, posterior a ello el uso de mecanismos de privacidad dentro de las actividades específicas que se emplea en las plataformas son menores (publicaciones para contactos excluidos, publicaciones para contactos específicos, publicaciones con interacciones desactivadas, en línea desactivado, confirmación de lectura desactivada, entre otros). Sin embargo, la mayoría de ellos no expone su vida personal en las redes, prefieren el consumo del contenido de su red de contacto y publicaciones más ligeras como los memes, esto evidencia una racionalidad en cuanto a su multimedialidad, ya que a pesar de no emplear métodos de privacidad, agregan a su red de contacto a personas que ya conocen en espacios presenciales y no se exponen demasiado en redes.

La comunicación mediada por el ordenador está presente en los jóvenes de Merecure, y la principal función es que potencia sus vínculos ya existentes en la presencialidad, es decir, el uso de dispositivos y plataformas a través de Internet le permite potenciar la comunicación con su red de contactos, esto lo demostró la intimidad de las relaciones, dada por la multiplicidad de plataformas que median la interacción y la frecuencia de la interacción, donde los amigos y la pareja o interés amoroso fueron los contactos de la red con los que establecen mayor intimidad.

Las TIC han transformado la forma de estar con los otros, así lo demuestra la convergencia que se evidencia en su función mediadora, siendo el principal móvil el consumo, el cual fomenta el encuentro presencial. Es un hallazgo interesante que el 60,49% se reúne con amigos para ver contenido en Internet, y un 82,72% se conecta a Internet en la casa de otra persona, es decir, que en buena medida el conectarse en casa de otra persona, no solo es una necesidad que se suple en lo individual, sino que muestra la importancia del acceso a Internet como mediador de las relaciones interpersonales, tanto a distancia como presenciales, siendo el consumo una actividad grupal.

Así mismo, los jóvenes no sólo establecen relaciones medidas con aquellos con quienes comparten la presencialidad, además está presente la ubicuidad en sus relaciones, ya que Internet les ha permitido mantener contacto con amigos, familiares y conocidos, que se ubican lo más distantes (en otro continente), como con los cercanos (fuera de su hogar, en la misma comunidad). Los jóvenes ven las posibilidades de comunicación desterritorializada como un potenciador de sus relaciones y no como un sustituto.

Se evidenció que las interacciones que se establecen a través de la web pertenecen al ámbito de la sociabilidad, ya que las formas de la interacción, ubicua, convergente, multimodal, tienen mayor relevancia que los contenidos de la misma, así como las relaciones que no guardan un vínculo relacionado a una actividad específica con las cuales se establece mayor intimidad en la relación, la felicidad de estar con otros en la web, está reflejada en la variedad de actividades en la cotidianidad que involucra la interacción con otros en la web, tales como: chatear, comentar y reaccionar a sus amigos, jugar en línea, compartir contenido, interacciones entre amistades y desconocidos que implican algún sentido lúdico, siendo estas las nuevas formas de

ser, estar, desenvolverse en la vida cotidiana y de relacionarse sin la necesidad de interacción física.

## **Conclusiones finales**

La sociabilidad, es tan solo una parte de la socialización, la cual es mucho más amplia y compleja, en el presente trabajo, solo se abordó el aspecto lúdico de esta, el placer de estar con los otros como concibe Simmel la sociabilidad; sin embargo, diferentes aspectos son partícipes en el desenvolvimiento de la misma, en este estudio, se quiso dar cuenta del contexto rural, tomando como caso de estudio los jóvenes de la comunidad de Merecure, estado Apure, en la cual, se evidencio, que el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, también están teniendo influencia en la forma como estos jóvenes interactúan entre si, como establecen sus relaciones interpersonales, como son partícipes de la vida de los otros, algunos datos relevantes que lo demostraron fueron, los criterios que usan los jóvenes para agregar a una persona a la red de contactos donde priman el tener ya un lazo establecido, el uso y consumo de contenido en Internet como factor mediador para el encuentro con los otros, entre otras prácticas que se exploraron. Lo cual, da cuenta de que el uso que dan a Internet no se presenta en forma de sustitución sino de entrelazamiento de usos, se apoyan de las plataformas de Internet para el mantenimiento de las redes presenciales

Las condiciones estructurales limitan el acceso a una sociabilidad virtual en los jóvenes, ya que los datos recabados indican gran insatisfacción con el servicio eléctrico, y en el índice de conectividad significativa refleja un bajo acceso significativo a Internet, así como también poca diversidad en los dispositivos tecnológicos, las condiciones materiales dadas por el contexto rural y nacional, permean el acceso, como se observó los hogares de estos jóvenes se encuentran

dirigiendo los esfuerzos a satisfacer necesidades primordiales, y aún así la satisfacción de la alimentación es mayormente solo parcial, pocos recursos quedan para el entretenimiento, sin embargo, el acceso a Internet no es solo un medio de sociabilización, sino que impacta todos los aspectos de la vida en una sociedad que cambia al paso de la evolución tecnológica, los procesos gubernamentales, la educación y el trabajo son sectores primordiales que se están viendo impactados, cómo pueden estos jóvenes mejorar su calidad de vida, a través de mayores oportunidades de formación y empleo estando excluidos de las plataformas que brinda la tecnología para ello.

La infraestructura nacional cuenta con grandes fallas a nivel de velocidad, latencia, estabilidad, modernización y adecuación, en el caso de la comunidad de Merecure no existe el acceso a fibra óptica, a una conexión 4g digna para poder disfrutar de las demandas que exige el Internet hoy día, y los servicios públicos como la electricidad impide el correcto disfrute no solo del Internet en general sino de otros aspectos de la vida del Joven. Es importante en principio mejorar los servicios públicos, modernizar el acceso a Internet fija y móvil, con costes que también seas asequibles para la población.

La sociabilidad virtual que es ampliamente empleada por la mayoría de los jóvenes, quizás representan una alternativa factible para la interacción social de estos, ante un contexto que ve limitado las oportunidades de encuentro, debido al estado de las vías y alumbrado público, el transporte público y el abastecimiento de combustible, que limitan el desplazamiento; así como, la disponibilidad de tiempo de ocio, ante jóvenes que se insertan de forma muy temprana en el ámbito laboral, relacionado al grado de satisfacción que alcanzan los recursos para cubrir las necesidades más básicas, comunicarse a través de Internet se hace práctico, de bajo costo si se cuenta con acceso a banda ancha ilimitada, siendo así una alternativa viable para

formar parte, para estar en contacto con los amigos, la pareja o interés amoroso y la familia principalmente, todos estos vínculos se establecen también en la presencialidad, y no ven obstáculo para su desenvolvimiento sin el uso de plataformas de Internet, sin embargo, se prefiere, ya que como se mencionó previamente les resulta factible.

El presente estudio no alcanzó a analizar los impactos que están teniendo estas nuevas formas de interactuar con los otros, y se limitó a la constatación de la presencia y uso de la sociabilidad virtual en el entorno rural, sin embargo, este es un camino que se deja abierto y donde radica la vital importancia de los estudios como este, ya que, los cambios en las interacciones sociales a nivel microsociales, tienen un impacto en la conformación de la sociedad en su conjunto, es menester de la sociología comprender dichas transformaciones.

## **Recomendaciones**

Se espera que esta aproximación exploratoria pueda servir para futuros estudios que se deseen realizar en zonas rurales, bien sea con jóvenes u otros grupos etarios, teniendo como punto de partida la posibilidad de profundizar en la comprensión cualitativa del fenómeno, ya sea que se escoja alguna plataforma de redes sociales o una de mensajería instantánea. También en aquellos casos en los que se desee comparar lo rural con lo urbano, en cuanto a las brechas que existen entre ambos, evidenciando la precariedad de las telecomunicaciones en la oferta actual, y la poca inversión que realizan las empresas privadas de servicios de Internet.

Se puede indagar en los formatos bajo los cuales se interactúa (comentarios, reacciones, compartidos, mensajes directos o cualquier otra forma de interacción), de acuerdo a distintos tipos de contenido, clasificación de red de contacto, o formato de publicación para conocer la diversidad y grados de exposición de la interacción que se llevan a cabo.

Es importante también profundizar sobre los motivos que llevan a los jóvenes a no sentirse parte de alguna comunidad, bien sea web o personal, pese al nivel de interacción que pudieran tener con distintos tipos de asociaciones, formales o informales.

Consideramos que es importante correlacionar los aspectos demográficos, sociales y económicos con las distintas prácticas de sociabilidad virtual en los jóvenes, a fin de mirar las diferencias y heterogeneidad de los jóvenes rurales y conocer si la sociabilidad se presenta de forma diferenciada en aspectos tales como la edad y el sexo; características sociales como la educación, nivel de vida y carga familiar; y características económicas, como por ejemplo, si trabaja o no; entre otros aspectos relevantes.

También es posible indagar en la relación que pueda existir, o no, en el acceso a Internet y las prácticas de sociabilidad virtual, cómo se ven estas influidas y cuáles de las características que se han expuesto pueden estar relacionadas con ello.

Es recomendable realizar análisis multivariantes para trazar el recorrido de la interacción con cada clasificación de contactos en la web, que den cuenta de los tipos de discurso, formatos de interacción, contenidos y privacidad. Con la finalidad de determinar el tipo de vínculo que se establece en la web, así como la percepción del valor otorgado a estos vínculos.

Considerando que las zonas rurales, desde la perspectiva de las brechas, carecen de bienes y servicios de consumo, entre ellos el consumo cultural, sería relevante indagar en la relación que pudiera existir entre el consumo cultural y las prácticas de sociabilidad virtual.

Finalmente, esta investigación podría fungir como base para conocer si la sociabilidad virtual en lo rural, tiene algún tipo de influencia en el fortalecimiento del vínculo social en los jóvenes.

## **Bibliografía**

- Arnabat, R. y Duch, M. (2014). Sociabilidades contemporáneas. En Historia de la sociabilidad contemporánea: del asociacionismo a las redes sociales (pp. 1-210). Universitat de València, Servei de Publicacions.
- A4AI. (2020). Conectividad significativa: un nuevo objetivo para elevar el nivel de acceso a Internet. Alianza por Internet Asequible.
- Beaudouin, V. (2009). Les dynamiques des sociabilités. En C. Licoppe, L'évolution des cultures numériques: De la mutation du lien social à l'organisation du travail (pp. 21-28). Editions FYP.
- Bisbal, M. (2004). Medios, ciudadanía y esfera pública en la Venezuela de hoy. Quórum Académico, Vol. 1, N°. 1, págs. 87-109 Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3994493>
- Cáceres, M., Brändle, G., & Ruiz, J. (2017). Sociabilidad virtual: la interacción social en el ecosistema digital. Historia y Comunicación Social, 22(1), 233-247.
- Cáceres, M., Brändle, G., & Ruiz, J. (2013). Comunicación interpersonal en la web 2.0: Las relaciones de los jóvenes con desconocidos. Revista Latina de Comunicación Social, (68), 436-456.
- Campión, R., Martínez, L., & Sabater, C. (2017). La tecnosocialidad: El papel de las TIC en las relaciones sociales. Revista Latina de Comunicación Social. Recuperado el 11 de octubre de 2023, de

[https://www.researchgate.net/publication/321825156\\_La\\_Tecnosocialidad\\_El\\_papel\\_de\\_las\\_TIC\\_en\\_las\\_relaciones\\_sociales](https://www.researchgate.net/publication/321825156_La_Tecnosocialidad_El_papel_de_las_TIC_en_las_relaciones_sociales)

- Carretero, A. (2010). Las nuevas modalidades de sociabilidad en la red: George Simmel y el universo tecnológico. Congreso cibersociedad. Barcelona, España.
- Castells, M. (2014). El impacto de Internet en la sociedad: una perspectiva global. En C@mbio: 19 ensayos clave sobre cómo Internet está cambiando nuestras vidas (pp. 1-20). BBVA.
- Castells, M. (1999). La Red y el yo. En La Sociedad Red (pp. 1-36). Siglo XXI Editores.
- Castells, M. (2001). Informacionalismo y la sociedad web. En P. De Himanen (Ed.), La ética del hacker y el espíritu de la era de la información (pp. xx-xx). Editorial Floris Books.
- Castells, M. (2001). La Galaxia Internet. Areté.
- Calderon, A. (2022). Un camino digital para el desarrollo sostenible de América Latina y el Caribe Editorial CEPAL
- Cornejo, M., & Tapia, M. (2011). Redes sociales y relaciones interpersonales en Internet. Fundamentos en Humanidades, 12(24), 219-229.
- De Moragas, M. (2007). La Mediación Social y los enfoques de la teoría de la comunicación. Mediaciones Sociales, (1), 261-269.
- Espejo, A. 2017. "Inserción Laboral de los Jóvenes Rurales en América Latina: Un breve análisis descriptivo. Grupos de Diálogo Rural, una estrategia de incidencia". Serie documento N° 225. Grupo de Trabajo Inclusión Social y Desarrollo. Programa Jóvenes Rurales, Territorios y Oportunidades: Una estrategia de diálogos de políticas. Rimisp, Santiago, Chile.

- Gallego, S. (2016). Redes sociales digitales: información comunicación y sociedad en el siglo XXI (2000-2010) [Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid Facultad de Ciencias de la documentación]. Madrid, España.
- Guiskin, M. (2019). Situación de las juventudes rurales en América Latina y el Caribe. CEPAL.
- Hernández, A., & Küster, I. (2012). Brand impact on purchasing intention: An approach in virtual social networks channels. *Economics and Business Letters*, 1(2), 1-9.
- Iglesias-Sahagún, L. (2017) La sociabilidad, una puesta al día. *Digital@uaqro*. Vol.10/Núm. 2. Disponible en: [https://www.uaq.mx/investigacion/revista\\_ciencia@uaq/ArchivosPDF/v10-n2/art5\\_numpagina.pdf](https://www.uaq.mx/investigacion/revista_ciencia@uaq/ArchivosPDF/v10-n2/art5_numpagina.pdf)
- IICA. (2020). Conectividad Rural En América Latina Y El Caribe: Estado De Situación, Retos Y Acciones Para La Digitalización Y El Desarrollo Sostenible.
- INE. (2011). Recuperado de [http://www.ine.gob.ve/index.php?option=com\\_content&view=article&id=584](http://www.ine.gob.ve/index.php?option=com_content&view=article&id=584)
- INE España. (2020). Recuperado de [https://www.ine.es/ss/Satellite?L=es\\_ES&c=INESeccion\\_C&cid=1259926668516&p=%5C&pagename=ProductosYServicios%2FPYSLayout&param1=PYSDetalle&param3=1259924822888](https://www.ine.es/ss/Satellite?L=es_ES&c=INESeccion_C&cid=1259926668516&p=%5C&pagename=ProductosYServicios%2FPYSLayout&param1=PYSDetalle&param3=1259924822888)
- Islas, O. (2008). La Sociedad De La Ubicuidad, Los Prosumidores Y Un Modelo De Comunicación Para Comprender La Complejidad De Las Comunicaciones Digitales. *Razón Y Palabra*, (65), xx-xx.
- Jervis, T. (2022). Mensajería instantánea: qué es, características, tipos, ejemplos [Mensaje en un blog]. Lifereder.com. Recuperado de <https://www.lifereder.com/mensajeria-instantanea/>

- Kemp, S. (2022). Digital 2022: Informe general global. Recuperado de <https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report>.
- Linne, J. (2016). La “multitud”: performances íntimas en Facebook de adolescentes de Buenos Aires. *Estudios Sociológicos*, 34(100), 65-84.
- López, M. (2014). Prácticas de sociabilidad virtual entre jóvenes. Centro de investigaciones y estudios superiores en Antropología social.
- Martín, Barbero, J. (1987). Mapa nocturno para explorar el nuevo campo. En *De los Medios a las Mediaciones*. Ediciones G. Gili, S.A.
- Martín, M. (1976). Mediación y Sociedad. En S. Del Campo (Ed.), *Diccionario de Ciencias sociales* (pp. 179-184). Instituto de Estudios Políticos.
- Merino, L. (2010). Nativos digitales: Una aproximación a la socialización tecnológica de los jóvenes [Tesis doctoral, Instituto de la Juventud].
- Merino, L. (2011). Jóvenes en redes sociales: significados y prácticas de una sociabilidad digital. *Revista de Estudios de Juventud*, (95), 31-43. Recuperado de [http://www.injuve.es/sites/default/files/tema2\\_revista95.pdf](http://www.injuve.es/sites/default/files/tema2_revista95.pdf).
- Molina, J., & Rodrigo, M. (s.f.). Tema 3.3: Distribución normal [PDF]. Universitat de València. Recuperado de [http://ocw.uv.es/ciencias-sociales-y-juridicas/estadistica-i/tema\\_3\\_3.pdf](http://ocw.uv.es/ciencias-sociales-y-juridicas/estadistica-i/tema_3_3.pdf).
- Naciones Unidas Recuperado de: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/infrastructure/>
- Ocampo, A. (2018). Jóvenes rurales y virtualidad: Un acercamiento a sus subjetividades desde las redes sociales [Tesis doctoral, Universidad de Manizales]. Recuperado de <https://repository.cinde.org.co/bitstream/handle/20.500.11907/2505/TESIS%20FINAL%20REVISI%C3%93N%20FINAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Romeu, V. (2019). Sociabilidad y sensibilidad en Simmel: Reflexiones desde la fenomenología de la comunicación [PDF]. Universidad Iberoamericana México.
- Rubio, J., Jiménez, J., & Barón, G. (2019). Las redes sociales digitales como espacios de sociabilidad de los adolescentes. El caso del colegio Escolapios de Aluche. *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*, 10(2), 85-99. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM2019.10.2.19>
- Sabino, C. (1992). El proceso de investigación. Caracas, Venezuela.
- Scolari, C. (2008). Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Editorial Gedisa.
- Simmel, G. (1908). Sociología estudios sobre las formas de socialización.
- Simmel, G. (2002). Cuestiones fundamentales de sociología. Gedisa.
- Simmel, G. (2014). Sociología. Estudios sobre las formas de socialización / Georg Simmel; estudio introductorio de Gina Zabłudovsky y Olga Sabido; traducción de José Pérez Bances. FCE.
- Tapia, M. (2016). Los vínculos interpersonales en las redes sociales. Nuevos modos de comunicación en el marco de la Universidad Nacional de San Luis (UNSL), Argentina. *Espacio Abierto*, 25(4), 193-201.
- O'Reilly, T. (2006). Qué es Web 2.0: Patrones del diseño y modelos del negocio para la siguiente generación del software [PDF]. *El Boletín de la sociedad de la información- Telefónica*. <https://www.analfatecnicos.net/archivos/97.QueEsWeb2.0.pdf>.
- Téllez, W. (2017). Investigación Científica e Integración Metodológica. Fundamentos y retos de la complejidad social. Caracas: Araca Editores.

Trejo, R. (2011). ¿Hacia una política 2.0? Potencialidades y límites de la red de redes [PDF].  
Revista Nueva Sociedad, (232), 120-133. <https://nuso.org/articulo/hacia-una-politica-20-potencialidades-y-limites-de-la-red-de-redes/>

## **Anexos**

Enlace a la carpeta donde se encuentran el instrumento aplicado y la evidencia  
fotográfica:

[https://drive.google.com/drive/folders/19gHFqYH8NSzkZ\\_q9HMHpKET2L9AutIcu?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/19gHFqYH8NSzkZ_q9HMHpKET2L9AutIcu?usp=sharing)