



En este documento se reflexiona a partir de un hallazgo de una investigación mixta sobre la apropiación que los adolescentes hacen del contenido de la plataforma YouTube. Uno de los objetivos identifica los contenidos que consumen hombres y mujeres que permite determinar diferencias entre escuelas públicas y privadas. Se trata de responder a la pregunta ¿Qué diferencias existen entre los canales que consumen hombres y mujeres adolescentes de escuela pública y privada? Se reporta aquí un ejemplo de las diferencias encontradas.

Se trabajó con una muestra probabilística estratificada tomada de una institución privada del municipio de Naucalpan de Juárez y del Colegio de Ciencias y Humanidades del mismo municipio. Con una muestra de 142 personas en el caso de la escuela privada y una de 482 en el caso de la institución pública, se aplicó un cuestionario a un total de 662 personas. En el total de la muestra prevalecen ligeramente las mujeres

con 50.25%. Sin embargo, la relación se invierte si se observa la escuela privada donde los hombres forman el 53.28%.

El artículo 3° de la Constitución Mexicana establece la gratuidad, laicidad y obligatoriedad de la educación hasta el nivel medio superior (Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos) (Backhoff, 2017). La educación privada, si bien ha estado presente en el país, creció significativamente en las últimas décadas a partir del seguimiento a las medidas determinadas por el Consenso de Washington para la implementación del modelo Neoliberal en México (Escalante, 2015).

La adolescencia es un periodo particular en que el individuo está en búsqueda de identidad (Erikson, 1997), individuación e independencia y en la cual es de especial importancia la pertenencia a grupos determinados (Papalia, Feldman, Martorell, Berber Morán, & Vázquez Herrera, 2017). Esto se puede reflejar a través del consumo de productos que remiten al capital simbólico y cultural (Bourdieu, 1988). Desde las neurociencias se ha observado una poda y reconfiguración de conexiones cerebrales de los adolescentes que los lleva a alejarse de los adultos y a buscar con gran intensidad a sus pares (Galván, 2017).

Por tanto, en la investigación se planteó una hipótesis de estimación en la cual se esperó que el tipo de contenidos consumidos en YouTube tendiera a variar dependiendo del tipo de escuela a la que se pertenece. En la tabla 1 se muestran los canales reportados por mujeres y hombres de las dos instituciones en orden de importancia, del primer al cuarto lugar conforme a las frecuencias reportadas.

Tabla 1

	Mujeres CCH	Mujeres Escuela privada	Hombre CCH	Hombres Escuela privada
Primer lugar	<i>Luisito Comunica</i>	<i>Juanpa Zurita</i>	<i>Luisito Comunica</i>	<i>Luisito Comunica</i>
Segundo lugar	<i>Yuya</i>	<i>Jeffree Star</i>	<i>El Rubius</i>	<i>Pew Die Pie</i>
Tercer lugar	<i>Juanpa Zurita</i>	<i>Giselle Kuri</i>	<i>Auron Play</i>	<i>El Rubius Juca</i>
Cuarto lugar	<i>Badabun</i>	<i>Yuya y Luisito Comunica</i>	<i>Fede Lobo</i>	<i>Auron Play</i>

Fuente: Elaboración propia, 2021

Se observó que el canal de *Luisito Comunica* unifica generacionalmente a todos los grupos. Algunas diferencias, sin embargo, parecen responder a estereotipos de consumo (Balleys, 2017) (Balleys, 2018) por los cuales las mujeres se interesan por maquillaje y los hombres por videojuegos y autos.

Como se puede observar en la tabla 1, comparando a los hombres de ambas instituciones se observan cercanías entre las dos instituciones a excepción del canal en inglés del youtuber sueco *Pew Die Pie* que no aparece en los primeros cuatro lugares en el grupo de hombres del CCH. En el caso de la comparación entre ambos grupos de mujeres también destaca la presencia de un canal de maquillaje en inglés que marca una diferencia: *Jeffree Star* un youtuber norteamericano, si bien comercial, diferente y disruptivo *Jeffree Star* (Shane, 2018) que apareció en el segundo lugar de las preferencias de las mujeres de escuela privada y está ausente en las preferencias de las mujeres del CCH Naucalpan.

A la luz de estos resultados cabe recordar que las personas necesitan, generan y comparten sentidos culturales (Geertz, 1983) y sentidos comunes dentro de la vida social (Schütz, 1993) a través de la comunicación de gustos y preferencias que se enmarcan dentro de los capitales simbólicos propios de su grupo, para colocarse en un determinado espacio dentro del campos social (Bourdieu, 1988) (Bourdieu, 1997). En este sentido, se puede observar las diferencias, en este caso sutiles, que se dan en la adquisición de determinados capitales culturales. (Bourdieu, 1988) En este caso, pese a que la industria cultural (Adorno & Horkheimer, 1998) reflejada en la plataforma YouTube, establece una homogeneidad de consumo generacional entre adolescentes mexicanos, la adquisición del idioma inglés como característica de las escuelas privadas, marca una pequeña diferencia entre la misma generación ubicada en uno de los municipios con mayor cobertura escolar (INEGI, 2020). Diferencia que puede constituir el comienzo de una nueva investigación en cuanto a sus causas, significados y repercusiones.

Referencias

Adorno, T., & Horkheimer, M. (1998). *Dialéctica de la Ilustración. Fragmentos filosóficos*. Madrid: Trotta.

Balleys, C. (2017). The Uncontrollable Need for Control. Teenagers Performances of Femininity on YouTube. *Genre, sexualité & société*. Obtenido de <http://gss.revues.org/3958>

Balleys, C. (2018). Teen boys on YouTube, Representations of gender and intimacy. *Andreassen, R. & Nebeling Petersen M. (dir.), Mediated Intimacies, [A] Connectivities, Relationalities and Proximities, Routledge Studies in European Communicati*.

Bourdieu, P. (1988). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. México: Taurus.

Bourdieu, P. (1997). *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*. Barcelona: Anagrama.

Erikson, E. H. (1997). *Sociedad y adolescencia*. México: Siglo XXI.

Geertz, C. (1983). *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa.

INEGI. (16 de marzo de 2020). *Censo Población y Vivienda*. Obtenido de INEGI: <https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/>

Papalia, D. E.; Feldman, R. D.; Martorell, G.; Berber Morán, E. & Vázquez Herrera, M. (2017). *Desarrollo Humano*. México: McGraw-Hill Interamericana.

Pie Pew Die. (s.f.). *Pew Die Pie*. Obtenido de YouTube: <https://www.youtube.com/user/pewdiepie/videos>

Schütz, A. (1993). *La construcción significativa del mundo social. Introducción a la sociología comprensiva*. Barcelona: Paidós Ibérica.

Shane. (9 de agosto de 2018). *The Truth About Jeffree Star*. Obtenido de YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=MhTw1SUxWTA&list=PLdkXbXLXpy25pM0i2AcYule2n6HLJvoSU&index=5>

Un ejemplo del capital cultural y simbólico en los consumos sobre la plataforma YouT

Categoría: 131-Decisiones

Publicado: Sábado, 07 Agosto 2021 08:53

Escrito por Luz Elena Vázquez Bravo & Rogelio Del Prado Flores

Luz Elena Vázquez Bravo Historiadora, comunicóloga, profesora, doctorante en Doctorado en Investigación de la Comunicación. Universidad Anáhuac México.

luz.vazquezbr@anahuac.mx <http://orcid.org/0000-0003-4181-3238>

Rogelio Del Prado Flores

Profesor investigador. Universidad Anahuac México. Sistema Nacional de Investigadores Nivel 1. rogelio.delprado2@anahuac.mx

Pálido Punto de Luz

Claroscuros en la educación

ISSN 2594-0597 <https://palido.deluz.com.mx>