

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD
CATÓLICA DEL PERÚ**

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES



Existosos, suficientes y productivxs: La influencia de la Social Media en los discursos de éxito de los jóvenes escolares de Lima Metropolitana

Trabajo de investigación para obtener el grado académico de Bachillera en Ciencias Sociales con mención en Sociología presentado por:

Meza Chávez, Ariadna Fernanda

Asesor:

Lossio Chávez, Félix Antonio

Lima, 2022

Resumen

Tras más de tres décadas de implementación continua de políticas neoliberales la sociedad como ha tenido cambios cuyo origen ha sido la apropiación neoliberal de las formas culturales actuales y las prácticas hegemónicas. Vemos las repercusiones de este sistema, guiado por las lógicas de mercado, en todos lados: en la insistencia y omnipresencia de los anuncios; en las redes sociales, las características de los individuos que tienen éxito en las redes sociales y logran ser influencers; la flexibilidad de los trabajos que desemboca en precariedad y, la glorificación de la productividad y el trabajo sin descanso. Los jóvenes de la generación z, niños que se criaron con el internet y las redes sociales son ahora los trabajadores del presente y urge conocer la dirección que toman con respecto a sus vidas para repensar la problemática de la sociedad.

Palabras clave: Neoliberalismo, Social Media, Jóvenes, cultura



Abstract

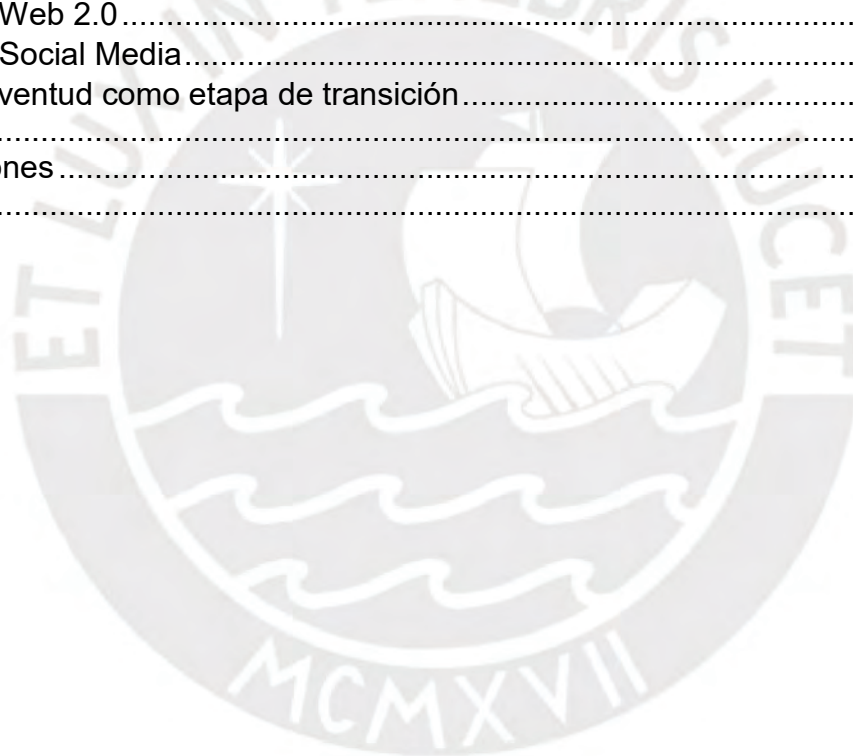
After more than three decades of continuous implementation of neoliberal policies, society has undergone changes that have a common origin in the neoliberal appropriation of current cultural forms and hegemonic practices. We see the repercussions of this system, guided by market logic, everywhere: along the numerous and ever-present publicity ads on the media; the characteristics of individuals who are successful on social media and managed to be influencers; the flexibility of jobs that leads to precariousness and the glorification of productivity and work without rest. The young people of generation z, children who grew up with the internet and social media, are now the workers of the present and it is urgent to know the lead they follow in their lives, in order to re-think the issue within our society

Key words: Neoliberalism, Social Media, youth, culture



Índice

Introducción	1
1. Problema de investigación.....	2
1.1 Tema de investigación	3
1.2 Preguntas de la investigación	3
1.3 Objetivos de la investigación.....	3
2. Estado del arte	4
2.1 La Social Media, trabajo y neoliberalismo	4
2.2 Éxito de los jóvenes: académico y laboral.....	7
2.3 Los jóvenes y la Social media	10
3. Marco conceptual	12
3.1 La constitución de sujetos en el neoliberalismo	12
3.1.1 Neoliberalismo	12
3.1.2 El sujeto del neoliberalismo y sus características	14
3.2 Social Media y redes sociales	17
3.2.1 La sociedad en red.....	17
3.2.2 La Web 2.0.....	18
3.2.3 La Social Media.....	18
3.3 La juventud como etapa de transición.....	19
4. Hipótesis.....	21
5. Conclusiones	22
Bibliografía.....	23



Introducción

En la actualidad ya se han cumplido más de tres décadas de predominancia hegemónica de políticas neoliberales a nivel global. Como producto de ello nos encontramos frente a un fenómeno de gubernamentalidad específica que ha configurado una sociedad en la cual los criterios de competencia, emprendedurismo que son características de mercado, se inserten en la producción cultural tocando así todos los ámbitos de la vida de las personas. Así, la relevancia por conocer este tipo de forma de vida actual ha generado interés por saber cómo este trasfondo político e ideológico se asocia con la otra realidad innegable que conforma nuestra vida: el uso de la tecnología y su exponencial evolución con el paso del tiempo.

También, ha de imprimirse en este proyecto de investigación el interés personal por conocer más de lo que la generación a la que pertenezco establece como exitoso, encontrándome a puertas de finalizar mi carrera universitaria y siendo partícipe de diversos procesos culturales que se llevan a cabo en las redes sociales que manejo de manera personal.

Es por esto por lo que, el presente trabajo trata los temas de la constitución cultural neoliberal y los discursos en torno a esta, la literatura sobre los jóvenes y, el rol de la social media en el mundo actual. Estas tres entradas conceptuales se reflejan tanto en la composición del estado del arte como del marco conceptual y me permitirán responder preguntas como: ¿De qué manera influye la Social Media en la adopción de modelos de éxito en los jóvenes?

Este trabajo se posiciona como una plataforma desde la cual ha de analizarse los discursos de éxito desde sus propios sujetos, los jóvenes. Quienes para este estudio serán, los estudiantes de 5to año de secundaria de al menos dos colegios de Lima Metropolitana. Puesto que se trabajará con estadísticas de uso de redes sociales se pretende un abordaje de etnografía digital y para el análisis del discurso se pretende realizar entrevistas semiestructuradas.

1. Problema de investigación

El mundo de hoy tiene ya tres décadas de predominancia de las ideas y políticas públicas neoliberales. En un plano cultural, desde la llamada revolución digital de inicios de siglo, las formas de vida de la sociedad han sido conducidas por el progresivo avance del internet y las tecnologías de la comunicación y han configurado la vida como la conocemos ahora, una realidad en la que cada vez el uso de las identidades virtuales o los teléfonos inteligentes deja de ser optativo.

Este es el escenario en el que han crecido los jóvenes de la popularmente denominada “generación Z”, que incluye a los nacidos a finales de la década de 1990, quienes desde su socialización primaria, han crecido con los lenguajes, herramientas y prácticas vinculadas directamente con el mundo digitales o virtuales, debido al uso extendido y cotidiano de la Web 2.0: sitios web y programas que posibilitan el uso de la internet de manera amigable con el usuario así como la Social Media: plataformas web (para no repetir palabra) que permiten la creación de contenido, así como su publicación e intercambio con otros usuarios.

Es decir, se trata de jóvenes que insertos en una “economía digital”, utilizan dispositivos móviles para acceder de manera inmediata a cualquier tipo de información en la web, consumen, socializan y laboran con la asistencia de las redes sociales y plataformas web que permiten llevar a cabo la vida moderna. Todo ello ha tenido como consecuencia la formación de modelos identitarios e ideales en distintos campos como el social, laboral o afectivo ya que mucho del desarrollo de estos ámbitos se ve mediado por el uso de las plataformas de mensajería instantánea y redes sociales. De esta manera, el presente trabajo de investigación parte de la necesidad por reflexionar, desde una perspectiva sociológica, sobre la constitución y características de los modelos de éxito laboral y académico de los jóvenes de la generación Z, teniendo en cuenta su interacción con y en la Social Media. Es por ello que a partir de la problemática a investigar es posible aplicar el estudio a jóvenes escolares de quinto de secundaria pues, siendo este su último año escolar, se encuentran en un momento límite en la consideración de las opciones que tomarán para su futuro y, por ende, se encuentran en cuestión de la generación de ideas propias sobre lo que consideran como el éxito en sus vidas.

1.1 Tema de investigación

La influencia de la Social Media en los discursos de éxito de los jóvenes escolares de Lima Metropolitana

1.2 Preguntas de la investigación

¿De qué manera influye la Social Media en la adopción de modelos de éxito (académico y laboral) en los jóvenes escolares de quinto año de secundaria de un colegio de Lima Metropolitana?

- a. ¿Cómo utilizan los jóvenes escolares de quinto año de secundaria las herramientas de la Social Media para sus prácticas personales y académicas?
- b. ¿Qué tipo de ideales y discursos de éxito laboral y/o académico son preponderantes entre los jóvenes escolares de quinto año de secundaria?
- c. ¿Qué posibilidades, límites y tensiones se configuran en el vínculo entre la Social Media y mis interlocutores?

1.3 Objetivos de la investigación

Analizar la relación entre los usos de la Social Media y los modelos de éxito (académico y laboral) de los jóvenes escolares de quinto año de secundaria de un colegio de Lima Metropolitana

- a. Identificar los usos de la Social Media en los jóvenes escolares de quinto año de secundaria en sus prácticas personales y académicas
- b. Examinar el tipo de ideales y discursos sobre el éxito laboral y académico que son preponderantes entre los jóvenes escolares de quinto año de secundaria
- c. Discutir las posibilidades, límites y tensiones que configuran el vínculo entre la Social Media y los jóvenes de quinto año de secundaria

2. Estado del arte

En esta sección se abordará la literatura existente sobre nuestras tres entradas conceptuales: la constitución cultural neoliberal y los discursos en torno a esta, la literatura sobre los jóvenes y el rol de la social media en el mundo actual. En este sentido, para la primera entrada, denominada “La Social Media, trabajo y neoliberalismo” los autores Pham (2013) y Pekkala y van Zoonen (2020) son claves para nuestra investigación. En la entrada denominada “Éxito de los jóvenes: académico y laboral” presentamos 2 autores: Vélez (2013) y Mora y CEGES-LMPF (2008). Y, por último, para la categoría “Los jóvenes y la Social Media” se tiene como principal autor a Carles Feixa (2000).

Es necesario resaltar que, sobre este tema en específico la influencia de la Social Media en los discursos de éxito de los jóvenes de Lima Metropolitana, no se ha podido encontrar bibliografía. Sin embargo, existe amplia literatura de negocios en la web 2.0 y Social media de las cuales se están considerando dos. También existe literatura referente al éxito de influencers como lo es el estudio de Pham. Y en cuanto a los discursos de jóvenes se ven en ámbitos generales con relación al uso de la Social Media como en el trabajo de Feixa; sin embargo, no incluyen su relación con los discursos de éxito en específico.

2.1 La Social Media, trabajo y neoliberalismo

Para el apartado de Social Media, trabajo y neoliberalismo se revisarán los textos de Pham (2013) y Pekkala y van Zoonen (2020). La primera autora da cuenta de los nuevos mercados digitales propiciado por el desarrollo de las tecnologías, la web y la social media y redes sociales. Así se configuraría personalidades de influencia que no solo representan la flexibilidad y eficiencia del trabajador actual en tiempos de capitalismo neoliberal, sino que, insertan dentro de lo considerado no hegemónico un subyacente discurso prosistema. Por otro lado, los autores siguientes realizan un estudio de carácter cuantitativo sobre la relación entre la comunicación en la social media y la autoeficacia en el trabajo de empleados de una compañía finlandesa. Es aquí donde ambos estudios coinciden, ambos están situados en países europeos desarrollados, el estudio de Pham en el Reino Unido, también ambos discuten las implicancias del uso de las redes sociales en el trabajo y como estas configuran un tipo de empleado adaptado a los tiempos actuales.

El texto “Sussie Bubble is a Sign of The Times” refiere al caso del éxito de Susanna Lau (“Sussie Bubble”), una blogger reconocida internacionalmente y laureada por su apreciación de la moda y la representación étnica, debido a su ascendencia asiática. La autora realiza un estudio crítico de las razones por las cuales esta blogger ha logrado éxito, específicamente los discursos que justifican ello. Se estudia la formación histórica del éxito en la economía digital postmillennial: las fuerzas técnicas, sociales y económicas para demostrar qué marcos culturales estructuran nuestra forma de reconocer a los individuos exitosos en la etapa post milenio resaltando el rol de las construcciones de género y raza en el ideal del sujeto de la Web 2.0 (2013).

Para contextualizar la autora hace referencia a “la desregulación del mercado de medios, que comenzó en la década de 1980 con la ruptura de AT&T, que allanó el camino para el surgimiento de imperios de medios globales que son predominantemente de habla inglesa y/o tienen su sede en el Norte Global, dando a ciudades como Londres, donde tiene su sede Lau, una posición estructural favorable en la nueva economía de la información” (2013, pp. 246). Como se establece en la problemática de esta investigación: enmarcamos los “tiempos actuales” como el producto de tres décadas ininterrumpidas de predominancia global de políticas neoliberales, por lo que, es posible realizar la conexión pues muchos otros mercados seguirán la misma pauta en la década siguiente.

El ensayo considera que, Susana Lau -Sussie Bubble- es exitosa porque personifica la creciente importancia en el mercado, de las mujeres asiáticas jóvenes como consumidoras y productoras en la denominada economía digital. Esto no es casual puesto que, existe una creciente demanda de mano de obra informal flexible y altamente calificada, en conjunto con habilidades asociadas tradicionalmente a la feminidad (comunicación, producción cultural y cuidado personal) (Pham, 2013). Ello aunado a lo que se denomina una economía de agradecimiento: una forma de escucha, respuesta y fomento de la relación con el consumidor que está cambiando la forma de hacer negocios (Vikram, Alexei y Kansara, 2010 en Pham, 2013)

La autora a través de la realización de una etnografía digital y la recopilación de artículos de prensa sobre Sussie Bubble trata de descubrir los marcos bajo los cuales funciona el reconocimiento del éxito de una Hongkonesa residente en el Reino Unido que desafía los modelos tradicionales de la feminidad asiática sin - a la vez- ir muy lejos. Esto resulta en el hallazgo de que las lógicas de mercado, al ser movibles

y cambiantes se desplazan hacia los mercados que a pesar de ser “no hegemónicos” presentan una ventaja comparativa al incluir un cluster cada vez más grande de posibles consumidores. Esta lectura se asimila con el objetivo de nuestra investigación en tanto aporta una vista a las consecuencias de los sujetos y personalidades que son valoradas como exitosas y que esto está siempre en directa relación con lo deseado por el mercado.

En el caso de Pekkala y van Zoonen se establece que la habilidad de comunicación de los empleados de sus actividades en el trabajo en las redes sociales tanto para empleados individuales como para organizaciones, algo que ocurre especialmente en el sector de servicios (2020). Sus resultados son bastante directos: el compromiso organizacional, la claridad del rol de comunicador, el entrenamiento en social media y la experiencia previa en redes sociales son los antecedentes de la autoeficacia en la comunicación y la subsecuente comunicación en redes sociales con motivos de trabajo. Estos autores llegan a estas conclusiones a partir del uso de la teoría cognitiva social y la autoeficacia de los empleados para comunicar en las redes sociales temas del trabajo (Pekkala y van Zoonen, 2020).

La introducción es coherente, pues primero los autores señalan el rol de la social media, la cual se ha caracterizado por el contenido generado por el usuario el cual ha podido otorgar la capacidad a los empleados a crear, circular, compartir e intercambiar información en una variedad de formatos y entre distintas comunidades (Kaplan y Hanlein, 2020 y, Leonardi y Vaast 2017 en Pekkala y van Zoonen, 2020). Usualmente estas acciones comunicativas se dan desde las cuentas individuales de los empleados (redes sociales como Twitter, LinkedIn y Facebook) ello suele tener repercusiones positivas en los posibles consumidores o empleadores; sin embargo, también se le ha asociado con el agotamiento del compromiso de los empleados. Sin lugar a duda, las nuevas formas de comunicación posibilitadas por la social media tienen una gran repercusión en la forma en la que se comportan los trabajadores en sus respectivos trabajos. Este texto resalta la utilidad que genera el conocer de las herramientas ofrecidas por la social media y el uso de redes sociales para poder comunicar procesos internos y generar interés en otras personas y a su vez, claro, la importancia del manejo de las habilidades comunicativas.

Puesto que se ve el problema desde cierta teoría, es preciso hacer referencia al término de Bandura que es usado por los autores: “la autoeficacia es la creencia de la persona en sus habilidades para realizar una tarea específica de manera exitosa”

(Bandura, 1986 en Pekkala y van Zoonen, 2020). Así mismo deberá notarse que es la seguridad de uno mismo lo que afecta la evaluación de competencia y no otro factor. Por ende, se interceptan varios temas respecto a la autopercepción de las personas, es decir, un desempeño deficiente o incompleto podría generar un agotamiento del compromiso para comunicar, que establece el empleador con el empleado.

Los resultados de este estudio cuantitativo dieron cuenta de los resultados de las acciones de capacitación implementadas en una compañía transnacional finlandesa la cual, proveía recursos de capacitación en temas de comunicación y otros, a sus empleados. Se halló que las acciones organizacionales exitosas incluyen: un medio donde los empleados puedan sentirse apoyados, asegurando que puedan entender sus responsabilidades comunicativas (Pekkala y van Zoonen, 2020). La autoeficacia de la comunicación por redes sociales de los empleados incrementa el uso de la social media para temas de trabajo lo que potencia en gran medida la habilidad de la organización para comunicarse con sus miembros. Estos hallazgos resaltan los cambios que la social media y las redes sociales han logrado efectuar en el rol de los trabajadores en su cotidianidad. A sí mismo, el impacto que tiene sobre el beneficio de la organización entera. Por ello, sirve al proyecto de investigación, en tanto muestra una perspectiva de los trabajadores contemporáneos asociados a la social media.

2.2 Éxito de los jóvenes: académico y laboral

La literatura referida al éxito de los jóvenes tendrá como referencias los trabajos realizados por Mora y Vélez, el primer texto alude a un caso situado un continente distinto, puesto que se analiza el “éxito laboral” en la incorporación al mercado de titulados universitarios en diversos países de Europa y el segunda trata el análisis del éxito escolar de estudiantes de la escuela media de México. En este sentido, se tienen dos piezas de literatura de orígenes distintos, pero que, cómo veremos, señalan componentes del éxito de los jóvenes en los dos ámbitos del presente estudio: académico y laboral.

El trabajo de Vélez titulado “Éxito escolar en el nivel medio superior: una mirada desde los jóvenes” se trata de un estudio desde la perspectiva de las Ciencias de la Educación y que utiliza como marco conceptual las nociones de campos y habitus de Bourdieu, para reconstruir a partir de las respuestas de los estudiantes entrevistados

sus subjetividades poniéndolos como agentes principales. Su tesis central es: “no son las condiciones en sí mismas las que determinan el éxito o fracaso de los estudiantes, sino cómo se enfrentan a ellas, lo que lleva su desempeño hacia un resultado u otro” (2007, pp. 247). La autora parte desde su propia experiencia como docente, por más de una década, para dar cuenta de las características del éxito escolar en condiciones adversas. Se trata de un estudio que se rige bajo tres ejes analíticos: (i) Pertinencia del estudio del éxito escolar desde las Ciencias de la Educación a partir de la voz de los jóvenes, (ii) la construcción de éxito escolar en condiciones adversas y (iii) las características que distinguen a los estudiantes exitosos que han superado condiciones adversas (2007).

Los hallazgos que son de interés para la investigación son aquellos relacionados con los puntos (ii) y (iii). En este sentido, se deberá entender desde una perspectiva más contemporánea el quehacer estudiantil, el cual es un proceso de construcción de referentes de los cuales destacan: el capital cultural, la reconstrucción de las reglas de interacción y, aprender a tener éxito y a ser evaluado (2007, pp.254). Las condiciones adversas de los muchachos son diversas y son lo primero que notar del punto (ii) que se refiere a las dificultades económicas y el alcoholismo como los principales problemas. Por otro lado, la construcción de un sujeto exitoso, se encuentra basado en aquellas personas que son significativas, así como en los momentos decisivos en los que estas personas brindan su soporte a los estudiantes. Así también, son decisivas las situaciones de su entorno que pueden amenazar su estancia en la institución educativa, como el embarazo. En este último caso se refiere a la contraposición de la situación de la estudiante versus la situación de alguna prima, o las creencias de sus padres sobre la educación para las mujeres. Son notables también las habilidades para vivir o estrategias que han desarrollado para enfrentar las adversidades como lo es asumir el reto constante por aprender. También son importantes las aspiraciones y concepciones de los estudiantes; en general ello está asociado a la movilidad social a través de la educación y a la concepción de la escuela como un espacio donde el sujeto se puede construir de forma distinta.

En cuanto al punto (iii) los estudiantes al moverse en el mundo académico tienen que desarrollar un hacer académico que otorgue sentido a su praxis y les dé impulso para mejorar en la escuela, pese al fallo que pudieran haber tenido en el pasado. Por otro lado, está su forma de relacionarse con su mundo social, este es definido por los significados que construye el sujeto, es decir el resignificar el éxito

para sí mismo y el considerarse merecedor de tal éxito. El texto culmina con el hallazgo de que, para que un estudiante sea exitoso frente a la adversidad debe poder tener habilidades para vivir sea su capacidad para enfrentar los problemas de su hogar como para lograr su superación académica a pesar de haber fallado en el pasado. Sin embargo, todo ello debe ser guiado por alguna persona que sea un soporte emocional, por lo que en muchos casos se trata de la madre.

Mientras que el texto de Vélez se centra en estudiantes de preparatoria, lo que sería un nivel educativo previo a la educación superior, el texto de Mora aporta una perspectiva de lo que puede significar el éxito para jóvenes trabajadores titulados universitarios. Es pertinente hacer referencia a que este estudio, que se sitúa en Europa, es de carácter cuantitativo en contraste con el texto de Vélez que es cualitativo. De esta manera, los factores del éxito se construyen como indicadores dentro del texto.

Mora presenta la situación cambiante de los mercados laborales europeos, el aumento de movilidad y la constante adquisición de nuevas competencias como: los factores que hacen que sea necesario redefinir los conceptos de trayectoria y éxito profesional (Seibert, Kreimer y Crant, 2001 en Mora y CEGES-LMPF, 2008). Se verán entonces dos variantes analíticas del éxito: objetiva y subjetiva. La primera se refiere a los indicadores cuantificables que definen la situación laboral del individuo (2008). Algunos de estos son: salario, posición en la escala jerárquica de la organización, duración del periodo de búsqueda del primer empleo, la movilidad del empleo, el tipo de contrato, el ajuste entre la educación recibida y el empleo y, los beneficios no monetarios. Por otro lado, la dimensión subjetiva se define como la concepción y la evaluación individual de la carrera profesional (2008) incluye indicadores como el equilibrio entre la vida laboral y familiar, la búsqueda del reconocimiento, la autonomía en el trabajo, el interés por nuevos retos y la utilidad social del trabajo. Este último resulta de un aporte valioso para la investigación pues sugiere que “la dimensión subjetiva del éxito incluye el conjunto de valores y expectativas del individuo relativas a un trabajo y a su proyecto de vida” (Mora y CEGES-LMPF, 2008, pp. 44).

El texto también retrata la situación innegable -en la que actualmente nos encontramos- en la que no podemos hablar de un solo tipo de éxito sino, de “éxitos” que tiene tantas definiciones como personas existen. No obstante, existe la necesidad de orientar este tipo de estudios para una comprensión del mercado laboral pues el éxito personal tiende a ser el éxito de las organizaciones. Por ello, se realiza un

“análisis de las percepciones de los graduados en relación con los aspectos considerados de mayor importancia en el trabajo” (Mora y CEGES-LMPF, 2008, pp. 44). Los resultados a destacar son los siguientes: las relaciones entre percibir un salario alto y un trabajo con ingresos elevados es débil; las personas que tienen más tiempo libre son las que lo valoran más; y que, aquellos egresados que se encuentran empleados son los que brindan mayor valor a la estabilidad laboral que aquellos que no. ¿Qué nos pueden decir estos resultados? Que en el plano de la valoración y perspectiva del éxito, lo más valorado puede ser lo subjetivo sobre lo objetivo, pues son los cambios en la sociedad y en el mercado laboral arrojan estos resultados. Además de ello, que existe una creciente demanda por tiempo libre, quizá precisamente porque no es lo más común y que la estabilidad laboral no está presente en todos los empleos y se aprecia cuando esta sí es ofrecida.

2.3 Los jóvenes y la Social media

El texto “La generación @ la juventud en la era digital” es un ensayo que pretende “formular un modelo teórico sobre las transformaciones contemporáneas en la cultura juvenil, que fija su mirada en los cambios en las concepciones del tiempo y en las modalidades del consumo cultural de los jóvenes” (Feixa, 2000, pp. 76). Esta reflexión sobre el tiempo sirve a la discusión sobre aquellas temporalidades que conforman la cultura juvenil siendo un factor primordial de configuración tanto del tiempo productivo como de ocio y rige sobre las estrategias para la organización de metas y planes a futuro. Aquellos que normalmente se pueden asociar al éxito.

Feixa sitúa al tiempo de los jóvenes en un tiempo digital, cuyas características le permiten reprogramar constantemente el inicio, final, duración y ritmo de una determinada actividad; un tiempo virtual cuya variación depende de la realidad en la que se produce (2000). Se trata de un tiempo flexible, es un tiempo fluido, una temporalidad virtual anclada a situaciones reales cambiantes. Esta perspectiva nos permite ahondar en las particularidades ya mencionadas del empleo flexible. Se trataría de un empleo flexible cuyo tiempo para el trabajo es flexible también. Puesto que, este reloj digital se traspasa a nuestra vida cotidiana (2000, pp.84).

Otro aporte interesante es la afirmación de que las imágenes culturales se configuran a partir de la interacción de macro y micro culturas (Feixa, 2000) lo cual coincide con Pham. Ello ya que se refieren no solo a las culturas juveniles o los

discursos aceptados por el mercado -alusivos a determinada comunidad-, sino que tiene que ver con su interacción con las lógicas de mercado más amplias que provienen del capitalismo neoliberal y su transferencia de requerimientos de participación que abarcan todos los ámbitos de la vida de la persona humana.



3. Marco conceptual

3.1 La constitución de sujetos en el neoliberalismo

La constitución de sujetos en el neoliberalismo contiene en su explicación otros conceptos que solo entendidos en conjunto permiten establecer cómo se da esta constitución y cómo es el sujeto neoliberal. Por esta razón se presentan dos apartados que pretenden abarcar la discusión sobre el concepto neoliberalismo desde la reflexión desde la gubernamentalidad foucaultiana hasta la crítica contemporánea al neoliberalismo utilizando este marco de comprensión. Así mismo, se hace uso de literatura situada en Perú para explicar la construcción cultural de los sujetos neoliberales y las características que tienen en este sistema ideológico y político; así mismo también se utilizará el refuerzo de autores que abordan la combinación entre la participación del sujeto neoliberal en espacios de especulación y su intersección con la praxis en la social media y las redes sociales.

3.1.1 Neoliberalismo

Para poder explicar esta entrada, hace falta primero revisar el significado y las implicancias del uso del concepto “neoliberalismo”, por tanto, a continuación, presentaremos una discusión sobre los usos que pretendemos sean utilizados para entender la investigación. Para ello se tomarán las aportaciones de Rose, N., O'Malley, P., Valverde, M. (2012); Thomas Lemke (2002) y David Harvey (2008).

Así mismo, se inicia un breve análisis de la gubernamentalidad y su vínculo con el neoliberalismo desde la perspectiva foucaultiana. Los autores Rose, N., O'Malley, P., Valverde, M. (2012) mencionan que la gubernamentalidad es una mentalidad específica que se ha vuelto el piso común de todas las formas modernas de pensamiento político y accionar. Se trataría de un “ensamblaje formado por instituciones, procedimientos análisis y reflexiones, las calculaciones y tácticas, que permiten la existencia de este poder específico pero complejo” (Foucault 1979, p.20 en Rose, N., O'Malley, P., & Valverde, M., 2012). Se trata de un gobierno de las relaciones entre personas y personas, objetos o eventos, y que tiene una gran versatilidad.

Por su lado Thomas Lemke (2002) resalta la relevancia del aporte de este concepto en comparación con las formas de crítica neoliberal contemporáneas, en tanto todas tienen su límite respecto a la terminología que usan, la cual replica al

neoliberalismo en sus términos propios. Este autor estipula que la gubernamentalidad es una guía de la sociedad moderna, donde el gobierno no solo se limita al acto administrativo en los estados, sino que interviene en un contexto más general, abarcando así la filosofía, la religión, la medicina, etc. Se trata de una conducta que va desde el gobierno de sí mismo al gobierno de otros (2002). Este texto estudia el neoliberalismo a partir de la lógica de un proyecto político que debe crear una realidad social que sugiere existe ya (2002). El autor rescata el vínculo entre lo ideológico y lo económico político, en el cual la gubernamentalidad configura al sujeto autorregulado, el neoliberalismo como gubernamentalidad genera entonces a sujetos autorregulados según su ideología y así genera políticas y actúa en la economía en búsqueda de reproducir la mentalidad adquirida.

Por otro lado, desde la perspectiva de Harvey, “el neoliberalismo es una teoría de prácticas políticas económicas que proponen que el bienestar humano puede ser logrado mejor mediante la maximización de las libertades empresariales dentro de un marco institucional caracterizado por derechos de propiedad privada, libertad individual, mercados sin trabas, y libre comercio” (2008, pp.3). Con estos valores como horizonte el sistema neoliberal ha impuesto el mito de que los sectores que fracasan en alcanzar el bienestar de las clases altas se lo deben atribuir a que no hay suficiente esfuerzo de su parte y que hace falta que la población se eduque y esfuerce. La perspectiva histórica de Harvey hace posible observar el paso de poderes del liberalismo al neoliberalismo, destacando el hecho de que la clase alta quedó configurada tal cual. Como el autor afirma: “El neoliberalismo no ha demostrado su efectividad en la revitalización de la acumulación global de capital, pero ha logrado restaurar el poder de clase” (Harvey, 2008, pp.15).

Gracias a esta breve, pero necesaria, discusión se puede entender al neoliberalismo como un proyecto político de anclaje ideológico que posee una gubernamentalidad que autorregula a los sujetos para ser funcionales a este y que a lo largo de su historia ha establecido mitos sobre la realidad para hacer prevalecer desigualdades y brechas entre quienes tienen el poder político y económico y quienes no lo tienen. Teniendo ello en cuenta, ahora podemos pasar a abordar el tema relacionado a los sujetos producidos por este sistema, aquellos que pertenecen a la gubernamentalidad neoliberal.

3.1.2 El sujeto del neoliberalismo y sus características

Presentamos una breve discusión teórica sobre lo que es o constituye al sujeto neoliberal para lo cual se dispone de los aportes de Michael Feher (2009), Gisela Cánepa (2020) y Felix Lossio (2019).

En este sentido, el primer autor de discusión es Feher, él señala cómo actualmente se está “redefiniendo el sujeto social como capital humano (y definiendo capital humano como un sujeto deseando apreciarse a sí mismo), de esta manera funge la función de reclamar el territorio que el estado de bienestar crecientemente cede al sector no-mercado en el nombre de la reproducción de un anhelante/ansioso y funcional trabajador libre” (2009, pp. 34). Feher estipula que, los tiempos actuales representan para los sujetos la capitalización de sí mismo. Así se crea una competencia por las condiciones y modalidades de la valorización del capital humano y, entre qué conductas o comportamientos merecen ser incluidos en su portafolio porque le permiten apreciarlo y valorarse a mí mismo (2009, pp. 31).

A partir de esta teoría, queremos insertar el concepto de “capital humano” que se presentaría como el surgimiento de una forma de subjetivación dominante, la cual es una característica definitoria del neoliberalismo. Así mismo el autor señala que es un “set de habilidades que un individuo puede adquirir gracias a inversiones en su educación o entrenamiento, y su propósito primario fue para medir los niveles de rentabilidad que las inversiones en educación producen o, para ponerlo simple, el impacto en futuros ingresos que pueden ser esperados de la educación y otras formas de entrenamiento (Feher, 2009, pp.22). Sin embargo, el rango de acción que cubre aquello que puede afectar positiva o negativamente al capital humano se encuentra en todos los ámbitos de la vida de la persona, debido a que se encuentra, el sujeto en una constante búsqueda por atraer inversores para sí mismo, por esta cualidad el autor menciona que el sujeto se encuentra constantemente en un espacio y tiempo de especulación.

Como se mencionó al inicio de esta sección se realizará una caracterización del sujeto neoliberal, las cuales nos ayudarán a distinguir a su vez las repercusiones que esta constitución de sujetos tiene en la cultura y apropiación de discursos, así como su posterior reproducción.

Para abordar las características de este sujeto, el primer término característico que plantea Cánepa es el de “Homo performance” el cual es un “sujeto productor de contenidos y diseñador de conductas, y entrenado en el manejo y dominio de

repertorios escénicos expresivos” (Cánepa, 2020, pp.64). Este concepto es útil en tanto expresa la dinámica performativa que cobra especial importancia en el ámbito de las redes sociales.

Asociado con ello se encuentra el concepto de neoliberalismo como régimen cultural, el cual acarrea el interés por problematizar la discursividad y performatividad de los repertorios culturales relativos a los procesos de subjetivación implicados en la formación de un sujeto emprendedor; vale decir, por discutir la cultura como instancia gubernamental neoliberal (Cánepa, 2020, pp.65). Aquí se entiende al neoliberalismo como la ideología que domina el régimen cultural a través de una razón gubernamental que genera un principio vinculante entre las articulaciones entre sujetos. Así se observa que es útil este planteamiento para establecer la discusión del neoliberalismo no como un factor secundario o un factor adicional en el contexto de los jóvenes estudiantes, sino como el factor subyacente y preponderante que media, desde las relaciones entre sus pares, hasta la idea que la cultura dominante.

A continuación, se explicará el término de emprendedurismo como aquello que caracteriza al sujeto neoliberal, de esta manera, Cánepa hace primero una referencia al “ethos emprendedor” el cual contiene atributos como el optimismo, creatividad y laboriosidad, polifacético, especialista y cautivador (2020). Desde el caso de la autora, se puede ver ello asociado con los discursos utilizados por la marca país en Perú (Marca Perú) que establece que los peruanos tienen cualidades emprendedoras propias que “gracias a las reformas neoliberales, estarían encontrando las condiciones para su realización” (Cánepa, 2020, pp. 66). Este argumento culturalista señala que el sustento de este tipo de procesos se encuentra en la legitimación de las reformas y políticas neoliberales a nivel internacional y estatales que son implementadas: “iniciativas, experticias y conceptos que dan lugar a la realización de rankings, a publicaciones, talleres de coaching y ofertas educativas, así como a reformas institucionales y de gestión, y a la implementación de programas y proyectos sociales destinados a facilitar el desarrollo y la legitimación del ethos emprendedor” (Cánepa, 2020, pp.67).

Por otro lado, sobre la épica emprendedora y la lógica meritocracia se puede decir lo siguiente desde la perspectiva de Cenepa: que tanto los conceptos de épica emprendedora como lo que su uso aunado a la lógica meritocrática puede ocultar las brechas estructurales y la prevalencia de discriminación social y explotación económica que determinan el desempeño de los sujetos que emprenden, así como

sus logros. En sus palabras: “las formas de exclusión social y de explotación laboral como asuntos de orden técnico y de responsabilidad individual, invisibilizando factores políticos y estructurales que a ella subyace, y que conducen a una competencia desigual, así como a la institución de ciudadanía diferenciadas” (Cánepa, 2020, pp. 79), ello puede establecerse como una condición de desigualdad que viene asociada al capitalismo.

Por su parte, la lógica meritocrática está asociada al valor del éxito donde el desempeño bueno o malo depende del individuo y sólo de este, es decir de una falta de actitud ganadora, pérdida de oportunidades o desatención del espíritu emprendedor. Para la autora este argumento sirve para justificar la construcción de un tipo de peruanidad basado en la épica emprendedora y lógica meritocrática, donde el fracaso se ve como una falta de urbanidad; para fines de este trabajo se aprovecha este argumento como estructura para analizar los discursos sobre el de éxito de los jóvenes, así como de su fracaso.

La última característica es el self-marketing o publicidad de sí mismo y el branding o la marca personales. Según Lossio, presenta así este último término: “El branding personal para adquirir reputación es identificado en este sentido como un mandato urgente de los tiempos que las redes sociales acentúan” (Lossio, 2020, pp.83). Resalta el autor, que la marca personal debe ser educada y gestionada constante y conscientemente teniendo como referente la mirada externa ya que “se trata de una construcción cuidadosa, de una continua administración cuantificada, para poder competir en el mercado” (Lossio 2019, pp.86). Retomando la discusión sobre gubernamentalidad, se puede establecer una relación con la idea de Lossio acerca de que “en el sujeto existe un imperativo por ser creativo e innovador y, desde este, el self-marketing y la competencia se vuelven herramientas centrales, dado que es respondiendo a dicho mandato que tal sujeto puede sobresalir” (2020, pp. 78). Entonces vemos como este sujeto neoliberal se va construyendo y construye una retórica de vida que incluye en la base su esfuerzo y total responsabilidad sobre la performance en el mundo laboral, pero también fuera de este.

Sobre esta misma noción de self marketing, se puede establecer un diálogo con la autora Alice Marwick (2013) puesto que, la web 2.0 y la social media en lugar de revolucionar la participación y hacerla más horizontal e inclusiva, genera que la gente compita por beneficios sociales a través de tácticas para ganar visibilidad y atención (2013, pp. 12). Así, la marca personal es una serie de estrategias de

marketing que se aplican al sujeto; es un set de prácticas y una mentalidad, una forma de pensarse a uno mismo como un producto mercancía que puede tentar a un empleador potencial; se trata de creación estratégica de una identidad para ser promovido y vendido a otros (Marwick, 2020). Vemos entonces esta resonancia de lo postulado por esta autora con la descripción del tiempo especulativo y los sujetos del neoliberalismo de Feher (2009) y también, se presenta como una constante mirada hacia interior del sujeto que quiere destacar y competir en este sistema.

Por último, la conexión entre este tipo de constitución de los sujetos en específico (e inclusive como gubernamentalidad) ha llegado a penetrar el mundo laboral y ha llegado a ser lo que es debido al desarrollo de tecnologías de la social media. Estas hacen que la auto promoción sea posible a gran escala como lo que pasa con plataformas como Facebook, LinkedIn o Instagram, que ahora se utilizan este tipo de plataformas para la terminología que suele imprimirse en los CVs. Esto quiere decir, con una terminología marketera agresiva para posicionarse como el set de habilidades más atrayente para el potencial empleador (Marwick, 2013).

3.2 Social Media y redes sociales

Esta sección presenta la discusión teórica sobre los conceptos relacionados a la Social Media como lo es la Sociedad en Red, la Web 2.0 y las redes sociales. Estos conceptos serán analizados desde autores como Manuel Castells (1999); Alice Marwick (2013); Kaplan y Haenlein (2010) y Khan y Jan (2015).

3.2.1 La sociedad en red

Primero se realizará una introducción al contexto en el que nos desenvolvemos actualmente, en este sentido se utilizará lo referente a la sociedad en red que presenta Castells. El autor afirmó -a puertas del cambio de siglo- que “lo que vemos es la apropiación de Internet por redes sociales, por formas de organización del trabajo, por tareas, al mismo tiempo que muchos lazos débiles, que serían demasiado complicados de mantener offline, se pueden establecer online” (1999, s.p.). El autor afirma que esta sociedad en red es en la que actualmente vivimos.

Según Castells (1999), el internet se ha convertido en un símil de sociedad en tanto en este se expresan los procesos sociales, los intereses, valores e instituciones de la sociedad; también señala que lo específico es que se constituye materialmente como la base tecnológica de la denominada sociedad en red, a partir de lo cual es

posible acceder a procesos y transformaciones sociales sólo posibles por Internet. Por otro lado, la sociedad en red tiene ciertos rasgos: flexibilidad, adaptabilidad y capacidad de supervivencia. Rasgos que, como hemos podido ver en el apartado de neoliberalismo se asemejan -no coincidentemente- a las características del sujeto neoliberal. Esto en tanto se observa que el surgimiento de ambos fenómenos se ha dado alrededor del mismo tiempo: desarrollo de la tecnología digital y el internet y, la predominancia hegemónica del modelo neoliberal en las políticas públicas a nivel global.

3.2.2 La Web 2.0

La Web 2.0 es tanto una clasificación dada a boom del punto com, es decir al incremento de la popularidad del contenido de internet debido al desarrollo y evolución de la interfaz de los softwares que hicieron posible que la navegación en internet sea más sencilla y manejable por los usuarios; esto en tanto los aspectos técnicos pero, por otro lado, las web 2.0 es también un discurso. Marwick (2013) sostiene que el discurso de la web 2.0 está engranado a la historia en un periodo en el que se brinda valor al capitalismo creativo, la realización personal a través del trabajo, y el emprendedurismo. Para la autora, el entendimiento del discurso de la Web 2.0 pasa primero por entender el origen geográfico y social de la misma. Así, se trataría de Silicon Valley en California del Norte en los Estados Unidos y la mentalidad que envolvió la forma de hacer negocios tradicionalmente y que se introdujeron a la emergente clase empresarial de la industria tecnológica. Es así como el discurso Web 2.0 posicionó al emprendedor cual si fuera un héroe respaldado por sus empresas emergentes (start-ups) como el modelo de persona con éxito (Marwick, 2013). Una vez más podemos observar las conexiones entre el discurso y percepción del éxito y las participaciones desde la Social Media a partir de un subyacente discurso neoliberal cultural.

3.2.3 La Social Media

Para explicar lo que es la Social Media y diferenciarla de las redes sociales, esta se refiere a los sitios web que “son los fundamentos tecnológicos de la web 2.0 que ayudan a crear contenido generado por el usuario que pueda ser compartido. Esta tecnología permite al usuario crear y publicar el contenido en las redes sociales” (Khan y Jan, 2015, p.12). Es decir, utilizan las herramientas de la web 2.0 (la facilidad de uso

de las plataformas web) para la creación de Contenido Generado por el Usuario (CGU). A su vez el CGU puede ser definido como “la suma de todas las formas en las que la gente usa la Social Media” (Kaplan y Haenlein, 2010, pp. 61). Este último es un término, que ganó popularidad en 2005 se usa para caracterizar las diversas formas de contenido mediático al cual el público tiene acceso y es generado por sus usuarios finales” (Kaplan y Haenlein, 2010).

Desde estas perspectivas, las redes sociales son plataformas que se ubican en la red social a través de las cuales se puede compartir, diseñar e intercambiar contenido generado por los mismos usuarios. Es por ello que en el presente trabajo de investigación se asumirá la amplitud del término Social Media, y en cuanto a las redes sociales nos referiremos a las plataformas específicas como lo podrían ser: Facebook, Instagram o Twitter.

3.3 La juventud como etapa de transición

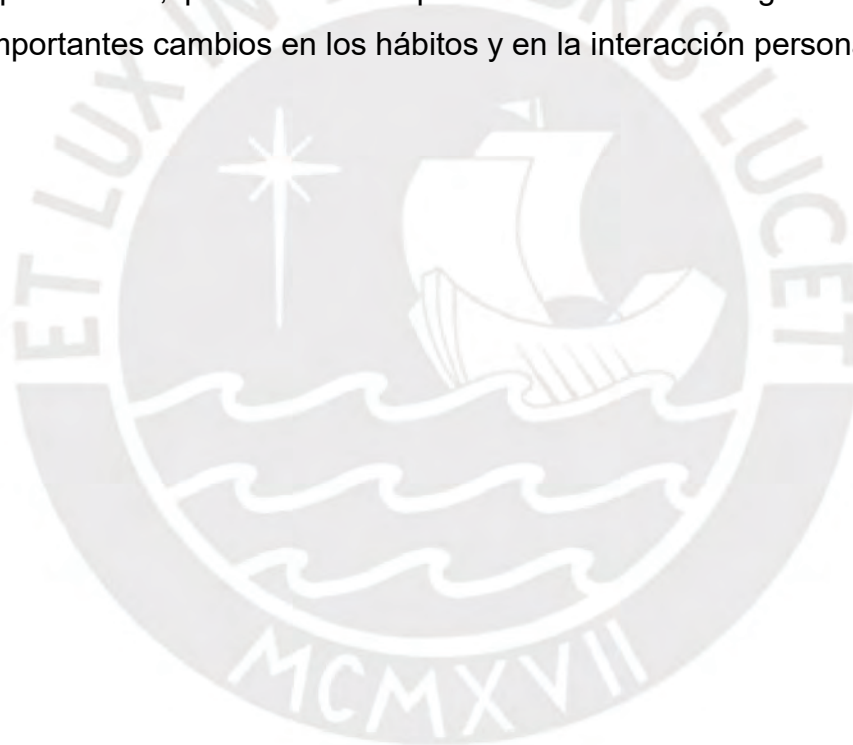
La entrada conceptual de juventud como etapa de transición se abordará desde la discusión sobre la juventud desde la perspectiva de Panfichi y Valcárcel (1999) y León y Golte (2011). Se establece que no solo se trata de un periodo de transición sino también de configuración de identidades y búsqueda de modelos de vida.

Así, la primera pareja de autores entiende a la juventud primero como una ruptura con la infancia y la adultez y, se trataría de un momento de reflexión profunda. Esto se da en un espacio liminal denominado “moratoria” social que permite a los jóvenes cometer errores sin las consecuencias del mundo adulto, pero con más libertad que los niños. Experimentar extremos, cometer errores y volver a empezar todo de nuevo es lo que permite a los jóvenes hallar y construir su identidad. Así la moratoria social se define como el “tiempo donde hay ciertas licencias y mayores márgenes de prueba y equivocación, una suerte de mayor permisividad o vacaciones sociales, donde se espera que el joven se equivoque, pero que obtenga paulatinamente los medios y capacidades para el mañana” (Panfichi y Valcárcel, 1999, pp.13). Sin embargo, existen factores que afectan la duración y características de la moratoria social como la pobreza y la necesidad de conseguir recursos, los cuales usualmente terminan eliminando o acortando este tiempo.

Debido a que la ruptura ocurre al estar los jóvenes en el medio de las dos generaciones, esta transgresión se hace llevadera solo entre pares, es así como los

amigos y compañeros se perfilan como parte clave del desarrollo de la identidad de los jóvenes. Y así cada generación de jóvenes ha de construir sus propias identidades y modelos, razón por la cual este concepto resuena con el objetivo principal de la investigación, situando a la generación z con su propio set de modelos, discursos y preferencias que deben ser estudiados.

Por otro lado, León y Golte (2011) traen a colación lo que se denomina el comportamiento generativo de los jóvenes a los cuales se les encasilla entre los 14 y 29 años. Los autores señalan que los jóvenes nacidos tras la década de 1990 conforman el factor principal del comportamiento del crecimiento poblacional y con ello las características del ámbito urbano y rural, asemejando el segundo al primero en términos de estancamiento del crecimiento. Este argumento suma a la justificación del trabajo presentado, pues resulta importante estudiar esta generación ya que presentan importantes cambios en los hábitos y en la interacción personal.



4. Hipótesis

La Social Media influye de manera categórica en la forma en que los jóvenes del estudio adoptan y construyen sus modelos de éxito debido al uso intensivo y continuo de sus redes sociales sumado al protagonismo -en las redes sociales- de valores específicos como el emprendedurismo, la reputación y la competitividad.



5. Conclusiones

Del presente trabajo se concluye que, tras realizada la revisión bibliográfica de este tema -como puede observarse en el estado del arte- no existe literatura que logre el cruce de las variables de juventud, discursos de neoliberalismo y Social Media o redes sociales con respecto a la percepción del éxito. Así mismo, no se han identificado han identificado investigaciones puntuales sobre los jóvenes de secundaria y su percepción de éxito en Lima o el Perú. Por ello se han analizado casos en otros países, así como estudios que aborden uno o más subcomponentes del tema.

Así mismo, basándonos en la capacidad de que los estilos de vida distintos generen capacidades distintas para aspirar (Cánepa, 2020), justificaremos el uso de dos muestras de manera que pueda obtenerse una diversidad de respuestas que den cuenta de los asociado a los distintos estilos de vida asociados al nivel socioeconómico de los estudiantes de colegios privados de un estrato socioeconómico medio o alto y aquellos de colegios públicos de estratos socioeconómicos bajos.

Por último, las entradas teóricas aquí delimitadas (i) la constitución de sujetos en el neoliberalismo, (ii) el rol social de la Social Media y las redes sociales y (iii) la categoría de “juventud” como etapa de transición sí son pertinentes al estudio que se pretende realizar puesto que ha sido posible establecer no una, pero varias relaciones entre los conceptos y las teorías de los autores citados en el apartado de marco conceptual.



Bibliografía

Cánepa Koch, G., & Lamas Zoeger, L. (2020). *Épicas del neoliberalismo: Subjetividades emprendedoras y ciudadanías precarias en el Perú*.

Cánepa, G., & Lossio, F. (Eds.). (2019). *La nación celebrada: marca país y ciudadanías en disputa*. Universidad del Pacífico.

Castells, M. (1999). Internet y la Sociedad Red [Lección inaugural]. Programa de doctorado sobre la sociedad de la información y el conocimiento (UOC), Catalunya, España. https://red.pucp.edu.pe/wp-content/uploads/biblioteca/Castells_internet.pdf

Della Porta, D. y M. Keatings (Eds.) (2013). *Enfoques y metodologías de las ciencias sociales. Una perspectiva pluralista*. Madrid: AKAL.

Feher, M. (2009). Self-Appreciation; or, The Aspirations of Human Capital. *Public Culture*, 21(1), 21–41. <https://doi.org/10.1215/08992363-2008-019>

Feixa, C. (2000, octubre). GENERACIÓN @ LA JUVENTUD EN LA ERA DIGITAL. *Nómadas*, 13. Recuperado 10 de julio de 2022, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=105115264007>

Golte, J., & Gabriel, D. L. (2011). *Polifacéticos: jóvenes limeños del siglo XXI*. Instituto de Estudios Peruanos. <http://www.jstor.org/stable/j.ctt9qdv43>

Harvey, D. (2008). *EL NEOLIBERALISMO COMO DESTRUCCIÓN CREATIVA*. *Apuntes del Cenes* 27(45). Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=479548752002>

INEI. (2020, julio). “*Planos Estratificados de Lima Metropolitana a Nivel de Manzanas según Ingreso Per Cápita del Hogar*”. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1744/libro.pdf

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>

Khan, M. F., & Jan, A. (2015). Social media and social media marketing: A Literature Review. *IOSR Journal of Business and Management*, 17(11), 12-15. DOI: 10.9790/487X-171111215

Lemke, T. (2002a). Foucault, Governmentality, and Critique. *RETHINKING MARXISM*, 14(3). Recuperado 10 de julio de 2022, de

<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/089356902101242288?journalCode=rrmx20>

Marwick, A. E. (2010). *Status update: Celebrity, publicity and self-branding in Web 2.0* (Doctoral dissertation, New York University).

Mora, J. & CEGES-LMPF. (2008, 14 mayo). El «éxito laboral» de los jóvenes graduados universitarios europeos. Publicaciones Ministerio de Educación y Formación Profesional. Revista de Educación. Recuperado 10 de julio de 2022, de <https://sede.educacion.gob.es/publiventa/el-exito-laboral-de-los-jovenes-graduados-universitarios-europeos/universidad/23425>

Panfichi, A. y Valcárcel, M. (1999). *Prólogo: El significado de la juventud en las Ciencias Sociales en Juventud: sociedad y cultura*. en Panfichi, A. y Valcárcel, M. (Eds.), *Juventud: sociedad y cultura*. Red para el Desarrollo de las Ciencias Sociales en el Perú.

Pekkala, K., & van Zoonen, W. (2020, febrero). Work-related social media use: The mediating role of social media communication self-efficacy. *European Management Journal*, 40(1). Recuperado 10 de julio de 2022, de <https://doi.org/10.1016/j.emj.2021.03.004>

Pham, M. T. (2013). "Susie Bubble is a Sign of The Times". *Feminist Media Studies*, 13(2). Recuperado 10 de julio de 2022, de <http://dx.doi.org/10.1080/14680777.2012.678076>

Rose, N., O'Malley, P., & Valverde, M. (2012). GUBERNAMENTALIDAD. *Astrolabio*, (8). <https://doi.org/10.55441/1668.7515.n8.2042>

Vélez, T. I. (2007). El éxito escolar en el nivel medio superior: una mirada desde los jóvenes. *Redalyc.org*, 8(16). Recuperado 10 de julio de 2022, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31181603>