



# Hiperconexión individualista en niños<sup>1</sup>



*Individualistic hyperconnection in children*

## Autora

Brenda Angélica Molina Garduño  
*Universidad de Ixtlahuaca CUI.*

## Resumen

Los problemas existentes en la modernidad como el individualismo alcanzan su apoteosis en la posmodernidad, aunados al surgimiento del Internet, que dio origen a la sociedad red. Es en este plano donde hay 3.8 mil millones de internautas en redes sociales (Kemp, 2020), por lo cual se presenta la incógnita sobre cuántos de esos usuarios son perfiles creados por niños. Al respecto no se conocen estadísticas, debido a que no está regulado su acceso a Facebook sino hasta los trece años, por causa de su falta de madurez y la gestación, desde su ingreso, de una hiperconexión individualista en el pequeño usuario.

**Palabras clave:** Hiperconexión. Individualismo. Infancia. Posmodernidad. Sociedad red.

<sup>1</sup> Versión resumida del trabajo recepcional para obtener el título de Licenciada en Comunicación, asesorado por el maestro César Augusto Suháste Ramírez.

## Abstract

The existing problems of modernity, such as individualism, reach their apotheosis in postmodernity, together with the emergence of the Internet, which gave rise to the network society. It is at this level where there are 3.8 billion Internet users on social networks (Kemp, 2020), which raises the question of how many of these users are profiles created by children. No statistics are known about this, because their access to Facebook is not regulated until they are thirteen years old, due to their lack of maturity and the gestation, since their entry, of an individualistic hyperconnection in the small user.

**Keywords:** Hyperconnection. Individualism. Childhood. Postmodernity. Network society.

## Introducción

La comunicación está siendo parte de una revolución científica (Kuhn, 2010), donde se está gestando un nuevo paradigma que ha cambiado la manera de interactuar del individuo. En este contexto, el ideal sería una transformación a una sociedad de conocimiento, la cual, para lograrse, tiene que analizar los problemas que atañen a la comunicación. Por eso, surge el interés de estudiar a los niños que convergen en la red y cómo se han generado nuevos comportamientos como producto de los medios de comunicación actuales.

El uso de redes sociales en infantes trae consigo riesgos donde mienten sobre su edad para tener una cuenta de Facebook. Hemos minimizado el uso de esta red social, al grado de que algunos padres de familia consideran que es inofensivo, lo que los convierte en cómplices. De manera prematura, los pequeños ingresan a un mundo de información insospechada, delicada, poco comprensible para la etapa cognitiva que atraviesan. Estos niños quedan atrapados en dos estadios; su entorno real, cotidiano, y el multiverso digital.

La presente investigación surge ante la incógnita de saber en qué momento la hiperconexión va manifestando en los infantes la conformación de una personalidad individualista. Esto se logra por medio de la identificación de los factores que propician el surgimiento de la presente identidad en niños, a través de la hiperconexión en Facebook, así como de conocer los contenidos que publican los menores dentro de la red social, para que con la previa noción se logre reconocer las repercusiones del uso de esta plataforma en infantes, especialmente al describir las representaciones de individualismo.

La problemática se aborda a través de un análisis de las propuestas teóricas de sociólogos como Bauman (2004; 2012; 2016), Lipovetsky (2006; 2018), Castells (2001; 2005), Schor (2006) y Postman (1983; 2012). De igual manera, se hace uso de instrumentos de investigación en los cuales se incluyen márgenes de edad de ocho a catorce años en los que se han observado dos sujetos, con el fin de analizar sus comportamientos manifestados a lo largo de dos años, el tiempo en el que se desarrolló el presente trabajo. Los infantes cuya conducta fue estudiada fueron una menor, que al empezar la investigación tenía nueve años y al terminar la presente tenía once, y un niño, analizado a partir de los once años hasta cumplir los trece. Para finalizar, se presenta un análisis de contenido en la red social de la niña para observar los perfiles de los menores que tenía agregados como amigos y ver lo que publicaban, usando las categorías de individualidad, red social (Facebook), contenidos mediáticos e hiperconexión, que consolidarán el planteamiento que se pone en discusión.

## Posmodernidad

La posmodernidad se ha concebido como una lógica extremista de la modernidad en la que primero hubo fenómenos que fueron positivos para la época, pero que actualmente se convirtieron en problemas que siguen agravándose en la cultura consumista. Uno de ellos es la individualidad.

Es necesario para entender a la posmodernidad (Lipovetsky, 2018) contextualizar brevemente los elementos que la gestaron. Estos se presentaron entre 1880 y 1950, por el aumento de la producción industrial (taylorismo) y la difusión de los productos; hecho que fue posible debido a los progresos en el transporte y en las comunicaciones, hasta la aparición de los grandes métodos comerciales. En 1999, Ulrick Beck acuo el término “segunda modernidad”, o bien, la modernización de la modernidad, lo que se ha abordado como posmodernidad por teoricos como Lyotard (2005) y Lipovetsky (2006), quienes previeron un advenimiento de la época pasada donde todas las características de la modernidad fueron llevadas a los extremos, mientras que Zygmunt Bauman (2004) lo abordó como “modernidad líquida”, pues no se atrevió a decir que había un cambio de época, sin embargo, s que había una transformación en la sociedad.

Por consiguiente, al hablar de modernidad líquida o posmodernidad se hace referencia a los mismos puntos característicos de la presente era, vista desde los diferentes autores que en su complemento generaron una mejor visión del tema. En la modernidad líquida nos encontramos “en la sociedad de consumidores donde nadie puede convertirse en sujeto sin antes convertirse en producto” (Bauman, 2012, p. 277.), pues se expone que el individuo busca venderse, al pretender lograr la aceptación social y la visibilidad en redes sociales.

### **Comprensión del individualismo en la posmodernidad**

El individualismo, que se había venido manifestando desde la modernidad por Tocqueville (citado en Lipovetsky, 2006), quien diagnosticó de manera primigenia la aparición de individuos preocupados por su felicidad personal, con ambiciones ilimitadas y puso en relieve numerosas paradojas que la democracia le permitió juzgar con documentos en mano, vino alcançar su apoteosis en la posmodernidad, producto del pensamiento sobre la vida como una forma de hedonizacin.

El individualismo se produce por el consumo, así como el desprestigio de las instituciones en las que antes creía, como lo es la familia<sup>2</sup> o la religión, lo que Lyotard (2005) define como la crisis de los fundamentos o relatos modernos, que consolidó el declive de los sistemas de legitimación, generando a un individuo desilusionado o vacío (Lipovetsky, 2018); hecho que propicia que solo se preocupe por sí mismo y por su disfrute momentáneo, al únicamente tener garantizado el presente. Sin embargo, esto trae aspectos negativos para la sociedad, pues hay una indiferencia por lo que le rodea en los ámbitos sociales, políticos, económicos, entre otros, lo que explica que no busque adquirir compromisos; algo descrito por Bauman (2004) como una característica de la modernidad líquida.

Los dos niveles de experiencia en los que se convive en la Fenomenología Sociológica se replantean en la sociedad contemporánea a un sentido del “yo”. La sociedad posmoderna tiene la necesidad de la búsqueda de la felicidad y con eso se requiere el mejoramiento de sí misma, para que se centre la atención en el propio individuo que producirá su realización.

Interconectados por nodos, pero cada vez más desconectados de nosotros, predomina entonces un individualismo que condena a: “Desolación de narciso, demasiado bien programado en absorción en sí mismo para que pueda afectarle el otro, para salir de sí mismo, sin embargo, insuficientemente programado ya que todavía desea una relación afectiva” (Lipovetsky, 2018, p. 78).

La sociedad red es nuestro conducto, en ella se ha plasmado nuestra actual condición con preocupaciones y vacíos que tienen que tratar de ser llenados a toda costa, aunque el recipiente esté agujereado. Un individualismo que quiere ser arropado en las plataformas digitales y sólo se funde con el eco de sí mismo.

2 El siglo XX arranca con la privatización de la familia y con ello la vida privada individual. Se deja de constituir la idea que imperaba en tiempo atrás donde la familia estaba situada delante del individuo, para suplantar a la persona delante de la familia (Duby y Ariès, 1990).

## Sociedad red

En la década de 1970 se produjo un hito histórico que generaría la revolución social y se desarrollaría en lo que quedaba del siglo XX; hecho que cambiaría al nuevo milenio. A ese parteaguas imprescindible para concebir al mundo actual se le conocería como la “sociedad red” (Castells, 2005), y seguramente ya se habrá imaginado el lector que el origen del Internet estuvo vinculado con la actualidad, que, cabe destacar, fue producto de una lucha de ideologías que bifurcaron el mundo en dos: socialistas y capitalistas. Castells (2005) nos explica que “el resultado fue una arquitectura de red que, como querían sus inventores, no podía ser controlada desde ningún centro, compuesta por miles de redes informáticas autónomas que tienen modos innumerables de conectarse, sorteando las barreras electrónicas” (p. 33). Al buscar oponerse a cualquier costa al enemigo, surge Arpanet, generando la revolución tecnológica de información y la reestructuración del sistema capitalista donde interactúa “La acción del conocimiento sobre sí mismo como principal fuente de productividad” (p. 43), para mejorar la forma de procesar la información y permitiendo el cambio de una sociedad industrial a una informational.

Se presenta una nueva economía que es la informational, en la cual se busca crear, gestionar y producir conocimiento dentro del mercado actual, además de que las diversas estructuras sociales se ven influidas por el Internet, pues se vive con él debido a que se encuentra presente en todo lo que hacemos: en los espacios sociales, laborales, políticos, económicos, culturales, comunicacionales, educacionales, artísticos, etc.

En los datos proveídos por Simon Kemp (2020), los cuales fueron revisados el 30 de enero del 2020, se afirmaba que hay 7.75 mil millones de habitantes entre los que se identificaron más de 4.5 mil millones de internautas y que en las redes sociales sobrepasan los 3.8 mil millones; hecho que se elevó un 9.2% comparado con el año anterior. Casi el 60% utiliza Internet, en el que se calcula pasan seis horas con cuarenta y tres minutos (para un usu-

rio promedio al día), lo que constituye cien días al año. Es importante saber que los dos infantes en observación entraron a esta red desde 2018, con tan sólo ocho años la niña y diez años el niño, lo cual fue permitido por parte de sus padres a partir de la compra del celular, donde ambos mienten sobre su edad para crear su perfil de Facebook.

### Las problemáticas en lo digital

Al trasladarse todas las actividades a la red, de la misma manera se pasan los problemas cotidianos que se resignifican en lo digital. Tal es el caso del *cyberbullying*, la ciberviolencia de género, el *grooming*, los robos de identidad, el *sexting* y la sextorsión. Y sin duda, los niños se exponen a todo ello.

“La idea de los niños implica una visión del futuro. Los niños son los mensajes vivos que enviamos a unos tiempos que ya no veremos” (Postman, 2012, p. 23). Es decir, cada generación fue a su vez un mensaje, de modo que con esta frase el autor se refiere a aquellos infantes que crecieron con el uso de la televisión, pero sin duda, el advenimiento del Internet es necesario demanda hacer nuevos análisis, como lo representa esta investigación, que refiere a los pequeños que están creciendo en la sociedad red. Es aquí que le pregunto al lector: ¿qué mensaje a futuro se está dejando?

Pero antes de llegar a una conclusión, se ahondará más en la hiperconexión individualista en niños.

### Resignificación de la infancia en la posmodernidad

Neil Postman (2012) planteó en una de sus conferencias de 1983:

La niñez es un artefacto social y no una categoría biológica. Nuestros genes no contienen instrucción alguna sobre quién es un niño y quién no lo es. Y las leyes de supervivencia no requieren que se haga distinción alguna entre el mundo de un adulto y el mundo de un niño. (p. 16)

Si se parte de esta premisa, se entiende que la infancia resulta una construcción social. Ante lo dicho, se presenta la incógnita: ¿desde cuándo se implanta la idea de que había formas distintas de concebir las diferentes etapas de desarrollo del ser humano? Esto surge, según Postman (2012), desde hace aproximadamente cuatrocientos años y de manera delimitada hace ciento setenta.

Neil Postman (2012) aborda en su obra la “La desaparición de la niñez” la misma idea de Ariès en 1960 (citado en Schor, 2006) sobre que la modernidad produjo que las brechas de adultos y niños fueran más largas, originadas cuando la clase media adquirió dominancia y los infantes llegaron a tener más importancia. Es el tiempo posmoderno considerado como una etapa idílica y lúdica donde el menor tiene derechos.

Ante el surgimiento de la televisión, Postman (2012) critica el modo indiscriminado en que les aparecen temas que no les corresponden a los pequeños dentro de la cultura del consumo y que solían ser tabúes y secretos de los adultos de índole sexual o violenta, los cuales se les iban contando a medida que ellos crecían; además, se involucran menos procesos cognitivos al ser totalmente visual y, a diferencia de la lectura, no necesitar ningún esfuerzo para aprender sus contenidos.

Schor (2006), en su libro *Nacidos para comprar*, hizo un estudio estadístico a menores en Estados Unidos con respecto a la publicidad expuesta en la televisión, donde demuestra la hipótesis de que la cultura del consumo (hecho que sigue vigente y en mayor cantidad en la red social Facebook) produce en los niños depresión, ansiedad, baja autoestima y problemas psicosomáticos, pues se encuentran inmersos en el hábito del gasto y la compra, que les puede generar problemas emocionales, crear disconformidades con lo que son y lo que tienen, así como implantarles valores consumistas. Por ello, la autora concluye que hay sentimientos de insatisfacción por parte de los pequeños con su vida, en la que son menos proclives a socializar y se configuran como materialistas, llegando a generarles dolores de cabeza y estómago, aumentando su riesgo de fumar, beber y consumir

drogas, así como padecer trastornos de ansiedad, paranoia, narcisismo, entre otros. Ahora imaginemos cómo será el efecto con el uso del Internet.

## Hiperc连exión en niños

Piensa en esto: cuando te regalan un reloj te regalan un pequeño infierno florido, una cadena de rosas, un calabozo de aire... No te regalan un reloj, tú eres el regalado, a ti te ofrecen para el cumpleaños del reloj. (Cortázar, 2016, p. 165)

Con el fragmento de Cortázar se hace una analogía con el presente mundo consumista, exemplificado cuando los padres regalan a sus hijos el celular. ¿Realmente es un regalo o una cadena? Después de todo lo dicho y lo que se vendrá a decir la respuesta se dejará a decisión del lector.

La hiperconectividad (Secretaría de Cultura, 2018) es un término que se creó en el 2001 con el fin de englobar los nuevos medios de comunicación con los que se convive actualmente, por lo que "hiperconexión" es la necesidad de estar todo tiempo conectado digitalmente, así como el hecho de tener la sensación de que el celular es imprescindible y, si no se tiene, causa de ansiedad.

Para representarla se expone el siguiente caso, en el que ambos niños observados en un periodo de dos años sienten la continua sensación de estar conectados a Internet, siendo el retiro de su dispositivo móvil el castigo que más les afecta emocionalmente. Con el fin de cambiar un poco la actitud mencionada, se les ha especificado un determinado tiempo para usarlo al día, sin embargo, el niño en observación usa mentiras para seguir teniéndolo, como argumentar que tiene que levantarse temprano al otro día y lo necesita para poner su alarma, pero al final no cumple. Es una lucha constante en la que los papás les especifican un horario determinado que no acatan y siempre terminan usando el celular más de lo debido, manifestando la "hiperconexión".

## Hipersocialización individualista en niños

La cuestión de la identidad ha sido transformada de algo que viene dado a una tarea: tú tienes que crear tu propia comunidad. Pero no se crea una comunidad, la tienes o no; lo que las redes sociales pueden crear es un sustituto [...]. La gente se siente un poco mejor porque la soledad es la gran amenaza en estos tiempos de individualización. Pero en las redes es tan fácil añadir amigos o borrarlos que no necesitas habilidades sociales. [...] Mucha gente usa las redes sociales no para unir, no para ampliar sus horizontes, sino al contrario, para encerrarse en lo que llamo zonas de confort, donde el único sonido que oyen es el eco de su voz, donde lo único que ven son los reflejos de su propia cara. (Bauman, 2016, p. 1)

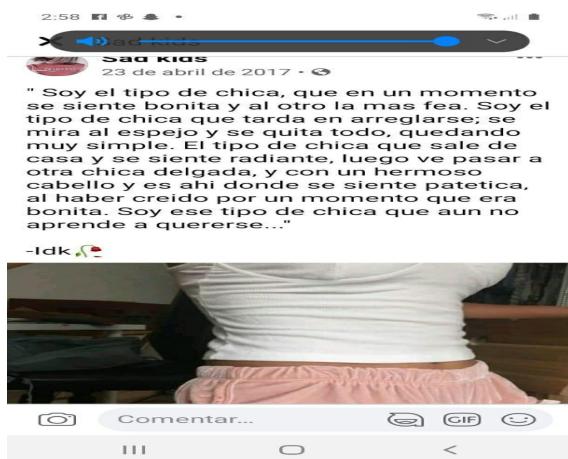
El objetivo de la presente investigación es el análisis de la hipersocialización que conlleva, implícita en la palabra, una connotación negativa al igual que el individualismo. A lo largo de dos años dedicados a observar a los niños y su uso de dispositivos, se ha notado que les ha dejado mayormente aspectos negativos que positivos. Por ello, se relatará lo que se ha observado en los perfiles de Facebook de los amigos de los sujetos de estudio, que son casi de la misma edad. Se empezará con la siguiente anécdota.

Los niños imitan las acciones de los más grandes, en este caso de los adolescentes, quizá hasta sus inseguridades. Al navegar en la cuenta de Facebook de la menor, se analiza el perfil de una de sus amigas y se encuentra una dinámica que opera entre ellas en redes sociales: una publica una foto y hay un acuerdo digital en el que empiezan a comentar otras menores sobre el agrado y lo bien que se ve, de tal manera que cuando las otras usuarias publican una foto, van a recibir la reciprocidad de reacciones y comentarios, que van en aprobación de su foto y representan a la sociedad de consumidores. Es así que la amiga de la niña tiene en promedio de cien a trescientos *likes* en sus fotos, con comentarios que oscilan de entre quince a 267, en los que todos resaltan que es muy linda. Es lamentable resaltar que esto no es más que un reflejo de todos los temores que tiene de sí misma, unidos con un culto al yo, (Bauman, 2012) y, por otro lado, la búsqueda de la aceptación. De esta manera:

[...] la sociedad basada en el principio del valor absoluto de cada persona es la misma en que los seres tienden a volverse zombis inconsistentes o cómicos; la sociedad en que se manifiesta el derecho de todos a ser reconocidos socialmente es también aquella en que los individuos cesan de reconocerse como absolutamente idénticos a fuerza de hipertrofia individualista. A mayor reconocimiento igualitario, mayor diferenciación minoritaria y más el encuentro interhumano se hace extrañamente chusco. (Lipovetsky, 2018, p. 167)

Tal hecho posteriormente es reafirmado con la siguiente imagen que la menor comparte:

**Figura 1.** Publicación compartida por la niña el 13 de julio de 2020.



Fuente: Facebook.

Es de importancia señalar que la página llama sumamente la atención por el nombre de “Sad Kids” (niños tristes), y en la cual, al hacer un análisis de más publicaciones, se encuentra que tiene aproximadamente 41 000 “me gusta” y, como es de esperar, no presenta contenido para menores, demostrando la idea de la desaparición de la infancia. Al quedar toda la información expuesta, se llegaron a encontrar comentarios de “agréguenme necesito amigos”, que sólo reflejan el vacío que existe. De hecho, Bauman, en una de sus entrevistas (La Sexta, 2017), afirmaba que lo que hizo a Facebook famoso fue el miedo de los usuarios a ser abandonados, algo totalmente coherente con la observación hecha a los perfiles de las niñas, que

también siguen en dicha plataforma a la página “q hice pq estoy triste”, cuyo contenido es afín en promedio con tres páginas de nombres similares, según pudo apreciarse gracias a la búsqueda.

Se encuentran pues, por un lado, una antinomia de fotos que demuestran la confiabilidad en sí mismo y, por el otro, publicaciones como la anterior que evidencian que no es así, que la publicidad acrecienta los miedos de los niños y sus inseguridades, dado que los cánones de belleza empiezan a preocuparle al menor cuando a su edad eso no debería estar en primer plano. Ahora, es posible exhortar al lector para que visualice: como adulto, ¿qué pensamiento llegará a tener el pequeño?

Producto de esto, se analiza que el menor se comienza a vender en sus redes, agregando a gente que no conoce, por lo que el pasado 15 de mayo del 2020 se le preguntó a la niña en observación, de ahora diez años, algo relacionado con sus amigos de Facebook, a lo cual respondió: “no son mis amigos, son personas que conozco, muchos son amigos de mi hermano”, tan sólo dos años mayor que ella. Lo anterior, no ayuda a la generación ni de un vínculo de amistad, acentuando que el infante se sigue percibiendo individualmente, con una cantidad considerable de personas agregadas en su perfil, así sea en la red.

El nuevo *sine qua non* de la entrada a Facebook reside en la publicidad: tanto del menor para ofertarse como lo que recibe del exterior, que pretende satisfacer aparentemente inseguridades y miedos. Aunque el individualismo se ha desencadenado, se está en la eterna paradoja de no querer sentirse solo (aunque sea sólo una apariencia), perceptible en lo que comparten los niños y en la búsqueda de la aceptación social, reflejando en cierto punto una especie de conformismo para evitar la convivencia y todo lo que pudiese traer como consecuencia, siendo más fácil quedarse sentado platicando vía chat con alguien que acudir presencialmente y buscar la conversación, pero al no enfrentar retos, también se genera un vacío, tal y como indica Bauman (La Sexta, 2017).

Se ha percibido que los adolescentes utilizan mensajes que copian y pegan y se apropián como si fueran de su autoría, los cuales dedican a sus mejores amigos (hecho que se aborda porque los niños tienden a imitar sus acciones). Otro de los aspectos que se mencionó en el apartado que antecede al presente en relación con Postman (2012) y que se aúna a los factores de la desaparición de la infancia, es la falta de creatividad del pequeño, la cual, ante la facilidad con la que obtiene la información, resulta a su vez incapaz para poder transmitir algo que provenga de sus sentimientos.

Otro hecho que expone la individualidad se dio cuando otra niña,<sup>3</sup> con muchos *likes* en sus fotos y comentarios,<sup>4</sup> compartió la siguiente publicación:

**Figura 2.** Publicación obtenida el 15 de agosto de 2020.



Fuente: Facebook.

Al investigar un poco más sobre quién es Howl Jeden, creador de la publicación, resulta que hay anonimato en su verdadera identidad y, al ver qué tipo de cosas sube, se encuentran temas sexuales que fueron parte del mencionado “secreto del adulto” por un tiempo y al que, ahora, el menor tiene acceso, en referencia a lo dicho por Postman (2012) sobre la desaparición de la infancia.

3 Es una menor de once años, amiga del infante de doce que se mantuvo en observación.

4 Si se visualizan los perfiles de Facebook de adolescentes resulta que también tienen infinidad de likes y comentarios, entonces se demuestra que los niños imitan.

Otra página de contenidos tristes es “Depresiva 24/7”, donde en la descripción del sitio se estipula que está hecha para niños (aunque se supone que no pueden usarlo) y adolescentes, con contenidos que buscan destacar el vacío que pudiesen llegar a sentir los seguidores en su vida.

El mensaje que se transmite por los menores en las redes sociales es realmente triste, lleno de individualidad y falta de autoestima como el que se mostró arriba, donde se percibe el hecho de que está rodeado de personas en su Facebook y que en realidad se siente solo. “El conflicto de las conciencias se personaliza, está más en juego el deseo de complacer, seducir, durante el mayor tiempo posible que el de clasificación social; también el deseo de ser escuchado, aceptado, tranquilizado, amado”. (Lipovetsky, 2018, p. 71)

También es un narcisismo el que se plasma en la red, donde los menores se sienten tristes, pero de la misma manera, eso se debe a que no se centra la atención en ellos, porque se tiene la necesidad de continuamente decirle a las personas que los rodean que los amen, que vean por ellos o, de lo contrario, eso desencadena emociones negativas, lo cual es una característica del individualismo que se presenta hoy en día y que se expondrá con la siguiente publicación de la última página referida, compartida por una de las amigas de la pequeña.

**Figura 3.** Publicación obtenida el 17 de agosto de 2020.



Fuente: Facebook.

Como las presentes publicaciones, se encuentran muchos más ejemplos que muestran sus inseguridades y sus necesidades de sentirse queridos.<sup>5</sup> De igual forma hay infinidad de páginas con contenido similar, por lo que el niño se va adentrando a las mismas dinámicas que efectúan los adolescentes. Tal vez el lector podría excusar estas acciones por cuestiones del duelo que atraviesan los seres humanos a medida que van creciendo, sin embargo, hay factores de riesgo que, con el ingreso a la red, se potencializan más, sin contar que estos pensamientos/emociones pueden prolongarse a lo largo de su vida.

La hiperconexión en los dos niños que se han observado es algo inevitable en su vida diaria, en la que sienten la continua necesidad de tener su celular, hasta llegar al hecho de que la menor finja que está durmiendo con el objetivo de usarlo o de incluso pelear y enojarse con la gente que le circunda por no facilitarle el uso del móvil. Se ha originado entre ambos niños el aumento de peleas, de tal forma que si uno lo utiliza en horarios no permitidos el infante acude a acusarlo con el parent y viceversa. A veces existen complicidades, pero el dispositivo se convierte en muchos casos en el motivo de discusión.

De igual manera, se observa el hecho de que la mayor parte del tiempo hacen uso del celular a solas. Inclusive cuando hay un acercamiento a la niña, se percibe que trata de ocultar lo que ve, puesto que visualiza muchos videos de TikTok buscados con el dicho nombre a través de su Facebook, con fines de diversión, haciendo alusión a la sociedad humorística de Lipovetsky (2018) así como al “Hedonismo y el consumo [que] son el epicentro del modernismo y del posmodernismo.” (p. 106). Esto no es más que el reflejo de la posmodernidad llevada a la red.

Cada vez los dos infantes van participando más en las redes sociales y una conlleva a otra, pues en septiembre del 2020 ambos crearon su cuenta de Instagram y conforme ha avanzado su edad entran más en las dinámicas

5 Pueden encontrarse en los anexos de la versión completa de la presente investigación.

que les profiere Facebook, que es la red social predilecta. En el inicio del 2020, se notaba que la niña era la que pasaba más tiempo, sin embargo, a menudo que pasó el año el pequeño comenzó a usar más Facebook hasta el punto de no distinguirse quién lo consume más de los dos. Se ha vuelto indispensable para ambos la red social, un ejemplo de ello es el caso de la menor, quien una vez olvidó la contraseña de su cuenta por lo que quiso recuperarla, lo cual no logró e inmediatamente creó una nueva, como si nada hubiese pasado y empezó a agregar de nuevo a todos sus amigos. Este hecho ha ocurrido también con el niño, pues ambos tienen varias cuentas que no utilizan, aunque el infante tiene dos en Instagram aunadas a sus tres de Facebook, de modo que se vincula con lo que hablaba Baumam (2016) sobre las redes sociales, en las que se controla a la gente, se elimina y se agrega de forma fácil y sencilla. Así mismo, crear otro perfil hace alusión a la fluidez. Lo que se quiere destacar aquí es que se interesan más por estar conectados, que por recuperar sus cuentas.

### **Conclusiones: ¿En qué momento la hiperconexión, va generando en los niños la conformación de una personalidad Individualista?**

Se enlistarán seis factores analizados a lo largo de dos años con ambos pequeños, mismos que se han expuesto en la presente investigación con relación a la hiperconexión individualista en niños.

1. Se comienza a percibir el cambio de conexión a hiperconexión, en la que el niño no sabe concebirse sin su dispositivo electrónico.
2. El niño usa Facebook y publica una foto agradable, comienza a agregar a sus amigos y busca llamar la atención a través de diversas publicaciones.
3. Se presenta el conocimiento del niño sobre páginas deprimentes, porque ha visto que alguien más ha compartido publicaciones relacionadas e incluso él mismo comparte contenido de esta índole.

4. El niño se sumerge en el *amusement* y se plasma en cada una de las cosas que se comparte, pues la red social sólo le sirve para la hedonización.
5. El menor comienza a comentar en publicaciones o fotos de sus amigos o amigas, para que también se le comenten cosas agradables, lo que ejemplifica a la sociedad de consumo.
6. El consumo origina la individualidad, lo cual se ha abordado a través de las distintas teorías expuestas a lo largo de la investigación. En un primer acercamiento, se presenta la compra del móvil que posteriormente le gestará la hiperconexión con Facebook para ser objeto de consumo, así como el contenido que se le presenta que va de venta de ideas, entre otros aspectos, mismos que se agravan y le forman hábitos en el uso de la red social Facebook y que a su vez le generarán altas expectativas de vida.

A lo largo de la investigación, se identificaron los factores que propician el surgimiento de una personalidad individualista en niños, a través de la hiperconexión en Facebook; se conocieron algunos contenidos que publican los menores dentro de la red social y que se ubican en el ensayo que corresponde a la versión completa del presente trabajo. También, se reconocieron las repercusiones del uso de la red social Facebook en infantes, como el hecho del fomento del consumo, y se describieron las representaciones de individualismo en formación de la personalidad y vida del pequeño.

### **¿Qué queda pendiente para futuras investigaciones?**

La presente investigación buscó lograr una descripción y comprensión del fenómeno, donde sería de sumo interés ahondar más en la línea de investigación sobre las redes sociales. Es importante destacar que ha habido movimientos que han llevado a modificar las políticas de privacidad de Facebook y crear otras alternativas como Messenger Kids, pero que no llaman

la atención de los niños, hecho que se comprobó a la hora de instalar la aplicación a la menor, quien rápidamente perdió el interés. Por eso se debe dar búsqueda a nuevas soluciones, tomando en cuenta que los niños, desde la sociología infantil, tienen poder para actuar, así como para proponer temas de investigación acordes al modo en que ellos visualizan las cosas.

Sin duda queda mucho por hacer, pero se puede empezar por la búsqueda de la descomercialización del individuo a la manera que Schor (2006) señala:

Se han realizado encuestas que muestran la mayor probabilidad de que unos niños materialistas sean hijos de padres materialistas. Del mismo modo, es mucho más probable que padres materialistas tengan hijos con prioridades similares. Para transmitir valores de manera eficaz, es imprescindible vivir de acuerdo a ellos. Los padres que desean para sus hijos una vida más libre de influencias comerciales deben cambiar con ellos. (p. 75)

Se expone que lo que ha traído efectos negativos en la sociedad actual es la hiperconexión, por eso la presente investigación pretende que se regrese a la conexión en lo digital, que será posible con estrategias que hagan posible el uso de la red para beneficio del usuario.

### **La posible solución en el ideal de transformarse en un ciudadano digital**

En los estudios que forman parte del análisis de la comunicación contemporánea se plantea la idea del “ciudadano digital”, lo que sin duda es la solución a gran parte de las problemáticas que hoy en día atentan contra la realización adecuada del proceso comunicativo y que se logrará con propuestas específicas; producto de las investigaciones que provengan del paradigma crítico dialéctico, generando a gran magnitud algo significativo. Un ciudadano concebido por Álvarez (2012), es alguien que se encuentra en una comunidad con derechos y deberes para desarrollar el sentido de identidad, pertenencia, en el lugar en que vive, en interacción con sus semejantes, por lo cual se debe ser responsable. El ciudadano va en contra de la marea y de la sociedad actual, lo que es expuesto con la siguiente

crítica de Bauman (2012): “para convertirse en consumidor es necesario un nivel de constante vigilancia y de esfuerzo que apenas deja tiempo para las actividades requeridas para ser un ciudadano” (p. 200). De ahí la propuesta de convertirnos en ciudadanos digitales.

La entrada de los menores a las diversas redes sociales se ha vuelto una pseudonecesidad (Lipovetsky, 2018), pero debería suceder mínimo hasta que tuviese la madurez necesaria, en una etapa en que se les hayan enseñado cuestiones tan mínimas como que no es correcto que acepten a todos los usuarios que les mandan alguna invitación, así como en la que se les hayan puesto sobre la mesa posibles consecuencias o tengan claros tanto el establecimiento de contraseñas seguras, como la configuración de su privacidad. Sobre todo, cuando puedan actuar con valores a la hora de manejar la red, sin emitir información falsa ni alarmista y al contrario, reportando cuanto esta se detecte, haciendo uso de la netiqueta y apelando por un código deontológico.

Se puede empezar por aspectos pequeños que involucren a cada hogar: enseñar el uso responsable de las tecnologías, con apoyo de las escuelas, que deben fomentar el aprendizaje del uso de las TIC de manera consciente y human y enseñarles a navegar en la red con el fin de hacer más críticos a los niños sobre lo que piensan y actúan; incluso, el gobierno tiene que generar políticas que regulen a las empresas y su publicidad. En esta época de individualidad podemos contrarrestarla volviéndonos unidos y de esa manera trabajar para salvaguardar a las nuevas generaciones. Cuando se eduque para convertirnos en ciudadanos digitales, se usará el Internet como poder de expresión, estaremos cercanos al Estado y sus diversas instituciones, lo que será un gran paso hacia la metamorfosis de la sociedad de la información a una de conocimiento.

Lo dicho desenlaza en la última conclusión en la que se busca dar un poco de luz para la salida del túnel que equivale a la esperanza. Cabe resaltar que tampoco se está en contra de las tecnologías, ni mucho menos se ha pretendido acabar de manera apocalíptica la presente investigación, pues se tiene la convicción de que el Internet ha sido un regalo para la humani-

dad, gracias al cual se tiene la capacidad de acceder a todo conocimiento que ha llevado siglos alcanzar para que hoy el usuario pueda aprender de él. Además, debe tenerse en cuenta que las redes sociales no son totalmente malas, pues al utilizarlas con conciencia y educación pueden generar grandes cambios sociales, mismo hecho que se produciría con la unión, pero esa vastedad de conocimiento también conlleva responsabilidades.

Cada individuo en algún punto tiene un camino que lo lleva hacia los niños, pues se convive con ellos de manera directa o indirecta en los distintos entornos. Por lo tanto, también se encuentra cerca de la hiperconexión individualista infantil, de ahí la exhortación para cuidar la germinación de la semilla. Ahora al lector le toca emprender el viaje solo y, en consecuencia, decidir. Ya se le ha dado el conocimiento, ¿qué hará con él?

## Referencias

- Álvarez, C. (2012, 18 de junio). ¿Qué significa ser ciudadano/ a? Filosofía según Carlos. Recuperado en 10 de noviembre de 2023 de: <http://filosofiaseguncarlos.blogspot.mx/2012/06/>
- Art and Culture TV. (2016, 9 de enero). Zygmunt Bauman comenta el tema “Redes sociales”. YouTube. Recuperado en 10 de noviembre de 2023 de: [https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=83&v=DHBASp0u-qOA](https://www.youtube.com/watch?time_continue=83&v=DHBASp0u-qOA)
- Bauman, Z. (2004). Modernidad líquida. México: Fondo de Cultura Económica.
- Bauman, Z. (2012). Vida de consumo. México: Fondo de Cultura Económica.
- Bauman, Z. (2016, 8 de enero). Zygmunt Bauman: “Las redes sociales son una trampa” [Entrevista por De Querol, R.]. *El País*. Recuperado en 10 de noviembre de 2023 de: [https://elpais.com/cultura/2015/12/30/babelia/1451504427\\_675885.html](https://elpais.com/cultura/2015/12/30/babelia/1451504427_675885.html)

Bringué, X. y Sádaba, C. (2011). Menores y redes sociales. España: Foro Generaciones Interactivas. Recuperado en 10 de noviembre de 2023 de: <https://www.ara.cat/2011/02/02/420037993.pdf?hash=030fb955717c-1f02eaf019d03071e75dbf3108bd>

Castells, M. (2001). Internet y la sociedad red. Lección inaugural del programa de doctorado sobre la sociedad de la información y el conocimiento, Universitat Oberta de Catalunya [UOC]. Recuperado en 10 de noviembre de 2023 de: <https://www.uoc.edu/web/cat/articles/castells/castellsmain6.html>

Castells, M. (2005). La era de la información: Vol. 1. Economía, sociedad y cultura. La sociedad red. España: Alianza Editorial.

Cortázar, J. (2016). Historia de cronopios y de famas. Buenos Aires: Alfaguara.

Duby, G. y Ariès, P. (1990). Historia de la vida privada. Madrid: Taurus.

Espiritualidad y Filosofía. (2017, 10 de julio). Zygmunt Bauman: el egoísmo VS el ser social. YouTube. Recuperado en 10 de noviembre de 2023 de: <https://www.youtube.com/watch?v=PJbf1HXYcD0>

Galindo, J. A. (2009). Ciudadanía digital. Signo y Pensamiento, 28(54), 164-173. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/86011409011.pdf>

González, P. (2018, 1 de abril). Hiperconexión: qué es y cuáles son sus consecuencias. La mente es maravillosa. Recuperado en 10 de noviembre de: <https://lamenteesmaravillosa.com/hiperconexion-cuales-consecuencias/>

Kemp, S. (2020, 30 de enero). Digital 2020: 3.8 billion people use social media. We Are Social. Recuperado en 10 de noviembre de 2023 de: <https://wearesocial.com/uk/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media/>

Kuhn, T. S. (2010). La estructura de las revoluciones científicas. México: Fondo de Cultura Económica.

La Sexta. (2017, 6 de marzo). Bauman de Zuckerberg: "Se dio cuenta de que nuestra peor pesadilla es ser abandonados" – Salvados [Entrevista por Évole, J]. YouTube. Recuperado en 10 de noviembre de 2023 de: [https://www.youtube.com/watch?v=\\_EnGbIbIGx4](https://www.youtube.com/watch?v=_EnGbIbIGx4)

Lipovetsky, G. (2006). Los tiempos hipermodernos. Barcelona: Anagrama.

Lipovetsky, G. (2018). La era del vacío. Barcelona: Anagrama.

Lyotard, J. F. (2005). La posmodernidad (explicada a los niños). Barcelona: Gedisa.

Núñez, M. (2012). Una aproximación desde la sociología fenomenológica de Alfred Shütz a las transformaciones de la experiencia de la alteridad en las sociedades contemporáneas. *Sociológica*, 27(75), 49-67. Recuperado de <http://www.sociologicamexico.azc.uam.mx/index.php/Sociologica/article/view/82/73>

Pons, P. (2018, 25 de julio). Facebook tomará medidas para cerrar las cuentas de los usuarios menores de 13 años. La Vanguardia. Recuperado en 10 de noviembre de 2023 de: <https://www.lavanguardia.com/tecnologia/20180725/451083502080/facebook-menores-redes-sociales-tecnologia-portada.html>

Postman, N. (1983). La desaparición de la infancia. Londres: W.H. Allen.

Postman, N. (2012). La desaparición de la niñez. Boletín Iberoamericano de Teatro para la Infancia y la Juventud, (31), 15-24. Recuperado en 10 de noviembre de 2023 de: <http://www.cervantesvirtual.com/ark:/59851/bmcvq3m2>

Prieto, L. (2008, 15 de diciembre). Hiperc连ectividad. Leo Prieto. Recuperado en 10 de noviembre de 2023 de: <https://leo.prie.to/2008/12/hiperconectividad/>

Schor, J. B. (2006). Nacidos para comprar: los nuevos consumidores infantiles. Barcelona: Paidós.

Secretaría de Cultura. (2018, 18 de mayo). ¿Sabes qué es la hiperconectividad? y, ¿qué tiene que ver con el Día Internacional de los Museos? Recuperado en 10 de noviembre de 2023 de: <https://www.gob.mx/cultura/articulos/dia-internacional-de-los-museos-157499?idiom=es>