



Imagen de: [ghcassel](#) en Pixabay

Jóvenes y tecnologías digitales. Diagnóstico del uso y apropiación de plataformas digitales en la zona conurbada del sur de Tamaulipas

Youth and digital technologies. Diagnosis of the use and appropriation of digital platforms in the conurbation area of southern Tamaulipas

María Consuelo Lemus-Pool*, César Bárcenas-Curtis, José Alberto Gómez-Issasi

RESUMEN

En México, existen diversos estudios sobre qué hacen los jóvenes en la red y cómo interactúan en estos entornos; no obstante, en lo referente al sur de Tamaulipas, no existen investigaciones específicas que aborden las características de estas prácticas. El objetivo de este trabajo fue diagnosticar el uso y apropiaciones de plataformas digitales entre jóvenes de la zona sur de Tamaulipas, México, en su calidad de estudiantes del nivel medio superior y superior. La metodología es cuantitativa, a partir de un diseño no-experimental descriptivo. Se diseñó una muestra estadísticamente representativa de los municipios de Tampico, Ciudad Madero y Altamira, con un 95 % de nivel de confianza; a partir de la que se aplicó un cuestionario que obtuvo la participación de 1 222 jóvenes, en el que, se evaluó la intensidad de uso y perfil de navegación de diversas plataformas digitales, como páginas de información general, de intercambio de información o productos, redes sociales digitales, páginas educativas y de aprendizaje, así como de entretenimiento y diversión. Los hallazgos muestran que los procesos de uso y apropiación de estos entornos están mediados por 2 elementos fundamentales: un componente técnico, referido a los recursos de interactividad que provea la propia plataforma; y un componente sociocultural que remite a la historia de vida, el capital social y cultural, la personalidad y capacidad expresiva, así como las habilidades digitales de los jóvenes. Este estudio, desde lo local, permite observar la homogeneidad en el uso y apropiación de las plataformas digitales de los jóvenes, al tener un sentido pasivo en cuanto al empoderamiento a través de estas herramientas, para aprovechar los potenciales identificados de habilidades digitales, colaboración y producción de contenidos.

PALABRAS CLAVE: juventud, apropiación, tecnologías digitales, interacción.

ABSTRACT

In Mexico, several studies exist about what young people do on the web and how they interact in these environments; however, concerning southern Tamaulipas, there are no specific studies that address the characteristics of these practices. The objective of this work is to present a diagnosis of the uses and appropriations of digital platforms among young people in the southern region of Tamaulipas, Mexico, among high school and college students. The methodology is quantitative, based on a descriptive non-experimental design. A statistically representative sample from the municipalities of Tampico, Ciudad Madero, and Altamira, was designed with a 95 % accuracy and a margin of error of +/- 2 %. A questionnaire was developed and administered to a sample of 1 222 young students, in which the intensity of use and navigation profile of various digital platforms was evaluated. These platforms include general information pages, information or product exchange, digital social networks, educational and learning sites, as well as entertainment. The findings show that two fundamental elements mediate the processes of use and appropriation of digital platforms: a technical component, related to the interactivity resources provided by the platform itself, and a socio cultural component that relates to the life story, social and cultural capital, personality and expressive capacity, as well as the digital skills and intrinsic motivations of young people. In conclusion, this study allows us to problematize the phenomenon of the appropriation of digital platforms from the local level and to propose intervention routes that take advantage of the identified potential of digital skills, collaboration and content production.

KEYWORDS: youth, appropriation, digital technologies, interaction.

*Correspondencia: clemus@docentes.uat.edu.mx/Fecha de recepción: 30 de agosto de 2019/Fecha de aceptación: 5 de diciembre de 2019/ Fecha de publicación: 31 de enero de 2020.

Universidad Autónoma de Tamaulipas, Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, Centro Universitario Tampico-Madero s/n, col. Universidad Poniente, Tampico, Tamaulipas, México, C. P. 89109.

INTRODUCCIÓN

El interés por conocer los procesos de acceso y la apropiación de las tecnologías digitales entre los jóvenes abarca cada vez más diversos campos de conocimiento, y se realiza para alcanzar múltiples metas de innovación en el ámbito educativo, laboral, de participación social y cultural (García-Canclini, 2017; Crovi, 2018). Estos tipos de estudios tienen como punto de partida una comprensión profunda de las bases del acceso, uso y apropiación que presentan ciertos grupos sociales, en un contexto determinado.

Respecto al uso de las plataformas digitales por parte de los jóvenes, la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares de México (INEGI, 2019a) señala que las tres principales actividades se pueden clasificar en el rubro de entretenimiento (90.5 %), comunicación (90.3 %) y obtención de información (86.9 %). No obstante, estas interacciones suelen ser más complejas que la simple navegación para fines lúdicos, de socialización o académicos, ya que se concatenan con una más amplia gama de agencias, colaboración e intercambio de recursos (Lago-Martínez, 2015).

La revisión de la literatura académica muestra que existen 3 áreas clave respecto a la apropiación de las tecnologías digitales por parte de los jóvenes: 1) el ámbito de la interacción con los medios de comunicación; 2) la línea educativa, que aborda las transformaciones académicas que las TIC han generado en estos espacios; y 3) la dimensión cultural de estos procesos, que involucra cambios en las formas de comunicación, socialización, participación y acción colectiva.

En primer lugar, en lo referente al ámbito de los medios de comunicación, destacan investigaciones que plantean una transformación en la frecuencia y proporción de noticias que los jóvenes consumen a partir de su navegación en redes sociales digitales

(López y Gómez, 2014; López y col., 2014; García y col., 2017). También se han desarrollado tipologías de usuarios para identificar las percepciones de la influencia de este consumo en procesos de empoderamiento y participación social (Gavilán y col., 2017). En el ámbito de la publicidad y la mercadotecnia, la investigación referente a los medios de comunicación ha procurado discernir cómo las pautas de navegación interaccionan con marcas o programas específicos (Lacalle, 2013; Frutos y col., 2014; Martínez-Costa y col., 2019). Sin embargo, dentro de este primer ámbito de investigación, los que más han sobresalido son los estudios sobre usos y gratificaciones de la navegación que los jóvenes realizan en las diversas plataformas digitales (Pang, 2016; Gutiérrez-Rentería y col., 2017), centrándose en identificar motivaciones e intenciones de uso (Kaba y Touré, 2014; Giraldo y col., 2017; Thomas y col., 2017; Dhir y col., 2018), así como las tendencias de consumo de dispositivos, aplicaciones o plataformas en función de aspectos como el género, la edad, el nivel educativo e incluso el país de residencia (López y col., 2014; Langer y col., 2017).

El principal planteamiento que destaca en esta vertiente es la transformación de los usuarios jóvenes en su calidad de audiencias (García-Canclini, 2017), buscando reconectar a estos nuevos perfiles con los medios de comunicación tradicionales (Azurmendi, 2018). Asimismo, buscando espacios de participación y creación de contenidos por parte de lo que se ha nombrado como “prosumidor” (Fernández y col., 2018; Arribas y col., 2019), o bien, ponderando los procesos de interacción lúdica con los contenidos mediáticos (Torrego y Gutiérrez, 2016; Wang y Edwards, 2016; Pedrero y col., 2019).

En una segunda línea de investigación, se encuentra el escenario educativo. Este ámbito de estudio ha conllevado planteamientos más críticos respecto a cuáles son las transformaciones del proceso educativo, al contar con la presencia de tecnologías di-

giales y entornos virtuales en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Sin embargo, también destacan estudios que ponen en relieve las nuevas capacidades cognitivas que se desarrollan al interactuar con la tecnología fuera de la escuela (Fuente y col., 2019; Parodi y col., 2019; Vizcaíno y col., 2019), y cómo pueden potenciarse estos aprendizajes dentro de las aulas (Gutiérrez-Portlán y col., 2018).

La temática sobre jóvenes, tecnologías digitales y educación es en sí misma un campo de estudio. Los aspectos que se han abordado van desde la brecha digital (Sánchez-Antolín y col., 2014), la alfabetización digital (Drotner y Kobbernagel, 2014; Sánchez y col., 2017), los cambios positivos y negativos en el rendimiento académico y el aprendizaje (Allen y col., 2014; García-Martín y Cantón-Mayo, 2019), así como también las diversas dimensiones que involucra el uso de las Tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en un aula (Arriaga y col., 2016; Winocur y Sánchez, 2018; Aparici y col., 2019).

Finalmente, también es relevante la dimensión cultural de la apropiación de la tecnología digital. Desde el ámbito académico, ha sido relevante comprender qué relaciones, capacidades y destrezas se desarrollan en el contexto del ocio y el tiempo libre, existiendo numerosos estudios que se centran en las pautas de sociabilidad y habilidades digitales en dichos contextos, a través de plataformas como videojuegos, redes sociales digitales y páginas web informativas (Muros y col., 2013; Valdemoros y col., 2017; Vasco y Serrano, 2017; Crovi, 2018; Muñoz y Segovia, 2019). Asimismo, ha sido relevante para esta línea de investigación el abordar los procesos de construcción de identidad y la formación de comunidades (Wang y Edwards, 2016; Lemus, 2017; 2018; Santana y col., 2019), ya que permiten una diversidad de procesos de expresión, participación social e incluso de activismo digital en determinados escenarios y contextos.

Ya sea en su calidad de audiencias, usuarios, consumidores-productores de contenidos, estudiantes o simples sujetos, es posible afirmar que los jóvenes han protagonizado una serie de cambios en la forma de consumir, estudiar, trabajar, interactuar o relacionarse, a partir de la variable digital (Aparici y col., 2019). En la multiplicidad de hallazgos que se han identificado, es posible reconocer tendencias comunes, pero también rupturas que se relacionan con un aspecto significativo y pocas veces examinado: la dimensión contextual de estos jóvenes (Ekman, 2015; Richardson y Milovidov, 2019). En este sentido, la relevancia de realizar estudios sobre el uso y apropiación de las tecnologías digitales radica en ponderar y evaluar las nuevas prácticas culturales que están desarrollándose a partir de los contextos locales de estos jóvenes y el sentido de las nuevas habilidades de colaboración, producción de contenidos e innovación. La importancia de la perspectiva cuantitativa, permite diagnosticar el nivel de acceso, intensidad de uso y perfiles de navegación, ya que con base en este conocimiento es posible diseñar procesos de acompañamiento que hagan significativas dichas prácticas.

En México, existen diversos estudios sobre uso y apropiación de tecnologías digitales entre los jóvenes, y casi todos fueron efectuados desde su condición de estudiantes. Se han realizado este tipo de aproximaciones desde la perspectiva cuantitativa en la Ciudad de México (Crovi y Lemus, 2016; Garay-Cruz, 2016), el estado de México (Ortiz-Henderson, 2015; Ortiz-Henderson y Romero, 2016), Sonora (González-Lizárraga y López-González, 2015; González-Lizárraga, 2016) y Veracruz (López-González, 2016; López-González y col., 2017), así como desde marcos cualitativos (Winocur y Sánchez, 2018) y estudios mixtos (Ortiz-Henderson y Garay, 2015). Sin embargo, en Tamaulipas —y más específicamente en la zona sur del estado— aún existe una carencia de información sobre el tema en la literatura científica.

El objetivo del presente trabajo fue diagnosticar el uso y apropiación de plataformas digitales que presentan jóvenes de la zona conurbada del sur de Tamaulipas, México, a partir de sus patrones de uso y perfiles de navegación.

MATERIALES Y MÉTODOS

La metodología desarrollada es cuantitativa, a partir de un diseño no-experimental, transeccional y descriptivo. El periodo de estudio fue de noviembre 2018 a marzo 2019.

En cuanto al instrumento, fue de elaboración propia, estructurado a partir de preguntas cerradas y de opción múltiple, de tipo autoadministrado, es decir, que fue contestado directamente por el propio joven sin mediación de un encuestador. Para alcanzar el objetivo de proveer un diagnóstico de uso y apropiación, los reactivos se centraron en evaluar los patrones de acceso y conectividad a Internet de los siguientes aparatos: radio, televisión, teléfono celular, consola de videojuegos, tableta y computadora. Asimismo, el uso de diversas plataformas, a partir de dos indicadores:

1) En primer lugar, la intensidad del uso, a través de una escala de valoración de cinco puntos, que iba de 1. No uso, 2. Esporádicamente, 3. Regularmente, 4. Frecuentemente y 5. Siempre.

2) Asimismo, se indagó el perfil de navegación, empleando una escala de cuatro niveles, en la cual se pidió que marcara la opción que más representaba su navegación habitual en la plataforma evaluada, la cual iba de 1. Solo visualizo, 2. Reenvío información, 3. Participo, comento o reenvío el contenido, y 4. Elaboro mi propio contenido.

Las investigaciones sobre el acceso y la frecuencia o intensidad de uso son habituales al momento de desarrollar estudios sobre la apropiación de las plataformas digitales, ya que son el primer indicador del tipo de relación que tienen los jóvenes con estos en-

tornos (Giraldo y col., 2017; Rodríguez-Gómez y col., 2018; Muñoz y Segovia, 2019). Sin embargo, es aún incipiente la perspectiva cuantitativa sobre el perfil de navegación que se desarrolla dentro de la red. Por lo anterior, en esta investigación se proponen estos indicadores como base del diagnóstico de apropiación. La base teórica del perfil de navegación se basa en los hallazgos de Crovi (2016), quien propuso un “ciclo de interacción” de cuatro niveles en las redes sociales digitales: visualizar, trasladar, modificar y crear, el cual se vincula a otros indicadores cualitativos y a los niveles de acceso y uso. Para la validación de contenido, criterio y constructo de este instrumento se llevó a cabo una revisión de expertos. Posteriormente, se realizó una prueba piloto entre 106 estudiantes de nivel superior, para validar la confiabilidad de las respuestas, y se aplicó el estadístico de alfa de Cronbach, obteniendo una puntuación promedio de 0.75 en los 57 reactivos analizados.

El marco muestral se elaboró con el listado de las instituciones de educación media superior y superior, de escuelas públicas y privadas de los municipios que conforman la zona conurbada del sur de Tamaulipas (Tampico, Ciudad Madero y Altamira). A partir de lo anterior, se diseñó una muestra estadísticamente representativa de la zona, con un 95 % de nivel de confianza que corresponde a 300 cédulas en escuelas públicas y privadas y 600 cédulas en media superior. El trabajo de campo permitió obtener 1 222 cédulas, con margen de error de +/- 2 % a +/- 5 % del muestreo planeado (Tabla 1). A través de un método aleatorio simple, se seleccionó una institución educativa de cada municipio, de cada nivel educativo y de cada tipo, y se aplicaron los cuestionarios dentro de la escuela a partir de una muestra incidental, es decir, en las áreas comunes de la institución, donde se solicitó la participación voluntaria de los estudiantes (Tabla 1). Los nombres de las escuelas participantes y las fechas de levantamiento de cada una se describen en la Tabla 2.

■ Tabla 1. Distribución muestral.
Table 1. Sample distribution.

Nivel	Tipo	Número de cédulas aplicadas			Total	Margen de error
		Tampico	Madero	Altamira		
Medio Superior	Pública	77	99	110	286	- 4.6 %
	Privada	79	106	110	295	- 1.6 %
Superior	Pública	104	110	110	324	+ 8.0 %
	Privada	118	91	108	317	+ 5.6 %
ZCST*	Total	378	406	438	1 222	+ 1.8 %

*Zona conurbada del sur de Tamaulipas.

■ Tabla 2. Escuelas seleccionadas y fechas de levantamiento de datos.
Table 2. Selected schools and data collection dates.

Nivel	Tipo	Municipio	Nombre de la escuela	Fechas de levantamiento
Medio Superior	Pública	Tampico	Centro de Bachillerato Tecnológico, Industrial y de Servicios No. 103	14/11/2018
		Ciudad Madero	Centro de Estudios Tecnológicos, Industrial y de Servicios No. 109	29/11/2018
		Altamira	Centro de Bachillerato Tecnológico, Industrial y de Servicios No. 105	13/11/2018
	Privada	Tampico	Preparatoria UVM (Universidad del Valle de México)	06/03/2019
		Ciudad Madero	Prepa Madero (Grupo Educativo Madero)	29/11/2018
		Altamira	Bachillerato Anáhuac (Instituto de Estudios Superiores de Tamaulipas)	04/02/2019
Superior	Pública	Tampico	Universidad Autónoma de Tamaulipas, campus Sur.	08/02/2019
		Ciudad Madero	Instituto Tecnológico de Ciudad Madero	19/02/2019
		Altamira	Universidad Tecnológica de Altamira	29/01/2019
	Privada	Tampico	Universidad del Valle de México	06/03/2019
		Ciudad Madero	Escuela Particular Normal Superior “Lic. Benito Juárez” A.C.	26/02/2019
		Altamira	IEST Anáhuac (Instituto de Estudios Superiores de Tamaulipas)	15/02/2019

En cuanto al tratamiento de los datos, la captura, limpieza y validación se realizó con el programa de Microsoft Excel, y posteriormente, se efectuaron los análisis estadísticos con

el paquete estadístico para ciencias sociales (SPSS, por sus siglas en inglés: Statistical Package for the Social Sciences). En los hallazgos que se presentan a continuación se

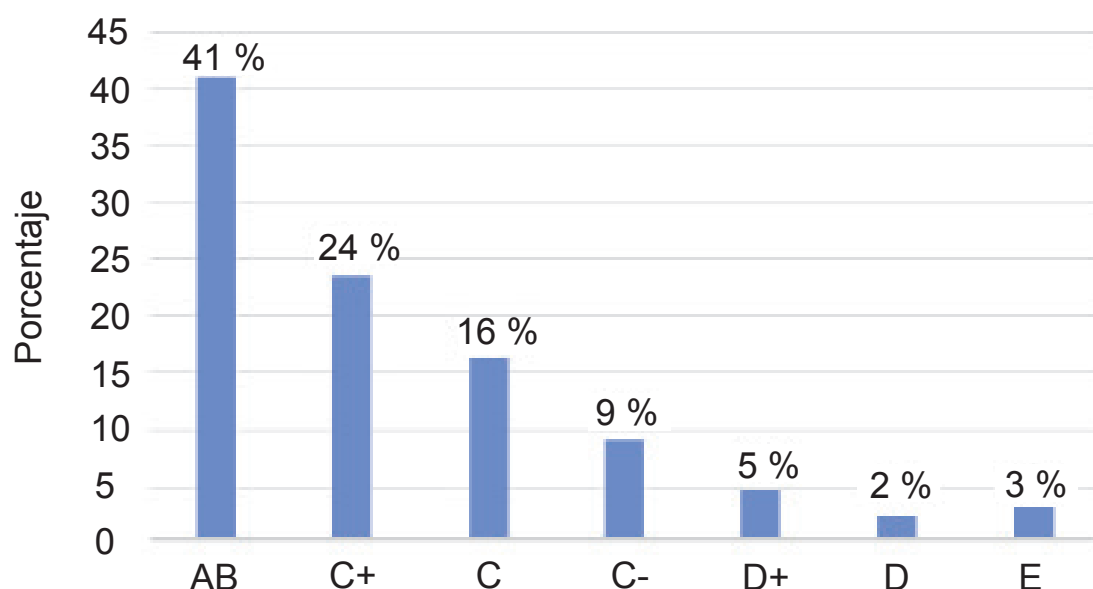
analizan los resultados descriptivos simples de las respuestas obtenidas en el acceso a las tecnologías digitales, la intensidad del uso y el perfil de navegación. El 48 % de los jóvenes pertenecía al nivel medio superior (n = 581) y el 52 % al nivel superior (n = 641). En cuanto al tipo de escuela, están distribuidos equitativamente según el tipo de institución educativa (públicas n = 610 y privadas n = 612). Los participantes presentan una media de 18 años, aunque el rango de edad oscila entre los 15 y los 29. La distribución por género fue de 54 % mujeres y 46 % hombres.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El sur de Tamaulipas posee una zona metropolitana integrada por los municipios de Tampico, Ciudad Madero y Altamira. De acuerdo con el INEGI (2015), en estos tres municipios habitan 706 771 personas, de las cuales, los jóvenes de entre 15 y 29 años representan el 25 % (INEGI, 2019b). En cuanto a conexión y usuarios de Internet, la ciudad de Tampico está entre las más conectadas a nivel nacional, alcanzando a 7 de cada 10 personas, mientras que en los municipios

de Ciudad Madero y Altamira esta cifra es de 6 por cada 10 personas (INEGI, 2019a). Referente a las características socioeconómicas de los participantes, es posible observar que el 65 % de los jóvenes pertenecen a los dos estratos más altos (AB y C+), y se extienden hasta el 81 % de la población estudiada si se considera el nivel C, según la metodología de medición de la Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado y Opinión Pública (AMAI, 2018). En términos generales, algunos estudios indican que los estratos de mayor nivel son los que tienen acceso a la educación media superior y superior en México (Tapia y Valenti, 2016; Blanco, 2017), tendencia que se ve corroborada en este estudio (Figura 1), ya que la población de bajos recursos representó solo el 19 %.

Existen trabajos que muestran una correlación positiva entre el nivel socioeconómico y el acceso a las tecnologías digitales (Crovi y Lemus, 2016), así como una mayor disposición a la participación social (Sola-Morales, 2017). Aunque los resultados no son concluyentes, es posible plantear que existen



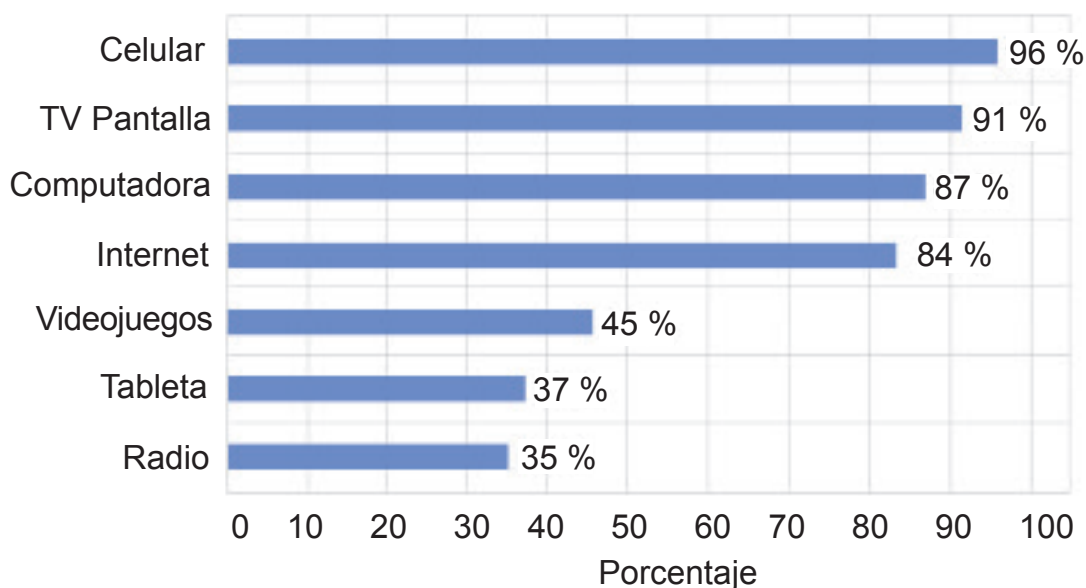
■ Figura 1. Nivel socioeconómico con base en AMAI (2018).
 Figure 1. Socioeconomic status based on AMAI (2018).

tendencias comunes entre la actual generación de jóvenes, que tienen como horizonte de sentido o “espíritu de su tiempo” la posesión de tecnologías digitales, sea este proceso real o aspiracional (Crovi, 2016; 2018), por lo que las prácticas que convergen están mediadas por un aspecto clave: la condición de ser estudiante y el hecho de que la escuela provee en alguna medida un nivelador en términos de disponibilidad de TIC y habilidades para la navegación (Ortiz-Henderson y Garay, 2015; Ramírez-Martinell y Casillas, 2015; Winocur y Sánchez, 2018).

Un aspecto relevante en el estudio del uso y apropiación de las TIC es determinar el acceso que tienen las poblaciones de entrar a las tecnologías digitales en diferentes entornos. En este estudio, se encontró que es una tendencia general la conexión múltiple y ubicua, a partir de dispositivos propios. Los más relevantes fueron el celular (96 % posee un aparato propio, 72 % de tipo *smartphone*, 50 % con plan de datos), la televisión o pantalla (91 % posee una propia, 80 % con suscripción de paga y conexión a Internet), la computadora (87 % mencionó poseer una personal, 53 % indicó que es

de escritorio o PC, 73 % con conexión a Internet) e Internet (84 % señaló que su hogar paga este servicio). Menos relevantes fueron otras tecnologías —como los videojuegos, tabletas e incluso la radio—, ya que están presentes en menos de la mitad de los hogares (Figura 2). En este sentido, se puede plantear que el acceso es generalizado, y no constituye una variable predictora del nivel de interacción en la red.

Estudios previos han mostrado que los estados de México con cercanía a la frontera de Estados Unidos de América poseen circuitos de intercambio de tecnología más variados y a costos más accesibles, lo cual propicia que los jóvenes tengan mayores niveles de posesión de TIC y conectividad (González-Lizárraga y col., 2018). No obstante, en el presente trabajo se sostiene más bien el planteamiento de que esta condición se asocia con la etapa de vida de estos jóvenes, que están en una fase prioritariamente escolar, donde se les solicita contar con estas herramientas para las actividades académicas, y además, poseen un nivel socioeconómico que les permite tener acceso a la tecnología, por lo que esta con-



■ Figura 2. Disponibilidad de TIC de la población estudiada.

Figure 2. Availability of ICT of the sample population.

dición se refuerza debido a que forman parte de sus dinámicas de socialización y estatus, lo cual hace ver la posesión de estas herramientas digitales como imprescindibles (Langer y col., 2017).

Patrones de uso y perfiles de navegación en plataformas web

A partir de los indicadores elaborados sobre intensidad de uso y perfiles de navegación, se evaluaron diversos entornos digitales para fines lúdicos, educativos, de consumo y de socialización. En primer lugar, se analizaron las plataformas de información general, que permitieron conocer la familiarización con herramientas de búsqueda de datos, relevantes en la vida cotidiana de los jóvenes y fuera del contexto escolar, así como el uso de los entornos digitales que han resultado destacados en otros estudios sobre jóvenes y TIC, como el comercio electrónico (Nielsen, 2018; Arribas y col., 2019), la interacción con medios de comunicación (Vidales y Rubio, 2014; Catalina y col., 2015) y con marcas comerciales (San-Miguel y Sádaba, 2019), así como las páginas de instituciones, ya sea del sector público o privado. Los resultados muestran que la frecuencia de uso de este tipo de plataformas es ocasional, siendo los sitios de descarga de

contenido y los blogs o vlogs las menos empleadas. Por otra parte, las de mayor intensidad de uso son las páginas de medios de comunicación y los espacios de opinión (Figura 3).

En cuanto al tipo de navegación en estas mismas plataformas (entre aquellos que mencionaron emplearlas ya sea esporádicamente, de manera regular, frecuentemente o siempre) el perfil preponderante es el de visualización, que involucra visitar el sitio y navegar en él. Destacan con mayores niveles de interacción las páginas de comercio electrónico, en las que el 58 % mencionó participar en ellas activamente, comentando, comprando o intercambiando; asimismo, los sitios de descargas de contenidos con un 45 % (Figura 4). En términos generales, la producción de contenido propio es poco significativa, pero también destaca que este tipo de páginas no sean relevantes en la navegación de los jóvenes, puesto que comparten poca información sobre ellas. Lo anterior, puede relacionarse con la baja frecuencia de uso, ya que no las utilizan o lo hacen esporádicamente. Aunque cabe destacar, que aquellos que navegan de forma regular o frecuente tienen un perfil activo, ya que forman parte de alguna comunidad virtual,

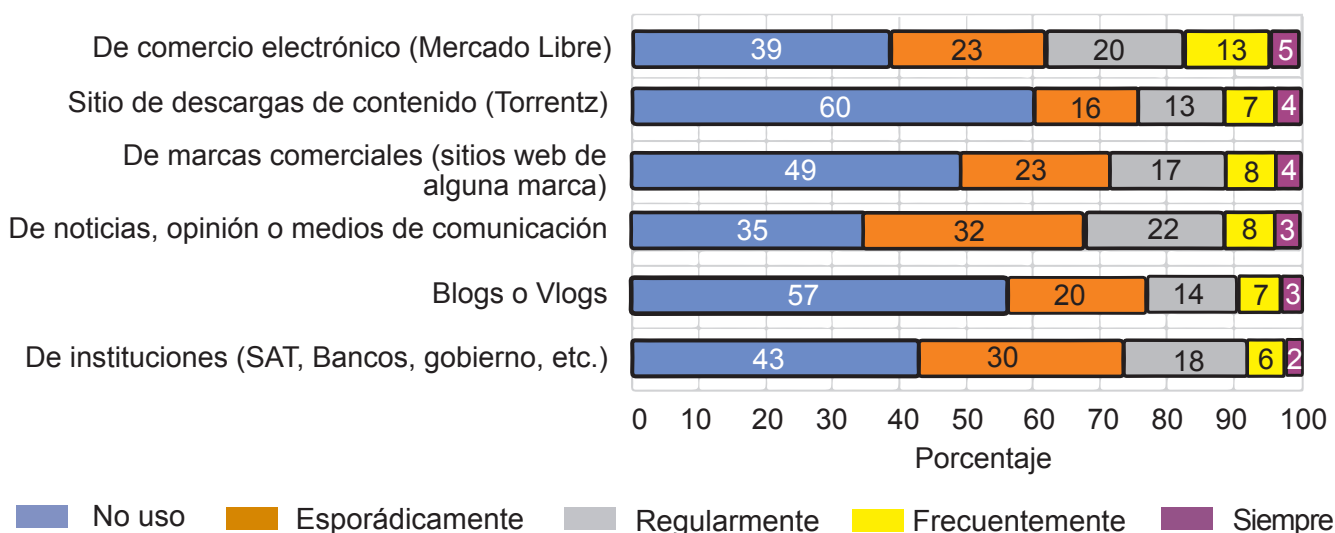
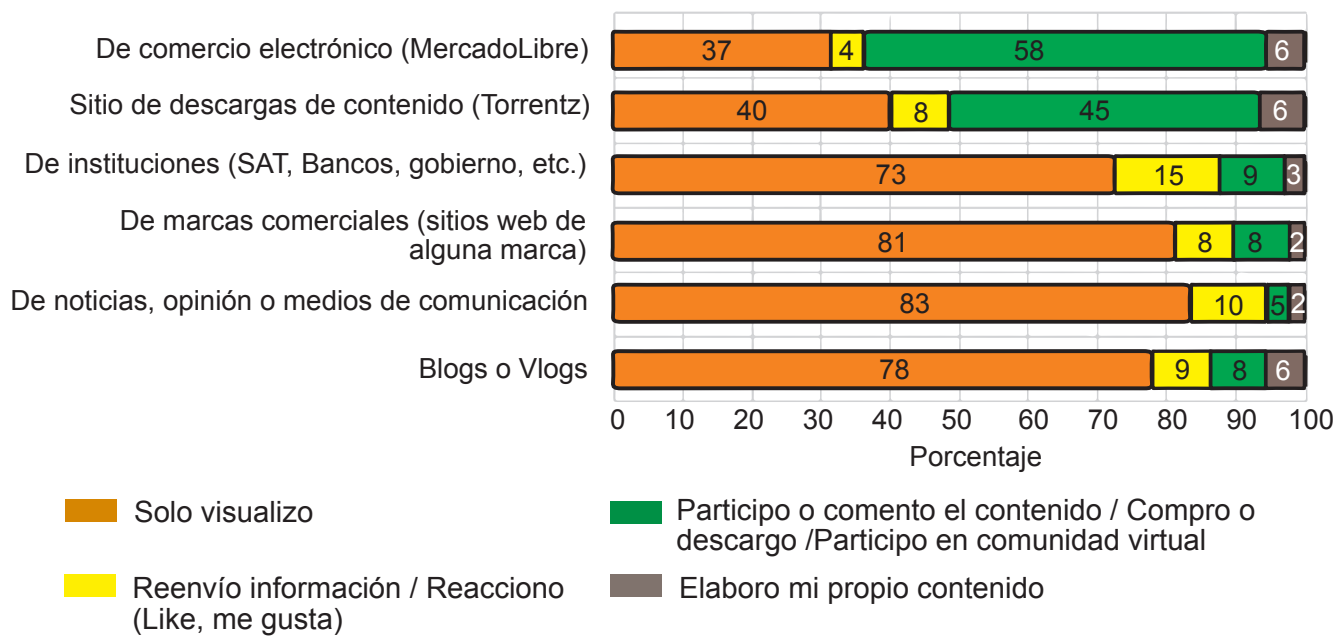


Figura 3. Frecuencia de navegación en plataformas generales.

Figure 3. Navigation frequency in general platforms.



■ Figura 4. Tipo de navegación en plataformas generales.

Figure 4. Type of navigation on general platforms.

realizan transacciones de información o bienes y elaboran sus propias publicaciones. En términos de habilidades digitales, esto muestra un potencial que claramente podría ser aprovechado en el contexto educativo, pues se trata de actividades que pueden ser significativas para las necesidades e intereses de estos jóvenes.

Otro aspecto relevante en cuanto a la navegación en las páginas de información general es que se ha comprobado que el tipo, la preferencia y duración de actividades dentro de la red, cambia conforme avanza la edad y la actividad preponderante de estos jóvenes (Rodríguez-Gómez y col., 2018; Martínez-Costa y col., 2019; Parodi y col., 2019). En este caso, al ser una población mayoritariamente dedicada a las actividades escolares, es probable que aún no incorporen este tipo de entornos a su navegación rutinaria.

En segundo lugar, se evaluaron las plataformas asociadas con el entretenimiento, la socialización y comunicación. Entre las principales, destaca la aplicación de WhatsApp

(92 % mencionó usarla siempre y frecuentemente), seguida de la red social digital, Facebook (83 %) y de páginas de videos y/o películas libres o gratuitas como YouTube (74 %), así como el portal de Netflix o páginas de videos y/o películas por suscripción (59 %). Por otra parte, las plataformas sociales con menos frecuencia de uso fueron Snapchat, los videojuegos en línea y Twitter (Figura 5).

Respecto al tipo de navegación en las plataformas lúdicas, estos entornos resultan más propicios para desarrollar niveles de interacción más altos. Sobre todo en las redes sociales digitales (Instagram, Facebook y Twitter), el perfil que navega en ellas se ubica en el nivel más alto de creación de contenido propio. También destaca una interacción propicia para el intercambio de contenido, la participación y el reenvío de información, en espacios como WhatsApp y los videojuegos en línea (Figura 6).

Los resultados permiten plantear un aspecto relevante al momento de tratar de comprender los perfiles de navegación de los jóvenes

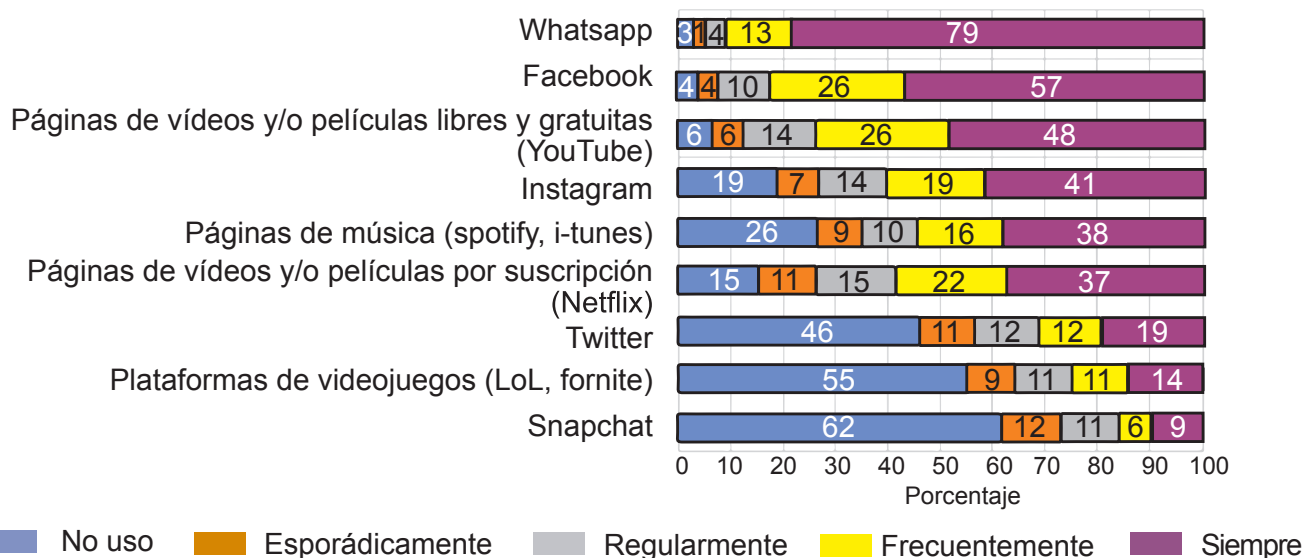


Figura 5. Frecuencia de navegación en plataformas de entretenimiento.
 Figure 5. Navigation frequency on entertainment platforms.

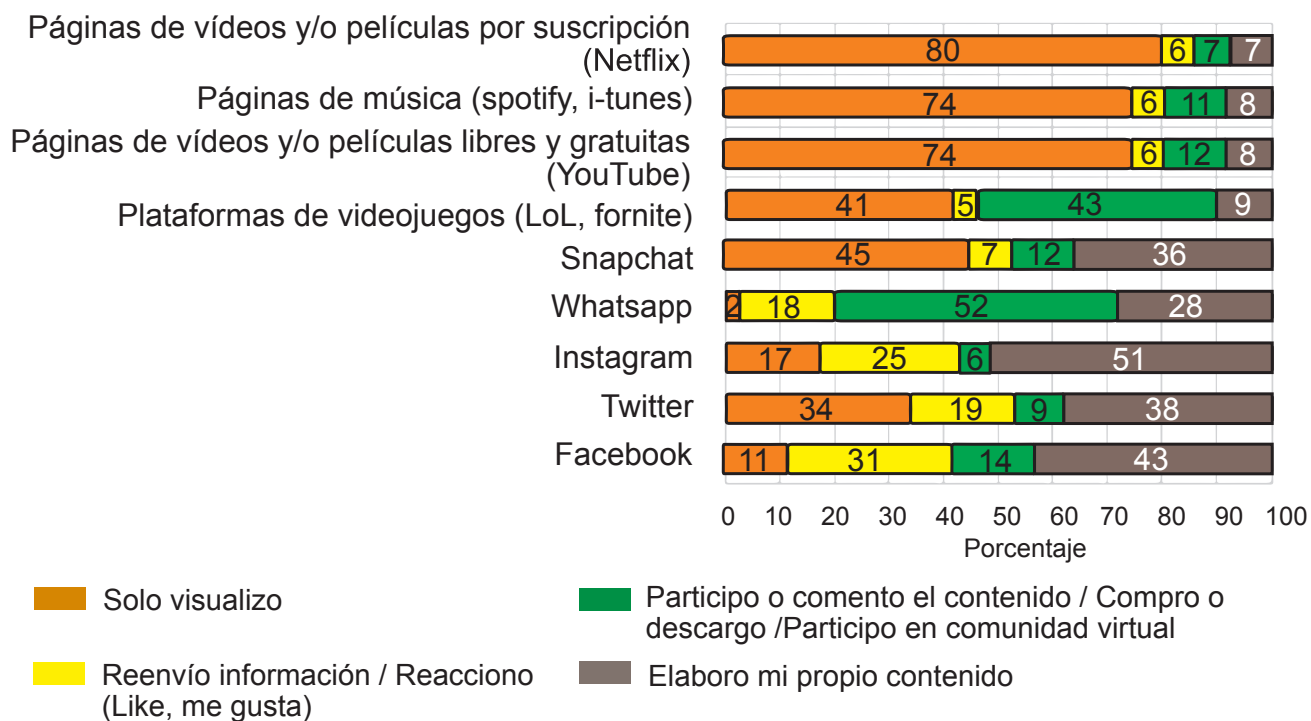


Figura 6. Tipo de navegación en plataformas de entretenimiento.
 Figure 6. Type of navigation on entertainment platforms.

en las plataformas digitales: una parte de los procesos de interacción se definen por la propia arquitectura de la página y las posibilidades de interactividad e interacción que ofrecen. En este sentido, están programadas como entornos que proveen recursos, y motivadores, para la elaboración e intercambio de contenido; por otra parte, las páginas de

música y visualización de videos, ya sea por suscripción o libres (como YouTube), ofrecen mayores posibilidades de adoptar un rol de interacción o de consumo más pasivo. Por ejemplo, Facebook, que es usado por 8 de cada 10 jóvenes participantes en este estudio (57 % lo usa siempre y 26 % frecuentemente; Figura 5) con un perfil de navegación activo (43 % elabora sus propios contenidos para publicarlos en esa red social, 14 % participa comentando el contenido y 31 % reenvía información y reacciona a las publicaciones), es una plataforma que cuenta con herramientas que favorecen estrategias didácticas de trabajo en redes horizontales, con formas de comunicación sincrónicas y asincrónicas, que permiten la construcción de conocimiento, la deliberación y el intercambio de recursos diversos.

Estudios anteriores han mostrado un patrón similar a los hallazgos encontrados en el presente trabajo, en cuanto a las preferencias por este tipo de plataformas lúdicas, y su perfil preponderantemente activo, entre jóvenes mexicanos de diversos contextos urbanos, como la Ciudad de México (Crovi, 2016) e incluso los semi-rurales, como Lerma de Villada, Estado de México (Ortiz-Henderson, 2015).

Un aspecto sobresaliente de este tipo de navegación es la capacidad expresiva y creativa que se desarrolla como una habilidad inherente a estas plataformas. Las habilidades comunicativas que se requieren para socializar, participar en comunidades virtuales y realizar producciones más complejas —como convertirse en un líder de opinión digital o *influencer*— son transversales a estratos sociales y nivel socioeconómico (Fuentes y col., 2017; Elorriaga y Monge, 2018; Establés y col., 2019). Pese a que algunos estudios han generalizado la idea de que cualquier joven puede convertirse en una figura de este tipo (Scolari y Piñón, 2016; Suing y col., 2018), se plantea que este perfil con un alto nivel de actividad tiene como mediación una fuerte motivación o impulso a

la participación en aquellas prácticas que le resultan más significativas en términos de reconocimiento, adquisición de poder y estatus, así como pertenencia, ya que la construcción de la identidad resulta ser uno de los factores clave en esta etapa de la vida del joven, y todos estos elementos son inherentes al contexto y a la historia de vida del joven (Dhir y col., 2018; Flores y Garay-Cruz, 2018).

Lo anterior debe contextualizarse en un marco de prácticas sociales más amplio, donde la interacción en los entornos digitales converge con los intereses comerciales de las diversas plataformas que emplean los jóvenes. Los significados que le otorgan a estas prácticas creativas y expresivas también se relacionan directamente con formas de participación derivadas del consumo, de creación de comunidades virtuales con fines lúdicos, así como con la publicación de producciones propias que abonan a las actividades de las franquicias mediáticas y culturales transmedia (Aparici y García-Marín, 2018).

Por último, también se consultó respecto al uso de ciertas páginas que pueden emplearse con fines académicos, dentro de la escuela o para el aprendizaje extraescolar de los jóvenes. Los resultados permiten ver que esta otra tipología de escenarios digitales genera dinámicas de uso diferenciado. En primer lugar, los buscadores de documentos como el Google académico y otras bases de datos fueron los más relevantes en cuanto a frecuencia de uso (70 % refirió usarlos siempre y frecuentemente). Otras plataformas de construcción colectiva del conocimiento, como las *wikis* son usadas de manera regular, pero sólo con fines de visualización de contenidos (27 % comentó tener un uso regular y 40 % dijo usarlas siempre y frecuente). En estos hallazgos, también destaca que los espacios de aprendizaje no formal, como las páginas de tutoriales y consejos, que pueden ser relevantes por constituirse en comunidades de práctica y pro-

veer un acercamiento más lúdico a contenidos de diversa índole, tampoco resultaron ser plataformas tan importantes (27 % nunca la usa, y 18 % lo hace esporádicamente). En cuanto a las páginas web de las instituciones educativas, como aulas virtuales y cursos en línea, tampoco tienen mayor relevancia en la navegación de los participantes (36 % nunca la usa, y 19 % lo hace esporádicamente). Finalmente, los foros son las plataformas menos empleadas por estos jóvenes (44 % nunca los usa y 25 % esporádicamente) (Figura 7).

El tipo de navegación que se establece en este otro bloque de plataformas virtuales permite ver nuevamente a un perfil pasivo de consumo, y que únicamente se centra en la visualización de contenidos y el reenvío de información. Como se planteó anteriormente, por la propia naturaleza de la página y la disponibilidad de herramientas para el intercambio, son las aulas virtuales y cursos en línea, en las que se desarrolla un papel de usuario más activo, aunque en su mayoría se centran en realizar comentarios o aportaciones puntuales (Figura 8).

Estos resultados constatan que la apropiación de las tecnologías digitales tiene un fuerte componente de interacción social, el cual re-

sulta significativo en los entornos comunicativos y de socialización, como las redes sociales digitales. En el caso de las plataformas educativas evaluadas, es evidente que carecen de esa finalidad social que es importante para el joven en esta etapa de su vida, por lo que el potencial que ofrecen se ve reducido a la consulta de información y a la visualización de contenidos, en la mayoría de los casos. Por otra parte, estos hallazgos también podrían indicar que las instituciones educativas de este contexto local no cuentan con una estrategia clara de apropiación de TIC para innovar las prácticas de enseñanza-aprendizaje, lo cual requiere un diseño y acompañamiento activo e intenso (Kalman y col., 2013).

Al respecto, también cabe mencionar que las prácticas de apropiación de tecnologías digitales dentro del aula siempre han generado resultados controvertidos, ya que se pone en tela de juicio si estos recursos verdaderamente favorecen e incentivan prácticas escolares más colaborativas, horizontales o al menos propician mayor rendimiento escolar (Lago-Martínez, 2015; Morales, 2017). En los resultados de este trabajo es posible observar que la tendencia preponderante de los jóvenes, es a mantener un perfil de observador y a realizar una apropiación me-

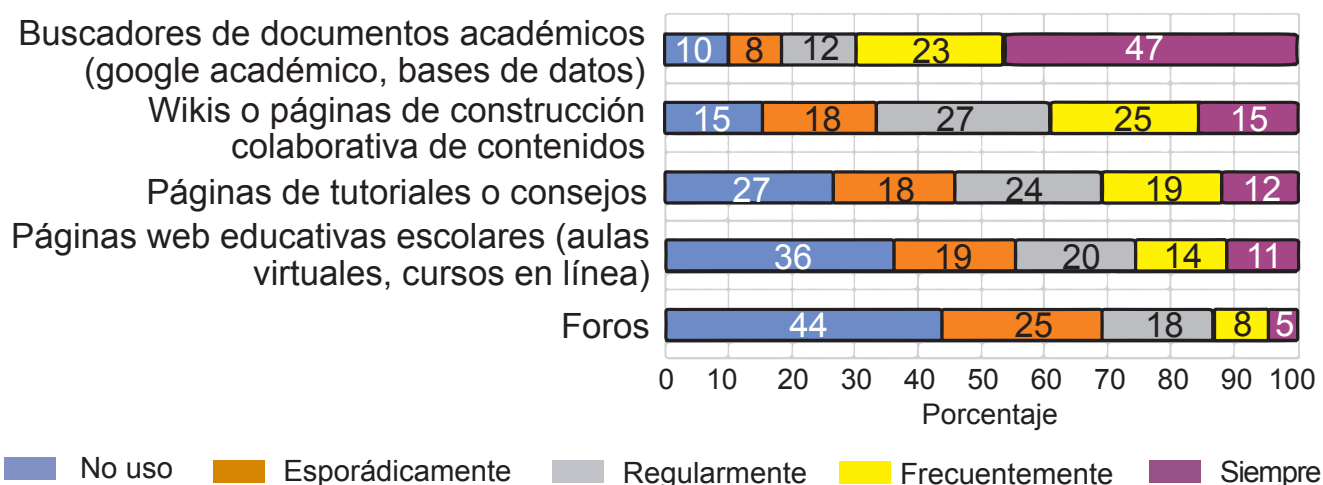


Figura 7. Frecuencia de navegación en plataformas educativas.
Figure 7. Navigation frequency in educational platforms.

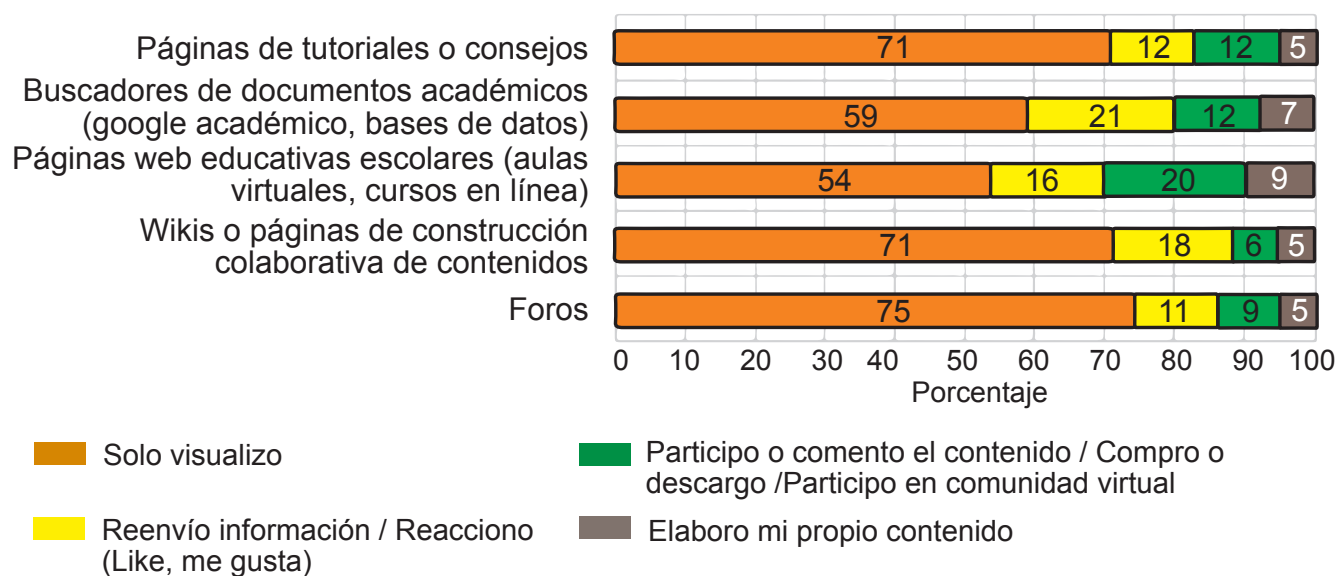


Figura 8. Tipo de navegación en plataformas educativas.

Figure 8. Type of navigation in educational platforms.

ramente pragmática de estos recursos. Desafortunadamente, estudios previos también llegan a la misma conclusión: los jóvenes no se apropian de las tecnologías digitales para fines educativos con la misma intensidad que para los fines lúdicos, de socialización y búsqueda de información (Crovi, 2016; Lemus, 2017; Morales, 2017; García-Martín y Cantón-Mayo, 2019). Lo anterior se vincula a múltiples factores: desde la alfabetización digital que se deriva del capital social y cultural de estos jóvenes (Fuente y col., 2019), la falta de diseño pedagógico en estos escenarios (Armella, 2016) o el hecho de que la navegación se mueva más por un marco afectivo y de sociabilidad, que aún no está presente en los actuales procesos de enseñanza-aprendizaje (Lemus, 2017).

De acuerdo con estudios como el de Boyd (2014), las transformaciones académicas que resultan de la apropiación de las tecnologías digitales se logran a partir del diseño de actividades que estén vinculadas con el contexto de los jóvenes, que reten sus capacidades y se propicien a través de la interacción. Por lo anterior, el papel que juegan las escuelas y los docentes en este proceso, es el de favorecer escenarios donde

sea posible pasar de ser consumidores de información a productores activos de conocimiento, concretando escenarios de aprendizaje reales, que involucren no sólo las habilidades técnicas y cognitivas del uso de la tecnología, sino también su componente socioemocional.

En términos generales, el conjunto de resultados permite ver que las plataformas más usadas por los jóvenes del sur de Tamaulipas son WhatsApp, Facebook, YouTube, y los buscadores de información (como Google), lo cual concuerda con los resultados nacionales del INEGI (2019a), que indica que las tres principales actividades en internet son de entretenimiento, comunicación y obtención de información. Aunque se trata de jóvenes con un acceso generalizado a las tecnologías digitales y un alto nivel de conectividad, el perfil de navegación se ubica en un nivel bajo, donde prevalecen las actividades de visualizar y reenviar información. Los hallazgos muestran que, aunque todos los participantes de este estudio cuentan con acceso a equipos de cómputo, *smartphones* y conectividad, independientemente de su nivel educativo, tipo de escuela o estrato social, los perfiles de navegación requieren acciones de

intervención para superar la brecha de participación que existe.

La globalización ha propiciado que existan modos de vida y prácticas de uso de las tecnologías digitales con rasgos cada vez más homogéneos. Sin embargo, cada contexto local se va configurando a partir de la cultura propia, en una estrecha interdependencia con lo global. Los estudios de carácter local cobran relevancia en tanto visibilizan los contextos socioculturales que dan sentido a la realidad de los jóvenes. Aunque los estudios cuantitativos difícilmente reflejan esta complejidad, sí permiten establecer datos de referencia que indiquen las potencialidades y las áreas de oportunidad a atender.

Sin estudios diagnósticos de base, las acciones de incorporación de TIC corren el riesgo de caer en posturas tecnodeterministas, que hagan creer que todos los jóvenes cuentan con las mismas capacidades y recursos para desarrollar un perfil activo en la producción de contenidos.

CONCLUSIONES

El diagnóstico de uso y apropiación de plataformas digitales en la zona conurbada del sur de Tamaulipas permitió establecer un an-

tecedente descriptivo de las tendencias de acceso, niveles y perfiles de uso que tienen los jóvenes estudiantes, con el fin de servir de valoración inicial de una diversidad de entornos digitales, para posteriores acciones de intervención en el escenario educativo, cívico o laboral. Se encontró una preponderancia de los patrones de interacción que se derivan de la propia arquitectura de interactividad de dichos entornos, sin visualización evidente con acciones de las instituciones de educación o de otras instancias gubernamentales, para generar procesos de apropiación que permitan el empoderamiento de los jóvenes a través de estas herramientas, la construcción de nuevo conocimiento o el trabajo colaborativo en redes descentralizadas y horizontales, lo cual es fundamental en el actual escenario laboral de la juventud. Se observó también que, sin acompañamiento y sin el diseño de actividades orientadas a esta meta, el uso y apropiación de las plataformas digitales tiene un sentido pasivo, orientado por el carácter comercial de la mayoría de los entornos evaluados. Los resultados obtenidos sobre el nivel y tipo de uso de las plataformas digitales muestran la necesidad de seguir apostando por acciones que favorezcan la construcción de habilidades digitales para hacer de la navegación una experiencia productiva y significativa.

REFERENCIAS

Allen, K. A., Ryan, T., Gray, D. L., McInerney, D. M., and Waters, L. (2014). Social media use and social connectedness in adolescents: The positives and the potential pitfalls. *Australian Educational and Developmental Psychologist*. 31(1):18-31.

AMAI, Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado y Opinión (2018). Nivel Socio Económico AMAI 2018. [En línea]. Disponible en: <https://nse.amai.org/nse/>. Fecha de consulta: 1 de octubre de 2019.

Aparici, R. y García-Marín, D. (2018). Prosumidores y emirecs. Análisis de dos teorías enfrentadas. *Comunicar. Revista Científica de Educomunicación*. 26(55): 71-79.

Aparici, R., García-Marín, D. y Díaz, N. (2019). Vampiros en la Red. El robo de la cultura juvenil. *Revista Latina de Comunicación Social*. (74):197-213.

Armella, J. (2016). Hacer docencia en tiempos digitales: Un estudio socio-pedagógico en escuelas secundarias públicas emplazadas en contextos de pobreza urbana. *Estudios Pedagógicos (Valdivia)*. 42(3): 49-67.

Arriaga, A., Marcellán, I. y González, M. R. (2016). Las redes sociales: Espacios de participación y aprendizaje para la producción de imágenes digitales de los jóvenes. *Estudios Sobre Educacion*. 30:197-216.

Arribas, A., Islas, O. y Gutiérrez, F. (2019). De prosumidores a observadores: una tendencia emergente en Internet y en los jóvenes ecuatorianos. Resultados del estudio del World Internet Project, Ecuador. *Revista Latina de comunicación Socialomunicación Social* 74:969-996.

Azurmendi, A. (2018). Reconectar con la audiencia joven. Narrativa transmedia para la transformación de la

televisión de servicio público en España, Francia, Alemania y Reino Unido. *Revista Latina de Comunicación Social*. (73): 927-944.

Blanco, E. (2017). Los alumnos indígenas en México. Siete hipótesis sobre el rezago en los aprendizajes de nivel primario. *REICE: Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*. 15(3): 81-112.

Boyd, D. (2014). *It's complicated. The social lives of networked teens*. New Haven, CT.: Yale University Press. 288 Pp.

Catalina, B., García, A. y Montes, M. (2015). Jóvenes y consumo de noticias a través de Internet y los medios sociales. *Historia y Comunicación Social*. 20(2): 601-619

Crovi, D. (2016). *Redes sociales digitales. Lugar de encuentro, expresión e interacción para los jóvenes*. Ciudad de México: UNAM / La Biblioteca. 222 Pp.

Crovi, D. (2018). *Prácticas comunicativas en entornos digitales*. Ciudad de México: UNAM / La Biblioteca. 234 Pp.

Crovi, D. y Lemus, M. C. (2016). Jóvenes de la Ciudad de México interactuando en redes digitales. Saberes y percepciones. En D. Crovi (Ed.), *Redes sociales digitales. Lugar de encuentro, expresión e interacción para los jóvenes* (pp. 67-106). Ciudad de México: UNAM / La Biblioteca.

Dhir, A., Kaur, P., and Rajala, R. (2018). Why do young people tag photos on social networking sites? Explaining user intentions. *International Journal of Information Management*. 38(1): 117-127.

Drotner, K. and Kobbarnagel, C. (2014). Toppling hierarchies? Media and information literacies, ethnicity, and performative media practices. *Learning, Media and Technology*. 39(4): 409-428.

Ekman, B. (2015). *Handbook of Digital Communication*. New York, NY: NY Research Press. 192 Pp.

Elorriaga, A. y Monge, S. (2018). La profesionalización de los youtubers: El caso de Verdelliss y las marcas. *Revista Latina de Comunicación Social*. (73): 37-54.

Establés, M., Guerrero-Pico, M. y Contreras, R. (2019). Jugadores, escritores e influencers en redes sociales: procesos de profesionalización entre adolescentes. *Revista Latina de Comunicación Social*. (74): 214-236.

Fernández, A., Lazkano, I. y Eguskiza, L. (2018). Nativos digitales: Consumo, creación y difusión de contenidos audiovisuales online. *Comunicar, Revista Científica de Educomunicación*. 26(57): 61-69.

Flores, B. y Garay-Cruz, L. M. (2018). Universitarios, desarrollo de habilidades digitales comunicativas. Del ámbito escolar y la vida cotidiana. En D. Crovi (Ed.), *Prácticas Comunicativas en entornos digitales* (pp. 97-112).

Ciudad de México: UNAM / La Biblioteca. Frutos, B., Pretel, M. y Sánchez, M. (2014). La interacción de los jóvenes con las marcas en las redes sociales: hacia la presencia consentida y deseada. *adComunica, Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*. (7): 69-86.

Fuente, J., Lacasa, P. y Martínez, R. (2019). Adolescentes, redes sociales y universos transmedia: la alfabetización mediática en contextos participativos. *Revista Latina de Comunicación Social*. 74: 172-196.

Fuentes, V., García, M. y Aranda, M. (2017). Grupos de clase, grupos de WhatsApp. Análisis de las dinámicas comunicativas entre estudiantes universitarios. *Prisma Social*. (18): 144-171.

Garay-Cruz, L. M. (2016). Estudiantes de la Universidad Pedagógica Nacional: ¿qué temas les interesan y cómo participan en redes sociales digitales? En D. Crovi (Ed.), *Redes sociales digitales. Lugar de encuentro, expresión e interacción para los jóvenes* (pp. 107-128). Ciudad de México: UNAM/La Biblioteca.

García, A., Catalina, B. y Oliva, C. (2017). Estudio sobre frecuencia de búsqueda y consulta de noticias por parte de los jóvenes. *Documentación de las Ciencias de la Información*. 39(0): 283-298.

García-Canclini, N. (2017). Del consumo al acceso: Viejos y jóvenes en la comunicación. *Comunicação Mídia e Consumo*. 14(41): 10-30.

García-Martín, S. y Cantón-Mayo, I. (2019). Uso de tecnologías y rendimiento académico en estudiantes adolescentes. *Comunicar, Revista Científica de Educomunicación*. 27(59): 73-81

Gavilán, D., Martínez, G. y Fernández, S. (2017). Universitarios y redes sociales informativas: Escepticos totales, moderados duales o pro-digitales. *Comunicar. Revista Científica de Educomunicación*. 25(53): 61-70.

Giraldo, S., Tejedor, S. y Carniel, R. (2017). Motivaciones de uso de las redes sociales de los estudiantes de periodismo de América Latina y España. *Informação & Sociedade*. 27(3): 191-203.

González-Lizárraga, M. G. (2016). Una aproximación a diversos elementos de la cultura digital en estudiantes: caso Universidad de Sonora. En D. Crovi (Ed.), *Redes sociales digitales. Lugar de encuentro, expresión e interacción para los jóvenes* (pp. 189-206). Ciudad de México: UNAM / La Biblioteca.

González-Lizárraga, M. G., Hugues, E. y Becerra, M. T. (2018). El nivel socioeconómico y el dominio del idioma inglés, elementos de acceso y ampliación de la brecha en la cultura digital. En D. Crovi (Ed.), *Prácticas*

- Comunicativas en entornos digitales (pp. 77-96). Ciudad de México: UNAM/La Biblioteca.
- González-Lizárraga, M. G. y López-González, R. (2015). *Cultura digital en la Universidad de Sonora*. Hermosillo, Sonora: Universidad de Sonora. 114 Pp.
- Gutiérrez-Portlán, I., Román, M. y Sánchez, M. del M. (2018). Estrategias para la comunicación y el trabajo colaborativo en red de los estudiantes universitarios. *Comunicar, Revista Científica de Educomunicación*. 26 (54):91-100.
- Gutiérrez-Rentería, M. E., Santana, J. y Pérez, M. (2017). Smartphone: Usos y gratificaciones de los jóvenes en México en 2015. *Palabra Clave*. 20(1): 47-68.
- INEGI, Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2015). *Encuesta Intercensal 2015*. Ciudad de México. [En línea]. Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/programas/intercensal/2015/>. Fecha de consulta: 1 de octubre de 2019.
- INEGI, Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2019a). En México hay 74.3 millones de usuarios de Internet. [En línea]. Disponible en: https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2019/OtrTemEcon/ENDUTIH_2018.pdf. Fecha de consulta: 29 de octubre de 2019.
- INEGI, Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2019b). Estadísticas a propósito del día internacional de la juventud. Disponible en: https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2019/Juventud2019_Nal.pdf. Fecha de consulta: 29 de octubre de 2019.
- Kaba, B. and Touré, B. (2014). Understanding information and communication technology behavioral intention to use: Applying the UTAUT model to social networking site adoption by young people in a least developed country. *Journal of the Association for Information Science & Technology*. 65(8):1662-1674.
- Kalman, J., Guerrero, I. y Hernández, O. (2013). *El profe 2.0. La construcción de actividades de aprendizaje con tecnologías de la información, la comunicación y el diseño*. México: Editorial SM. 126 Pp.
- Lacalle, C. (2013). *Jóvenes y ficción televisiva. Construcción de identidad y transmedialidad*. Barcelona, España: Universidad Abierta de Cataluña. 280 Pp.
- Lago-Martínez, S. (2015). Los jóvenes, las tecnologías y la escuela. *Revista Integra Educativa*. 7(3):5-20.
- Langer, C., Llobet, P., Dalmau, A., Wiart, J., Goedhart, G., Hours, M., ..., and Vrijheid, M. (2017). Patterns of cellular phone use among young people in 12 countries: Implications for RF exposure. *Environment International*. 107: 65-74.
- Lemus, M. (2017). Jóvenes frente al mundo: Las tecnologías digitales como soporte de la vida cotidiana. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*. 15(1):161-172.
- Lemus, M. (2018). Espacio y tiempo: articulaciones entre dimensiones virtuales y físicas. *Geograficando*. 14(1): 1-11.
- López-González, R. (2016). Jóvenes estudiantes de la Universidad Veracruzana interactuando en red. En D. Crovi (Ed.), *Redes sociales digitales. Lugar de encuentro, expresión e interacción para los jóvenes* (pp. 169-188). Ciudad de México: UNAM/La Biblioteca.
- López-González, R., Hernández, D. y Bustamante, J. (2017). *Las tecnologías digitales en los contextos educativos. La voz de los estudiantes*. Córdoba, Argentina: Editorial Brujas/SocialTIC. 192 Pp.
- López, N. y Gómez, L. (2014). La democratización del proceso comunicativo en radio: los jóvenes prosumidores. *Revista de Comunicación Vivat Academia*. (126): 31-53.
- López, N., Gómez, L. y Redondo, M. (2014). La radio de las nuevas generaciones de jóvenes españoles: Hacia un consumo on line de música y entretenimiento. *Zer-Revista de Estudios de Comunicación*. 19(37): 45-64.
- Martínez-Costa, M. P., Serrano-Puche, J., Portilla, I. y Sánchez-Blanco, C. (2019). La interacción de los jóvenes adultos con las noticias y la publicidad online. *Comunicar, Revista Científica de Educomunicación*. 27(59):19-28.
- Morales, S. (2017). Prácticas juveniles de apropiación tecno-mediática: qué hacen los estudiantes con las computadoras del Programa Conectar Igualdad. *Psicología Conocimiento y Sociedad*. 7(2): 86-109.
- Muñoz, J. M. y Segovia, B. (2019). Como interactúan los adolescentes con los videojuegos? Preferencias y habilidades performativas. *Revista Latina de Comunicación Social*. (74): 360-282.
- Muros, B., Aragón, Y. y Bustos, A. (2013). La ocupación del tiempo libre de jóvenes en el uso de videojuegos y redes. *Comunicar: Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación*. 20(40):31-39.
- Nielsen (2018). *La conectividad está revolucionando el estilo de vida de los consumidores*. [En línea]. Disponible en: <https://www.nielsen.com/wp-content/uploads/sites/3/2019/04/Comercio20Conectado.pdf>. Fecha de consulta: 1 de octubre de 2019.
- Ortiz-Henderson, G. (2015). *Educación, interculturalidad y tecnologías digitales Jóvenes del municipio de Lerma de Villada, Estado de México*. México: Juan Pablos

Editores. 168 Pp.

Ortiz-Henderson, G. y Garay, L. M. (2015). *Comunicación cultura y educación. Nueve aproximaciones al estudio de las tecnologías digitales*. México: Juan Pablos Editores. 256 Pp.

Ortiz-Henderson, G. y Romero, K. E. (2016). L@s jóvenes de la Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Lerma y su cultura digital. En D. Crovi (Ed.), *Redes sociales digitales. Lugar de encuentro, expresión e interacción para los jóvenes* (pp. 129-168). Ciudad de México: UNAM / La Biblioteca.

Pang, H. (2016). Understanding key factors affecting young people's WeChat usage: an empirical study from uses and gratifications perspective. *International Journal of Web Based Communities*. 12(3):262-278.

Parodi, G., Moreno, T., Julio, C. y Burdiles, G. (2019). Generación Google o Generación Gutenberg: hábitos y propósitos de lectura en estudiantes universitarios chilenos. *Comunicar, Revista Científica de Educomunicación*. 27(58): 85-94.

Pedrero, L. M., Barrios, A. y Medina, V. (2019). Adolescentes, smartphones y consumo de audio digital en la era de Spotify. *Comunicar, Revista Científica de Educomunicación*. 27(60):103-112.

Ramírez-Martinell, A. y Casillas, M. A. (2015). *Internet en Educación Superior*. Córdoba, Argentina: Editorial Brujas/SocialTIC. 206 Pp.

Richardson, J. and Milovidov, E. (2019). *Digital Citizenship Education Handbook*. Estrasburgo, Francia: Council of Europe Publishing. [En línea]. Disponible en: <https://rm.coe.int/16809382f9>. Fecha de consulta: 1 de octubre de 2019.

Rodríguez-Gómez, D., Castro, D. y Meneses, J. (2018). Usos problemáticos de las TIC entre jóvenes en su vida personal y escolar. *Comunicar, Revista Científica de Educomunicación*. 26(56): 91-100.

San-Miguel, P. y Sádaba, T. (2019). Consumo de información de moda entre los/as Millenials. *Revista Prisma Social*. (24):186-208.

Sánchez-Antolín, P., Ramos, F. J. y Blanco, M. (2014). Inequality in Education and New Challenges in the Use of Information and Communication Technologies. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. 116: 1519-1522.

Sánchez, L., Reyes, A. M., Ortiz, D. y Olarte, F. (2017). El rol de la infraestructura tecnológica en relación con la brecha digital y la alfabetización digital. *Calidad en la Educación*. 12(47):122-144.

Santana, L., Gómez, A. M. y Feliciano, L. (2019). Uso problemático del móvil, fobia a sentirse excluido

y comunicación familiar de los adolescentes. *Comunicar, Revista Científica de Educomunicación*. 27(59): 39-47.

Scolari, C. y Piñón, J. (2016). Las narrativas transmedia en el mercado audiovisual latino de Estados Unidos. Actores, contenidos y estrategias. *Comunicación y Sociedad*. (27):13-52.

Sola-Morales, S. (2017). Abstención política y nuevas formas de participación política de los jóvenes: Análisis comparativo entre Chile y España. *Revista Latina de Comunicación Social*. (72): 629-648.

Suing, A., Salazar, G., and Ortiz, C. (2018). Are Latin American YouTubers Influential? En T. Antipova and A. Rocha (Eds.), *Digital Science. DSIC18 2018. Advances in Intelligent Systems and Computing* (pp. 341-348). Suiza: Springer International Publishing.

Tapia, L. A. y Valenti, G. (2016). Desigualdad educativa y desigualdad social en México. Nuevas evidencias desde las primarias generales en los estados. *Perfiles Educativos*. 38(151): 32-54.

Thomas, L., Briggs, P., Hart, A., and Kerrigan, F. (2017). Understanding social media and identity work in young people transitioning to university. *Computers in Human Behavior*. 76: 541-553.

Torrego, A. y Gutiérrez, A. (2016). Ver y tuitear: reacciones de los jóvenes ante la representación mediática de la resistencia. *Comunicar, Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación*. 24(47): 9-17.

Valdemoros, A., Sanz, E. y Ponce, A. (2017). Ocio digital y ambiente familiar en estudiantes de Educación Postobligatoria. *Comunicar, Revista Científica de Educomunicación*. 25(50): 99-108.

Vasco, M. y Serrano, G. (2017). Ocio digital en los jóvenes en dificultad social. Bordon. *Revista de Pedagogía*. 69(2):147-160.

Vidales, N. L. y Rubio, L. G. (2014). Nuevos hábitos de los jóvenes españoles y tendencias de futuro en el consumo de radio y televisión. *Historia y Comunicación Social*. 19: 327-340.

Vizcaíno, A., Contreras, P. y Guzmán, M. D. (2019). Reading and informal learning trends on YouTube: The booktuber. *Comunicar, Revista Científica de Educomunicación*. 27(59): 95-104.

Wang, V. and Edwards, S. (2016). Strangers are friends I haven't met yet: a positive approach to young people's use of social media. *Journal of Youth Studies*. 19(9):1204-1219.

Winocur, R. y Sánchez, R. (2018). *Familias pobres y computadoras. Claroscuros de la apropiación digital*. Barcelona, España: Océano Travesía. 284 Pp.