

Identidades juveniles a partir del uso de las tecnologías en los alumnos de la licenciatura en Mercadotecnia de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

Gladys Hernández-Romero, María-Soledad-Eleonora Arellano-Quintanar,

Nelly-del-Carmen Cordova-Palomeque, Luis-Carlos Cuahonte-Badillo

RESUMEN

Aquí se presentan los resultados de un estudio sobre jóvenes universitarios del primer ciclo de la licenciatura en Mercadotecnia y la forma en que incorporan las nuevas tecnologías a su vida cotidiana. El tema se aborda desde la línea de investigación de la innovación tecnológica que cultivan los integrantes del grupo “Innovación Educativa en los Procesos de Enseñanza y de aprendizaje”. Las evidencias aquí mostradas son los resultados de una muestra de 20 estudiantes, a quienes se les aplicó un cuestionario en dos momentos, en el primero, el instrumento constó de 25 preguntas y en el segundo de diez.

Palabras clave: identidad, jóvenes, tecnologías de la información, universidades.

Gladys Hernández-Romero

gladiolita6@hotmail.com

Mexicana. Doctora en Educación, Centro Internacional de Posgrado A.C., División Académica de Ciencias Económico Administrativas. Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México. Profesora de Tiempo Completo Asociada B. Temas de investigación: innovación educativa y planeación educativa.

María-Soledad-Eleonora Arellano-Quintanar

marellano_5@hotmail.com

Mexicana. Maestría en Docencia, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México. División Académica de Educación y Artes. Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. Temas de investigación: diseño curricular.

Nelly-del-Carmén Cordova-Palomeque

nelly_palomeque@hotmail.com

Mexicana. Doctora en Educación, Universidad del Sur, México. Profesora de medio tiempo Asociado A, División Académica de Educación y Artes. Temas de investigación: enseñanza y aprendizaje de los alumnos en idiomas, planeación e innovación educativa.

Luis-Carlos Cuahonte-Badillo

cuahontebadillo@gmail.com

Mexicano. Doctor en Investigación Educativa, Universidad Popular Autónoma de Veracruz, México. Profesor de tiempo completo Asociado C, División Académica de Educación y Artes. Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México. Temas de investigación: diseño curricular y planeación educativa.

Identities juvenis a partir do uso das tecnologias nos alunos do curso de Marketing da Universidade Juárez Autónoma de Tabasco

RESUMO

Aqui são apresentados resultados de um estudo sobre jovens universitários do primeiro ciclo do curso de Marketing e a forma em que eles incorporam novas tecnologias no cotidiano. O tema é abrangido desde a linha de pesquisa da inovação tecnológica cultivada pelos integrantes do grupo “Inovação Educativa nos Processos de Ensino e Aprendizagem”. As evidências aqui mostradas são resultado duma amostra de 20 estudantes, a quem foi aplicado um questionário em dois momentos, no primeiro, o instrumento constou em 25 perguntas e no segundo dez.

Palavras chave: identidade, jovens, tecnologias da informação, universidades.

Youth identity based on the use of technology among degree course students in Marketing at the Autonomous Juarez University in Tabasco

ABSTRACT

The article presents the results of a study about young university students in the first semester of the Marketing degree course and how they incorporate new technologies in their daily lives. The subject is analyzed from the viewpoint of the line of research of technology innovation as practiced by the members of the group “Education innovation in teaching and learning processes”. The evidence shown here is the result of a sample of 20 students, who responded a questionnaire at two different time points, the first one covering 25 questions and the second one ten.

Key words: identity, youth, information technologies, universities.

Recepción: 12/11/13. **Aprobación:** 15/02/15.



Introducción

Es innegable que uno de los acontecimientos más llamativos durante los últimos años sigue siendo el creciente impacto que tiene en el estilo de vida de los jóvenes universitarios el empleo de las tecnologías de la información y comunicación (García del Castillo *et al.*, 2007: 131), y es que desde su aparición, la tecnología ha sido parte de la sociedad y la educación se suma a este proceso de formación social, ya que su llegada trae aparejados muchos cambios: cambios en los modelos educativos, en las tendencias de los gustos, en los escenarios donde ocurre el aprendizaje; y son precisamente estos cambios que le ocurren al estudiante universitario el motivo de este trabajo. El uso de las tecnologías ha impactado en la vida de los jóvenes universitarios proporcionándoles muchos beneficios, pero también existe el peligro de que se obsesionen con este uso, poniendo en peligro sus estudios y sus relaciones familiares (Echeburúa y De Corral, 2010: 91).

Para los universitarios lo importante es formar una cultura de red, ya que ésta almacena un cúmulo de información derivado de la gran cantidad de conocimientos, innovación y el talento de sus usuarios, pero a la par de su bondad surge también, como una realidad latente, que ésta entraña peligro para quienes no se miden en su uso o son muy jóvenes (Flores Vivar, 2009: 75).

El uso adecuado de las tecnologías informáticas puede facilitar la participación de forma productiva y responsable en cada momento de la actividad del aprendizaje, y de esta manera estimular el desarrollo de su independencia cognoscitiva y su creatividad, al tener que enfrentar por diversas vías la búsqueda de la información necesaria que le permita conducir su propio aprendizaje en correspondencia con sus características individuales, sus limitaciones y sus potencialidades (Díaz, 2006: 18), y es precisamente éste uno de los objetivos de la licenciatura en Mercadotecnia. Formar profesionistas de acuerdo con las nuevas normas de competencia laboral para ser más

competitivos, críticos y reflexivos con conocimientos y habilidades innovadoras.

Esta investigación fue realizada en la División Académica de Ciencias Económico Administrativas, perteneciente a la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México. Esta institución pública tiene como misión “contribuir de manera significativa al desarrollo del país, con particular interés en el Estado de Tabasco”. Su visión para el 2016, es ser ubicada entre las diez mejores universidades públicas del país y entre las más consolidadas en el ámbito académico. En su primer informe de labores (2013: 195) el rector doctor José Manuel Piña Gutiérrez, señaló que existía una matrícula de 27 907 alumnos: 15 326 mujeres y 12 581 hombres.

La División Académica de Ciencias Económico-Administrativas cuenta con un total aproximado de 4 813 alumnos distribuidos en las cuatro licenciaturas que se ofertan de manera presencial: Administración, Contabilidad, Economía y Mercadotecnia. Su planta docente está conformada por 95 profesoras y 193 profesores que hacen un total de 288, distribuidos en las cuatro licenciaturas que se ofertan de manera presencial, algunos de ellos colaboran también en la modalidad a distancia.

Este trabajo pretende demostrar cómo el empleo de la tecnología ha modificado la identidad de los jóvenes participantes, modificando su forma de pensar y de actuar dentro y fuera de los espacios universitarios.

Identidad

El concepto con que se propone leer la identidad de los jóvenes para fines de este estudio es el considerado por Castells (2003) como el proceso que permite al ser humano reconocer sus raíces y obtener un sentido de pertenencia, que en ocasiones se asume como sentirse distinto a los demás, “En un mundo globalizado como el nuestro, la gente se aferra a su identidad como fuente de sentido de sus vidas. Eso dicen los datos y eso revelan los conflictos sociales

que en muchas ocasiones son violentos, configuran el mapa dramático de la humanidad convulsionada y que se remiten casi siempre a la defensa identidades agredidas” (Castells, 2003: 1).

Para él, la identidad es como una construcción que utiliza materiales de la historia, la geografía, la biología, las instituciones productivas y reproductivas, la memoria colectiva, las fantasías personales, los aparatos de poder y las revelaciones religiosas. Considera que ninguna identidad es una esencia y ninguna se puede considerar progresiva o regresiva fuera de su contexto histórico.

Sin embargo, no todos los autores están de acuerdo con la pertenencia a una cultura global, tal es el caso de Gilberto Giménez (2000:43), quien sostiene que incluso los movimientos destinados a generar una opinión pública mundial (organizaciones ecologistas, de derechos humanos, etcétera), siguen atrapados en una malla de Estados-naciones y de sus intereses. Y lo que suele presentarse como “cultura global” no es más que una cultura dominante de ciertas partes de nuestro planeta (Europa, Asia, Estados Unidos), a la que todos los habitantes del planeta tienen igual acceso.

Universitarios en tiempo de inmediatez

El modelo global entre sus mecanismos más sugestivos trajo consigo las denominadas tecnologías de la información y comunicación, (TIC) las cuales tienen la particularidad de que una vez incorporadas a la vida cotidiana del sujeto resultan imprescindibles y en algunos casos crean dependencia entre sus usuarios.

El impacto en la vida humana y la preocupación por las consecuencias sociales que los cambios tecnológicos imprimen a todos los aspectos de la vida social, motivan la institucionalización académica y escolar de lo tecnológico; y es que aunque las nuevas tecnologías están llamadas a facilitar la vida, a veces pueden complicarla, sobre todo cuando se trata de jóvenes, ya que pueden convertirse en un fin y no en un medio.

En algunos casos pueden atrapar al joven contribuyendo a formarle una falsa identidad (Echeburúa y de Corral, 2010: 91). Es importante señalar que no existe otra manera de lograr cambios en la vida del ser humano que no sea la de involucrarse directamente con el tema que se esté tratando (Rocha y Díaz, 2011: 203).

La comunicación ocupa el eje central en la vida cotidiana de los jóvenes estudiantes de nivel superior que participaron en el estudio. Se parte de que las TIC han influido en actitudes y conductas que han venido a conformar lo que denominamos nuevas identidades; al respecto Dayrell Juárez comenta:

Podemos afirmar que la sociabilidad para los jóvenes responde a sus necesidades de comunicación, solidaridad, democracia, autonomía, intercambios afectivos, y principalmente, identidad [...] En la perspectiva antropológica, es necesario tener en cuenta que las representaciones sobre la juventud, la posición social de los jóvenes y el tratamiento que se les da por parte de sociedad, adquieren rasgos específicos en contextos históricos, sociales, y culturales distintos (Juárez, 2005:121).

Las pautas de conducta adquiridas por lo jóvenes son resultado de su convivencia social, misma que se traduce en el intercambio permanente con instituciones, dispositivos, normas sociales, medios de comunicación. En este sentido, se hace hincapié en el uso de la noción de juventudes, en plural, para resaltarlas. Los jóvenes no sólo son individuos, también se individualizan ellos mismos, es decir reclaman su espacio y su individualidad (Beck, 2006: 189).

Los estudios revisados tienen como común denominador, el reconocimiento en los jóvenes de procesos de subjetivación que emergen de la interacción con otros. Los resultados que se presentan demuestran que esa interacción se encuentra en la actualidad mediada por dispositivos altamente tecnologizados, como los teléfonos celulares y/o computadores de alto nivel y potencialidad electrónica; así, existe en los modos de ser joven.



La proliferación de las tecnologías y en especial el internet, ha acentuado la necesidad de pensar creativamente en todos los ámbitos de la vida y ha proporcionado herramientas que los ayudan a reinventarse; y es que los estudiantes deben desempeñar un papel central en esta transición hacia la sociedad creativa, la creación de espacios en internet ha aumentado y esto despliega nuevas oportunidades de navegación para los estudiantes universitarios (Ortega y Gacitúa, 2008: 19).

Metodología

La investigación se realizó en la División Académica de Ciencias Económico-Administrativas, una de las 11 divisiones que conforman la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, el criterio para determinar la muestra se basó en la elección de estudiantes regulares, con edades promedio en el rango de los 18 y los 20 años, sin importar el género, y dando por entendido que todos son alumnos regulares.

Los cuestionarios fueron llenados por los propios alumnos y las preguntas abiertas fueron producto de una entrevista a profundidad con los casos más significativos, los cuales sirvieron para dar sentido a las preguntas cerradas y construir los hechos de manera analítica

Los instrumentos utilizados para la medición consistieron en dos cuestionarios semiestructurados aplicados en dos momentos. El cuestionario de entrada consta de 25 preguntas y sirvió para detectar la población con las características requeridas: estudiantes del primer ciclo de la licenciatura en Mercadotecnia, usuarios frecuentes de la red, y con respuestas afirmativas al 70% del cuestionario de entrada. En un segundo momento se administró un cuestionario con diez preguntas semiestructuradas basado en las siguientes categorías: actividad en las redes sociales, cambio en las dinámicas familiares, nuevas necesidades a partir del uso de las tecnologías de la información y de la comunicación, consideración del entorno.

Los datos arrojados por el cuestionario de salida sirvieron de base para la elaboración del escrito que se presenta.

Para su sistematización se utilizó el programa SPSS que arrojó los datos en forma sistematizada, para su posterior teorización enmarcada en conceptualizaciones teóricas respaldadas por especialistas en el tema. Se trata por tanto de un estudio de corte cuantitativo analítico-explorativo que describe los efectos en la constitución de la vida cotidiana del uso excesivo del internet y en específico las horas dedicadas a la navegación, el chat y las redes sociales en jóvenes estudiantes universitarios.

Análisis de los resultados

La totalidad de quienes participaron en el estudio declara estar familiarizado con los equipos de cómputo y de igual forma acepta ser usuario frecuente de los videojuegos. Sus hábitos están mediados por la convivencia con la tecnología, el 100% cuenta con equipo propio (ver tabla 1).

El 90% de ellos (lo que equivale a 18 alumnos), realiza al menos tres tareas de manera simultánea: chatear con sus amigos (varios a la vez), ver series de televisión y realizar actividades relacionadas con tareas escolares. Lo que supone una transformación física y simbólica de la realidad tal y como se concebía hasta tiempos recientes.

Las formas de comunicación entre los jóvenes generan una serie de pautas, lógicas y códigos, que permiten pensar que se está frente a un metalenguaje conformado por símbolos y señales cargados de intencionalidad, es decir, han encontrado algo con lo que pueden hacer entrar en pánico a los adultos (Beck, 2006: 12).

En las narrativas los jóvenes aluden a la necesidad de estar al día en cuanto a los nuevos modelos de teléfonos celulares, aplicaciones, software, Ipad, Ipod y novedades en línea para su compra en sitios que venden todo tipo de objetos y hasta alimentos.

Cuadro 1. Categorías y unidades de análisis

<i>Variable</i>	<i>Inicial</i>
Habilidades digitales	<ul style="list-style-type: none"> • Consulta de buscadores • Navegación en internet • Manipulación archivos de audio y video • Adjuntar archivos en correo electrónico • Llenado de formatos electrónicos • Uso de TIC como herramienta didáctica • Uso de procesador de palabras • Uso de power point • Consulta de bibliotecas digitales • Diseño de tablas • Diseño de hoja de cálculos
Interactividad y comunicación	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de plataformas virtuales • Consulta y/o sube archivos en Youtube • Uso de foros virtuales • Diseño de Wikis • Uso de Skype • Adquisición de productos por internet • Diseño y consulta blog • Consulta de noticieros • Consulta Facebook y Twitter • Chat • Experiencia en educación en línea • Lectura en material impreso

Fuente: elaboración propia.

Tabla 1. Cuenta con equipo en casa

<i>Respuesta</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Sí	20	100
No	0	0
Total	20	100.0

Fuente: elaboración propia.



Algunos ejemplos que ilustran lo anterior son los señalados por los jóvenes en las entrevistas a profundidad:

[...] utilizamos por lo general símbolos porque los mensajes sólo permiten una cierta cantidad de caracteres de modo que tenemos que decir más con menos, para no gastar el crédito (Carmen, 18 años).

[...] los mensajes largos por lo general los utilizan los adultos y solemos contestar con brevedad porque nos aburre leer tanto. Cuando tengo a mi mamá o a mi papá en línea mejor ni les contesto (Otto, 19 años).

Ah, es mejor usar símbolos o códigos entre nosotros [...] si tu mamá te revisa el celular difícilmente entiende, así que estas fuera de peligro (Mora, 18 años).

[...] es mejor usar imágenes, en ocasiones sólo tomas una foto y listo, con ello te explicas mucho más, es muy aburrido estar escribiendo y una discusión además te puede salir mucho muy cara (Arón, 18 años).

Las tareas escolares se han convertido para los jóvenes en un verdadero reto hacia el desarrollo de estrategias que les permitan el ahorro de tiempos y movimientos a la manera del viejo modelo taylorista. Los jóvenes por tanto se han convertido en verdaderos estrategas, que copian, pegan, transforman, parafrasean, mutilan o descomponen lo hecho, con la finalidad de cumplir en el menor tiempo y con el mínimo esfuerzo (ver tabla 2).

El 70% de los entrevistados admitió que la mayor parte de sus trabajos académicos que le implican realizar investigación o la preparación de diapositivas para exponer frente a la clase, es resultado de la difundida práctica del *copia y pega*, integrando párrafos íntegros, sin recibir amonestación o señalamiento alguno por parte de sus profesores.

A las tareas escolares le dedican un rango que va de 20 minutos hasta dos horas en el día. En relación con la escuela, otro dato interesante es la opinión que tienen los estudiantes acerca de los espacios de formación educativa *on line* o virtual. Por lo general,

solemos atribuir a los adolescentes la preferencia por espacios educativos *en línea*, sin embargo a la pregunta específica de su preferencia por recibir esta modalidad, el 96% manifestó su preferencia por mantener una relación presencial cara a cara con sus compañeros y profesores, aunque no niegan la importancia de mantener un soporte extracurricular *en línea*, es decir, manifiestan una amplia preferencia por el aprendizaje mezclado (*b-learning*). La internet facilita la conformación de una realidad social basada en la simulación, que es poderosamente significada y representada en un ambiente de riesgo e incertidumbre en cuanto a la información que se encuentra en ella, o que ellos pueden subir a la red.

Cualquier persona con una computadora y un módem puede presentarse como un investigador o publicador electrónico, con la posibilidad de diseminar información a un público global, por ejemplo compartir sus fotos, publicar lo que piensan o anunciar dónde están y qué es lo que hacen, además de informarse o simplemente entretenerse.

Este poderoso medio de publicación se expande y explota con información. La interrogante que todo cibernauta se hace es: ¿cómo evaluar la calidad y la veracidad de esa información? Simplemente porque un documento aparece en línea en internet no significa que contiene información válida (Cendros y Urdaneta, 2006: 149), y es precisamente lo que los jóvenes respondieron cuando se les preguntó cuántas de las horas que pasan frente a la computadora, invierten en realizar sus tareas: el 15% emplea una hora, en contraste con el 13% que emplea de tres a cuatro horas diarias chateando, además de que el 89% de los encuestados se declara incapaz de discriminar información dudosa y localizar fuentes confiables.

Los estudiantes han sufrido una transformación difícil de explicar pero sencilla de constatar. Los problemas que agobian a las generaciones mayores de 40 años no son punto de preocupación para ellos, los adultos ya no significan para ellos el mundo de

objetivos de la adultez por antonomasia, sino una determinada solución a los problemas de convertirse en adultos (Beck, 2006: 127), de allí el concepto de inmediatez que hace referencia a lo imprevisto, precario, inmediato o pasajero que suele ser el interés de las nuevas generaciones hacia algo que les obstruye y/o molesta en su diario devenir. Por ello, los usos principales de la red se centran en actividades sincrónicas como foros y chats.

Con la finalidad de conocer las formas de convivencia familiar y las nuevas necesidades y/o dependencia a los objetos que impactan las tecnologías de

la información y la comunicación, se les pidió a los participantes en el estudio información acerca de la manera en que distribuyen su tiempo en actividades que señalaron previamente como parte de su cotidianidad, las respuestas hablan por sí mismas y se concentran en las tablas 3 y 4.

Los datos de los cuadros anteriores muestran evidencias de que los adolescentes van perdiendo cada vez más la comunicación con los adultos de su familia, el 25% de los encuestados acepta no tomar sus alimentos acompañados de su familia. Sólo el 40% dedica tiempo a conversar con sus padres.

Tabla 2. Copia y pega sus trabajos sin recibir amonestación o sugerencias

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	14	70
No	6	30
Total	20	100.0

Fuente: elaboración propia.

Tabla 3. Dedicar tiempo para tomar alimentos en familia

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	15	75
No	5	25
Total	20	100.0

Fuente: elaboración propia.

Tabla 4. Dedicar tiempo para conversar con sus padres

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	8	40
No	12	60
Total	20	100.0

Fuente: elaboración propia.



Conclusiones

Los datos arrojados en el estudio confirman que los jóvenes estudiantes del primer semestre de la licenciatura en Mercadotecnia, población objeto de estudio, han incorporado la tecnología a la mayor parte de sus actividades cotidianas modificando con ello conductas, actitudes y valores frente a la familia y la escuela, instituciones que habían sido consideradas socialmente como símbolos de tradición e identidad.

La identidad entendida como el sentimiento de pertinencia e identificación con intereses y motivaciones a nivel individual y colectivo ha venido diversificándose y en su lugar aparecen nuevas formas de colaboración, transferencia e identificación con diferentes grupos, sujetos y circunstancias. Lo que nos obliga a pensar en la conformación de nuevas

identidades mediadas por coyunturas respondientes a la inmediatez que los sujetos viven día a día.

El grupo de estudio por sus edades pertenece a la generación de “nativos digitales” y en sus respuestas demuestran un alto y eficiente manejo de las TIC y sus dispositivos. Entre los de uso más frecuente señalan en primer término el dispositivo telefónico móvil (celulares) que en gran medida ha venido desplazando a las computadoras, estar “conectados” es una actividad que indudablemente ocupa un espacio en sus agendas diarias y se va haciendo parte de sus vidas, como nunca antes lo fue.

A pesar de que el empleo de las tecnologías de la información y de la comunicación es de gran utilidad, para ellos las redes sociales implican también un peligro en cuanto a la privacidad y el uso adecuado de la información que en ella se publica. ■

Referencias

- Beck, Ulrich (2006), *Hijos de la libertad*, México, Fondo de Cultura Económico.
- Castells, Manuel (2003), “El poder de la identidad”, en *El País*, 18 de febrero, Madrid, <<http://www.globalizacion.org/opinion/CastellsNacionalismo.htm>> [Consulta: sep.2013].
- Cendros Guash, Jesús y Eugenio Enrique Urdaneta Bracho, (2006), “Internet, icono del postmodernismo”, en *Frónesis*, agosto, vol. 13, núm. 2, Caracas, Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas, Universidad de Zulia, pp. 134-152, <http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-62682006000200006&lng=pt&nrm=iso&tlng=es> [Consulta: nov. 2013].
- Díaz Fernández, Georgina (2006), *Concepción teórico-metodológica para el uso de la computadora en el proceso de enseñanza-aprendizaje de la educación primaria*, La Habana, Instituto Superior Pedagógico Enrique José Varona Giménez.
- Echeburúa, Enrique, y Paz De Corral (2010), “Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto”, en *Adicciones*, vol. 22, núm. 2, San Sebastián. Universidad del País Vasco, pp. 91-96, <<http://www.adicciones.es/files/91-96%20editorial%20echeburua.pdf>> [Consulta: nov. 2013].
- Flores Vivar, Jesús Miguel (2009), “Nuevos modelos de comunicación. Perfiles y tendencias en las redes sociales”, en *Revista Científica de Edocomunicación*, núm. 33, Madrid, Universidad Complutense de Madrid, pp.73-81, <scholar.google.es/scholar?q=FLORES+VIVAR+JESUS+MIGUEL&btnG=&hl=es&as_sdt=0%2C5> [Consulta: oct. 2013].
- García Del Castillo, José A., María del Carmen Terol, Maximiliano Nieto, et al. (2007), “Uso y abuso de internet en jóvenes universitarios”, en *Adicciones*, vol. 20, núm. 2, Alicante, Universidad Miguel Hernández, pp.131-142,

- <<http://www.adicciones.es/files/garcia%20del%20castillo.pdf>> [Consulta: oct. 2013].
- Giménez, Gilberto (2000). “Identidades en globalización”, en *Espiral: estudios sobre Estado Sociedad*, vol. VII, núm. 19, México, Instituto de Investigaciones sociales. UNAM, pp. 27-48, <<http://148.202.18.157/sitios/publicacionesite/ppperiod/esprial/esprialpdf/Espiral19/39-60.pdf>> [Consulta: oct. 2013]
- Juárez, Dayrell (2005), “Juventud, grupos culturales y sociabilidad”, en *JOVEN es*, vol. 9, núm. 22, enero-junio, México, Instituto Mexicano de la Juventud, pp. 102-137, <http://www.cmjbh.com.br/arq_Artigos/ABA2004.pdf> [Consulta: sep.2013].
- Ortega Santamaría, Sergio, y Juan Carlos Gacitúa Araneda (2008), “Espacios interactivos de comunicación y aprendizaje. La construcción de identidades”, en *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento*, vol. 5, núm. 2, Barcelona, Universitat Oberta de Catalunya, pp. 17-24, <http://www.uoc.edu/rusc/5/2/dt/esp/ortega_gacitua.pdf> [Consulta: nov. 2013].
- Piña Gutiérrez, José Manuel (2013), *Primer informe de labores*, Villahermosa, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
- Rocha Sánchez, Tania y Rolando Díaz Loving (2011), *Identidades de géneros*, México, Trillas.

Cómo citar este artículo:

Hernández-Romero Gladys, Nelly-del-Carmen Córdova-Palomeque, Luis-Carlos Cuahonte-Badillo, María-Soledad-Eleanor Arellano-Quintanar (2016), “Identidades juveniles a partir del uso de las tecnologías en una licenciatura de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco”, en *Revista Iberoamericana de Educación Superior (RIES)*, México, UNAM-IISUE/Universia, vol. VII, núm. 18, pp. 144-153, <https://ries.universia.net/article/view/1087/identidades-juveniles-uso-tecnologias-alumnos-licenciatura-mercadotecnia-universidad-juarez-autonoma-tabasco> [consulta: fecha de última consulta].