

13mo Congreso Internacional de Educación Superior UNIVERSIDAD 2022

Simposio 5: Universidad, conocimiento e innovación para el desarrollo sostenible.

XIII Taller Internacional “Universidad, Ciencia y Tecnología”.

Título: El uso de las Tic: Influencias en el Consumo Cultural de estudiantes universitarios.

Title: The use of ICT: Influences on the Cultural Consumption of university students.

Autoras: MSc. Dunia Pino Bermúdez email: dpino@ucf.edu.cu, Teléfono: 53921897

Lic. Eilyn Hurtado Rojas

Resumen

La presente investigación constituye un estudio exploratorio-descriptivo que tiene como objetivo general identificar las prácticas de consumo cultural vinculadas a las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en estudiantes de la carrera Gestión Sociocultural para el Desarrollo, del mencionado centro de estudios, en su modalidad de curso diurno.

Sobresale la visión sociocultural, como determinante en la identificación de las prácticas del consumo de las TIC. A partir de la combinación de los paradigmas cualitativo y cuantitativo, se llevó a cabo un estudio de caso, y se aplicaron técnicas como el grupo de discusión, la encuesta y el análisis de documentos. Con este trabajo se pretende valorar la influencia de las nuevas tecnologías en el consumo cultural de los jóvenes universitarios. Estos acceden en un alto porcentaje, con fines informáticos, de comunicación y entretenimiento principalmente, aunque también se denotan fines económicos en algunos casos. Se evidencia cómo han experimentado un cambio en las costumbres, hábitos y actitudes, lo cual en la actualidad debido al contexto que estamos viviendo se ha visto potenciado desde diferentes espacios e instituciones sociales en favor de los jóvenes.

Palabras claves: TIC, consumo cultural, estudiantes universitarios

Abstract

This research constitutes an exploratory-descriptive study whose general objective is to identify the cultural consumption practices linked to the new information and communication technologies (ICT) in students of the Sociocultural Management for Development career, of the aforementioned study center, in its modality of day course.

The sociocultural vision stands out, as a determining factor in the identification of ICT consumption practices. From the combination of the qualitative and quantitative paradigms, a case study was carried out, and techniques such as the discussion group, the survey and the document analysis were applied. This work aims to assess the influence of new technologies on the cultural consumption of young university students. These access in a high percentage, mainly for computing, communication and entertainment purposes, although economic purposes are also

denoted in some cases. It is evident how they have experienced a change in customs, habits and attitudes, which at present due to the context we are living in has been promoted from different spaces and social institutions in favor of young people.

Key words: ICT, cultural consumption, university students

Introducción

Las TIC se han posicionado en la actualidad en los hogares, parques, centros recreativos y centros educacionales, al influir en las nuevas generaciones. Valiéndose de los medios de comunicación los jóvenes como difusores de los nuevos servicios tecnológicos ha generado la tendencia de adquirir diferentes objetos como laptops, computadoras, teléfonos inteligentes, tabletas, etc. Estos facilitan la interacción de las personas a través del internet y sus aplicaciones como las redes sociales, correos electrónicos, chats y otros.

Se convierten así en un nuevo lenguaje, donde la llamada nueva sociedad ha puesto gran parte de su confianza en el desarrollo tecnológico ligado a la comunicación y la información. Estas constituyen *un mediador de la cultura ya que la recepción de productos culturales mediáticos como acto consciente y activo no se refiere solo al momento de exposición del sujeto al medio de comunicación o al dispositivo sino al que se realiza cuando éste lo utiliza en su cotidianidad la información, la apropia, la resignifica, crea nuevos sentidos y la hace recircular al convertirla en suya* (Barrios, 2008).

En Cuba, el consumo cultural se ha ido desplazando hacia los ámbitos no institucionales, esto está asociado al auge de TIC y la disposición con la que se introducen en la producción, distribución y consumo de productos y servicios culturales. La interacción con las TIC ha adquirido matices específicos donde existe una infraestructura débil, obsoleta y aún en construcción que configura una plataforma distante de las sociedades del conocimiento.

Cuba a pesar de que se ha caracterizado por tener un contexto desfavorecido tecnológicamente, la juventud ha adquirido las habilidades tecnológicas necesarias para interactuar con la tecnología digital. Los jóvenes cubanos se han ido apropiando de las competencias necesarias para hacer un consumo crítico y creativo de bienes y servicios culturales propios de los mercados informales, aunque también para ir configurando sus propios consumos culturales, indicado así prácticas de participación de mayor implicación, aunque estas muestren accesos diferenciados a partir de la posesión personal de determinadas tecnologías, economía familiar o personal distintiva y residencia en zonas urbanas, etc. (Moras, 2016).

Los estudios sobre usos y consumos se han desarrollado, tradicionalmente, en el campo de los medios masivos de comunicación convencionales: prensa, radio y televisión, en algunos casos, el cine y la industria editorial. Estas llamadas industrias culturales han sido objeto de estudio, dada su importancia en los procesos de producción, circulación y consumo de los llamados productos culturales y en las formas de transformación de la cultura.

La novedad que representa el Internet y a tecnología han formado parte de los estudios de diferentes autores, con aproximaciones empíricas que dan cuenta del fenómeno tecnológico en la sociedad actual. Sin embargo, las investigaciones de mercado y de frecuencias de uso de las nuevas tecnologías, en particular de Internet, están por encima de otros estudios de carácter cualitativo, que permitan contrastar esos resultados cuantitativos.

A partir de la bibliografía consultada: *La gramática de la juventud: Un nuevo concepto en construcción*, de René Bendit y Ana Miranda (2017), *Las juventudes cubanas en el contexto de actualización del modelo económico y social*, de María Isabel Domínguez, Keyla Rosa Estévez, Idania Rego, Yenisei Bombino, Elaine Morales, Carolina García, Celia Elizabeth Cadaval y Luis Emilio Aybar (2018). También se pudo revisar; *Consumos culturales, medios de comunicación y nuevas tecnologías en Cuba* de Pedro Emilio Moras Puig (2016), *Las TIC en el consumo cultural de los jóvenes cubanos* de Mónica Guillen del Campo (2018), entre otros, se pudo evidenciar cómo la juventud es una etapa de construcción cultural y social y cómo en este grupo poblacional el consumo de las nuevas tecnologías ha ido en aumento en la última década, y específicamente en Cuba debido a las condiciones devenidas de la aplicación de la política de informatización de la sociedad.

Este fenómeno ha abarcado todo el país y ha constituido un proceso de cambio en el que los jóvenes son protagonistas y se aprecia en nuevos modos de actuación y consumo, tanto en el contexto urbano como rural. Los usos que algunos sectores juveniles hacen de las TIC evidencian nuevas formas de apropiación cultural, reconfiguraciones en las relaciones de poder, prácticas emergentes que devienen experiencias valiosas para la sociedad, las cuales es pertinente visibilizar y evaluar críticamente.

El acceso y uso de las TIC se han convertido en escenarios generadores de nuevas desigualdades que limitan la comprensión de los jóvenes sobre algunos de los procesos sociales contemporáneos, que desequilibran las condiciones para acceder a la información, restringen los capitales culturales y por tanto las oportunidades para participar. Todo ello impacta en sus modos de actuación,

modifica sus espacios de construcción más allá de las instituciones tradicionales y da lugar a nuevas formas de participación social, cultural y política.

De todo lo anterior se deriva la pertinencia de estudiar el fenómeno del consumo de las TIC desde diversos referentes, lo cual resulta novedoso en función de determinar cuáles han sido los resultados de dicha transformación. En este sentido se adiciona la necesidad de indagar en general sobre la influencia de las TIC en el consumo cultural de los jóvenes, tema aún poco estudiado, a pesar de que, por su relativa novedad, el Internet y la tecnología digital han sido objeto de análisis y estudio por parte de varios autores, dando cuenta del fenómeno tecnológico al cual se encuentra expuesta la sociedad actual.

Las prácticas de consumo cultural a través de las TIC de estudiantes de la carrera Gestión Sociocultural para el Desarrollo. Estudio de caso

Para el siguiente estudio se realizó en una primera etapa un grupo de discusión con 12 estudiantes de la especialidad y en un segundo momento una encuesta a 45 estudiantes del Curso Regular Diurno (CRD) de la carrera de Gestión Sociocultural para el Desarrollo de la Universidad de Cienfuegos, lo que representa el 59 % del total de matrícula, y constituye un nivel de representatividad adecuado para este tipo de estudio. De ellos, 35 del sexo femenino, por ser predominante, y 10 del masculino. Se realizaron preguntas cerradas y abiertas para indagar en las subjetividades y percepciones de estos jóvenes en cuanto al tema estudiado.

La juventud en la actualidad tiende a identificarse con lo novedoso como forma de romper barreras y marcar diferencias. La tenencia y uso de los modernos dispositivos electrónicos han marcado la vida de estos. A raíz de los datos obtenidos en el cuestionario aplicado se evidencia que 100% de los encuestados posee al menos más de un dispositivo electrónico de última generación.

El 100% de los estudiantes encuestados poseen teléfonos inteligentes y evidencian una alta frecuencia de uso del mismo, por encima de otras tecnologías. Las posibilidades que brinda este tipo de tecnología hacen que su motivación básica esté muy marcada por el placer de la recreación. Sin embargo, la encuesta arrojó como resultado que también son usados con fines informativos, educativos, económicos, religiosos y políticos.

El 100 % posee tv y de estos un 73% tiene caja decodificadora la cual también es usada para fines recreativos. Más de la mitad de los estudiantes encuestados tienen laptops y solo un 18% tienen en su poder un Tablet. De estos dos últimos se evidencia la tendencia a sustituir a los celulares inteligentes por su comodidad, utilidad y aplicaciones, y son casi siempre las tecnologías utilizadas para leer y consumir audiovisuales.

Sin embargo, la generalidad de prácticas apunta a que el más utilizado sigue siendo el celular, por su posibilidad de ser cómodamente portable para llevarlo a todos los espacios de interacción. Solo el 50% de los estudiantes declaran un uso frecuente de la PC y la laptop, mientras que solo el 10% declara el uso ocasional de la PC y un 31% el de la laptop. La televisión y el uso de la caja decodificadora no son de los dispositivos más utilizados ya que solo el 20% los usa con frecuencia.

Algunas de las actividades que con mayor frecuencia realizan desde las TICs son escuchar música, tomar fotografías, ver películas, leer, jugar, interactuar en chats, donde los grupos con afinidades se hacen cada vez más frecuentes.

La interacción con las redes sociales constituye la práctica más frecuente en los jóvenes, por la afición a escuchar y promover música, compartir satisfacciones emocionales a través de escritos, fotos o videos, agregándosele a esto la descarga de audiovisuales. Otras actividades como la descarga y lectura de libros digitales, son de las menos frecuentes.

El 50 % de los estudiantes encuestados dedican de 2 a 3 horas al uso de dispositivos electrónicos. Solo 13 estudiantes aseguran dedicarle de 4 a 5 horas y el resto dedica hasta más de 6 horas.

El 100 % de los encuestados afirma hacer un uso frecuente de estas tecnologías en sus estudios, en propuestas de trabajos de curso, búsquedas de información, videos y libros, promoción de materiales realizados para clases prácticas, así como la promoción de actividades extracurriculares que también son parte de su formación en la especialidad.

14 de los 45 encuestados afirma el uso de estas tecnologías en empleos tanto formales como informales, a partir de promoción de actividades, promoción y venta de diversos artículos, producción de audiovisuales para dicha promoción, etc. y solo 5 declara hacerlo con fines religiosos, en tanto descargar frases, lecturas, música y videos de esta temática y luego promoverla por esta vía.

El 100% de los encuestados aseguran tener acceso a Internet desde diferentes dispositivos electrónicos, de estos, 43 expresan que acceden a Internet desde su celular, 5 usan laptop, 4 la PC y 2 la tableta.

El acceso a Internet con los diferentes dispositivos está estrechamente relacionado con el lugar de acceso. En el país la accesibilidad ha estado cambiando, ya no solo existe como punto de acceso a este los Joven Club o centros laborales, ya hoy existen por todo el país además de estos, zonas de Wifi, servicios de Nauta Hogar y la red de la Universidad, este último restringido su uso solo debería ser académico.

En el grupo estudiado se puede observar como el 82% accede a Internet desde la Universidad, un 64% declara tener el servicio de Datos Móviles, un 56% accede desde las Zonas WiFi y un 42% tiene acceso desde sus casas con el servicio de Nauta Hogar.

El acceso desde la Universidad es el más habitual, producto a que este el totalmente gratis, pues es uno de los servicios que esta brinda a sus estudiantes para su uso académico, aunque también es utilizado para interactuar en redes sociales, a pesar de ser limitado en cuanto al acceso a sitios y cantidad de unidades disponibles.

Las aplicaciones, sitios y redes más usados por ellos son WhatsApp, Facebook e Instagram, y otras como YouTube y Telegram, son parte de las favoritas. Estas dos últimas porque les permite pertenecer a canales de descarga de música, libros y películas y series. También se hace referencia a Pinterest, por su disposición tan amplia de imágenes.

Una de las ventajas de las redes sociales es la oportunidad de ser miembro de grupos o páginas digitales, que tratan diversos temas de cultura general, además de información acerca de series, películas, música, fotografía, cocina, entre

otros. La mayoría declara que la interacción en estos grupos es muy amplia. Al respecto se puede decir que el 58% interactúa en estas páginas o grupos sociales.

De los sitios de Internet, comunidades digitales y páginas web, antes mencionados, la mayor motivación en cuanto a consumo cultural es el consumo de música, descargarla en sus diversos formatos, compartirla, editarla, etc. declarado así por 31 de estos jóvenes. Otros aspectos de interés como las noticias de actualidad en cuanto a la cultura general, el arte, la moda, la literatura, la fotografía, entre otras son elegidas también por más de la mitad de los encuestados.

Al hablar de la frecuencia de acceso a estas aplicaciones, comunidades digitales, páginas web y sitios de Internet, el 51% accede frecuentemente a comunidades y grupos digitales, el 27% a sitios de descargas, el 18% a aplicaciones para acceder y/o descargar música mp3, y el 11% a aplicaciones para descargar videos musicales, series y películas. El acceso a las aplicaciones de descarga de libros digitales y la visita los lectores electrónicos presentan cada uno un 7%, lo cual denota que es de los menos visitados.

Entre los grupos a los cuales hacen referencia los encuestados el que más resalta es *El muro*, aquí se publican fotos relacionadas con series y películas de las cuales la gran mayoría son sátiras o memes como son llamadas hoy en día. Otros grupos que también se destacan son los relacionados con la moda, recetas de cocina, deportes, grupos de fans de bandas musicales y/o cantantes, de compra y venta etc. También están grupos como *Universidad Comunicación y Cienfuegos encanta*, siendo el primero creado por el Departamento de Comunicación institucional de la Universidad de Cienfuegos, y el segundo promovido por instituciones del Gobierno y Culturales de la provincia, donde se publican fotos y noticias de la actualidad cienfueguera. A estos pertenecen un 65 y un 70% de los encuestados respectivamente.

Para acceder a la descarga de descargar audiovisuales, música, películas, series, videos, se usan variadas aplicaciones o páginas de interés. Los datos analizados muestran que, además de la ya mencionada Telegram, VidMate es la preferida por los estudiantes, ya que cuenta con herramientas muy útiles que permiten realizar disímiles tareas, no teniendo que recurrir a terceros sitios o aplicaciones. El 56% de los encuestados así lo afirman, seguido por Telegram con un 38%, y YouTube con un 27% de la muestra, y otras como Videoder y Apple Music un 13%. Es evidente además que algunos usan dos o más aplicaciones o sitios para acceder o descargar audiovisuales.

El dispositivo que con mayor demanda se usa como vía para el consumo de la música es el celular, seleccionado por el 100% de la muestra, dejando atrás los medios más tradicionales, seguido por las PC y las laptops con un 78%, la televisión con un 20%, luego le siguen otros como reproductores mp3 y la radio con un 20 y 7% respectivamente.

De las aplicaciones o sitios digitales más utilizados para leer, acceder o descargar libros digitales están: los sitios Lectulandia y *ebiblioteca.org.es*, lectores electrónicos como E-pub, y la aplicación Telegram, con canales específicos como *LaBibliotecaLibreBot*.

En primer lugar, se encuentran Lectulandia (sitio online) y los Lectores Electrónicos con un 27% de acceso para ambos sitios, por la cantidad, diversidad y calidad de sus libros, y tal vez por su fácil acceso, seguido por Telegram y ebiblioteca.org.es con un 18 y 9% respectivamente.

La necesidad de informarse y actualizarse en todo el acontecer nacional e internacional es prioridad para la juventud hoy en día, principalmente todo lo que esté relacionado con el acontecer cultural y deportivo, para ello acceden a artículos, periódicos, revistas o libros, principalmente digitales, por su constante actualización. En tal sentido de la muestra seleccionada entre la encuesta y el grupo de discusión, la mayoría declara acceder a estos servicios digitales, y se encuentra entre sus preferencias cuando deben por un proyecto de la Universidad acceder a este tipo de información, más que consumir la prensa plana o los medios televisivo y radial. Sin embargo, la frecuencia de acceso aún es baja, más de la mitad de los estudiantes encuestados (53 %) casi nunca acceden a este tipo de servicios, ocasionalmente un 40%, y solo el 7% de la muestra los usa con frecuencia.

El consumo cultural puede darse de muchas formas y cada vez son más las posibilidades de audiovisuales al alcance de la población: series, videojuegos, películas, documentales y música, a través del llamado *paquete de la semana*, conformado por un entramado de entretenimientos, así confirma su accesibilidad el 100% de la muestra estudiada, así como los participantes del grupo de discusión. La encuesta arrojó como resultados que el 47% consume el *paquete* con frecuencia, un 40% ocasionalmente y solo el 13% casi nunca.

Haciendo uso de la utilidad y herramientas de las diferentes aplicaciones y redes sociales se han creado grupos de amigos, compañeros de aula, con el fin de compartir fotos, información, y demás temas de interés colectivo, que pueden ser el arte la literatura el deporte la decoración la fotografía, con el objetivo de hacer llegar a todos lo que sea de interés común.

Existen barreras o limitaciones que declaran los jóvenes estudiados para acceder a estas comunidades digitales, aplicaciones o productos culturales que de estas se derivan, principalmente por el contenido o temática de las mismas, o por el lugar desde donde se accede. De cualquier forma, existe una gran variedad de productos y sitios prohibidos a los que no se puede acceder desde los centros laborales, escuelas o los Joven Club, no así desde Wifi o los datos móviles, puesto que es un servicio que se está pagando.

Otro aspecto a destacar es la velocidad de la conexión, que resulta más lenta o rápida dependiendo del lugar y forma de acceder a Internet, como también lo son las horas o unidades disponibles sin costo, como en el caso de los centros laborales, escuelas y los Joven Club, al igual que cuando se paga el servicio, que es limitado y aun costoso, sin dejar de mencionar los problemas de seguridad y ciertos servicios del Internet que, por cuestiones económicas y de índole político, no son accesibles.

Conclusiones

Las herramientas tecnológicas están resignificando las estructuras sociales a gran escala. Con el desarrollo y el surgimiento de nuevas tecnologías, ha ido cambiando el modo o forma tradicional del consumo cultural en sus diversas

manifestaciones, los nuevos dispositivos son idóneos para ello, ya que permiten realizar multitareas facilitando su uso, así como una marcada y mejorada calidad de audio, permitiendo en algunos casos tener acceso a su descarga vía Internet. La mayoría de estos jóvenes se desentienden de lo tradicional (la radio, la prensa escrita o la televisión) y prefieren consumir productos culturales a través de otros medios como el celular, computadora, por la tendencia cada vez más frecuente al acceso a Internet. El uso y acceso del Internet se ha convertido en un proceso simbólico de construcción de sentidos personales y sociales a partir de los cuales se crean los sujetos desde sus contextos socioculturales.

La especialidad en Gestión Sociocultural para el desarrollo, se enfoca en procesos de gestión dirigidos a potenciar el desarrollo humano individual y colectivo, a través de diversas estrategias, proyectos y acciones de carácter preferentemente comunitario, local y territorial, vinculadas a los programas de desarrollo social. Por tanto, es un profesional que está preparándose constantemente para incidir en el enriquecimiento espiritual, en el fortalecimiento de la identidad cultural y sentido de pertenencia, en la calidad de la vida colectiva y la capacidad de participación de la población en el desarrollo social. Ya que los jóvenes tienen incorporadas estas prácticas vinculadas a las TIC en su cotidianidad, se debe hacer mayor énfasis dentro del proceso formativo-educativo, en el vínculo y aprovechamiento de estas prácticas para el desarrollo de competencias que ayuden a su formación integral, elevando su concepto de consumo cultural como arista importante en su preparación.

La participación en múltiples redes sociales les establece nuevas formas de interacción social, de aprehensión de la información, además éstas son utilizadas para cubrir necesidades, tanto de índole emocional-espiritual, psicológica, recreativa, política y económica, ya que algunos crean grupos para la publicidad, promoción y venta de disímiles ofertas. Las redes y aplicaciones más utilizadas son WhatsApp y Facebook, también se hace referencia a la visita de otros sitios como Instagram y Telegram. Una gran parte de los jóvenes estudiados forman parte de grupos y páginas digitales con las que de cierto modo se sienten identificados. En estos sitios y páginas digitales el tema de mayor interés es el relacionado con los audiovisuales.

Las prácticas de consumo cultural se evidencian de muchas formas en estos jóvenes a través de las TIC. Algunas de las actividades que con mayor frecuencia realizan son: escuchar música, tomar fotografías, ver películas, leer, jugar, interactuar en chats, donde los grupos con afinidades se hacen cada vez más frecuentes. Para acceder a la descarga de descargar audiovisuales, música, películas, series, videos o libros, se usan variadas aplicaciones o páginas de interés. Los datos analizados muestran que VidMate es la preferida, seguida por Telegram, Youtube, Videoder y Apple Music. Es evidente además que algunos usan dos o más aplicaciones o sitios para acceder o descargar audiovisuales.

El 100 % de los encuestados afirma hacer un uso frecuente de estas tecnologías en sus estudios, en propuestas de trabajos de curso, búsquedas de información, videos y libros, promoción de materiales realizados para clases prácticas, así como la promoción de actividades extracurriculares que también son parte de su formación en la especialidad. Uno de los procesos que ha beneficiado este uso es el acceso a la plataforma MOODLE, que se encuentra a disposición de los estudiantes y profesores y es política del centro que sea la herramienta fundamental para los procesos educativos en la actualidad.

Estos jóvenes acceden en un alto porcentaje, las nuevas tecnologías con fines informáticos, de comunicación y entretenimiento principalmente. Estas nuevas generaciones han experimentado un cambio en las costumbres, hábitos y actitudes. Evidencian claramente la importancia que tienen los dispositivos electrónicos y el acceso a Internet en su vida, en sus relaciones familiares, de pareja, laborales (ya que algunos trabajan) y sociales en general. El uso de estas tecnologías se aplica en empleos tanto formales como informales, a partir de promoción de actividades, la publicidad, promoción y venta de diversos artículos, y la producción de audiovisuales para dichos fines. Unos pocos declaran hacerlo con fines religiosos. Se evidencia cómo acceden cotidianamente, que estos constituyen herramientas de preferencia en términos de satisfacción de necesidades y que son parte de su cotidianidad las comunidades virtuales a las cuales se encuentran inscritos y que determinan identidades colectivas. Esto denota nuevas formas de asumir y producir la cultura, así como distintos modos de organización y participación social.

Bibliografía

- A, G., Rivero I, F. J., & E, G. (2003). *Nuevas tecnologías de la información y la comunicación o nuevas tecnologías de relación? Niños, jóvenes y cultura digital.*
- Alonso R. (2020, febrero 5). *Informe Global 2020. Cuba por primera vez por encima de la media mundial de penetración de internet.* <http://Cubadebate.htm#XsKx X8623IV>
- Barguero Madrigal, A., & Calderon Contreras, F. (2016). *Influencia de las nuevas tecnologías en el desarrollo adolescente y posibles desajustes.*
- Barrios Rubio, A. (2008). *Los jóvenes y la red: Usos y consumos de los nuevos medios en la sociedad de la información y la comunicación.* Universidad Jorge Tadeo Lozano.
- Belardini, S. A. (s. f.). *Jóvenes, Tecnología, Participación y Consumo.*
- Belloch Ortí, C. (s. f.). *LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (T.I.C.).*
- Bourdieu, P. (1990). *Sociología y cultura.*
- Cabero, J., & M, L. (1998). *Impacto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en las organizaciones educativas.*
- del Borrio Fernández, A. (2017). *Las tecnologías de la Información y la comunicación en la vida y la educación de los adolescentes* [Tesis Doctoral].
- Díaz, M., & Baro Gonzales, Y. C. (2018). *Las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en interés de la defensa del país y del desarrollo del proceso docente educativo.*
- Domínguez García, M. I. (1997). *La juventud en el contexto de la estructura social cubana. Datos y reflexiones.*

- Domínguez, M. I. (2003). *Juventud cubana y participación social. Desafíos de una nueva época.*
- Domínguez, M. I. (2011). *Políticas sociales hacia la juventud en Cuba: Algunas evaluaciones y nuevos desafíos.* XVI(Sociología).
- Domínguez, M. I., Estévez, K., Rego, I., Bombino, Y., Morales, E., García, C., Cadaval, C. E., & Aybar, L. E. (2018). *LAS JUVENTUDES CUBANAS EN EL CONTEXTO DE ACTUALIZACIÓN DEL MODELO ECONÓMICO Y SOCIAL.*
- Espinar Ruiz, E., & López Fernández, C. (2009). *Jóvenes y adolescentes ante las nuevas tecnologías: Percepción de riesgo.* 16(Athenea Digital).
- Gaceta Oficial, Pub. L. No. 45 (2019).
- García Canclini, N. (2014). *Nuevos modelos creativos desarrollados por los jóvenes.* Observatorio Cultural. <http://www.observatoriocultural.gob.cl/revista/2articulo-1>
- Global Forum on Youth and ICT for Development, Youth and ICT as Agents of Change Ginebra.* (2007).
- Gómez, L. (09/01/2019). *Las Ciencias Sociales y el enfoque socio histórico de la adolescencia y la juventud* [Presentación de diapositiva]
- Gómez González, S., Riverón Hernández, K., Jay Griñán, M., & Madrigal León, D. Y. (2017). *PRÁCTICAS CULTURALES EN JÓVENES UNIVERSITARIOS CUBANOS.*
- Guillen del Campo, M. (2018). *Las TIC en el consumo cultural de los jóvenes cubanos.*
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. del P. (2014). *Metodología de la Investigación* (sexta).
- Lemus, M. (2016). *Jóvenes frente al mundo: Las tecnologías digitales como soporte de la vida cotidiana.*
- Meneses Benítez, G. (2007). *Las nuevas tecnologías de la información.*
- MES, (2016). *Plan de estudios E de la carrera de Gestión Sociocultural para el Desarrollo.* Documento oficial.
- Moras Puig, P. E. (s. f.). *Consumos culturales, medios de comunicación y nuevas tecnologías en Cuba.*
- Moras Puig, P. E., & Rivero Baxter, Y. (2016). *Participación y consumo cultural en Cuba. Una mirada desde sus ciudades.* 85-86(Temas).