

Artículo original

Prevalencia del consumo cultural, del tiempo libre y de medios de comunicación, en estudiantes de ciencias de la salud en dos universidades latinoamericanas: Guadalajara y Guatemala

Cabrera-Pivaral C. E. (1); Haro-Jiménez L. P. (1), Orozco-Valerio M. (1), Tornero-González C. L. (2), Báez-Báez L., Zavala-González M. (3).

(1) Profesor Investigador, adscrito al Departamento de Ciencias Sociales, Departamento de Salud Pública. Centro Universitario en Ciencias de la Salud (CUCS) de la Universidad de Guadalajara. (2) Técnico Académico Titular A, adscrito en el Departamento de Ciencias Sociales, Licenciado en Psicología y Master Internacional en E-learning, (3) Alumno del Doctorado en Ciencias de la Salud Pública, CUCS, Universidad de Guadalajara.

Resumen

Introducción: El Consumo Cultural, el Tiempo libre y de los Medios Electrónicos (CCTLM), se reconoce como un conjunto de actividades que permiten desarrollar al ser humano de una manera integral; este se impulsa a partir de actividades desarrolladas en momentos que no se relacionan a la actividad laboral. La prevalencia del CCTLM explora la multiplicidad de actividades en tiempos y espacios de prácticas recreativas, culturales y de ocio que contribuyen a la construcción de la sociedad en que vivimos. **Objetivo:** Medir la prevalencia del consumo cultural, del tiempo libre y de medios de comunicación en estudiantes de ciencias de la salud en dos universidades de Latinoamérica. **Material y Métodos:** Estudio comparativo en 946 estudiantes de primer ingreso de las carreras de la Salud del CUCS de la Universidad de Guadalajara y de la Universidad de San Carlos, en Guatemala. Las variables de estudio: Consumo Cultural, Tiempo Libre y Medios Electrónicos; integradas por los indicadores de cultura, uso del tiempo libre y uso de los medios electrónicos. Medida por un instrumento con 46 preguntas y un índice de 0.82 de confiabilidad. **Resultados:** La prevalencia de la Valoración Global del CCTLM; integrado de la ponderación indicadores relativos al proceso de cultura, tiempo libre y Medios electrónicos como el Internet; se observa que el 20.5% y 13.8% (125 y 46) tienen un puntaje Alto (+ 350) de un valor teórico posible de 650 para la Universidad de Guadalajara y Universidad de Guatemala respectivamente.

Palabras Clave: consumo cultural, tiempo libre, ocio, estudiantes universitarios, sociedad.

Abstract

Introduction: Cultural Consumption, Leisure and Media, CCLM, are recognized as a set of activities that develop the human being in a comprehensive way; this is driven from activities in time unrelated to work activity. The CCTLM measurement in a context results relevant, and more when this encourage the exploration of the multiplicity of activities undertaken by the students in their time and space because it is precisely there, where people access to a range of recreational practices, cultural and leisure activities that contribute to build the society in which we live. **Objective:** To measure the prevalence of cultural consumption, leisure and media students of health sciences at two universities in Latin America. **Material and Methods:** A comparative study in 946 freshmen racing Health University Center on Health Sciences at the University of Guadalajara and the University of San Carlos in Guatemala. The variables of CCTLM; composed of indicators culture, use of leisure time and use of electronic media. Measured by an instrument with 46 questions and an index of 0.82 reliability. **Results:** The prevalence of the Global Assessment of Cultural Consumption, the Leisure and Media; integrated weighting process indicators related to culture, leisure and electronic media such as the Internet; shows that 20.5% and 13.8% (125 and 46) have a score Alto (+ 350) a possible theoretical value of 650 for the University of Guadalajara and University of Guatemala respectively.

Keywords: Cultural consumption, Leisure, Entertainment, College Students, Society.

Introducción

El estudio del consumo cultural en América Latina y México, ha vivido un desarrollo vertiginoso en la última década, fundamentalmente porque ha sido estimulado desde disciplinas y ámbitos diversos, y por una amplia gama de demandas que abarcan desde la búsqueda de democratización de las políticas culturales, hasta la mejor mercantilización de las industrias culturales.¹ Mientras que a principios de los años noventa del siglo XX era notoria la inexistencia de investigaciones sobre públicos, consumo y recepción de bienes culturales, a finales de la década, éstas no sólo han adquirido centralidad en la agenda de los estudios sobre cultura y poder, sino que también han pasado a ser un ingrediente clave en los procesos de producción al interior de la industria cultural.

El consumo cultural es un tema estudiado en México y en América Latina, no en lo que se refiere a los intereses y manifestaciones culturales de los jóvenes universitarios.² El estudio en jóvenes universitarios es una “realidad ignorada”. Didou manifiesta que los jóvenes, como estudiantes de la educación superior en México, no han sido objeto prioritario de la investigación, pese a su importancia, y afirma que a este actor se le conoce muy poco, salvo en momentos de transformaciones como las ocurridas en los últimos años.³

Otro tipo de investigaciones sobre el consumo cultural, tiene que ver más con las empresas de investigación de estudio de mercado, dedicados a escrutar a los universitarios sobre gustos y formas de consumir medios de comunicación.⁴

El adecuado CCTLM en estudiantes se traduce en generación de conocimiento y creatividad; así como a la innovación de soluciones propias del entorno social y familiar; de lo contrario, favorece al consumo irracional y adaptación a la realidad sin posibilidades de enfrentarla y desafiarla ante la adversidad contemporánea.

La oferta de las industrias culturales se ha diversificado con el acceso a la televisión de paga, internet y otros servicios de productos transnacionales, ampliando las posibilidades de elección de información y entretenimiento para los sectores socioeconómicos con mayor poder adquisitivo. Sin embargo, como contraparte de la adopción de las políticas económicas neoliberales globalizadoras y de la ausencia de una política de Estado congruente y consistente con la promoción y desarrollo de nuestras propias industrias culturales, su capacidad productiva se ha visto disminuida, así como ha aumentado

la brecha de acceso al consumo entre los distintos sectores socioeconómicos del país.

Los problemas económicos por los que atraviesa la mayoría de nuestra población han conducido a que los adultos dediquen mayor cantidad de su tiempo a las actividades laborales, disminuyendo el tiempo de ocio. Así, la recreación surge en un contexto en el cual se empieza a reconocer la existencia de un ámbito dividido del trabajo y válido para aliviar las tensiones generales por éste.

Por lo que en esta propuesta de reconocer la prevalencia y asomarnos a una visión reflexiva interesa exponer si el CCTLM se encuentra presente; es decir, tal parece que no se puede desprender la relación entre cultura y economía; y lo económico va ligado con lo social.

Metodología

Se trata de un estudio comparativo, desarrollado durante el 2010 y 2013. La muestra se integra por 946 estudiantes de primer ingreso de las carreras de la Salud (Medicina, Enfermería y Psicología) del CUCS de la Universidad de Guadalajara y de la Universidad de San Carlos, en Guatemala.

Las principales variables de estudio fueron el Consumo Cultural, Tiempo Libre y Medios Electrónicos; integradas por los indicadores de cultura, uso del tiempo libre y uso de los medios electrónicos. Además, las variables sociodemográficas como: edad, sexo, ocupación, estado civil y formación académica de los padres. El instrumento de recolección de los datos se integra con 46 preguntas; éstas fueron producto de una ronda de expertos (4 de 5) logrando un índice de 0.82 de confiabilidad.

Los instrumentos fueron aplicados por un grupo de académicos con formación en Investigación Educativa, el cual validó sus respuestas. Posteriormente, efectuó una captura en una base de datos y un análisis descriptivo e inferencial, utilizando el *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS). En el descriptivo se incluyeron la media, desviación estándar, mediana y proporción. El inferencial reconoce la variable principal como ordinal, CCTLM, y utiliza la U de Mann-Whitney, y Kruskal-Wallis para muestras no relacionadas.

El análisis inferencial de la variable de estudio permitió integrar una puntuación a partir de ponderar diversas actividades favorecedoras del CCTLM, logrando un límite superior e inferior, y así este rango permitió una medición ordinal, definiendo el nivel alto, medio, bajo y al azar.⁵



Resultados

Participaron 946 estudiantes de educación superior de carreras de ciencias de la Salud; 610 de la Universidad de Guadalajara, en Jalisco, México, y 336 de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala. Respecto a las carreras: 481 son de la carrera de

medicina; le sigue la carrera de psicología con 240; y la carrera de enfermería con 225. (Tabla 1)

Respecto a la edad de los estudiantes considerados en la muestra de estudio, se encontró que el 96% está por debajo de los 24 años con una media de 18.3 y una desviación estándar de 11. Resalta que el límite superior de esta muestra está en los 39 años.

Tabla 1.
Distribución por carrera de estudio

CARRERA	GUADALAJARA(UDG) N (%)	GUATEMALA(USAC) N (%)
MEDICINA	301 (49.3)	180 (53.6)
PSICOLOGÍA	156 (25.6)	84 (25.2)
ENFERMERÍA	153 (25)	72 (21.4)
TOTAL	610 (100)	336 (100)

Moda: Medicina

Fuente: Directa

Tabla 2.
Distribución por sexo de estudiantes

SEXO	GUADALAJARA(UDG) N (%)	GUATEMALA(USAC) N (%)
FEMENINO	342 (56%)	195 (58%)
MASCULINO	268 (44%)	141 (42%)
TOTAL	610 (100%)	336 (100%)

Moda: Femenino

Fuente: Directa

Respecto al sexo de los estudiantes de educación superior considerados en nuestro estudio, encontramos que el 56% y 58% (342 y 195 respectivamente), son del sexo femenino y el 44% y 42% (268 y 141), para el masculino (Tabla 2).

Tabla 3.
Distribución por estado civil de estudiantes

ESTADO CIVIL	GUADALAJARA(UDG) N (%)	GUATEMALA(USAC) N (%)
SOLTERO	594 (97.4)	312 (92.8)
CASADO	10 (1.7)	18 (5.4)
VIUDO	1(0.02)	1 (0.3)
DIVORCIADO	3(0.5)	2 (0.6)
UNIÓN LIBRE	2(0.3)	3 (0.9)
TOTAL	610 (100)	336 (99.8)

Moda: Solteros

Fuente: Directa

En esta muestra de estudio se identificó que el 97% y 95% (594 y 312) corresponden al estado civil soltero, el 1.7% y 5.4% (10 y 18) para casados; y para viudos, divorciados y en unión libre en proporciones menores (Tabla 3).

Tabla 4.
Distribución de la actividad laboral en estudiantes

NÚMERO	GUADALAJARA(UDG) N (%)	GUATEMALA(USAC) N (%)
SÍ	161 (26.4)	74 (22)
NO	449 (73.6)	262 (78)
TOTAL	610 (100)	336 (100)
HORAS	N %	N%
4 HRS. O MENOS	147 (24.1)	67 (20)
5- 7 HRS.	0 (0)	7 (2)
NO APLICA	463 (75.9)	262 (78)
TOTAL	610 (100)	336 (100)

Moda: No actividad laboral

Fuente: Directa

La actividad laboral de los estudiantes se identificó con el 26.4% y 22%; (161 y 74) y reportaron actividades laborales, en donde más de 24% y 20% dedica 4 horas a dicha actividad (Tabla 4).

Tabla 5.
Valoración global del consumo cultural, del tiempo libre y de los medios de comunicación en estudiantes

VALORACION GLOBAL	GUADALAJARA(UDG) N (%)	GUATEMALA(USAC) N (%)
BAJO (- 150)	104 (17)	74 (22)
MEDIO(151-300)	381 (62.5)	216 (64.5)
ALTO (350+)	125 (20.5)	46 (13.8)
Mediana	282.3	259.1
TOTAL	610 (100)	336 (100)

Respecto al puntaje de la Valoración Global del Consumo Cultural, del Tiempo Libre y de los Medios, que es integrado de la ponderación indicadores relativos al proceso de cultura, tiempo libre y Medios electrónicos como el internet; se observa que el 20.5% y 13.8% (125 y 46), tiene un puntaje Alto (+ 350) de un valor teórico posible de 650, para la Universidad de Guadalajara y Universidad de Guatemala respectivamente.; le sigue el 62.5% y 64.5% (381 y 216 casos) con puntaje Medio (151-300); se encontró que el 17% y 22% (104 casos y 74) representan la Valoración de Nivel bajos (Tabla No 5).

Discusión

El estudio del consumo cultural en América Latina ha vivido un desarrollo vertiginoso en la última década, fundamentalmente porque ha sido estimulado desde disciplinas y ámbitos diversos y por una amplia gama de demandas que abarcan desde la búsqueda de democratización de las políticas culturales, hasta la mejor mercantilización de las industrias culturales.¹ Mientras a principios de los años noventa del siglo XX era notoria la inexistencia de investigaciones sobre públicos, consumo

y recepción de bienes culturales, a finales de la década, éstas no sólo han adquirido centralidad en la agenda de los estudios sobre cultura y poder, sino que también han pasado a ser un ingrediente clave en los procesos de producción al interior de la industria cultural.

El consumo cultural y de tiempo libre tiene diversas manifestaciones en la población de estudiantes del CUCS. Del total de alumnos, más de la mitad son del sexo femenino, la mayoría solteros y una mínima parte dedicados a actividad laboral diversa. La edad promedio es de 19.1, con rango de 17.3 y 39 años.

El nivel de ponderación integrado de CCTLM, muestra un nivel alto, en tanto que la 5ª. parte de la población de estudio señala niveles tan parecidos como los reportados.⁶ Estos valores manifiestan que nuestra sociedad no se ha preparado para un consumo de tiempo favorable y muchas veces por carecer de los factores y espacios idóneos, se refugian en las actividades monótonas y poco reflexivas.⁷

Si bien es un estudio exploratorio y comparativo entre dos grupos de estudiantes de ciencias de la salud en América Latina, permite tener un acercamiento con la realidad del CCTLM, en una población joven que inicia su proceso de formación profesional. Es importante resaltar que surge de una muestra de población estudiantil de Ciencias de la Salud, que en su mayoría representa el área Metropolitana de Guadalajara y de Guatemala; y que por las características del instrumento validado y confiable, puede ser un profundo acercamiento a la realidad social del CCTLM.

La importancia de impulsar una cultura en cuanto a la promoción y uso del CCTLM en la sociedad moderna juega un papel importante en el desarrollo de la conducta y del pensamiento del hombre. Es en este tiempo donde se generan las potencialidades creadoras del hombre, manifestándose luego en la actividad laboral. Este proceso de reproducción no es tan simple como aparenta serlo, de manera superficial, está relacionado con un conjunto de actividades que manifiestan en las personas un estado emocional tanto positivo como negativo.

Los problemas económicos por los que atraviesa la mayoría de nuestra región han conducido a que los adultos dediquen mayor cantidad de su tiempo a las actividades laborales, disminuyendo el tiempo de ocio.⁸ Si reconocemos que el CCTLM surge en un contexto en el cual se empieza a reconocer la existencia de un ámbito social de consumo, éste debe de reconocerse

como un conjunto complejo de actividades que busca reconfortar los desequilibrios entre las obligaciones y responsabilidades sociales.

En tal sentido, coincidimos con García Canclini que define al consumo como: “el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos en beneficio cultural, social e individual”.⁹

Al reconocer que el CCTLM está en la 5ª. parte de la población (125/610) de estudio, en Guadalajara y una 6ª. parte de la población estudiantil de Guatemala (46/336), de una región Latinoamericana, y que esta prevalencia no está determinado por la obligatoriedad académica, plantea un reto fundamental a las instituciones de educación superior, que tendrán que destinar parte de su desarrollo curricular e integral a responder ante ésta necesidad social.^{10, 11}

Es indiscutible que el uso de tiempo libre en la realización de actividades de tipo; recreativo, cultural, deportivo o social, contribuyen positivamente al mejoramiento de la vida individual y al enriquecimiento de la vida familiar y comunitaria.^{9, 10, 11}

El consumo cultural, tiempo libre y medios de comunicación, CCTLM; se identificó alto en el 20.5% en Guadalajara (125 casos) y 13.8% (46 casos) en Guatemala, del total de los estudiantes; esto representa que sólo la 5ª. y 6ª. parte de los estudiados en la serie, encuentran a través del CCTLM un estímulo para su desarrollo integral congruente con las políticas nacionales e internacionales para ofrecer a la juventud de la región los mecanismos sólidos que le permitan enfrentar los retos del binomio Consumo y Creación, CC.

El perfil de estos jóvenes se asocia con características sociodemográficas propias de su carrera, del estado civil, de la escolaridad de padres y del propio soporte financiero familiar, además de que la no actividad laboral y la puntuación de ingreso a la carrera son factores favorecedores del Consumo Cultural, Tiempo Libre y de los Medios Electrónicos.

Dr. Carlos Enrique Cabrera Pivaral

Departamento de Ciencias Sociales.

Sierra Mojada 950, puerta 3 Edificio N, Primer Nivel, Colonia Independencia.

Tel. 1058 5200 Ext. 33905.

Correo: carlos_cabrera@prodigy.net.mx