

## CONSUMO CULTURAL DEL TIEMPO LIBRE ENTRE ESTUDIANTES DE PREGRADO Y POSGRADO EN CIENCIAS DE LA SALUD

Laura Patricia Haro Jiménez\*  
Carlos Cabrera Pivaral\*\*  
Carmen Lizette Tornero González\*\*\*  
Irma Patricia González Rojas\*\*\*\*  
Gabriela Carrillo Núñez\*\*\*\*\*

\*Especialista en Psicología Educativa y Master Internacional en E-learning. Profesora-Investigadora del Departamento de Ciencias Sociales del Centro Universitario de Ciencias de la Salud (Cucs) de la Universidad de Guadalajara (UdeG).  
laupa12@hotmail.com

Recibido: 13 de Junio 2012  
Aceptado: 25 de Junio 2012

### Resumen

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 medición de CCTLM en un contexto resulta pertinente, y más cuando éste favorece la indagación de la multiplicidad de actividades que realizan los estudiantes de pregrado y posgrado en sus tiempos y espacios, en dónde los seres humanos accedemos a una serie de prácticas recreativas, culturales y de ocio que contribuyen a la construcción de la sociedad en que vivimos.

La evidencia empírica de este estudio comparativo entre estudiantes de pregrado y posgrado aporta información valiosa para la elaboración de políticas culturales institucionales, que permitan considerar la diversidad y particularidades de éstos hábitos de consumo cultural, de tiempo libre y de medios de comunicación en la formación integral de universitarios así como llevar una planeación que promueva la producción y el consumo cultura para una educación de carácter integral.

**Palabras clave:** Consumo cultural, tiempo libre, ocio, estudiantes universitarios, sociedad.

### **Abstract**

Cultural consumption, leisure and media (CCLM), is 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 undergraduate and graduate 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.

The empirical evidence of this comparative study between undergraduate and graduate students provides valuable information for the institutional development of cultural policies, considering the diversity and particularities of their cultural habits, leisure and media in the comprehensive training of college and leading a plan that promotes production and culture consumption for an education, comprehensive character.

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

La influencia de la cultura en el desarrollo mismo del hombre es el mayor aporte que hace el consumo cultural a la historia de la sociedad. Una parte considerable de la cultura genera también un impacto económico similar a otros sectores. El estudio del consumo cultural tiene en cuenta aspectos como la diversión, la moda, la utilización y la disponibilidad del tiempo libre de los jóvenes y por lo

tanto el fortalecimiento de la parte social y cultural de los estudiantes que depende en gran medida de su interés y empeño.

El consumo cultural por definición es la apropiación por parte del consumidor de los bienes culturales que de por sí tienen características específicas, estos pueden ser o no bienes que satisfagan las necesidades culturales y que los asemejen a lo que en economía conocemos como bienes públicos.

En consecuencia para la economía de cualquier país es importante analizar el consumo en sus distintas dimensiones dado que cada una de ellas puede llegar a alterar sus resultados de manera positiva o negativa. Para satisfacer el consumo cultural es necesario tener en cuenta los bienes y servicios que ofrece el mercado nacional.

Mientras más consumo cultural realice una persona estará mejor preparada para afrontar las transformaciones culturales que se presentan a lo largo de su vida, sin olvidar que estas transformaciones influyen no sólo en la persona misma sino también en la sociedad en la cual se desarrolla.

Existen actividades culturales significativas para la mayoría y actividades culturales de importancia focalizada para una población determinada.

Los proyectos de estudio del consumo cultural en México ha vivido un desarrollo vertiginoso en la última década, fundamentalmente porque ha sido estimulado desde diversas disciplinas y ámbitos (Rosas, 2001: 255). Mientras a principios de los años noventa del siglo XX era notoria la inexistencia del consumo y recepción de bienes culturales, a finales de la década, éstas han adquirido centralidad en la agenda de los estudios sobre cultura y poder.

El CCTLM, es influido por factores que se relacionan a características sociodemográficas de la población de estudio; resalta la edad, la escolaridad de los padres, la ocupación, el lugar de residencia y el ingreso familiar.

Por lo que en esta propuesta reflexiva interesa exponer si el CCTLM se diferencia entre los diversos grupos estudiantiles del pregrado y posgrado.

El consumo cultural en estos grupos es un tema poco estudiado para México y América Latina. Adrián de Garay (2000: 111) señala que el estudio cultural en jóvenes universitarios es una “realidad ignorada”.

Sylvie Didou (ANUIES, 2000: 95) manifiesta que los jóvenes como estudiantes de la educación superior en México no ha 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 ocurridas en los últimos años.

Otro tipo de investigaciones sobre el consumo cultural, tiene que ver más con las empresas de investigación de estudio de mercado: estudios que están dedicados a escrutar a los universitarios sobre gustos y formas de consumir medios de comunicación (Martín Barbero, 2003).

El adecuado CCTLM en estudiantes de pregrado y posgrado 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.

## Metodología

Se trata de un estudio descriptivo, observacional y comparativo entre estudiantes del pregrado y posgrado en ciencias de la salud; se desarrollo durante el mes de agosto del 2010 y septiembre del 2011. La muestra se integra por 610 estudiantes de primer ingreso de las carreras de Medicina, Cultura Física del Deporte, Psicología y Técnico Superior Universitario en Rescates Seguridad Laboral y Emergencias y 57 del primer año de posgrado del Cucs de la UdeG.

Las principales variables de estudio fueron el CCTLM; integradas por los indicadores de cultura, tiempo libre y 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).

El instrumento fue aplicado por un grupo de académicos con formación en Investigación Educativa, el cual validó sus respuestas. Posteriormente, se 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 estudio descriptivo se incluyeron la media, desviación estándar, mediana y proporción. El inferencial reconoce la variable principal como ordinal y utiliza la U de Mann Witney.

El análisis inferencial de la variable de estudio permitió integrar una puntuación a partir de ponderar diversas actividades favorecedores del CCTLM, y así este rango permitió una medición ordinal mediante la fórmula de Pérez Padilla, definiendo el nivel alto, medio, bajo y al azar.

## Resultados

Respecto a las carreras de los estudiantes de educación superior en el consumo cultural, tiempo libre y de los medios electrónicos, participaron de la carrera de medicina 301 estudiantes; le sigue la carrera de psicología con 156; 119 de la carrera de cultura física y del deporte y finalmente, la carrera técnico superior universitario en emergencias, seguridad laboral y rescates con 34 estudiantes; de los 57 estudiantes de posgrado 30 corresponden a especialidades quirúrgicas y 27 a especialidades médicas.

Respecto a la edad de los estudiantes de pregrado considerados en la muestra de estudio, se encontró una media de 22.3 y

desviación de 11 y para el posgrado una media de 28.7 con 8 de desviación estándar.

Respecto al sexo de los estudiantes de educación superior considerados en nuestro estudio, encontramos que el 56% (342) son del sexo femenino y el 44% (268) para el masculino y para el posgrado una distribución similar.

### CUADRO 1

Estado civil de estudiantes de educación superior del Cucs de la Universidad de Guadalajara 2010.

ESTADO CIVIL	PREGRADO f	POSGRADO f
SOLTERO	594	37
CASADO	10	20
VIUDO	1	0
DIVORCIADO	3	0
UNIÓN LIBRE	2	0
TOTAL	610	57

Moda: Solteros

Fuente: Directa

En esta muestra de estudio se identificó que el 97% (594) corresponden al estado civil soltero y el 2% (10) viudos, divorciados y en unión libre en proporciones menores. Para el caso de posgrado se observa que alrededor del 35% son casados.

### CUADRO 2

Actividad laboral de estudiantes de educación superior del Cucs de la Universidad de Guadalajara 2010.

NÚMERO	PREGRADO f	POSGRADO f
SI	161	57

NO	449	0
TOTAL	610	57

Moda: No actividad laboral

Fuente: Directa

La actividad laboral de los estudiantes se identificó con el 26.4%; (161) reportaron actividades laborales para el pregrado en donde más de 24% dedica 4 horas a dicha actividad. Para el caso del posgrado el 100% reportó tener actividad laboral remunerada.

### CUADRO 3

Valoración del consumo cultural de estudiantes de educación superior del Cucs de la Universidad de Guadalajara 2010.

PUNTEO	PREGRADO f	
Azar (0-100 pts)	36	3
Bajo (101-199)pts	69	24
Medio (201-299	204	18
300-399 )	178	5
Alto ( 400-499	122	5
500+)	1	2
TOTAL	610	57

En cuanto al punteo de la valoración al consumo cultural para el pregrado se observa que 69 alumnos tiene un punteo entre 101-199 de un valor teórico posible de 500, le sigue el 204 con punteo de 201-299; se encontró que sólo 123 logran valores por arriba de 400. Para el posgrado se observa que 24 alumnos tienen un

punteo entre 101-199 de un valor teórico posible de 500, le sigue 18 con punteo de 201-299; y se encontró que sólo 7 logran valores por arriba de 400. Se identifica que para el pregrado se reconoce una media de 243 y una desviación estándar de 122 a diferencia del posgrado que logra una media de 133.83 con una desviación estándar de 78. Esto genera una diferencia estadísticamente significativa al comparar dichas medias entre ambos grupos.

#### CUADRO 4

Valores de la mediana en el global del consumo cultural y del tiempo libre según actividad laboral en estudiantes de educación superior del Cucs de la Universidad de Guadalajara 2010.

VALORACION GLOBAL	PREGRADO	POSGRADO	*p
BAJO	69	33	
MEDIO	278	103	
ALTO	370	250	
MEDIANA	311.7	182.7	0.03

\* U de man Wytney y Valor de la Mediana por indicador y grupo.

Respecto de la valoración global del CCTLM y alumnos de pregrado y posgrado se identifica que los alumnos del posgrado presentan valores del CCTLM más bajos (182.7 con 78 de desviación estándar) a diferencia que los del pregrado (311.7 con 122 de desviación estándar). Esta diferencia se observa significativamente a favor del pregrado.

#### Discusión

Muchas personas, sobre todo los jóvenes optan por unirse a una cultura en la que puedan expresar sus inclinaciones deportivas, sus gustos musicales y artísticos entre otros. Por el contrario existen pequeños grupos que no se ven identificados con lo que ofrece el



mercado cultural y deciden crear su propio espacio donde puedan compartir sus ideas e intereses.

Dado que el estudio universitario exige concentración y esfuerzo a niveles físico, emocional e intelectual, las universidades brindan a los estudiantes espacios culturales que tienen como finalidad no sólo generar momentos de encuentro, esparcimiento y además crear la oportunidad para que muchos estudiantes den a conocer sus habilidades motoras, artísticas y riquezas culturales.

Si se cumpliera uno de los objetivos fundamentales de la cultura que es producir la autorregulación social, es decir, la capacidad para interrelacionarse, cumplir las normas por voluntad y decisión propia sería posible resolver pacíficamente los conflictos. Por ejemplo, a nivel universitario en la ciudad de Bogotá el cumplir dicho objetivo permitiría el acatamiento de acuerdos y la aceptación de la diversidad y la diferencia contribuyendo a crear una conciencia colectiva hacia la autorregulación.

Adentrándonos en el CCTLM observamos que la cultura es un elemento constructivo para rescatar y mantener el sentido de pertenencia en cada uno de los miembros de una comunidad educativa.

Mientras a principios de los años noventa era notoria la inexistencia de investigaciones sobre bienes 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 (Rosa, 2001: 115).

La cultura juega un papel importante en la creación y el desarrollo de la identidad de cada persona dentro de una realidad social. Aunque esta afirmación es un factor fundamental para el desarrollo y fortalecimiento de las habilidades intelectuales y sociales de los adolescentes entre 17 y 26 años, no es tan fácil identificar políticas que ayuden a fomentar el consumo cultural por parte de los jóvenes, más específicamente de los universitarios. En nuestra univer-

alidad es importante darnos cuenta de cuántos bienes y servicios culturales están siendo utilizados por los estudiantes de pregrado y posgrado, pero además es necesario diferenciar el consumo cultural que se realiza dentro y fuera del entorno estudiantil universitario. Esto con el fin de identificar e impulsar el consumo cultural en estudiantes de posgrado, frente al consumo que realizan las personas por iniciativa propia, en su tiempo libre.

El estudio del consumo cultural en las universidades no sólo se debe centrar en cuántos estudiantes tienen acceso a la biblioteca, a prácticas interdisciplinarias o a la participación en grupos de interés social; además es importante mirar las causas de porque muchos de los estudiantes de la Universidad Sergio Arboleda desconocen y no se sienten incentivados por los bienes y servicios culturales que la institución ofrece.

El consumo cultural y de tiempo libre tiene diversas manifestaciones en la población de estudiantes del Cucs. Del total de alumnos de pregrado 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. Los alumnos de posgrado más de la mitad son del sexo femenino, la mayoría casados y todos con actividad laboral, su edad promedio es de 24.3.

El nivel de ponderación integrado de CCTLM, muestra un nivel alto en los alumnos del pregrado sin embargo en el posgrado esta descende súbitamente (Moreddu, 2003). 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; pronunciándose en aquellos que reportan una actividad laboral como los identificados por el posgrado (Fernández, 2005: 89).

Si bien es un estudio exploratorio y comparativo entre el pregrado y posgrado, permite tener un acercamiento con la realidad del CCTLM, (Dane, 2009), enfatizando que el tiempo libre es aquél

que no está determinado por la obligatoriedad, aquel tiempo del que se dispone cuando:

1. No se está trabajando (o realizando una actividad remunerada) o bien estudiando(o asistiendo a clases en el caso de los estudiantes en general, y, en nuestro caso, de los estudiantes universitarios).
2. No se satisfacen necesidades básicas (dormir, comer...).
3. No se están realizando trabajos domésticos.
4. No se llevan a cabo obligaciones familiares o religiosas. Así en una población joven que inicia y continua con 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 que por las características del instrumento validado y confiable, puede ser un profundo acercamiento a la realidad social del CCTLM.

La promoción y uso 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, está relacionado con un conjunto de actividades que manifiestan en las personas un estado emocional.

El factor que se relaciona a que los adultos dediquen mayor cantidad de su tiempo a las actividades laborales, esta vinculado a los problemas económicos por los que atraviesa la mayoría de nuestra población; disminuyendo el tiempo de ocio (Lerma, 1998: 36). 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 recomfortar 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” (García, 1993: 24).

Al reconocer que el CCTLM alto está en casi la mitad de la población de pregrado y sólo en la décima parte de los estudiantes de posgrado, y que no está determinado por la obligatoriedad, plantea un reto fundamental a las instituciones de educación superior que tendrán que destinar parte de su desarrollo curricular a responder ante esta necesidad social. 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 (Calderón, 2010), (Cadena, 2010).

## Conclusiones

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

El CCTLM se identificó alto en el 20.5% (125 casos) de los estudiantes del pregrado y para los de posgrado en el 12%, esto representa que sólo la quinta 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 que ofrezcan a la juventud los mecanismos sólidos que les permitan enfrentar los retos del binomio Consumo y Creación, CC.

El perfil de estos jóvenes se asocia con características socio-demográficas 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 son factores favorecedores del CCTLM. Si bien es un estudio exploratorio y comparativo entre el pregrado y posgrado, permite tener un acercamiento con la realidad del CCTLM, en una población joven que inicia y continua con su proceso de formación profesional. Es importante resaltar que surge de una muestra de población estudiantil del Cucs que en su mayoría representa el área Metropolitana de Guadalajara y que por las características del instrumento validado y confiable, puede ser un profundo acercamiento a la realidad social del CCTLM.

\*\*Doctor en Ciencias Médicas. Profesor-Investigador del Departamento de Ciencias Sociales del Cucs de la UdeG.

carlos\_cabrera@prodigy.net.mx

\*\*\*Maestra en Ciencias de la Educación. Técnico Académico del Departamento de Ciencias Sociales del Cucs de la UdeG.

cltornero@hotmail.com

\*\*\*\*Profesora de la Maestría en Inmunología del Cucs de la UdeG

irma.pgr@hotmail.com

\*\*\*\*\*Profesora de la Maestría en Inmunología del Cucs de la UdeG.

gabcn@mail.udg.mx

## Bibliografía

Cadena Silva, Ana María. (2010). Desarrollo Humano Integral desde el marco de la formación académica: una ilusión posible desde la imaginación, la creatividad, el arte y la cultura. *Arbolea*, 37, 46–48.

- Calderón Caicedo, Daniel. (2010). *La Cultura como Dimensión Estratégica*. Conferencia central: Lanzamiento del Observatorio de Cultura Universitaria Sergio Arboleda OCUSA.
- DANE. (2009). *Metodología encuesta consumo cultural*. Editado por Javier Alberto Gutiérrez López y coordinación técnica: Amanda Lucía Soto Agudelo. Bogotá: Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE).
- De Garay Sánchez, Adrián. (2004). *Integración de los jóvenes en el sistema universitario. Prácticas sociales, académicas y de consumo cultural*. Barcelona: Ediciones Pomares.
- Didou, Sylvie. (2000). *Sociedad del conocimiento de internacionalización de la educación superior en México*. México: ANUIES.
- Fernández, J. & Serna, E. (2004). Estudio transversal del uso del tiempo extraescolar en los escolares bogotanos. Recuperado el 27/07/06 de: <http://www.redcreacion.org/documentos/congreso/congreso8/Upedagogica.html>
- García Canclini, Néstor (coord.). (1993). *El consumo cultural en México*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Pensar la cultura).
- Martín Barbero, J. (2003). *De los medios a las mediaciones*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Mureduu Torres, César. (2003). El uso del tiempo libre como sustituto valorativo en los estudiantes. *Revista Reencuentro*. Recuperado el 31/07/2006 de: [www.xoc.vam.nx/cuaree/no38/siete/tiempo.html-15k](http://www.xoc.vam.nx/cuaree/no38/siete/tiempo.html-15k)
- Rosa Mantecón, Ana. (2002). “Los estudios sobre consumo cultural en México”. En Daniel Mato (coord.). *Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder*. Caracas: Consejo latinoamericano de ciencias sociales/Universidad Central de Caracas.