

Análisis de consumo cultural en estudiantes de una institución de nivel superior del sur del Estado de Sonora

GARCÍA-REYES, Humberto†*, RIVERA-IRIBARREN, Maricel y DÁVILA-NAVARRO, Mónica Cecilia

Recibido Enero 05, 2016; Aceptado Marzo 28, 2016

Resumen

Se observa que el joven estudiante universitario además de sus actividades rutinarias escolares, se añaden actividades extracurriculares que son parte de su formación integral. Sin embargo, existe una apatía marcada en cuanto a las actividades de esta índole se refieren, además de observar otro tipo de actividades conocidas como ocio negativo. En este sentido se debe identificar realmente si se está otorgando al estudiante actividades que sean de acuerdo a un perfil establecido para garantizar su participación activa, donde se logre la verdadera educación integral, término planteado hoy día por las universidades de nivel superior, por tanto, un análisis de consumo cultural en cuanto al rubro de actividad física y salud es importante. Para tal efecto se aplicó una encuesta de Uso de tiempo y consumo cultural (UTCC), a 640 alumnos de una universidad del sur de Sonora con siete apartados distintos, de los cuales se retoma lo referente al consumo de actividades físicas deportivas. Los resultados muestran el comportamiento en cuanto a los aspectos ya referidos, identificando de manera adecuada el perfil del estudiante y su comportamiento ante el consumo de actividades físicas deportivas con una marcada tendencia al deporte, pero en un contexto y espacio no universitario.

Ocio, tiempo libre, actividad física, cultura física, consumo cultural

Abstract

It is observed that the young college student, besides than their routine activities, extracurricular activities are added as part of their integral educational formation. However, there is a marked apathy, regarding the activities of this kind relate, in addition, to observing other activities known as negative leisure activities. And in this sense should really identify if we are giving the student activities that are according to a profile established to ensure the active participation of them, where the real integral educational formation is achieved, raised today by the universities of higher education, therefore, cultural consumption analysis regarding the area of physical activity and health is important because these subjects are characterized by a powerful tool for establishing positive leisure activities, which could be an advantage for the college student. For this purpose a survey of use of time and cultural consumption (UTCC) was applied to 640 students at a university in southern Sonora with seven different sections, of which the share of consumption is taken in terms of sports physical activities, and the results show consumer behavior related to aspects mentioned before, and gives an adequately identified student profile and consumption behavior in sport and physical activities with a marked tendency to sport, but in a non-university context and space.

Leisure, free time, physical activity, physical education, cultural consumption

Citación: GARCÍA-REYES, Humberto, RIVERA-IRIBARREN, Maricel y DÁVILA-NAVARRO, Mónica Cecilia. Análisis de consumo cultural en estudiantes de una institución de nivel superior del sur del Estado de Sonora. Revista Sociología Contemporánea 2016, 3-6: 1-11.

*Correspondencia al Autor (Correo Electrónico: humberto.garcia@itson.edu.mx)

† Investigador contribuyendo como primer autor.

Introducción

Actualmente se asume que el ser humano aprovecha su tiempo libre, el cual se da de manera implícita, por intuición o como resultado del tiempo de descanso, donde se suscita, por otro lado, el fenómeno del ocio en cualquiera de sus connotaciones.

Se observa que el estudiante universitario dedica gran parte de su tiempo a realizar actividades escolares, a las cuales se suman actividades que son catalogadas como comportamientos sociales no deseables o de riesgo tales como fumar, beber, entre otros, aunado a esto el estudiante debe considerar el realizar actividades de tipo extracurricular que forman parte de su formación integral. Sin embargo, existe una apatía marcada en cuanto a las actividades de esta índole se refieren. (Ballesteros, Babín, Rodríguez, & Megías, 2009)

A partir de lo anterior, se derivan cuestionamientos para saber si realmente se está otorgando al estudiante actividades que sean de acuerdo a un perfil establecido para garantizar su participación activa, donde verdaderamente se refuerce el concepto de educación integral planteado hoy en día por las instituciones de nivel superior. Surgiendo así el planteamiento del objeto de estudio.

Nuaviala & col. (2003), afirman que lo importante del tiempo libre, referido a los escolares, es la manera de utilizarlo y la aportación que éste haga en la mejora de la calidad de vida. Además, se debe asegurar que exista el contexto necesario y pertinente para que el estudiante acceda de manera voluntaria y por convicción a este tipo de actividades que verdaderamente den la pauta de la educación integral y el aprovechamiento adecuado del tiempo libre, traducándose así en un ocio activo participativo (Soto & Gomes, 2010).

El deporte es considerado una de las actividades más populares en el tiempo libre, y por tanto el adecuado uso del ocio, que se consideraría pudiera impactar de manera positiva al estudiante universitario. Así mismo, de acuerdo a las anteriores reflexiones, existe primeramente un desconocimiento de las necesidades de consumo cultural del alumno universitario, y es primordial conocer lo que sucede para plantear alternativas de intervención, en este caso entendiendo al deporte como un aspecto popular en el contexto del consumo durante el tiempo libre. (Nuaviala, Juan, & Montes, 2003)

Antes de continuar, resulta necesario clarificar los conceptos claves del estudio. Primeramente, en cuanto al consumo cultural, se debe entender el consumo desde varias perspectivas, tal es el caso de los economistas, quienes hablan de precios y salarios y el poder adquisitivo. Por otro lado, a medida que se vuelve complicado el término, añaden otros ingredientes a la fórmula como es el factor psicológico donde se habla de ambición humana, gusto o persuasión, parecido esto a estudios funcionalistas donde se mencionan usos y gratificaciones en relación a los medios masivos y comunicación. Por su parte, las ciencias sociales tienden a hacer explicaciones referidas más a estudios cualitativos y entenderlo en términos de la interacción humana frente al fenómeno del consumo (Canclini, 1999). La conclusión es que se debe dar una concepción transdisciplinaria al término y entender el fenómeno desde diversos puntos de vista. Es importante mencionar que existen diferentes modelos que tratan de explicar las diversas acepciones que el término consumo significa, sea desde la perspectiva política, económica o clasicista, entre otras. Los modelos son:

- El consumo es el lugar de reproducción de la fuerza de trabajo y expansión del capital, en el sentido de que amplía la fuerza laboral de los trabajadores e incrementa el poder económico de los productores.
- El consumo es el lugar donde las clases y los grupos compiten por la apropiación del producto social; mayor consumo a mayores objetos en circulación, mayor demanda.
- El consumo como lugar de diferenciación social y distinción simbólica entre los grupos, donde el consumo remarca las diferencias sociales.
- El consumo como sistema de integración y comunicación, donde se ve el consumo como una vinculación entre grupos sociales.
- El consumo como escenario de objetivación de los deseos, donde se menciona que el individuo actúa siguiendo deseos sin objeto o relación con personas determinadas.
- Y, el consumo visto como proceso ritual, donde la sociedad selecciona y fija, mediante acuerdos colectivos, los significados que la regulan (Canclini, 1999).

Sin embargo, no es el caso del presente estudio hacer un riguroso análisis de cada modelo, más allá del sentido económico y conductista al término de consumo, es necesario enfatizar el significado social de tal concepto. En este sentido, se retoma la conceptualización de Mata citado por Sunkel (2006), quien afirma que el consumo es el conjunto de prácticas socioculturales en la que se construyen significados y sentidos del vivir, a través de la apropiación y uso de bienes.

Con base a lo anterior, se supondría que estos modelos, vistos y estudiados de manera transversal, indicarían claramente cualquier variante del consumo social, sin embargo, ¿Por qué llegar a una definición específica de consumo cultural? ¿Será necesario un apartado específico para su estudio?

Los teóricos de esta área aseveran que esto es debido a la independencia lograda por los campos artísticos, intelectuales y cualquier otro rasgo distintivo, espiritual o material, intelectual y afectivo que caractericen a una sociedad o un grupo social. Por ejemplo, constantemente en los medios masivos de comunicación, se destina un apartado especial para el deporte, una sección del periódico o programa televisivo, siendo el deporte una expresión de la cultura física de la sociedad, por tanto el consumo en este rubro debe estudiarse con base al concepto de consumo cultural, comprenderlo y establecer entendidos teóricos del comportamiento humano en este sentido.

En segundo término, para hablar del consumo cultural en nuestra sociedad, se necesita hacer un estudio exhaustivo de los momentos en que los individuos pueden realizar este tipo de actividades, por tanto es necesario entender el fenómeno del ocio y el tiempo libre, sin llegar a ser un estudio histórico profundo, si lograr un entendimiento de los puntos importantes del génesis de tales conceptos debido a que son factores trascendentes en el consumo cultural.

El génesis que ha tenido el concepto de ocio ha sido muy variado y complejo, de acuerdo al contexto sociopolítico que regía el momento histórico, partiendo de que se consideraba algo privilegiado, donde era un espacio del ser humano dedicado a entender el mundo. Sin embargo, a través del tiempo, se transformó en algo contrario al trabajo y la productividad, de donde se deriva el término ociosidad, el cual tiene una connotación negativa.

Diversos teóricos como Dumazedier, Munne, Aguilar y Argyle, tratan de dar un entendimiento lógico al mencionado fenómeno social.

Es importante entonces distinguir el concepto de ocio según Argylé (1996) como “aquellas actividades que la gente hace en su tiempo libre porque quiere, en su interés propio, por diversión, entretenimiento, mejora personal o cualquier otro propósito voluntariamente elegido que sea distinto de un beneficio material.”

Para efectos de esta investigación, se entenderá como tiempo libre el espacio temporal donde se realizan las actividades de ocio, fuera del trabajo, las obligaciones, las necesidades biológicas y hasta quehaceres políticos y religiosos. Se incorpora la variable de “libre albedrío” o libertad de decisión que se presenta en ese tiempo de realizar actividades de ocio. (Camacho, 1998)

Nash (1996), en un intento por demostrar o caracterizar las diferentes actividades que se realizan en ese tiempo libre, presenta un modelo piramidal que clasifica los diferentes niveles en que el ser humano expresa sus actividades de ocio, donde se pueden caracterizar el nivel y tipo de la actividad que realiza el individuo o los individuos (Gráfico 1 Pirámide del Ocio propuesta por J.B. Nash) (Dixon & Vargas, s/f)



Gráfico 1 Pirámide del Ocio propuesta por J.B. Nash. Fuente: Dixon, R. S., & Vargas, L. F. A. (s/f). La imagen remodelada del juego (lo lúdico).

Lo anterior introduce un nuevo concepto a este desarrollo conceptual histórico, la recreación.

Tomando como base la pirámide de Nash este fenómeno se da en la cúspide de la expresión del ocio donde el ser humano logra una participación emotiva, activa y creativa y se vuelve a retomar ese inicio de inteligencia creativa, donde el ser humano trata de superar sus límites y cambiar su entorno, al menos, el personal.

Es necesario entonces, debido a la tendencia del aumento del tiempo libre en la actualidad, y por consecuencia, mayor espacio para realizar actividades de ocio, entender en qué momento se da la educación para el ocio, para aprovecharlo con actividades de participación creativa.

Tomando también parte del estudio de Nuvalia y col. (2003), “La educación del ocio y del tiempo de no trabajo, se presenta como una necesidad inminente, que permita dar salida al considerable aumento del tiempo libre con el que contamos en nuestra sociedad. Educar el ocio significa entender al individuo como un conjunto, en el que los aprendizajes formales e informales contribuyen a la educación integral, lo que le va a permitir utilizar su tiempo de forma constructiva. (Nuvalia y Col, 2003 p. 14)

La utilización del tiempo libre de manera constructiva se logra con actividades que generen lo que Dumazidier señala como las 3 “D”: desarrollo, diversión y descanso (Munné & Codina, 2002).

En este sentido el deporte y la actividad física como herramienta del ocio juegan un papel importante en la ecuación, debido a su reconocido valor en la formación de valores, identidad y descubrimiento de habilidades, además de tener ser acciones con resultados tangibles y medibles a corto plazo (Adams & Berzonsky, 2008).

En esto último es donde se sustenta la importancia del consumo cultural en lo que actividad físico deportiva se refiere, estudiar cómo se integra al contexto universitario y si se ofrecen actividades acertadas de acuerdo al contexto y perfil del estudiante y el procedimiento para lograr el consumo de las mismas. Para el análisis del consumo cultural de los estudiantes universitarios del sur del Estado de Sonora, en este documento se describe la metodología desarrollada, así como el análisis y discusión de los resultados arrojados a partir de la aplicación del instrumento.

Método

Población y muestra

La población a la cual se dirige el estudio son los estudiantes de una universidad de nivel superior localizada en el Valle del Yaqui, a todos los alumnos inscritos de quinto semestre, de todas las carreras.

Se realizó un muestreo aleatorio simple, tomando un número de 640 estudiantes en los diferentes grupos existentes para la aplicación de la encuesta de consumo cultural.

Sujeto. Para el presente estudio se tomaron alumnos de los diferentes semestres, hombres y mujeres inscritos en la universidad, que fluctúan entre 18 y 30 años de edad, de las diferentes carreras que se ofrecen en la institución.

Diseño de la investigación. La presente es una investigación de tipo cuantitativo con un alcance descriptivo, debido a que la intención es tener un primer acercamiento al comportamiento de consumo cultural de los estudiantes para posteriormente con los resultados del análisis generar propuestas de intervención en este respecto.

La obtención de datos se hizo mediante el cuestionario de Usos del Tiempo y Consumo Cultural (UTCC), adaptado por Rivera, Dávila y Chávez. (2014), que consta de siete apartados que tocan las diferentes dimensiones del concepto de consumo cultural, donde se trata de analizar los usos del tiempo y las prácticas culturales que realizan los jóvenes universitarios.

Procedimiento

Primeramente se determinó la muestra de alumnos a los cuales se les aplicaría el instrumento con base a la aleatoriedad simple.

En un segundo momento se aplicó de manera directa la encuesta UTCC en diferentes tiempos en los diversos grupos de clase de la universidad. Posteriormente se procesaron los datos obtenidos con el software SPSS Versión 21 con lo cual se obtuvieron los estadísticos descriptivos de frecuencia para determinar los conteos de cada criterio estudiado. Finalmente se procedió al análisis de datos obtenidos para obtener la información relevante y dar las conclusiones y recomendaciones pertinentes al estudio.

Análisis y discusión de resultados

La información fue recolectada mediante la aplicación del cuestionario UTCC a 640 estudiantes, el cual está compuesto de siete apartados de los cuales para fines de este estudio se tomaron en cuenta aspectos generales del alumno considerados en los primeros 12 reactivos, además de los reactivos concernientes al apartado de actividades deportivas incluidos en el instrumento ya descrito.

En lo que se refiere a datos generales, se encontró que el 56% de los participantes fueron hombres y el 46% mujeres, con un promedio de edad de 21 años con una variación de ± 1 aproximadamente, inscritos en el quinto semestre de la universidad.

Con relación al tiempo dedicado a quehaceres académicos se identifica que más del 65% le dedican al menos siete horas o más, además se observa que 98% de los encuestados dedica tiempo al estudio.

Por otro lado, en lo que se refiere al tiempo dedicado a actividades laborales, más del 80% le dedica seis o menos horas a la semana, porcentaje similar en lo que se refiere al cuidado de infantes (80%) y labores domésticas (93% ocho horas a la semana o menos). Lo cual indica primordialmente una dedicación escolar.

Un aspecto importante que debe recalcar, es lo relacionada al promedio de tiempo libre que manifiesta la población estudiada de acuerdo a los resultados de la encuesta. (Gráfico 1 Horas de tiempo libre del estudiante en una semana académica)

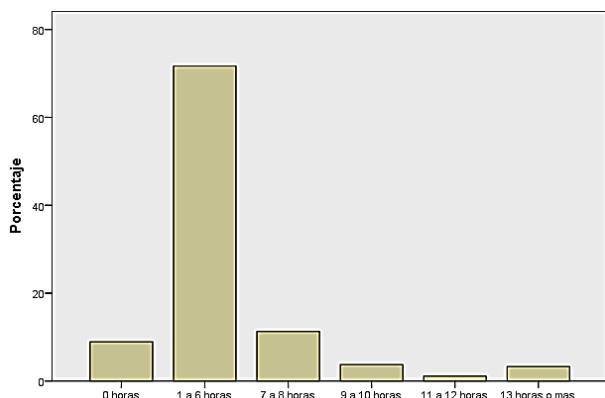


Gráfico 1 Horas de tiempo libre del estudiante en una semana académica

El gráfico anterior muestra que el 81% de la población estudiada tiene seis horas o menos de tiempo libre, lo cual es un factor de estudio, debido a que el mismo afecta directamente el fenómeno de consumo cultural, porque al no tener el estudiante suficiente tiempo libre, no encontrará espacios donde realizar ese consumo cultural que debe ocurrir durante su vida universitaria.

De los siete apartados de la encuesta, se toma el análisis de la tercera parte, referida exclusivamente a la práctica de actividades deportivas donde primeramente se caracteriza a los individuos que realizan este tipo de actividad, de tal manera que el resultados arroja que el 45% de hombres estudiantes sí practica deporte y de las mujeres el 31%, por lo cual se observa una tendencia a la menor práctica de actividad deportiva por parte del sexo femenino. Además cabe señalar que del total de hombres y mujeres solo el 39% practica alguna actividad de esta índole (Tabla 1. Primera pregunta apartado tercero, ¿practicas algún deporte?)

Género	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Masculino	Válidos Si	163	45.2	45.2
	No	198	54.8	100.0
	Total	361	100.0	100.0
Femenino	Válidos Si	87	31.3	31.3
	No	191	68.7	100.0
	Total	278	100.0	100.0

Tabla 1 Resultados de prácticas deportivas por género

En lo que se refiere a la pregunta de cuál es la actividad deportiva de mayor preferencia, los estudiantes, tanto hombres como mujeres tienden a practicar en mayor medida el fútbol soccer como primera opción, y en menor medida pero también de manera significativa, otros deportes de conjunto como el voleibol, basquetbol y béisbol.

Un poco más abajo en la selección se encuentra actividades físicas como las pesas en los hombres y el fitness en las mujeres. Dicha información se traduce en la oferta educativa que en un momento dado podría ofertar la universidad para asegurar la participación de un mayor porcentaje de estudiantes en las diferentes actividades de esta naturaleza (Ver Gráfica 2 y 3).

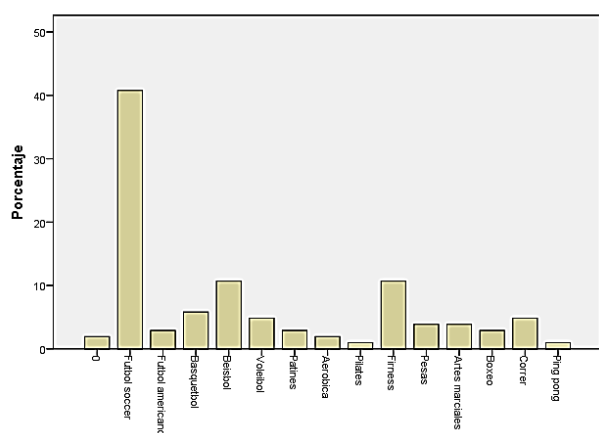


Gráfico 2 Deportes más practicados por mujeres

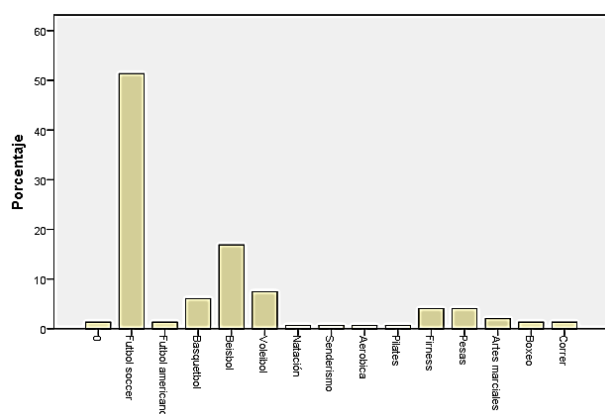


Gráfico 3 Deportes más practicados por hombres

En ambos géneros al cuestionar los motivos para realizar algún deporte destaca lo referente a la preservación de la salud primeramente.

En segundo término los resultados muestran al deporte como un recurso para pasar el tiempo libre y otro aspecto destacado es el hecho de la actividad deportiva como una opción en el quehacer universitario del alumno (Tabla 2. Motivos por los que practica la actividad deportiva).

Si observamos la información anterior, la mayoría de los estudiantes practican los deportes de conjunto como una opción de actividad deportiva, sin embargo, las razones para practicarlo se orientan hacia el cuidado de la salud. Probablemente se debe dar mayor énfasis a actividades físicas deportivas encaminadas al fitness y al acondicionamiento para tener un mayor éxito en el consumo del estudiante de acuerdo a la oferta universitaria.

Género	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Masculino	Válidos	0		
	Materia electiva/optativa	6	1.7	3.9
	Por salud	27	7.5	17.4
	De manera profesional	60	16.6	38.7
	Es mi pasatiempo	6	1.7	3.9
	Otra	52	14.4	33.5
	8	1	.3	.6
	8	3	.8	1.9
	Total	155	42.9	100.0
	Perdidos	Sistema	206	57.1
Total		361	100.0	
Femenino	Válidos	0		
	Materia electiva/optativa	9	3.2	8.1
	Por salud	17	6.1	15.3
	De manera profesional	47	16.9	42.3
	Por estética	6	2.2	5.4
	Es mi pasatiempo	2	.7	1.8
	Otra	25	9.0	22.5
	7	3	1.1	2.7
	8	1	.4	.9
	8	1	.4	.9
Total	111	39.9	100.0	
Perdidos	Sistema	167	60.1	
Total		278	100.0	

Tabla 2 Motivos por los que universitarios practican una actividad deportiva

En lo referente al lugar donde practican dicha actividad deportiva destacan las instalaciones públicas como la cancha de la colonia o unidades deportivas, en segundo lugar son mencionados los clubes privados deportivos. Se mencionan las instalaciones universitarias como última opción para la práctica, esto refiere en mayor manera a la calidad y suficiencia de las instalaciones acondicionadas por parte de la institución.

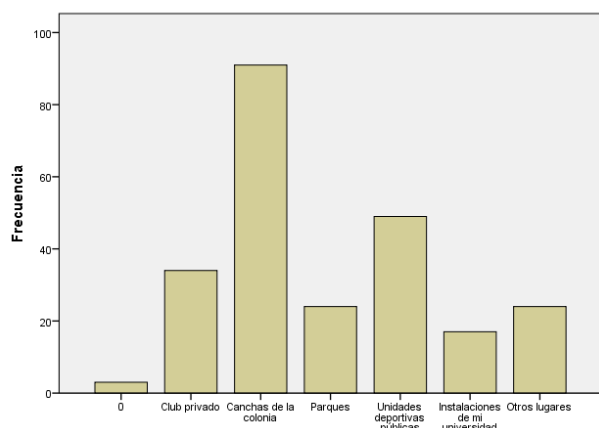


Gráfico 4 Espacios donde practican actividades deportivas

En lo relacionado con las actividades deportivas y las condiciones del porqué hacerlo o no, aproximadamente más del 30% lo aluden a la dificultad de horarios, en tanto otros (aproximadamente el 20%) lo relacionan con la falta de tiempo.

El 15% no practicaría otra actividad, además de la señalada, y por último un dato interesante es que el 13% de los estudiantes mencionan que de existir la oportunidad en su lugar de residencia, practicarían otra actividad deportiva.

Esto lo debemos relacionar con la localización de la universidad donde se realizó el estudio, que está situada en un valle de cultivo de la región donde está ubicada, alejada de la ciudad principal, donde las características del horario ofertado y falta de tiempo van relacionadas con tal condición (Ver Gráfica 5. Condiciones para modificar la práctica de otras actividades deportivas).

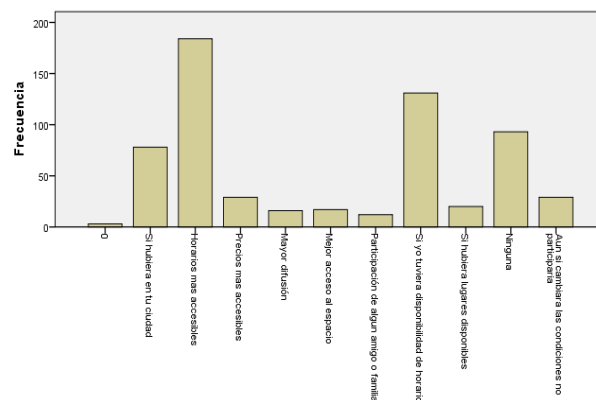


Gráfico 5 Condiciones para modificar la práctica de otras actividades deportivas

En cuanto a los medios por los cuales se entera el estudiante acerca de la oferta de actividades deportivas, más del 50% del estudiantado se entera por medio de amigos o pares, mientras que en segundo plano aparecen los medios oficiales de la universidad con un 22%, dejando a las redes sociales en tercer término con un 8% aproximado. En este sentido, es más efectiva la promoción de boca en boca, aún más que las redes sociales, y es un indicador importante al momento de plantear las estrategias de difusión y comunicación de las actividades. Por otro lado, debe de replantearse el esfuerzo de difusión y comunicación por parte de la universidad para hacerla más efectiva.

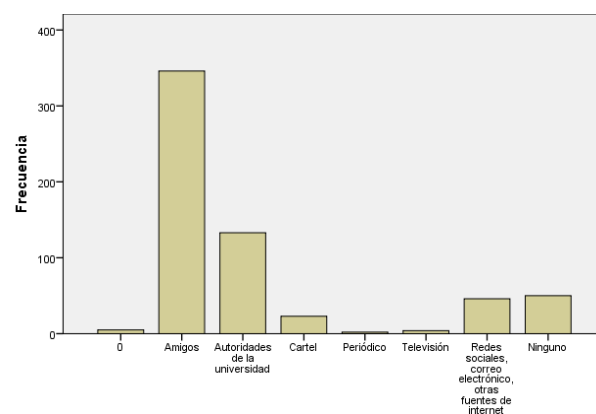


Gráfico 6 Medios por los cuales los estudiantes conocen la oferta de la universidad

Ante tales resultados se pueden retomar algunas consideraciones acerca del fenómeno cultural relativo a las características del estudiante de la universidad objeto de estudio.

Por un lado, se observa que se utiliza el consumo cultural como un medio de integrar al alumno a la dinámica universitaria, como lo menciona Canclini (1999), utilizarlo como medio de integración y comunicación de grupos.

En otro sentido, se observa que la mayoría de los estudiantes tienen un número limitado de horas de tiempo libre, lo cual refleja la importancia que tiene para ellos el tiempo de no trabajo mencionado por Nuviala (2003) al referir su falta de consumo cultural, primeramente, a la problemas de horario y, por otro lado, el no disponer de mayor tiempo libre para realizar este tipo de actividades.

Ya lo menciona Sanz Aranzuri (2005) en los resultados de su estudio, que encuentra los motivos temporales como causales de la limitada o nula práctica deportiva.

Asimismo, existe un contraste en el sentido de que se observa de forma marcada que el estudiante busca realizar el consumo de actividad física y deporte fuera del contexto escolar, siendo que la universidad oferta este tipo de servicios.

En cuanto al consumo de actividad física y deportiva entre hombres y mujeres, podemos observar en el trabajo de Abadía (1995) porcentajes similares de consumo al encontrado en el presente estudio de 45% de hombres y 31% en mujeres.

Para finalizar como dato también a remarcar, al hacer un análisis de las motivaciones del porqué se realizan este tipo de consumo cultural, se puede observar que similar a los estudios de Gutiérrez y González (1995), señalan que las principales motivaciones para mujeres es la dimensión social como la salud y el disfrute, que coincide con el presente estudio, sin embargo, en el caso de los hombres, su principal motivación es el estado de forma, los aspectos excitantes, las emociones fuertes y el triunfo, contrastando lo anterior con los resultados en los varones en el presente análisis optan más por la dimensión social.

Conclusiones y recomendaciones

El estudio anteriormente descrito se realizó en una universidad pública localizada en una región rural del sur de Sonora, donde se detectaron características precisas en lo que se refiere al consumo cultural en cuanto a actividad deportiva se refiere. Cabe destacar el hecho de que solo el 40% de la muestra estudiada dedica su tiempo a este tipo de actividades, lo cual es un punto a destacar, debido a las estrategias de desarrollo integral del estudiante por parte de la universidad.

Por otro lado, el estudiante se caracteriza por buscar en este tipo de actividades una forma de lograr acciones que fomenten y mejoren su salud, sin embargo, la mayoría de las actividades que se practican son de índole deportivo, y se deja el aspecto de salud en segundo plano, debido a que la naturaleza de la práctica del deporte (sobre todo en actividades de conjunto) van encaminadas a la competencia y alcanzar un logro deportivo.

Si a esto le añadimos el poco tiempo libre que refieren los estudiantes (según los resultados de la encuesta), para realizar actividades fuera de sus obligaciones escolares y familiares, ponen un panorama difícil para la realización de las mismas. Otro aspecto importante analizado es el lugar donde practican la actividad deportiva, como ya se mencionó anteriormente, es en lugares y espacios fuera del entorno universitario, lo cual es un punto de análisis acerca de la oferta, suficiencia y condiciones de las mismas instalaciones universitarias para ofertar este tipo de servicios a la comunidad estudiantil. Por último cabe destacar, que en cuanto a los medios por los cuales el alumno se entera de las actividades deportivas, generalmente lo hace por compañeros o pares, lo cual está por encima de las referencias institucionales o medios de comunicación y redes sociales.

Por lo anterior y con base a los resultados arrojados por la encuesta, debe hacerse una revisión en cuanto al tipo de actividades realizadas por el alumno, debido a que se observa un gran número de participación tanto de hombres como mujeres en deportes de conjunto como fútbol, voleibol, basquetbol y béisbol, entre otros, que generalmente y según resultados lo practican en instalaciones fuera de la escuela. A su vez, la principal motivación hacia la actividad deportiva es la salud, sin embargo como ya se ha mencionado antes, la actividad predominante son los deportes de conjunto, los cuales tiene objetivos diferentes como la competitividad y el resultado deportivo.

Esto debe considerarse al momento del diseño de los programas y actividades dirigidas al alumno dentro de la universidad, y también en la valoración del tipo de actividad, capacidad instalada y calidad de las instalaciones de la institución para generar condiciones ideales para el consumo cultural en este sentido.

Asimismo, se considera importante una revisión de las estrategias de comunicación y difusión de las actividades de esta naturaleza, que aunque no se desvaloriza la difusión por pares o de boca en boca, sí es necesario revisar la estrategia interna universitaria de comunicación referido a estos servicios en particular.

Lo anteriormente descrito permite elaborar un perfil detallado a cerca de las características esenciales del alumno y sus condicionantes referidas a las acciones de consumo cultural, de acuerdo al contexto de desarrollo de las actividades antes descrita, lo cual nos permitirá establecer estrategias claras y precisas de intervención para mejorar la participación del alumnado y adecuar la oferta con base a este mismo perfil y la infraestructura propia de la universidad.

En otro sentido, es necesario en posteriores aplicaciones del instrumento, distinguir lo que se entiende por actividad física y el concepto de deporte, porque, aunque relacionadas, son conceptos totalmente diferentes y debe hacerse distinción en ambos.

Agradecimientos

Los investigadores agradecen al apoyo y facilidades brindados por la universidad participante. Este proyecto de investigación fue financiado por la Subsecretaría de Educación Superior, Dirección general de Educación Superior Universitaria. Programa para el Desarrollo Profesional Docente para el Tipo Superior (PRODEP).

Referencias

Abadía, J. (1995). El deporte en la Universidad de Zaragoza (1993). En Actas del II Congreso Nacional de Educación Física de Facultades de Educación y XIII de Escuelas Universitarias de Magisterio (pp. 67–75).

Adams, G. R., & Berzonsky, M. (2008). Blackwell Handbook of Adolescence. John Wiley & Sons.

Arazuri, E. S. (2005). La práctica físico-deportiva de tiempo libre en universitarios: Análisis y propuestas de mejora. Universidad de La Rioja. Recuperado a partir de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=265412>

Argyle, M. (1993). Psicología y la calidad de vida. Colegio Oficial de Psicólogos de Madrid. Recuperado a partir de <http://www.copmadrid.org/webcopm/publicaciones/social/1993/vol3/arti1.htm>

Ballesteros Guerra, J.C., Babín Vich, J.F.A., Rodríguez Felipe, M.A. & Megías Valenzuela, E. (2009). Ocio (y riesgos) de los jóvenes madrileños. Recuperado el 21 de septiembre de 2016, a partir de <http://adolescenciayjuventud.org/en/publications/monographs-and-studies/item/ocio-y-riesgos-de-los-jovenes-madrilenos-2>

Camacho, Á. S. (1998). Actividades físicas extraescolares: una propuesta alternativa. INDE.

Canclini, N. G. (1999). El consumo cultural: una propuesta teórica. El consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación, 2, 72–95.

Dixon, R. S., & Vargas, L. F. A. (s/f). La imagen remodelada del juego (lo lúdico). Recuperado a partir de <http://kerwa.ucr.ac.cr/bitstream/handle/10669/667/EI%20Juego-Cuaderno3-FINAL.pdf?sequence=8&isAllowed=y>

Munné, F., & Codina, N. (2002). Ocio y tiempo libre: consideraciones desde una perspectiva psicosocial. Revista Licere-Brasil, 5(1), 59–72.

Nash, D. (1996). Anthropology of tourism. Pergamon. Recuperado a partir de [_http://www.bcin.ca/Interface/openbcin.cgi?submit=submit&Chinkey=204247](http://www.bcin.ca/Interface/openbcin.cgi?submit=submit&Chinkey=204247)

Nuviala, A. N., Juan, F. R., & Montes, M. E. G. (2003). Tiempo libre, ocio y actividad física en los adolescentes: La influencia de los padres. Retos: nuevas tendencias en educación física, deporte y recreación, (6), 13–20.

Rivera, M., Dávila, M., & Chávez, R. (2014). Adaptación del instrumento usos del tiempo y consumo cultural para estudiantes universitarios del sur de Sonora. en 10° Congreso de Investigación Educativa. Punta de Mita, Nayarit, México.

Soto, R. E., & Gomes, C. (2010). Ocio y recreación en América Latina: conceptos, abordajes y posibilidades de resignificación. Polis: Revista Latinoamericana, (26), 1.

Sunkel, G. (2006). El consumo cultural en América Latina: construcción teórica y líneas de investigación. Convenio Andrés Bello.