

LA FORMACIÓN INTEGRAL Y EL CONSUMO CULTURAL DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL CARMEN

Melenie Felipa Guzmán Campos ¹
Daniela Puc Ramírez ²

DOI:10.19136/cz.a18n37.6673

Resumen

Este trabajo de investigación es el resultado del reporte logrado por la estudiante de Comunicación y Gestión Cultural de la Universidad Autónoma del Carmen, quien recibió asesoría de las integrantes del Cuerpo Académico de Educación, Lengua y Cultura durante su participación en el Verano Internacional de la Investigación Científica Unacar 2024. Su trabajo planteó identificar cómo se modificaron los hábitos de consumo cultural de los estudiantes de la Universidad Autónoma del Carmen (UNACAR) durante el periodo 2022-2024. Se contextualizó un antes y un después del trabajo realizado por el Cuerpo Académico Educación, Lengua y Cultura de la Universidad Autónoma del Carmen, a través del proyecto Observatorio Cultural.

En esta investigación, se contrasta la información recabada con los datos obtenidos durante el periodo de confinamiento de 2020 a 2022. Este trabajo teórico sienta las bases para el rediseño del instrumento de medición de hábitos culturales aplicado por el Observatorio Cultural en 2022.

El propósito principal es adaptar dicho instrumento a los hábitos y formas de consumo cultural de los jóvenes de la UNACAR. La revisión de estudios análogos será fundamental para su desarrollo, ya que permitirá identificar y adaptar las metodologías que han demostrado ser efectivas, promoviendo así la investigación científica en el ámbito sociocultural.

Palabras clave: AFIs, hábitos, consumo cultural, universitarios, ocio.

¹ Profesora Investigadora (UNACAR) con 26 años de trayectoria; Doctora en Gestión de la Cultura (UdeG), Fundadora de la Licenciatura en Comunicación, responsable del Observatorio Cultural y miembro del SNII-Candidata. Experta en procesos educativos y coautora de "La Abeja Sabia", proyecto premiado de mediación pedagógica.

² Estudiante de Comunicación (UNACAR), investigadora en género y cultura con trayectoria en coloquios internacionales. Presidenta de Locutores (Campeche) y colaboradora activa en el Observatorio Cultural universitario. Especialista en análisis sociológico de medios, cine y música con formación en investigación científica.

Abstract

This research paper is the result of a report prepared by a Communication and Cultural Management student at the Autonomous University of Carmen, who was advised by members of the Academic Body of Education, Language and Culture during her participation in the UNACAR 2024 International Summer of Scientific Research. Her work aimed to identify how the cultural consumption habits of UNACAR students changed during the 2022-2024 period. It contextualized the work carried out before and after by the Academic Body of Education, Language and Culture at the Autonomous University of Carmen, through the Cultural Observatory project.

In this research, the information collected is contrasted with data obtained during the 2020 to 2022 confinement period. This theoretical work lays the groundwork for the redesign of the cultural habits measurement instrument applied by the Cultural Observatory in 2022.

The main purpose is to adapt this instrument to the current habits and forms of cultural consumption among UNACAR youth. The review of analogous studies will be fundamental for its development, as it will allow for the identification and adaptation of effective methodologies, thus promoting scientific research in the sociocultural field.

Keywords: AFIs, habits, cultural consumption, university students, leisure.

Introducción

Para la Universidad Autónoma del Carmen (UNACAR), la formación integral es uno de los motores para el crecimiento de un estudiante a nivel universitario. Busca promover conocimientos que no se enseñan directamente en las clases de sus programas educativos por lo que se realizan actividades con el objetivo de fortalecer los conocimientos generales de cada individuo para un mejor desarrollo en la sociedad.

Esta investigación surge de la necesidad de conocer los hábitos de consumo cultural de los universitarios para que la información recabada sirva como guía para el Observatorio Cultural de la UNACAR. Este observatorio tiene como objetivo implementar un trabajo metodológico que permita conocer cuáles son las actividades culturales que más consumen los jóvenes de la institución, con la finalidad de crear actividades culturales que funjan como parte de la formación integral de los estudiantes.

El trabajo también se fundamenta en investigaciones previas realizadas a estudiantes de otras instituciones sobre el consumo cultural, como la Universidad Autónoma del Estado de México (UAMEX) (2009), la Universidad de Colima (UdeC) (2013), la Universidad Veracruzana (UV) (2014) y la Encuesta Nacional Sobre Hábitos y Consumo Cultural realizada por la Universidad Autónoma de México (UNAM) (2021). También se basa en la investigación existente del Observatorio Cultural de la UNACAR (MFG Ocampo, 2022).

Para esta investigación, el consumo cultural para los estudiantes de la UNACAR se considera todo lo que ven en internet y de manera física en lo que respecta a cultura, como artes, cine, televisión, redes sociales, videojuegos, deportes, etc. También incluye las actividades culturales diseñadas dentro de la institución.

Es importante destacar que esta indagación es meramente teórico-documental. Se basa en teorías, estudios y escritos relacionados con el consumo cultural en universitarios para fortalecer el rediseño del instrumento que medirá los hábitos de consumo cultural de los estudiantes de la UNACAR. A partir de esto, se definen los siguientes objetivos.

El objetivo general es identificar cómo se han modificado los hábitos de consumo cultural de los universitarios de 2022 a 2024; en cuanto al específico, es diseñar la metodología para actualizar el instrumento aplicado en la UNACAR en 2021, que midió los hábitos de consumo cultural en pandemia y post pandemia de COVID-19 (Observatorio Cultural UNACAR).

Propuesta teórica

La formación integral es una parte importante de la educación. La UNESCO, a través del Informe Delors, ha destacado la importancia de una educación que va más allá de los conocimientos académicos y se centra en una formación humana integral basada en los cuatro pilares del aprendizaje (Delors et al., 1996). El artículo 3° de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM) explica que los planes y programas de estudio deben tener una orientación integral, incluyendo el conocimiento de las ciencias y humanidades. El objetivo es educar para la vida, desarrollando capacidades cognitivas, socioemocionales y físicas que permitan a las personas alcanzar el bienestar.

Por esta razón, las instituciones buscan diseñar actividades que cumplan con estos factores, preparando mejor a sus estudiantes en los ámbitos generales de la vida, además de sus especialidades en los programas educativos. La formación integral implica que, si un joven estudia Medicina, no solo obtendrá conocimientos de esa licenciatura, sino que también tendrá aprendizajes básicos de otras áreas.

En la UNACAR, se realizan las Actividades de Formación Integral (AFI), definidas como:

“Actividades de aprendizaje que contribuyen al desarrollo de los siete dominios de las competencias genéricas definidas en el modelo educativo Acalán y a través de las cuales la universidad aspira al cultivo de la persona, los talentos, actitudes y voluntad integral y pertinente de nuestros estudiantes” (Secretaría Académica, 2022).

La UNACAR se rige bajo el modelo educativo Acalán, implementado en 2010. Este modelo propicia el desarrollo del talento y las capacidades creativas y de autorrealización del estudiante como profesional, persona y ciudadano, en sus dimensiones cognitivas, biológicas, afectivas, éticas y estéticas.

De acuerdo con el Modelo Educativo de UNACAR (2010), los siete Dominios de Competencias Genéricas son: Cultura de Salud, Comunicación y Relación Social, Cultura Emprendedora, Educación y Transdisciplina, Universidad, Ciencia y Humanismo, Educación para la Sustentabilidad, y Dominio de las Tecnologías de Información y Comunicación y colaboración y Trabajo en Equipo. Gracias a este modelo, la UNACAR ha podido desarrollar AFI que buscan la expansión y crecimiento del capital cultural de los estudiantes.

Por otra parte, se hace necesario establecer el concepto de capital cultural de Bourdieu (1987) quien se refiere a todas las características, actitudes, cualidades y conocimientos que garantizan que una persona sea considerada "culto", para ello propone tres estados del capital cultural: Estado incorporado: Disposiciones duraderas del organismo, como lo heredado de manera intangible de la familia. Estado objetivado: Bienes culturales como cuadros, libros, instrumentos y maquinaria. Estado institucionalizado: Se refiere al título escolar que confiere al capital cultural propiedades originales.

Esto se relaciona con su teoría del habitus, que está ligada al nivel educativo de las personas y a la forma de consumir y comportarse según lo que aprenden de sus familias. Bourdieu explica que el conocimiento cultural de una persona depende de la educación que ha recibido, así como de la cultura que consume él y su familia.

De igual forma se da a conocer que el consumo cultural, según Néstor García Canclini (1990), es: "el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio". Canclini también explica la existencia de 6 modelos de consumo que, aunque se pensaron para un consumo general, también se aplican al ámbito cultural.

Es importante reconocer cómo estos modelos van de la mano con la teoría del habitus de Bourdieu, especialmente el modelo 3, que establece que las diferencias sociales no provienen de los objetos que poseen las personas, sino de la forma en que los usan. La distinción (Bourdieu, 1988), donde las diferencias económicas se ocultan en justificaciones de distinción social basadas en los gustos. Por lo tanto, se puede entender que, si una persona carece de una buena economía, no tendrá capital cultural en ninguna de sus tres formas.



Modelo 1	El consumo es el lugar de reproducción de la fuerza de trabajo y de expansión del capital
Modelo 2	El consumo es el lugar donde las clases y los grupos compiten por la apropiación del producto social
Modelo 3	El consumo como lugar de diferenciación social y distinción simbólica entre los grupos
Modelo 4	El consumo como sistema de integración y comunicación
Modelo 5	El consumo como escenario de objetivación de los deseos
Modelo 6	El consumo como proceso ritual



Con la pandemia de COVID-19, la UNACAR tuvo que adaptarse a una modalidad virtual para el diseño y gestión de las AFI. Durante este periodo se gestó el Observatorio Cultural de la UNACAR, que busca conocer las actividades culturales que más consumen los jóvenes de la institución para poder desarrollarlas óptimamente. Este proyecto presentó sus primeros resultados en el trigésimo noveno aniversario de la Facultad de Ciencias Educativas y fue seleccionado en la Convocatoria de Apoyo Interno a Proyectos de Investigación (CAIPI 2021).

Es fundamental explicar el concepto de ocio, cuyo origen se encuentra en la civilización griega con el término skholé, asociado a los hombres libres, asegurándoles paz, tranquilidad y contemplación. Aristóteles consideraba el ocio como la recompensa alcanzada a través del trabajo, no como un descanso, sino como la práctica de una actividad gozosa y con un placer personal.



Figura 1. Los 6 modelos de consumo (Canclini, 1990, pp. 34-41)

Durante el periodo escolar FEB-JUN2024, se implementaron los Foros de Evaluación del Modelo Educativo Acalán. Uno de los foros, el Foro 4, se enfocó en los Servicios Inherentes a la Formación Integral. Los resultados de estos foros resaltan la problemática de que los estudiantes perciben las AFI como obligatorias debido a su valor curricular, que es necesario para el egreso. También se identificó la falta de profesores de tiempo completo para diseñar las AFI y que la mayoría de las actividades se desarrollan en el Campus I.

De esta manera, el marco teórico aporta tres dimensiones que guían la investigación: el capital cultural de Pierre Bourdieu, el consumo cultural de Néstor García Canclini y la propuesta de ocio de la cultura griega.

Metodología

Esta investigación implementará un proceso mixto, con grupos a conveniencia de los primeros ciclos del Campus I y del Campus III. Se emplearán recursos de la etnografía y netnografía con grupos focales para actualizar el instrumento aplicado en 2021. La aplicación final del instrumento se prevé para agosto de 2025.

Para esta investigación, solo se explicará el trabajo del Observatorio Cultural y se propondrán acciones para el rediseño del instrumento. Por lo tanto, el tipo de estudio será una revisión documental, que busca sentar las bases de cómo el consumo cultural es un punto importante para la creación de AFI, asegurando un mayor éxito en la asistencia y formación integral de los estudiantes.

Durante la pandemia de COVID-19, se implementó un instrumento de evaluación a manera de encuesta, enfocado en los hábitos y consumo cultural de los universitarios.

Se centró en cómo los estudiantes consumían cultura antes del confinamiento y durante la cuarentena, cuando las actividades pasaron a ser virtuales. La información obtenida fue relevante para el desarrollo previo del Observatorio Cultural y para el diseño de las AFI a partir de 2022.

Sin embargo, este tipo de proyectos requiere actualizaciones constantes en sus bases de datos, ya que el contexto social es cambiante. A partir de 2022, la institución se enfrentó a otro cambio de modalidad, la llamada "Nueva modalidad", que combinaba actividades híbridas.

El estudio previo del Observatorio Cultural delimitó la muestra a los alumnos de las 5 facultades del Campus I, aproximadamente 3,106 estudiantes. Con base en esa información, se diseñaron AFI que fueran del agrado de los universitarios.

El instrumento busca un rediseño porque al menos la mitad de los alumnos de la población de estudio ya egresaron, y se cuenta con una nueva matrícula. La "Nueva normalidad" marcó un antes y un después en el consumo de AFI. Las actividades virtuales ya no son tan comunes, y la cultura consumida por los jóvenes ha cambiado según las tendencias de las redes sociales, ya que las generaciones actuales son cada vez más digitales.

Esta investigación será mixta, pero de manera teórica explicando las formas en que se podrán implementar en el futuro los métodos cualitativo y cuantitativo para el rediseño del instrumento. El instrumento seguirá siendo una encuesta, pero se modificará la delimitación de la población. La nueva muestra incluirá a todos los estudiantes de las 8 facultades de la UNACAR (Campus I y Campus III).

Campus I	Campus III
Facultad de Derecho	Facultad de Ingeniería
Facultad de Ciencias Económicas Administrativas	Facultad de Ciencias de la Salud
Facultad de Ciencias Educativas	Facultad de Ciencias Naturales y Exactas
Facultad de Química	
Facultad de Ciencias de la Información	

Figura 2. Facultades en la UNACAR

Se encuestará específicamente a estudiantes de 1° a 4° ciclo, con un aproximado de 3,533 estudiantes según el Plan de Desarrollo Institucional 2021-2025 (datos de 2021). Se eligieron estos ciclos porque son los estudiantes que están más centrados en cumplir sus créditos y son prioritarios ante el riesgo de deserción escolar.

Para encontrar las diferencias clave, se realizarán grupos focales con no más de 8 alumnos por facultad y semestre, buscando una cuestión controlada y detectando campos semánticos en el consumo de los universitarios. Se dará prioridad al consumo cultural presencial sobre el virtual.

También se llevarán a cabo entrevistas semiestructuradas con preguntas guía ad hoc al tema del consumo cultural. Las respuestas podrán ser usadas para desarrollar preguntas nuevas que indaguen en los hábitos de consumo personales. Por último, se aplicarán cuestionarios para tener un resultado piloto del rediseño del instrumento. Se buscará que los 8 estudiantes elegidos sean de cada ciclo y que haya representación masculina y femenina.

Una vez rediseñado, el instrumento busca implementarse durante los cursos de inducción a la UNACAR como un formulario de Office, para que todos los alumnos que ingresan puedan dar su opinión. Esto es importante porque las sociedades son cambiantes, sobre todo con las tendencias inmediatas de las redes sociales. El ciclo escolar en el que se comenzaría a implementar este formulario sería el de agosto de 2024.

Lo que se busca es generar 5 grandes grupos de información para un mejor manejo de datos. Las AFI se diseñarán de acuerdo a estos temas generales. El instrumento se plantea dirigirlo en dos vías: Las actividades que el estudiante

realiza en la universidad y las actividades que el estudiante realiza fuera de la universidad

En la Encuesta sobre hábitos y consumo cultural de los estudiantes de la UNACAR (2022), las preguntas se segmentaron en 6 bloques. La intención de trabajar por bloques es identificar por dimensiones los hábitos de consumo cultural, tales como los relacionados con deporte, arte, cultura, actividades de internet y ocio.

Los únicos datos que se pedirán son la edad, el semestre, la facultad y el programa educativo. Esto busca el anonimato en las respuestas. Previamente, se notificará que los resultados serán usados con fines investigativos y académicos para el diseño de AFI y actividades culturales en la UNACAR que sean del agrado de los asistentes.

Resultados y discusión

Después de lo recapitulado, se espera que las encuestas, los grupos focales y las entrevistas recaben la suficiente información para su análisis y recapitulación. Con una prueba exitosa, se logrará actualizar el instrumento de evaluación, es decir, el formulario sobre hábitos de consumo cultural en los estudiantes de la UNACAR. El resultado positivo de esta actualización será la aplicación por parte del Observatorio Cultural de los formularios, con la finalidad de diseñar AFI mejor adaptadas a los intereses de los alumnos.

Hay que recordar que esta investigación es de tipo teórico-documental. Por lo tanto, no contendrá datos procesados de información recabada, ya que no se llevó a cabo ningún instrumento de medición. En su lugar, se plantean

las formas posibles y óptimas bajo las que se pueden llevar a cabo las adaptaciones al instrumento ya existente.

Aunque no se obtengan resultados cualitativos o cuantitativos, la información recopilada puede ser analizada de manera tentativa. Se pueden contrastar los resultados de investigaciones previamente citadas, las cuales recabaron información suficiente para crear una base de datos de los hábitos de consumo cultural de los jóvenes universitarios¹³³. Estas investigaciones muestran diversas formas de consumir cultura, ya sea de manera tradicional (presencial) o virtual, debido a las normalidades que la sociedad vivía en el momento en que se realizaron.

Es enriquecedor contar con instrumentos previos que garanticen el posible éxito en la recolección de datos, para alimentar el acervo informativo y estadístico del Observatorio Cultural de la UNACAR. Los estudios citados obtuvieron resultados positivos y aportaron información sobre cómo el consumo cultural en estudiantes de universidad es cambiante, determinado por factores como la edad, la facultad, la carrera y los medios de comunicación. Esto deja el camino abierto para un futuro rediseño con resultados idóneos.

Conclusiones

Este reporte se propuso identificar las modificaciones en los hábitos de consumo cultural de los universitarios de la UNACAR. Aunque este trabajo es de carácter teórico-documental, sentó las bases para el rediseño del instrumento de evaluación del Observatorio Cultural.

Para lograr este rediseño, se propone una metodología que incluye la formación de grupos focales, la aplicación de entrevistas semiestructuradas y la implementación de una encuesta piloto. El estudio se centrará en estudiantes de los primeros cuatro semestres de los campus I y III de la UNACAR, con el objetivo de obtener datos actualizados y representativos.

La investigación documental demostró que los estudios previos sobre consumo cultural han sido exitosos en la recolección de datos, lo que sugiere un camino prometedor para este rediseño. El rediseño del instrumento permitirá al Observatorio Cultural conocer y analizar los cambios en los hábitos de los estudiantes, contrastando la información con los datos obtenidos durante la pandemia de COVID-19, cuando las actividades eran principalmente virtuales.

En última instancia, documentar estos procesos socioculturales en la universidad es crucial, ya que provee antecedentes objetivos basados en el método científico que permiten proponer soluciones a los problemas en el diseño y realización de las Actividades de Formación Integral (AFI). El trabajo de revisión teórica y documental ha logrado fundamentar sólidamente las propuestas metodológicas, a pesar de la ausencia de datos empíricos directos en esta etapa.



Referencias

- Arellano, A. C. y Ceballos, G. (2013) Consumo cultural y jóvenes universitarios: una reflexión desde la comunicación. Diapason, Universidad de Colima.
- Bourdieu, P. (1987) Los Tres Estados del Capital Cultural. Actes de la Recherche en Sciences Sociales.
- Bourdieu, P. (1988) La Distinción. Criterios y bases sociales del gusto. Editora Taurus.
- Canclini, N. (1990) El Consumo Cultural: Una Propuesta Teórica. Aproximaciones Teórico- Metodológicas.
- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. [C.M.] art. 3., 2024.
- Cultura UNAM. (2020) <https://unam.blob.core.windows.net/docs/EncuestaConsumoCultural/14963111740213559559.pdf>
- Delors, J., Al Mufti, I., Amagi, I., Carneiro, R., Chung, F., Geremek, B., Gorham, W., Kornhauser, A., Manley, M., Padrón Quero, M., Savané, M.-A., Singh, K., Stavenhagen, R., Suhr, M., & Nanzhao, Z. (1996). La educación encierra un tesoro: Informe a la UNESCO de la Comisión Internacional sobre la Educación para el Siglo XXI. Santillana Ediciones.
- Encuesta Nacional Sobre Hábitos Y Consumo Cultural 2020, Universidad Autónoma de México (UNAM).
- Frutos, M. (2022) Encuesta sobre hábitos y consumo cultural de los estudiantes de la UNACAR (2022). Universidad Autónoma del Carmen (Unacar).
- Guía para el Diseño y Registro de Actividades de Formación Integral, Unacar.
- Instituto de Educación Secundaria Pintor Colmeiro. (s.f.) Tema 3: Origen y Evolucion del Ocio y el Tiempo Libre. Xunta de Galicia. España.
- Ocampo, M. F. G. et al. (2022) Observatorio cultural de la UNACAR a partir de la Covid 19: andamiaje metodológico. Revista Boletín Redipe. Universidad del Pacífico (UP), Perú.
- Secretaría Académica. (2022) Presentación Resultados de los Foros EME 2022. Universidad Autónoma del Carmen (Unacar).
- Secretaría Académica. (2024) Presentación Resultados de los Foros EME 2024. Universidad Autónoma del Carmen (Unacar).

Suárez, J. L. y Alarcón, J. F. (2015) Capital cultural y prácticas de consumo cultural en el primer año de estudios universitarios. Revista Interamericana de Educación de Adultos.

Unacar SITIO Oficial (2023) Facebook.

Universidad Autónoma del Carmen (2022) Plan de Desarrollo Institucional e Desarrollo Institucional 2021 – 2025. Unacar. México.

Universidad Autónoma del Carmen. (2017) Modelo Educativo Acalán. Unacar.

