Jóvenes en la encrucijada de los nuevos tiempos. Una mirada a sus prácticas y consumos culturales

AUTHORS' NAMES Wilfredo Manuel Castro Villa, Yulianne Pérez Escalona.
Department Humanidades
University Universidad de Granma
Address Carretera Bayamo
COUNTRY Cuba
kbertot@grm.uci.cu

Abstract.

En los momentos actuales en donde la globalización se extiende hacia el campo de la cultura donde aquellas con mayor poder tecnológico se implantan sobre los que poseen menos recursos, es importante el uso de esas tecnologías para preservar y divulgar la identidad de nuestros pueblos. Uno de estos usos es mediante la formación posgraduada usando como elemento tecnológico la plataforma Moodle, una de las más usadas mundialmente. El Patrimonio contiene elementos esenciales que pueden ser usados con fines educativos es por ello que como objetivo principal se plantea la elaboración de un Diplomado sobre Patrimonio, la informática y el sistema educacional, sobre la plataforma Moodle para una modalidad no presencial.

Lo novedoso del tema radica en cómo se logra una contribución a la difusión del patrimonio mediante la enseñanza posgraduada, teniendo como soporte las Nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y en una modalidad que propicie el intercambio sobre estos temas de forma no presencial lo que posibilita el logro de un mayor alcance.

No se trata de no usar las tecnologías, sino de usarlas para el desarrollo de las sociedades en el área del conocimiento. Este diplomado da la posibilidad de la formación continua de profesores y especialistas en la diferentes ramas de la cultura y el patrimonio, así como cualquier profesional que deseen por un interés personal insertarse en el posgrado, siempre en busca de una mayor calidad e integración de los procesos.

Keywords: Consumo cultural, jóvenes, nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones

INTRODUCCIÓN

Muchas son las investigaciones que dan cuerpo conceptual a las categorías consumo y prácticas culturales, se profundiza en múltiples ocasiones en la interrelación que se produce entre ellas. Este abordaje teórico apunta en las últimas décadas a intencionar miradas a la incidencia y redimensionamiento que se están produciendo a partir de las Nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (NTIC).

En los jóvenes recae, fundamentalmente, la atención de importantes teóricos, los que en su mayoría fundamentan como principal espacio de consumo, desde las NTIC, a la familia. Sin embargo, un espacio que en la actualidad es cada vez más invadido por estas tecnologías para el desarrollo de sus procesos, es la universidad. Las tonalidades que han alcanzado los consumos y prácticas culturales de los universitarios indican la necesidad de dar un nuevo giro a la dinámica del desarrollo de esta institución y su colectivo.

La formación del personal en el campo de la informática en Cuba, tomó impulso a partir de la década de los 70, con la puesta en práctica de un plan en el marco del Sistema Nacional de Computación, que tenía como objetivo preparar en el menor plazo posible analistas de sistemas, ingenieros de sistemas, operadores, técnicos de mantenimiento y programadores. El perfil de estos profesionales en formación los expone a un contante intercambio o interacción con las NTIC.

El estudio que expone se realiza en la Facultad Regional de la Universidad de Granma, creada con dos objetivos: informatizar la región y desarrollar la industria del Software. El 100% de los estudiantes de cuarto y quinto año y cerca del 60 % del resto de los años, son incorporados a proyectos productivos e investigativos de software en interés y por encargo de la sociedad cubana, en campos como los de la educación, la salud, el deporte, gobierno en línea, Software Libre, sitios y portales web, productos multimedia, realidad virtual y otros. Lo que muestra grandes niveles en cuanto a posibilidades de utilización de las NTIC, y por ende, una mayor familiaridad de su población con estas.

En este sentido se visualizan ciertas actitudes y comportamientos que se han vuelto comunes en estos espacios en la facultad, como el auge masivo de la mensajería instantánea (Chat, correos) y el desarrollo de blogs y redes. Han surgido nuevas formas de relacionarse, los estudiantes se ausentan de la vida social, cambian sus horarios habituales, no tienen tiempo para conversar y relacionarse, a menos que no sea por la red. Se crea un mundo virtual, donde la realidad social, va perdiendo espacios en las prioridades de los estudiantes y profesores.

Existen identidades temporales hacia diferentes enfoques (ser un personaje de película, serie o juego), que desaparecen una vez se gradúen y vuelvan a sus lugares de origen, además en el espacio virtual no se hace necesario identificarse físicamente, se pueden esconder las identidades individuales y mostrar solo aquellos elementos que constituyen los "nosotros" en ese espacio, cuyas identidades no tienen un carácter de permanencia que en el mundo real. Existencia de nuevas formas de realizar las prácticas culturales mediante el mundo virtual que se crea en torno a la informática, por ejemplo la lectura, sino es digital no se desarrolla al igual que la escritura. Se crean comunidades virtuales especializadas de forma espontánea, es decir, formas de sociabilidad construidas en torno a intereses específicos.

Por lo antes expuesto se persigue identificar los consumos y prácticas culturales de los jóvenes de la Facultad Regional de la Universidad de Granma.

Los datos arrojados invitan a profundizar en estos resultados, ya no desde la observación pura del número sino con el acompañamiento inteligente de su significación. Tendencias de consumos y prácticas culturales alcanzan el protagonismo como vía para un posterior análisis y con vista a ser más pertinente la utilidad de la información que se muestra.

DESARROLLO

Múltiples han sido las dimensiones desde donde se ha abordado la categoría **consumo**. Los estudios de consumo cultural alcanzan protagonismo en el abordaje teórico hacia el entendimiento del comportamiento, los gustos, los intereses y los hábitos de determinados grupos humanos. Aun cuando se da tratamiento a esta categoría como tema de investigación en la agenda de los estudios culturales desde 1970, todavía a inicios de la década de los 90 estos eran insuficientes.

Es precisamente en esta década de los 90 donde cobran auge investigaciones que tienen como tema de análisis al consumo cultural. Numerosos autores han dedicado su trabajo científico a conceptualizar esta categoría, dentro de ellos se encuentran: Jesús Martín Barbero, Armando Silva, Elizabeth Lozano y Sonia Muñoz en Colombia, Cristina Mata, Patricia Terrero, Héctor Schmucler, Beatriz Sarlo y Oscar Landi en Argentina, Néstor García Canclini, Mabel Piccini y Ana Rosa Mantecón en México, Inmaculada López y Antonio Arantes en Brasil, Marcelino Bisbal y Carlos Guzmán en Venezuela, José Juaquín Brunner, Carlos Catalán y Guillermo Sunkel en Chile, y Renato Ortiz en Uruguay.

Dentro de los autores mencionados, a decir de Guillermo Sunkel, ocupa un espacio fundacional Néstor García Canclini y Jesús Martín Barbero. Si bien, cada uno hizo aportes claves para llegar a una aproximación del concepto que se hace mención, su principal mérito está en despertar con su reflexión el interés por las investigaciones sobre esta temática.

En el artículo "El consumo cultural: una propuesta teórica", Néstor García Canclini luego de hacer un análisis de seis modelos a través de los cuales se trabaja el consumo y llegar a la conclusión de que ninguno es autosuficiente para abordar este tema, plantea que el consumo cultural 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 o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica"*.

Por otro lado Jesús Martín Barbero plantea desde su obra científica que:

"(…) el consumo no es solo reproducción de fuerzas, sino también de producción de sentidos: lugar de una lucha que no se agota en la posesión de los objetos, pues pasa aún más decisivamente por los usos que les dan forma social y en los que se inscriben demandas y dispositivos de acción que provienen de diferentes competencias culturales" (Martín Barbero. 1987:231).

Ambos autores en sus definiciones manifiestan elementos que si bien se enuncian de diferentes maneras son comunes. Dentro de estos se encuentran que el aspecto material más que determinante en el consumo pasa a un segundo plano subordinado al significado que se le atribuye socialmente.

Como ya se mencionaba **prácticas culturales** es un concepto que ha estado ligado muy estrechamente al abordado con anterioridad, pues sus puntos de confluencias han permitido un desarrollo casi proporcional de los mismos. Se pudieran escribir barios renglones sobre el tratamiento conceptual que se le ha dado a la categoría, pero solo se van a mencionar algunos autores que sin duda resultan eslabones de obligada referencia, dentro de ellos se encuentran: Michel De Certeau, Martín Barbero, P. Bourdieu y A. Giddens.

Se asumen entonces las ideas del grupo de investigadores del CEDIC que plantean que las prácticas culturales se manifiestan en el accionar del individuo, las colectividades y las instituciones en la vida cotidiana, desde el molde cultural, las cuales adquieren significados en los marcos de la sociedad. Este mismo grupo reafirma el concepto desde la Sociología de la Cultura y a la Antropología, referente a la forma general, la manera de hacer y de actuar.

Tanto el consumo como las prácticas culturales han estado redimensionado por el auge alcanzado por las **Nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones (NTIC)**. Los enfoques que se han generado para conceptualizar las NTIC dirigen su mirada a entenderlas como: "... el conjunto de procesos y productos derivados de las nuevas herramientas (hardware y software), soportes de la información y canales de comunicación relacionados con el almacenamiento, procesamiento y transmisión digitalizados de la información..." (González, A.P., 1996:195-226).

Desde un análisis menos técnico y más enfocado al resultado o producto de las NTIC Jesús Martín Barbero en su trabajo "Tecnicidades, identidades, alteridades: des-ubicaciones y opacidades de la comunicación en el nuevo siglo" plantea:

(...) la tecnología remite hoy no a unos aparatos sino a nuevos modos de percepción y de lenguaje, a nuevas sensibilidades y escrituras. Radicalizando la experiencia de desanclaje producida por la modernidad, la tecnología deslocaliza los saberes modificando tanto el estatuto cognitivo como institucional de las condiciones del saber y las figuras de la razón (Gh.Chartron, A. Reneaud) lo que está conduciendo a un fuerte emborronamiento de las fronteras entre razón e imaginación, saber e información, naturaleza y artificio, arte y ciencia, saber experto y experiencia profana.

Los jóvenes por sus propias características en el orden psicológico, sociológico, biológico, etc., están predispuestos a asumir las NTIC, originando cambios radicales en cuando a sus modos y estilos de vida. Establecen entonces, una escala de significados con múltiples determinaciones, que a pesar de su carácter activo al consumir o rechazar el producto cultural, y la forma y el medio para hacerlo, los condicionan.

En tal sentido son variados los estudios desarrollados que vinculan a los jóvenes como centro del impacto de las NTIC y los resultados de esta interacción, dentro de ellos los impulsados por: Daniel Mato (1994), Ana Wordtman (1999), García Canclini (1999), Martín Barbero (1998 – 2000), M. Margulis y M. Urresti (1998), Ángel Gordo e Ignacio Megías (2006), entre otros

Los estudios sobre juventudes han definido este sector de la población de múltiples maneras, toman como punto de partida diferentes criterios dentro de los que se encuentran: la edad, las diferencias generacionales, a partir del consumo masivo de productos e imágenes de belleza que refieren la juventud a la condición del cuerpo. (M. Margulis y M. Urresti (1998), criterios morales.

Como aproximación al concepto de **juventud** se toman dos conceptos empleados en el trabajo "**La juventud cubana entre modelos de inclusión y exclusión sociocultural en comunidades santiagueras''** presentado en el Evento de Desarrollo local Cuba 2013, el primero de Laura Domínguez (compiladora) y el segundo de María Isabel Domínguez.

" Una etapa de afianzamiento de las principales adquisiciones logradas en períodos anteriores. (…) En la Juventud comienza a formarse una concepción teórico-filosófica de la realidad, sobre la base de todas las adquisiciones del desarrollo precedente, expresándose en la búsqueda del sentido de la propia existencia y en la elección del futuro lugar a ocupar en el entramado social (…) Se consolidan las formaciones motivacionales complejas, tales como la autovaloración y los ideales. Todo este sistema de necesidades, motivos y aspiraciones, se integra a la concepción del mundo, formación típica del período juvenil, la cual representa el nivel superior de integración de lo cognitivo y lo afectivo en la personalidad. En la Juventud culmina, en lo esencial, el proceso de formación de la personalidad" (Laura Domínguez 2005).

"(…) una categoría histórico concreta, que designa un grupo sociodemográfico internamente diferenciado según su pertenencia a la estructura social de la sociedad, constituyendo su elemento más dinámico y móvil. No está

biológicamente determinada aunque se enmarca en determinados rangos de edades, sino definida socialmente por la naturaleza de la actividad que se desarrolla en esa etapa, lo que condiciona un conjunto de relaciones sociales específicas que conforman la condición juvenil a partir del significado propio de la etapa, la cual genera una identidad juvenil que es tanto autoidentidad, como identidad reconocida por el resto de las generaciones. En el marco de esas relaciones sociales se alcanza la madurez física y sexual; se estructura y consolida la concepción del mundo como formación motivacional compleja: se desarrolla el carácter activo de la personalidad a través de la autodeterminación y se alcanza la madurez de las funciones laborales, familiares, sociales y políticas, para todo lo cual resulta determinante el contenido de la experiencia vital acumulada. Por todo ello, los límites de la edad juvenil, así como las divisiones internas del grupo, tienen un carácter histórico-concreto (María Isabel Domínguez 2012).

DIAGNÓSTICO Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Consideraciones generales sobre la aplicación de los instrumentos:

La técnica seleccionada por el grupo de investigación fue el cuestionario la misma fue aplicada a 30 estudiantes del tercer año de la carrera, pues al haber transitado dos cursos académicos anteriores posee una cierta cultura universitaria, se han insertado en estos grupos de jóvenes y han estructurado su forma de vida individual y colectiva, además, permite trabajar con los mismos en los años restantes:

Aplicación del cuestionario

-Condiciones de aplicación del cuestionario.

-Turno de clases: Segundo turno de la mañana, en el aula.

-Tiempo de duración de su aplicación: 50 minutos.

-Comentarios generales que suscitó en los estudiantes su aplicación:

El clima que se mantuvo durante ese tiempo fue satisfactorio, los estudiantes mostraron interés en lo que se estaba haciendo, preguntaban dudas, lo que demuestra que no actuaron al azar. No estaban presionados por el tiempo desde la introducción hecha por los investigadores, se intentó despejar cualquier tipo de preocupación que pudiera obstaculizar el objetivo de la actividad en ese momento, en busca de concentración y atención a lo que se estaba haciendo.

Los comentarios posteriores a la actividad estuvieron dirigidos a socializar lo que pusieron en el instrumento y como colocaron cosas en las que no se habían puesto a pensar anteriormente.

1. Tendencias en las prácticas culturales

Las prácticas que realizan **frecuentemente** son: escuchar música, jugar o conversar con amigos en este caso se encuentran los varones mestizos y blancos. Estas dos superan el 50% de los encuestados. Escuchar música: **(20)**, de ellos se destacan los varones blancos y mestizos (14). Jugar o conversar con amigos: (**20)** de ellos se destacan los varones mestizos (7).

Aun cuando no alcanzan el 50% hay dos opciones en las cuales se concentran un número superior como práctica frecuente, esta son: ver video o DVD: (**10)** de ellos se destacan los varones mestizos (5); y hacer ejercicios o prácticas deportes: **(9)** de ellos se destacan los varones mestizos 5. La diferencia en cuanto a superioridad se da por uno o dos compañeros por lo que se manifiesta una diversidad de criterios.

Las prácticas que realizan **regularmente** son: Pasear por parques, plazas o lugares al aire libre, escribir, ir a las tiendas, leer y ver TV y en estas se destacan los varones mestizos. Pasear por parques, plazas o lugares al aire libre: (15) de ellos se destacan los varones mestizos (6). Escribir: (14) de ellos se destacan los varones mestizos (5). Ir a las tiendas: (13) de ellos se destacan los varones mestizos (6). Leer: (12) de ellos se destacan las hembras mestizas (4). Ver TV: (12) de ellos se destacan los varones mestizos (5). Aunque estos alcanzan su mayoría en la opción regularmente, la primera es la única que alcanza el 50% de los encuestados.

Las prácticas que realizan **casi nunca** son: ir a las bibliotecas o librerías, ir a estadios u otras instalaciones deportivas, asistir a galerías de artes o museos, bailar, ir a cines o salas de video Ir a conciertos o espectáculos musicales en vivo, ir al teatro entre los que más se destacan son los varones blancos. Ir a bibliotecas o librarías: (19) de ellos se destacan los varones blancos (5). Ir a estadios u otras instalaciones deportivas: (16) de ellos se destacan los varones blancos (5). Asistir a galerías de artes o museos: (16) de ellos se destacan los varones blancos (5). Bailar: (14) de ellos se destacan las prácticas de los varones blancos (10). Ir a cines o salas de vídeo: (14) de ellos se destacan los varones blancos (6). Ir a conciertos o espectáculos musicales en vivo: (13) de ellos se destacan los varones blancos (5). Ir al teatro: (12) de ellos se destacan los varones blancos (5). Como se puede apreciar son estas las prácticas que casi nunca desarrollan los encuestados, las 7 definidas superan el 50% o están cerca de alcanzarlos.

Las prácticas en que coinciden la mayoría que nunca realizan son: tocar un instrumento musical, asistir a cultos y celebraciones religiosas, jugar videojuegos, escuchar la radio, visitar amigos e ir a fiestas populares, carnavales, verbenas entre los que más se destacan se encuentran los varones mestizos. Tocar un instrumento musical: (21) de ellos se destacan los varones mestizos (7). Asistir a cultos y celebraciones religiosas: nunca (19) más los varones mestizos (6). Jugar videojuegos: (14) de ellos se destacan las hembras mestizas (6). Escuchar la radio: (14) de ellos se destacan los varones mestizos (6). Visitar amigos: (13) de ellos se destacan los varones mestizos (8). Ir a fiestas populares, carnavales, verbenas: (11), de ellos se destacan los varones mestizos (4). De la misma manera que la opción anterior hay coincidencia del 50% o un número cercano de encuestados en que son las prácticas que nunca realizan.

- Otras consideraciones sobre las prácticas culturales:

Bailar: Aunque hombres y mujeres plantean que casi nunca bailan, los resultados por separados de las mujeres apuntan a que hay una práctica frecuente y regularmente, no así en los hombres cuyo peso mayor recae en nunca y casi nunca.

Ver video o DVD: Como total prevalece el criterio de frecuentemente, sin embargo por sexo, se realiza con mayor frecuencia en hombres que en mujeres.

Jugar Videojuegos: Aunque el total apunta hacia a una práctica donde la mayoría nunca ejerce, haciendo un análisis teniendo en cuenta el indicador de sexo, hay una coincidencia en las mujeres, no así en los masculinos, donde el 50% plantea su realización frecuente y regularmente y el otro 50% nunca o casi nunca.

Ir a fiestas populares: Se plantea en los datos generales la recurrencia de la mayoría en casi nunca, sin embargo las mujeres son más asiduas que los hombres duplicando el número, lo que hacen estas prácticas frecuentes y regularmente con respecto a los que manifiestan nunca o casi nunca. Como dato curioso se puede ver que el 50% del total de hombres y mujeres plantea desarrollar esta práctica frecuente y regularmente, el otro 50% apunta en sentido contrario.

Ir a tiendas: Las mujeres que lo hace duplican a los que casi nunca o nunca se desempeñan en estos quehaceres, sin embargo no es nada despreciable el dato general de los hombres donde más del 50% lo hacen.

Ir a bibliotecas o librerías: Con estos datos se muestran como la consulta a bibliografía digital sustituye de manera total, a la que existe institucionalmente en soporte duro. Muestra de ello es que no hay ningún encuestado en frecuente y regularmente.

Prácticas y ejercicios de deporte: Aunque donde mayor concentración se encuentra en las prácticas de regularmente hacia el interior se evidencia una diferencia entre hombres y mujeres, los primeros incidiendo con mayor fuerza en frecuente y regularmente. Los segundos por el contrario se inclinan a nunca o casi nunca.

Visitar amigos: Aunque es una práctica donde el total recae con mayor intensidad en casi nunca, los hombres evidenciaron a diferencia de las mujeres un % superior en la opción frecuente y regularmente.

Consumo Cultural a los medios de comunicación (Radio y televisión).

Los programas que más prefieren entre la televisión y la radio son los de la TV con 23 preferencias, destacándose más los varones mestizos.

De los programas televisivos que más prefieren se encuentran: las películas, telenovelas, musicales, humorísticas, informativos/noticiosos y documentales y programas científicos o educativos, destacándose los varones mestizos. Los programas de menos preferencias son concursos, juegos de participación y variados. Películas: (23) de ellos se destacan los varones mestizos (8). Telenovelas: (2) de ellos se destacan hembras mestizas (7). Humorísticas: (21) de ellos se destacan hembras y varones mestizos (12). Informativos/Noticiosos: (17) de ellos se destacan hembras y varones mestizos (12). Musicales: (20) de ellos se destacan hembras y varones mestizos (12). Documentales, programas científicos o educativos: (20) de ellos se destacan los varones blancos.

Aun cuando el número de mujeres y varones coinciden por su preferencia por los musicales en puntos porcentuales, las mujeres superan a los hombres. En el resto de las opciones como películas y documentales aunque hay mayor cantidad de varones que representan lo mismo.

Los programas menos preferidos por los hombres y mujeres (estas últimas con mayor incidencia en negativo) son los variados y los concursos y juegos de participación. (Porque en la TV no dan aquellos más vistos y difundidos, tales como las bellezas latinas, pequeños gigantes, la vos de México, etc.).

De los programas radiales que más prefieren se encuentran: humorísticos y musicales, se destacan los varones blancos. Humorísticos: (19) de ellos se destacan los varones blancos. Musicales: (18) de ellos se destacan los varones blancos

Estas preferencias son las únicas que sobrepasan el 50% de los encuestados.

Consumo cultural correspondientes a las manifestaciones artísticas (lectura, teatro, música y cine)

De las manifestaciones artísticas el cine y luego la música es lo que más consumen destacándose los varones mestizos.

Lectura

Revistas: (16) de ellos se destacan hembras mestizas (6). Menor consumo es en la lectura Históricos/políticos, sociales (50). Más del 50% plantean que si practican la lectura, aunque el 50 % del número total de la cantidad de hembras y varones, en números porcentuales, predominan las mujeres.

Teatro

Humorísticas: (18) de ellos se destacan varones blancos. Menor consumo es en la Danza moderna o folklórica 3 y otros.

Música

Romántica: (21) de ellos se destacan varones y hembras mestizos (14). Reggaetón: (16, de ellos se destacan varones blancos 6. Menor consumo en la música de Jazz/Blues y Campesina.

Cine

Policíacos/acción: (18), de ellos se destacan los varones mestizos (8). Comedias: (25) de ellos se destacan varones blancos y mestizos (14). Dibujos animados: (19) de ellos se destacan varones blancos y mestizos (14). Aventuras: (21) de ellos se destacan varones mestizos (9). Menor consumo en lo Histórico social y otros.

Cuando se da una primera lectura al cuestionario parece aflorar una contradicción, entre la visita a cine como institución cultural (casi nunca) y la preferencia por el cine como manifestación artística (preferencia alta) sin embargo ente se aclara en el análisis del consumo cultural mediante las NTIC donde las películas alcanzan un lugar privilegiado, quedando desplazada así la pantalla grande por medios como la computadora y el DVD.

Cuando se analiza la tipología de películas según el cuestionario, los recursos que hoy se han colgado en imedia (espacio de socialización de este tipo de materiales) nos percatamos que hay una correspondencia casi exacta de que es lo que se prefiere en este sentido.

Consumo cultural respecto al uso de las nuevas tecnologías

Como carrera y posibilidad de acceso hay una correspondencia del 96% de afición con respecto al uso de las tecnologías.

La tendencia del consumo de las nuevas tecnologías se encuentra hacia las películas y musicales destacándose los varones mestizos. Películas: (23) de ellos se destacan varones mestizos (9). Musicales: (22) de ellos se destacan varones mestizos (8). Novelas: 17, de ellos se destacan hembras mestizas (7). Seriales: (16) de ellos se destacan varones mestizos (7). Menor consumo son los noticiosos y otros.Todas las aficiones superan el 50%.

Formas de acceso más frecuente a las alternativas de consumo cultural

Las formas de acceso más frecuente utilizadas son por medio de amigos, vía intranet universitaria e internet, se destacan los varones mestizos. Por mis amigos: (26) de ellos se destacan los varones mestizos (9). Vía intranet universitaria: (21) de ellos se destacan los varones mestizos (6). Vía internet: (18) de ellos se destacan varones mestizos (8). Menor vía de acceso por Joven club y bibliotecas privadas. Estos resultados corroboran como las redes de socialización informales están siendo más efectivas y al mismo tiempo sustituyen a las que formalmente están institucionalizadas, Dato nada despreciable al que hay que prestarle atención especial en esta investigación.

Espacios de socialización más recurrentes

Los espacios de socialización más utilizados son: las calles y los parques destacándose en esto las hembras mestizas. Calles: (16) de ellos se destacan hembras y varones mestizos 8. Parques: (16) de ellos se destacan hembras mestizas (7). Menores espacios de socialización Fundaciones culturales y Focos culturales.

Luego del análisis del cuestionario, se recomienda tener en cuenta el% que representa cada dato, del total de encuestado, total de hembras, de varones, de negros, blancos y mestizos, porque al no ser comunes los totales es difícil hacer una valoración, estando en desventaja numérica algunos de los grupos con respecto a otros, esto posibilita tener una fotografía casi exacta de la realidad.

CONCLUSIONES

Las NTIC son un fenómeno globalizador que tiene su impacto en los jóvenes universitarios.

El irreversible impacto de las NTIC ha propiciado nuevos hábitos de consumo y prácticas culturales en los universitarios de la Facultad Regional de la Universidad de Granma, impulsando con mayor fuerza la comunicación

a través de la red y desplazando otras que hasta este momento asumían un papel preponderante, entre ellas la comunicación cara a cara.

Los resultados arrojados en el diagnóstico y su correspondiente análisis, indica que hay que originar cambios en la manera de desarrollar los procesos universitarios, de forma que esa comunicación lineal entre el profesor y el estudiante, asuma nuevos matices que sustituyan la unidireccionalidad del proceso y tenga en cuenta las diferentes fuentes de información por las cuales se nutren los educandos.

REFERENCIAS

- Bourdieu, Pierre. Creencia artística y bienes simbólicos: elementos para una sociología de la cultura. Grupo editorial Aurelia-Rivera, Ciudades de Córdova y Buenos Aires, Argentina 2003, p. 230.
- Balardini, Sergio. Jóvenes, tecnología, participación y consumo. (En línea). Buenos Aires 2006.
- Bermúdez, Emilia. Consumo cultural y representación de identidades juveniles". (En línea). Ponencia. Congreso LASA, Washington DC. Recuperado: 12/12/10 de http://lasa.international.pitt.edu/Lasa2001/BermudezEmilia.pdf (paper) CLACSO. Recuperado: 20/03/07 de http://168.96.200.17/ar/libros/cyg/juventud/balardini.doc.
- Castells, Manuel (1994), Flujos, redes e identidades: Una Teoría crítica de la Sociedad Informacional. En Castells, M.; et ál. Nuevas Perspectivas críticas en Educación. Barcelona: Paidós 1994.
- Dussel, I. y Quevedo, L. (2010). Educación y nuevas tecnologías: los desafíos pedagógicos ante el mundo digital. Buenos Aires: Editorial Santillana, 2010.
- García Canclini, Néstor. El consumo cultural: una propuesta teórica. En Sunkel, G. 1999.
- (coord.) El consumo cultural en América Latina. Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- García Canclini, Néstor (coord.). El consumo cultural en México. Editorial Grijalbo, S. A, México, D. F, pág. 34, (1995), Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización. Editorial Grijalbo,México, D. F., pág.42.y "El consumo cultural: una propuesta teórica" en Sunkel, Guillermo (coord.) (2006), El consumo cultural en América Latina. Segunda edición, ampliada y revisada, Convenio Andrés Bello, Bogotá.
- GIL, Adriana; FELIU, Joel; RIVERO, Isabel; GIL, Eva. ¿Nuevas tecnologías de la información y la comunicación o nuevas tecnologías de relación? Niños, jóvenes y cultura digital. (En línea). 2003.
- Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya. Recuperado: 09/01/2011 de http://www.uoc.edu/dt/20347/index.html.
- Martín-Barbero, J. (2003). Saberes hoy: diseminaciones, competencias y transversalidades. Revista Iberoamericana de Educación. Nº 32.
- Martín-Barbero, J. (2009). Cuando la tecnología deja de ser una ayuda didáctica para convertirse en mediación cultural. Revista Teoría de la Educación. Vol. 10, Nº 1.
- Morduchowicz, Roxana (2008), Significados, consumos y prácticas culturales de los jóvenes. Buenos Aires: Paidós.

- Terrero, Patricia. Ocio, prácticas y consumos culturales. Aproximación a su estudio en la sociedad mediatizada. En Observatorio de Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires, No 4, Dossier Consumos Culturales. Buenos Aires: Ministerio de la Producción. 2006.