



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES,
JURÍDICAS Y ECONÓMICAS
Escuela de Sociología

Consumo cultural de jóvenes universitarios:
*Comprender el consumo cultural de jóvenes universitarios
de la UCSH desde su proyecto de vida.*

*Seminario para optar al grado de licenciado en
Sociología y al título de Socióloga.*

AUTOR: ROMINA GÁLVEZ ZÚÑIGA.
PROFESOR GUÍA: MARIO SANDOVAL MANRÍQUEZ.

**SANTIAGO – CHILE
2013**

Agradecimientos.

Durante mi vida he tenido la suerte de encontrarme con personas que de una u otra forma, han contribuido en la finalización de este proceso. Retrospectivamente en primer lugar, debo agradecer al profesor Miguel del María Auxiliadora, ya que él me inculco la pasión por las Ciencias Sociales, a través de sus clases, de su ironía intelectual y el impulso que nos daba a diario en las aulas para ser profesionales.

Mi familia siempre ha sido un factor fundamental de apoyo, incondicionalidad y amor. En esta aventura mis padres Sonia Zúñiga y Mario Gálvez, a pesar de los altibajos familiares, han estado siempre a mi lado entregándome seguridad y fuerzas para cumplir mis metas, desde pequeña me inculcaron la pasión por el estudio y la inquietud intelectual a través de conversaciones, proyectos y retos.

Por otro lado, la familia en la que somos protagonistas junto a mi compañero de vida Fele y Luciano mi bello hijo, ha sido el motor principal para salir adelante sobre todo en esos momentos amargos donde la frustración y los sentimientos negativos estaban presentes. Gracias Fele, por tu valentía, amor e incondicionalidad, este logro es de nosotros, toda tu energía y cariño fue un aliciente, sin tu presencia la historia que estoy escribiendo sería distinta.

A Luciano, desde que vi tus ojitos bien abiertos por primera vez sentí que nunca más en mi vida iba a estar sola y tú has sido y serás la razón de todo, tu amor puro y tu risa inocente fueron un oasis en este proceso el cual fue muchas veces desgastador.

Siempre he valorado a mis amigos, ya que finalmente es la familia que uno puede elegir, mil gracias para mi Soulmates Rubén Muñoz, ¡faltan más personas como tú en este mundo! y mis amigas y colegas Leslie y Gina con las que compartimos todos los años de universidad, dándole vida a los patios de la UCSH tratando de arreglar el mundo.

Finalmente agradecer a mis profesores que hicieron que este trabajo llegara a buen puerto y a la vida por tener a toda esta gente bella que sin ellos no soy nada.

Introducción

La presente investigación se enmarca en el consumo cultural de jóvenes universitarios. Dentro de esta temática nos centraremos en comprender el consumo cultural desde el proyecto de vida de un grupo de jóvenes de la Universidad Católica Silva Henríquez, con la inquietud de constatar la realidad actual desde un enfoque cualitativo. De este estudio subyacen dos ideas que se proponen a investigar y analizar. La primera dice relación con el concepto de consumo cultural y la segunda corresponde al proyecto de vida, que se definirá desde un enfoque sociológico. Ambos conceptos se articulan con el capital cultural que posee la juventud universitaria estudiada.

En este contexto, se busca conocer el discurso que tienen los jóvenes acerca del tema de esta investigación. Esta indagatoria, está constituida, por una parte, conocer el capital cultural que disponen, las prácticas culturales que realizan en su vida diaria y, por otra, comprender como este consumo se comprende desde el proyecto de vida de los jóvenes, constituido por metas, expectativas, valores y motivaciones que están latentes en los discursos juveniles.

De esta manera se configuró el marco teórico, con aportes de autores Chilenos y extranjeros, recogiendo diversas propuestas y enfoques sobre el consumo cultural y el proyecto de vida enfocado en este sector de la población.

El marco metodológico que orientó la presente investigación, se desarrolló a través de un enfoque cualitativo, de carácter descriptivo, utilizando una opción paradigmática fenomenológica y empleando el análisis de contenido, como método de análisis de los relatos recopilados en este estudio.

Mediante las entrevistas se logró obtener una aproximación acerca de lo que piensan los jóvenes para, de esta forma, relacionar los fundamentos teóricos con la metodología utilizada. Las herramientas aplicadas fueron pertinentes para lograr determinar de qué manera, los jóvenes yuxtaponen el consumo cultural con su proyecto de vida, de esta forma se logró categorizar mediante el programa de análisis cualitativo Atlas Ti el relato de los jóvenes, para luego analizarlo y poder extraer información relevante para la investigación.

En cuanto a las conclusiones que surgieron en la presente investigación, se sustentan a través de los objetivos propuestos en un principio, y mediante éstos, en primer lugar se permitió obtener un conocimiento más acabado acerca de las preferencias, motivaciones y

el acceso del consumo cultural. En segundo lugar conocer y averiguar el proyecto de vida de los jóvenes y la percepción que tienen de éste concepto generacionalmente. Y finalmente en tercer lugar la relación entre estas dos temáticas de estudio (consumo cultural y proyecto de vida) y el sentido que le dan los jóvenes a este vínculo.

Índice

Introducción	3
Capítulo I.....	7
Fundamentos.	7
1.1 Antecedentes	7
1.2- Problematización.....	12
1.3. Justificación.....	14
1.4. Relevancia sociológica.	15
1.5. Pregunta de investigación.....	19
2. Objetivos	19
2.1. Objetivos generales.	19
2.2. Objetivos específicos.....	19
3.- Supuestos.	20
Capítulo II	21
Marco teórico.	21
1. Juventud	22
1.1. Juventud como etapa de preparación para la adultez.	22
1.2 Juventud Como categoría etaria.	24
1.3. Juventud Como etapa de maduración.....	24
1.4. Juventud como subcultura.	25
1.5 Concepto de juventud para fines de esta tesis.	25
2. Los jóvenes universitarios chilenos.....	26
2.1 Jóvenes universitarios actores sociales.....	27
2.2 Juventud universitaria actual.	31
3. Consumo cultural.	33
3.1.- El capital cultural de los jóvenes.....	35
4. Proyecto de vida y habitus.	37
Capítulo III.....	47
1. Marco metodológico.	47
1.1- Tipo de diseño.....	47
1.2. Opción Paradigmática.	49
1.3.-Tipo de estudio.....	49
1.4. Método de estudio.	50
1.5. Criterio de Selección de la muestra.....	51
1.6.- Técnicas de recolección de información.....	53
1.7. Entrevista semi-estructurada.	53
1.8. Entrevista grupal.	54

1.9. La Observación.....	55
2.- Análisis de la información.....	56
2.1.- Criterio de rigor científico.....	57
2.1.1- Validación.....	57
2.1.2.- Fiabilidad y credibilidad.....	58
3. Análisis cualitativo.....	59
3.1. Proyecto de vida.....	62
3.2. Percepción consumo cultural.....	73
3.3 El consumo cultural en relación al proyecto de vida.....	87
Capítulo V.....	108
1.- Conclusiones.....	108
1.1. Comprender el consumo cultural de jóvenes entre 18 y 29 años de la UCSH, desde sus proyectos de vida.....	108
1.2. Identificar el proyecto de vida de jóvenes estudiantes de la UCSH participantes en el estudio.....	110
1.3. Describir el consumo cultural de jóvenes estudiantes de la UCSH.....	112
1.4. Relacionar el proyecto de vida de los estudiantes de la UCSH sobre su consumo cultural.....	113
2. Supuestos.....	116
BIBLIOGRAFÍA.....	118

Capítulo I

Fundamentos.

1.1 Antecedentes

En esta investigación se busca aportar al conocimiento de la juventud Chilena Universitaria contemporánea, e identificar las prácticas más recurrentes por parte de este segmento. Según datos estadísticos de estudios por parte del Consejo Nacional de la Cultura los jóvenes son los mayores consumidores de bienes culturales.

Según la Segunda Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural de Chile (2011), las alternativas de consumo cultural han aumentado, además, son cada vez más fáciles las formas de acceso a múltiples ofertas culturales. Actualmente es indudable que la información cultural en Chile, es un elemento esencial para la comprensión de diferentes fenómenos de nuestra sociedad. En la entidad antes mencionada se han realizado estudios que arrojan relaciones significativas entre el consumo cultural y la economía, la educación y por otra parte a fenómenos que se presentan en la actual sociedad chilena.

En esta investigación se toma como objeto de estudio jóvenes universitarios de diferentes carreras de la UCSH, entre ellas están: Psicología, Trabajo Social, Sociología, Artes, Pedagogía en formación técnica para técnicos profesionales, Derecho, Pedagogía Básica, Pedagogía en Matemática, Pedagogía en Música y Pedagogía en Historia. Puesto que ellos generacionalmente comparten situaciones, intereses, conflictos, descubrimientos y experiencias propias de su situación psico-biológica y social.

Uno de los factores que tienen en común los jóvenes, es el capital educacional que poseen, puesto que pertenecen a una casa de estudios universitaria. Esta es una elección que demanda requisitos, aptitudes académicas y cualidades que se ven reflejadas en condiciones socioeconómicas y educativas, que permitan el desarrollo de esta decisión, para en la posterioridad ser profesionales. Otro componente relevante es que en su gran mayoría, los jóvenes reconocen tener un proyecto de vida, que a partir de éste, experimentan y construyen su identidad.

Es interesante investigar el sector juvenil, puesto que es un segmento que desarrolla procesos de experimentación en las áreas de formación, identidad y adquisición de status como individuos, donde se absorben modelos a seguir y estímulos de los grupos de amigos y los medios de comunicación, en contraste con valores familiares y comunitarios que hasta ese momento habían sido los predominantes.

En cuanto a la situación actual del consumo cultural en nuestro país, según resultados de la Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural 2011 (ENPCC), el 67% de los chilenos considera que, actualmente, su acceso a la cultura y las artes es más fácil que hace cinco años. De la misma forma, un 85% considera que su acceso a la cultura es mayor en comparación a la generación de sus padres. Algo similar demuestra el informe Anual de cultura y tiempo libre 2011 que realizó el Instituto Nacional de Estadísticas en conjunto con el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. Según sus estudios, se determinó, un aumento importante del público en la totalidad de actividades artísticas y culturales desarrolladas en el año 2010 con respecto a años anteriores.

Estos datos exhiben que la población nacional percibe que sus alternativas de consumo cultural han aumentado considerablemente y que, por tanto, se estarían gestando nuevas formas de participación en actividades artísticas y culturales que se generan en el espacio social. Esta constatación implica nuevos desafíos analíticos y reflexivos sobre qué significa consumir cultura en nuestro país y que aspectos socioculturales están involucrados en aquello.

En la literatura latinoamericana es común encontrar que las condicionantes de orden económico, educativo y etario son las que determinan, en gran medida, los modos de apropiación y consumo cultural (Rey, 2008). Un factor muy importante en la sociedad actual, es la instauración paulatina del consumo cultural como prioridad en el desarrollo de las políticas públicas puesto que, según la encuesta de Consumo Cultural realizada por el Consejo Nacional de las Artes y la Cultura: *“estas prácticas fomentan la construcción de espacios, no sólo de satisfacción de necesidades, sino también de realización individual donde los individuos despliegan estrategias de resistencia a las cada vez mayores formas de exclusión social”* (Encuesta de consumo cultural, 2004-2005, p.10).

Además, es posible apreciar que la ciudadanía tiene más acceso a una oferta cultural gratuita o de menor costo, las que se presentan en diversas instancias, unas más promocionadas que otras, tales como: el teatro callejero, recitales gratuitos en parques de la capital, teatro a mil, jueves populares, etc.

En cuanto a las disposiciones culturales, es importante tener en cuenta la existencia de ciertas brechas entre los jóvenes. Dichas brechas tienen relación con las tradiciones locales, cúmulos de información poseída, e historia personal de cada sujeto, además de otros factores que posteriormente se expondrán. Bourdieu plantea claramente esta idea: *“existe una relación entre las prácticas comerciales de los sujetos y sus disposiciones incorporadas que condicionan sus preferencias y a la vez conllevan a que éstas últimas cambien, según el tipo de capital que el sujeto posea y la forma como lo distribuya tanto en*

su subjetividad como en su relación con otros” (Bourdieu. 1988,p. 15). En esta cita, el autor se refiere con el término “prácticas comerciales” al consumo de bienes culturales que el sujeto realiza y el capital cultural que el sujeto posea.

Desde la perspectiva sociológica, se revisaron y describieron de forma sintética, los planteamientos de autores que se interesan por el ámbito socio-cultural y por la influencia que ejerce en las prácticas de los sujetos. Considerando que esta investigación se enmarca dentro de lo que es el análisis cualitativo, la configuración de un esquema teórico se hizo desde la conceptualización del elemento central de este proyecto, es decir, la idea de *comprender el consumo cultura desde el proyecto de vida de los jóvenes*.

1.1.1 Estudios de consumo Cultural en Chile.

Los estudios de consumo cultural en nuestro país se remontan a la década de los ochenta. Investigaciones relacionadas a la producción, mediación y recepción de bienes y servicios culturales en Chile tuvieron una importante relevancia. Los estudios que realizó el Centro de Indagación y Expresión Cultural Artística (CENECA, 1987) permitieron recoger los primeros diagnósticos sobre las transformaciones artísticas y culturales que estaban sucediendo en Chile bajo la dictadura militar.

Gran parte de los estudios se referían a la televisión y su contexto de producción y recepción (CENECA, 1987; Fuenzalida, 1983; Fuenzalida y Hermosilla, 1989). En sus indagaciones demostraron cómo los medios de comunicación se configuraban como un espacio preferido para la difusión y mediación cultural.

En las postrimerías de la dictadura, la investigación sobre el campo cultural tendió a concentrarse en los estudios sobre consumo cultural y, minoritariamente en los medios de comunicación (Catalán y Sunkel, 1990; Catalán y Sunkel, 1992; Fuenzalida, 1997; Santa Cruz, 1997).

Estos estudios, que se sustentaron en CENECA, otorgaron nuevos antecedentes descriptivos en los niveles de acceso y frecuencia cultural que realizaban los Chilenos durante los inicios de los noventa donde el contexto social estaba protagonizado por el retorno a la democracia, permitieron diseñar las primeras políticas gubernamentales de carácter cultural y educativa, como también políticas relativas al uso de los medios de comunicación públicos (Bonadies *et al*, 1996).

A principios de la década, los estudios cobraban una importancia mayor. El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo publicó su Informe de Desarrollo Humano titulado “*Nosotros los Chilenos: Un desafío cultural*” (2002). En este estudio se realizó la primera encuesta sistemática sobre las prácticas de consumo cultural a nivel nacional de los chilenos y se proporcionaron los primeros análisis sobre la relación entre consumo cultural y sociedad (PNUD, 2002). Este estudio expuso datos bastante relevantes tales como: “*entre quienes efectúan algún consumo cultural, un 40% siente que esas actividades le ayudan a desarrollarse como persona; un 27% a ampliar sus temas de conversación; y un 29%, a conocer otras maneras de vivir y pensar*” (PNUD,2002, p. 170-171).

En cambio, los que consumen menos bienes culturales son, al mismo tiempo, personas que poseen una actitud privativa, pesimista y desconfiada. De la misma forma, el mayor consumo y participación cultural se liga, según los resultados de los investigadores, en cualquier escala de ingreso y situación económica: “*a una mayor actitud cívica de valoración de la diversidad y a una mayor disposición hacia la tolerancia y la no discriminación*” (PNUD, 2002, p. 171).

Posteriormente, con la creación del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA) en el año 2003, se realizó un diagnóstico general sobre los niveles de consumo cultural de la población nacional y más tarde en el año 2005, la primera encuesta nacional específica sobre consumo cultural. Los resultados (Catalán y Torche, 2005) lograron establecer datos más exactos sobre los niveles de consumo cultural de los chilenos, y expusieron la gran desigualdad que existía entre ellos en su acceso al consumo cultural.

En el mismo contexto con los estudios históricos e internacionales (Rey, 2008; Sunkel, 2006; Torche, 2007), se determinó que los niveles de acceso a prácticas artísticas culturales tales como: la danza, música, artes visuales y literatura entre otras, dependía significativamente de los niveles de educación, ingreso y rango etario de la persona.

Este testimonio, sirvió como dispositivo para desarrollar políticas públicas culturales que se insertaron en un *modelo de democratización* –inspiradas en la “*formación de públicos*” y/o el “*desarrollo de audiencias*”- con la suscitación de generar mayor acceso por parte de la población a la cultura (Antoine, 2009).

Uno de los últimos sondeos realizados por el Consejo Nacional de las Artes y la Cultura fue realizado en el 2011 y para fines de esta investigación es relevante la información que se obtuvo. A continuación se presentan los datos más relevantes según los sectores artísticos culturales que clasificó el CNCA. El agrupamiento etario de la encuesta se realizó en cuatro tramos entre 15 -29, 30- 44, 45 -59, 60 años y más.

Según datos de la Encuesta CNCA 2011, el segmento juvenil es el principal asistente a espectáculos culturales, se observó que los jóvenes asisten en su gran mayoría al cine y conciertos (con un 53,6% y un 47,3% respectivamente) y los porcentajes más bajos de asistencia es para la danza y el teatro (con un 27,5% y 24,4%). No existe una diferencia significativa con los datos obtenidos en la Encuesta CNCA realizada en el 2004.

En cuanto al consumo de medios de comunicación, se distingue que los jóvenes son los mayores consumidores, el 98,8 % de los jóvenes ve televisión (aunque en este ítem el tramo que más consume televisión es entre 30 a 44 años), el 87% de los jóvenes escucha radio en su gran mayoría con fines musicales e informativos y un 86.9 % expresa conectarse a Internet frecuentemente y las funciones que más utilizan son las de comunicarse, bajar información y bajar música.

Se presentan diferencias con la encuesta CNCA 2004 puesto que, se distingue una gran diferencia en el ítem de la conexión de Internet ya que un 68,5% de los jóvenes expresaban usaban este medio de comunicación y en la actualidad aumentó un 19% la conectividad de Internet entre los jóvenes.

En el ítem de la lectura se puede apreciar que, el 69% de los jóvenes lee diarios, (es decir una lectura informativa) en este ítem los jóvenes se encuentran en un tercer lugar donde preferentemente leen la sección deportiva, el 52,6% de los jóvenes lee revistas, preferentemente de variedades y deportes seguida por los libros con un 48,4% en donde las preferencias son las novelas y las historias- biografías. En estos dos últimos ítems los jóvenes son lo que más consumen.

Existen diferencias significativas entre los datos de la encuesta CNCA 2004 y la CNCA 2011 debido que, aumentó la lectura en todos los ítems. En la sección consumo de diarios aumentaron un 11% los jóvenes que afirman leer este tipo de medio informativo. En revistas un 16% y en libros es menos significativo el aumento con un 3%.

Finalmente en cuanto al consumo doméstico, se puede apreciar que los jóvenes son los principales consumidores en este ítem entre todos los segmentos etarios. EL 97% de los

jóvenes escucha música habitualmente, siendo sus preferencias principales el rock, el reggeton y la música melódica. El 89,1% ve películas en DVD o videos.

En comparación a la encuesta de la CNCA 2004 sólo existen diferencias significativas en el consumo de películas y DVD ya que aumentó un 19% el consumo en este ítem. Estos datos sirven como precedente para la investigación, sin embargo, cabe destacar que la utilización del VHS en la actualidad está casi obsoleta.

Los antecedentes mencionados son claves para el entramado de la presente investigación, debido a que presentan estadísticamente la situación actual de consumo cultural en el estrato juvenil.

1.2- Problematización.

El consumo cultural es un fenómeno que ha adquirido una gran relevancia de ser objeto de estudio, puesto que es un factor que determina e influye en las estructuras sociales (políticas, económicas, religión) de los jóvenes y para fines de este estudio se busca comprenderlo desde el proyecto de vida de este segmento.

Situándose en el contexto Chileno, la educación históricamente ha sido un factor diferenciador y excluyente en nuestra sociedad, que se caracteriza por una fuerte concentración de capital simbólico. Como expresa Brunner (2005), sólo en la década del 30, la población urbana (con su incipiente cultura de masas) superó a la población rural, con su cultura tradicional-comunitaria; la inclusión en el capital cultural más elemental (lectura y escritura) alcanzó el umbral del 75% de la población mayor de 7 años recién el año 1952; la cobertura de educación básica arribó a dicho umbral en 1957; en el caso de la educación secundaria el mismo umbral sólo se logró a fines de los años 80, mientras que la educación superior permaneció como un sistema de acceso restringido hasta el año 2000, en que por primera vez uno de cada cuatro jóvenes de 18 a 24 años de edad aparece matriculado en un curso de enseñanza terciaria.

Algo similar ocurre con la participación en el consumo de los bienes culturales básicos: lectura de diarios, revistas y libros; asistencia al cine y el teatro, y la participación en eventos propios de una cultura de masas. También en estos casos, el acceso estuvo restringido por largo tiempo por parte de los grupos que controlaban los códigos de la cultura moderna y los medios de recepción. Excluyendo por tanto a sujetos analfabetos, escasamente escolarizados y de bajos ingresos.

En este sentido, en casi todos los frentes de la cultura, la sociedad chilena estuvo caracterizada (hasta bien avanzado el siglo XX) por formas excluyentes de distribución de los capitales simbólicos. Predominaban las modalidades estamentales, aristocratizantes y elitistas de participación en la cultura, otorgándole a ésta su tono inconfundiblemente clasista y patrimonial.

Según el informe de desarrollo humano en Chile el (PNUD, 2002) el país está experimentando en las últimas décadas un acelerado proceso de cambio cultural, y esto afecta directamente al segmento juvenil. La masificación de nuevas tecnologías tales como: el Internet (redes sociales, plataformas audiovisuales), nuevos dispositivos de comunicación (Smartphones, skipe, I-pads) y otras formas de consumo; redefinen los valores y símbolos tradicionales en las familias, personas y grupos, modificando el modo en que se comunican y relacionan tornándolo más individualista.

Estas nuevas formas de consumo afectan la percepción de los jóvenes a nivel personal. Según datos del Instituto Nacional de la Juventud (INJUV), demuestran que las y los jóvenes confían más en su propio esfuerzo y autodeterminación que en aspectos externos, tales como: los padres, los familiares, los pares u otros referentes de la comunidad, lo que se encuentra estrechamente vinculado con los procesos de individuación que experimenta la sociedad chilena. Este antecedente influye en intentar comprender el consumo cultural de los jóvenes desde el proyecto de vida que poseen.

La problemáticas e incertidumbres que se distinguen en el presente estudio son las siguientes:

- A. El tipo de consumo cultural que realizan los jóvenes universitarios no sólo se basa en patrones de estratificación social anclados a una herencia de su clase de origen, sino más bien a proyectos de vida personales.
- B. El cambio cultural existente ha incidido en que las sociedades actuales han promovido los modelos de estado de bienestar. Las condiciones de clases y status ya no explican del todo los patrones de consumo cultural o la formación de proyectos de vida personales.
- C. Los procesos de modernización han promovido cambios en la movilidad social: la extensión de la educación en la población, el modelo económico que rige nuestra sociedad y la extensión de la duración de la vida. Han repercutido en una des-tradicionalización del funcionamiento de las clases sociales, y con ello se activa un fuerte proceso de individualización entre los jóvenes. Las consecuencias de estos

cambios impactan especialmente a los jóvenes, quienes viven con intensidad los procesos de construcción de los proyectos que poseen.

Finalmente todos estas problemáticas guardan relación con la comprensión del consumo cultural juvenil. Esta idea se sustenta en el hecho que somos parte de una sociedad que construye y ha construido una cierta cultura, por lo que suponemos que compartimos ciertas ideas y conceptos de lo que somos y lo que hacemos. Por otra parte existen diferencias que nos unen a unos sujetos y nos alejan de otro, lo que se traduce en el capital cultural que poseemos.

1.3. Justificación.

Este estudio tiene como justificación comprender el consumo cultural de los jóvenes universitarios de la UCSH desde su proyecto de vida, abordando un tema que en la actualidad posee una gran relevancia. Esto se puede constatar mediante estudios realizados por parte del gobierno y de entidades estatales dónde se puede dar cuenta de cómo el consumo cultural incide en diversos ámbitos que influyen en las proyecciones futuras de un joven.

La importancia de este tema, radica en que el consumo cultural se va adquiriendo a través de diversos factores sociales y para fines de esta investigación el factor universitario es clave, puesto que genera una diferencia cultural entre el segmento juvenil. La educación es un elemento esencial del desarrollo cultural. Las instituciones educativas no sólo forman parte de las consideradas instituciones dominantes que contribuye en la adquisición y desarrollo de las identidades sociales, sino también sus organizaciones instituidas (escuelas, universidades) son los espacios apropiados para la creación, desarrollo y difusión del conocimiento.

Los actores sociales son quienes ponen en acción los mecanismos que permiten la construcción de esos espacios sociales. Los jóvenes son parte del entramado social y, como colectivo sociogeneracional, presenta sus peculiaridades. Por consiguiente, los consumos culturales de los jóvenes constituyen el conjunto de elementos y prácticas socioculturales de las cuales se van apropiando a partir de su valor simbólico, más que de su valor de uso. Estos consumos determinan modos de acción y afectan la identidad social al tiempo que actúan como elementos de distinción.

Se tomaron antecedentes teóricos e investigaciones realizadas por entidades que han indagado este fenómeno concluyendo en interesantes y significativas relaciones entre ambos tópicos. Por otra parte, los estudios existentes fundamentalmente tienen una perspectiva cuantitativa por lo que es interesante entregar un enfoque cualitativo y que se articule con el proyecto de vida juvenil.

Por tanto, es importante recoger las experiencias culturales que tienen los jóvenes, de que forma la eligen y que factores inciden en la elección de éstas, tomando en cuenta el capital cultural que disponen obtenido desde la familia, el colegio, la universidad etc.

Tal como expresa Klaudio Duarte (2007), *“para capturar la complejidad de las juventudes en nuestras sociedades, es vital la realización cada vez más profunda y precisa de este ejercicio de mirar caleidoscópicamente sus mundos, sus vidas, sus sueños”* (Duarte, 2007, p.6).

Particularmente esta investigación puede ser atractiva para todos aquellos que trabajen en políticas culturales para la juventud o el fomento del consumo de bienes culturales tales como: casas de la juventud, casas de la cultura, colectivos culturales, Universidades o empresas que trabajen en el rubro cultural (cine- teatro- productoras musicales).

La información obtenida a partir de la presente tesis aportará datos significativos que constituirán un gran avance para la comprensión del fenómeno del consumo cultural y para la sociología de la juventud.

1.4. Relevancia sociológica.

Las transformaciones de la sociedad y de los modelos económicos en los últimos treinta años han socavado la legitimidad de las nociones tradicionales centradas en una matriz política- económica. En este contexto social se recurre a la dimensión cultural como una respuesta a interrogantes que emergen en el seno de nuestra sociedad chilena.

La preocupación por los estudios culturales es un tema común para gran parte de las ciencias sociales contemporáneas; toda la teoría de los nuevos movimientos sociales, desarrollada en Europa, hace referencia a la cultura como un factor preponderante en la explicación de fenómenos de orden social. En nuestro continente también ha existido una preocupación por el aspecto cultural de nuestras sociedades, que se manifiesta desde el ámbito intelectual a través de teorías, pasando por estudios comunicacionales, hasta llegar a estudios sobre la recepción y el consumo cultural de los años ochenta en adelante. (Rios, 2002).

Hace casi dos décadas atrás, en su introducción al libro *El consumo cultural en México*, Nestor García Canclini se hacía la siguiente interrogante:

“¿Por qué el consumo cultural es uno de los temas menos estudiados en México y en América Latina? Su lugar casi vacío en la vasta bibliografía existente sobre arte, literatura, comunicación y culturas populares parece indicar que una de las cuestiones que menos interesa es conocer que les pasa a los públicos, los receptores, las audiencias. Ni siquiera está claro cómo sería mejor denominar a quienes son los destinatarios de la producción y comunicación de cultura. Dado que los pocos ensayos disponibles sobre el tema suelen limitarse a aproximaciones intuitivas, carecemos de los datos básicos y la reflexión teórica sobre quienes asisten o no a los espectáculos, quienes se quedan en su casa a ver televisión, que ven, escuchan o leen, y cómo relacionan esos bienes culturales con su vida cotidiana” (García Canclini,1993).

En los últimos años la situación ha variado significativamente. En varios países de la región se cuenta con datos sobre quienes asisten o no a los espectáculos, quienes se quedan en casa a ver televisión, que ven, escuchan o leen. Adicionalmente se ha generado una reflexión teórica respecto a los modos en que los públicos ven, escuchan y leen, respecto a los usos que le dan a los bienes culturales y a las maneras en que ellos relacionan esos bienes con su vida cotidiana.

Investigadores en diversos países de la región han contribuido a darle al tema del consumo cultural una gran relevancia en la agenda de los estudios culturales latinoamericanos. Los estudios culturales latinoamericanos tienen una trayectoria en donde convergen temas que se engarzan con las humanidades, de la comunicación, la sociología y la antropología. Sunkel (2006) identifican dos ejes fundamentales que permiten entender el panorama actual de la investigación de la cultura.

a) El traslado desde el mensaje como estructura ideológica a la recepción crítica, la cual pone énfasis en las capacidades de las audiencias y receptores para tomar distancia y reinterpretar el sentido de los bienes y prácticas culturales, evitando la existencia de un discurso único y hegemónico.

b) El trayecto desde el estudio de las culturas populares hacia las investigaciones sobre el consumo cultural, que reconoce que el espacio de lo popular puede efectivamente tener una especificidad identitaria y que se construye –entre otros elementos– a través del consumo.

La investigación en el ámbito cultural, a fines de los años ochenta en adelante, asume un desafío metodológico y teórico que implica el estudio del dentro consumo cultural y en los análisis se enfatizan la importancia de los procesos de significación que tienen lugar dentro de los grupos sociales respecto a la apropiación y uso de los bienes simbólicos. Con lo cual el público surge como sujeto social y el consumo como la forma en que este público se relaciona con la producción simbólica.

En relación a lo que expresa Carlos Catalán (2005). En un sentido más específico, el consumo cultural se entiende como la apropiación de bienes y servicios simbólicos y creativos, en especial con lo que dice relación con los sistemas especializados de arte, que implican formas de acceso, apropiación y uso de gran riqueza y complejidad simbólica. Esta afirmación, constata la importancia que adquiere en nuestra sociedad la lógica del mercado, determinando el acceso y la satisfacción tanto de las necesidades de orden material como las que provienen desde un carácter simbólico. Bauman (2000) y Sennet (2000), han concluido que esta situación implica el desplazamiento en los canales de integración y participación social, desde una ética del trabajo hacia una estética del consumo.

Los procesos de apropiación y resignificación de los bienes simbólicos implican la consideración del consumo como una práctica activa en la construcción de identidades y la conformación de comunidades. Y por consiguiente contiene elementos tanto de reproducción del orden social como de resistencia y negociación con el mismo. En este sentido, y según Martín-Barbero: *“El consumo no es solo reproducción de fuerzas sino también 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 (...)”*

donde cobran importancia “las luchas contra las formas de poder que atraviesan (...) la vida cotidiana y las luchas por la apropiación de bienes y servicios” (Martín-Barbero, 1987, p. 231).

Este estudio contemplo jóvenes universitarios, puesto que este segmento nos da el pulso de cómo la sociedad actual consume cultura y en la investigación se ahondó en las distintas prácticas culturales que ellos realizan y las percepciones que expresan en la relación a su proyecto de vida. La potencialidad del dato etario y el grado académico son ejes importantes para acotar la investigación y abre la posibilidad de constatar la importancia del acceso a la cultura, puesto que este elemento puede tener importantes incidencias y entregar valiosas herramientas a los sujetos en su proyecto de vida.

En este sentido, en el consumo cultural de los jóvenes se pueden apreciar factores tales como: poder adquisitivo, capital cultural y status social debido a que el escenario en que se generan tales procesos, es la segmentación jerárquica de las formas de apropiación y uso de los bienes culturales.

En las investigaciones de consumo cultural realizadas por el Consejo Nacional de la Cultura y en el Anuario de cultura y tiempo libre realizado por el INE (2011) los jóvenes son el principal segmento en los indicadores de consumo cultural, ya que son los que tienen más participación en experiencias culturales.

En consecuencia, observar detenidamente las lógicas y patrones del consumo cultural en los universitarios nos puede entregar importantes hallazgos que iluminen la relación de este tópico con el proyecto de vida que se proponen.

1.5. Pregunta de investigación

En síntesis a los antecedentes que se señalaron, se conduce a la siguiente pregunta de investigación.

¿Cómo se Comprende el consumo cultural de jóvenes entre 18 y 29 años de la Universidad Católica Silva Henríquez, desde sus proyectos de vida?

2. Objetivos

2.1. Objetivos generales.

- Comprender el consumo cultural de jóvenes entre 18 y 29 años de la UCSH, desde sus proyectos de vida.

2.2. Objetivos específicos.

- Describir el consumo cultural de jóvenes estudiantes de la UCSH.
- Identificar el proyecto de vida de jóvenes estudiantes de la UCSH participantes en el estudio.
- Relacionar el proyecto de vida de los estudiantes de la UCSH sobre su consumo cultural.

3.- Supuestos.

Dentro de los supuestos planteados en esta investigación se encuentran los siguientes.

- Los jóvenes en su cotidianeidad realizan prácticas culturales que corresponden a necesidades y gustos que ellos poseen. Estos se han forjado dependiendo del capital cultural que ellos posean.
- Los jóvenes poseen un proyecto de vida dado que, se encuentran en una instancia de vida crucial para poder lograr las metas, expectativas y motivaciones que tengan a futuro. Ellos, al ser parte de una entidad universitaria ya están delimitando su futuro laboral y personal.
- Los jóvenes universitarios al tener mayor nivel educacional, poseen mayor interés en el consumo cultural, ya que al pertenecer a una casa de estudios están en permanente roce con libros, espectáculos, talleres culturales etc.
- El capital cultural heredado de los jóvenes no es el único factor preponderante en su consumo cultural, sino que, el proyecto de vida tiene una relación significativa en las opciones que eligen los jóvenes al momento de realizar esta práctica, modificando su habitus.

Capítulo II

Marco teórico.

Esta investigación tiene como propósito aportar a la comprensión del consumo cultural desde el proyecto de vida de los jóvenes. De este modo, contribuye a la sociología de la juventud y la cultura. Los aportes teóricos a continuación permiten comprender el tema de investigación.

De esta forma, el marco teórico que aquí se presenta da cuenta de los siguientes apartados; el primero es la definición del concepto juventud tomando en cuenta los planteamientos de Mario Sandoval, Klaudio Duarte y Carles Feixa principalmente.

Un segundo apartado aborda los jóvenes universitarios chilenos, ya que la investigación toma específicamente a este grupo de jóvenes como objeto de investigación, lo que contribuirá a un mejor entendimiento de este sector de la sociedad y los procesos históricos y contextuales que han desarrollado en los últimos años.

El consumo cultural de los jóvenes es el tercer gran tema, ya que aborda estos conceptos desde Pierre Bourdieu y Nestor Garcia Canclini. En el mismo ítem se indaga el concepto de capital cultural el cual es fundamental para comprender los recursos simbólicos, sociales y económicos de los entrevistados.

El proyecto de vida constituye el cuarto tema el que se explicó a través del mundo de la vida basándose en autores tales como: Raúl Atria, Alfred Schutz, Jurgen Habermas y Mario Sandoval. En el mismo ítem se indaga el concepto Habitus, elemento que determina el accionar en el mundo social de los jóvenes

El desarrollo de estos conceptos corresponde a las temáticas que aborda la presente investigación y se toman en consideración para llegar a la comprensión del fenómeno a investigar UCSH.

1. Juventud

La juventud es un concepto que se ha abordado desde diversas perspectivas y enfoques, los que se han construido al alero del contexto social que los ha cobijado. De esta forma se puede dar cuenta de una relación dialéctica entre los imaginarios sociales que giran en torno a la construcción de la juventud y los enfoques desde donde se la ha mirado, en el sentido de plantear que estos últimos han nacido desde contextos y predisposiciones socio-culturales determinadas, al mismo tiempo que han surgido visiones, imágenes y normas sobre la misma producción de la juventud.

En virtud de ello, las miradas y enfoques teóricos se encuentran relacionados, influyéndose permanentemente y mutuamente. De este modo, tanto enfoques como imaginarios insertos en espacios socioculturales específicos no sólo se desarrollan manteniendo un impacto en la interpretación y lectura de la juventud, sino que en la medida que se han influido permanentemente la han construido y modelado generando representaciones sociales que conllevan a normas implícitas, valoraciones, entre otros, que producen la juventud.

1.1. Juventud como etapa de preparación para la adultez.

Una de las tendencias más conocidas para abordar la juventud, es comprendiendo que corresponde a una etapa de la vida. Según Duarte, la definición de juventud *“tiene al menos dos acepciones, por una parte sería una etapa distinguible de otras que se viven en el ciclo de vida humana, como la infancia, la adultez, la vejez; y por otra, es planteada como una etapa de preparación de las y los individuos para ingresar al mundo adulto”* (Duarte,2002,p.2).

De esta forma, es como tradicionalmente se la ha identificado como un período de transición entre la niñez y la adultez, es decir como un proceso de transformación, en que los niños y niñas se van convirtiendo en personas adultas, lo que conlleva una serie de procesos tanto biológicos como sociales. *“Desde un punto de vista bio-psicosocial, el inicio de la juventud se relaciona con la pubertad y la adolescencia, con todos los cambios psicológicos y hormonales que este proceso conlleva, como la identificación sexual, el desarrollo de las características sexuales primarias y secundarias, la búsqueda de autonomía e independencia, el cambio de importancia en los grupos de referencia y el diseño de proyectos personales de vida”* (Hopenhayn, 2004,p. 16).

Es importante distinguir que en la modernidad la juventud está asociada a un proceso de moratoria social, comprendiendo este concepto como *“un periodo de la vida posterior a la madurez fisiológica, en el cual los sujetos todavía no han asumido roles que normalmente se confían a los adultos en sociedad”* (Weinstein, 1983, p.27).

De esta manera, lo que las sociedades tradicionales se comprendían como un rito de paso de la niñez a la adultez, en el momento en que las niñas estaban preparadas para cumplir funciones reproductivas y los niños estaban dispuestos y preparados para cumplir labores productivas debido principalmente a procesos biológicos – la menstruación para las niñas y el desarrollo físico para los niños-, en la modernidad se comprende como un proceso de mayor tiempo que tiene otras implicancias, debido a que esta etapa está condicionada por la adquisición de facultades para valerse de esta manera autónoma en la vida adulta: por ejemplo, estudiar, adquirir capital social, económico, etc.

En este sentido, Bourdieu (1990) plantea que la juventud no sería más que una palabra, una creación social para definir un período etario que se debiera cumplir, en nuestra época, con ciertas expectativas, ya que los jóvenes no siempre han sido tratados como actores sociales en sí mismo. La juventud emerge como ‘un grupo de agentes’ posibles de analizar y tematizar, en el momento en que la mayoría tiene enseñanza y se enmarca, de esta forma, en un proceso de ‘moratoria de responsabilidades’ que en épocas anteriores no se daba. El joven vive así un estatuto temporal en que *“no es niño, ni adulto”* (Bourdieu, 1990,p.163).

Sumando a lo anterior, la juventud emerge en la modernidad cuando se genera un espacio etario de preparación, de formación y de acomodación al modelo impuesto socialmente por el mundo adulto. De alguna manera este proceso resulta necesario para los modelos sociales occidentales y capitalistas, donde la adultez es vista como etapa productiva que necesita de agentes con mayor especialización y educación para ser funcionales al sistema. Ciertamente esta inserción a la educación se realiza de manera diferenciada teniendo una disímil integración al mundo laboral, donde algunos jóvenes ocuparán posiciones más privilegiadas mientras que otros se posicionarán desventajosamente.

Desde esta perspectiva, la juventud es un período de preparación, donde los sujetos en cierto sentido son valorados socialmente como, carentes de determinadas características y, por este motivo, necesitan pasar por un proceso de formación y de “responsabilización” para cumplir a cabalidad con las exigencias de la vida adulta.

Desde el enfoque de Mario Sandoval (2002) se establece una categorización para comprender a juventud, las categorías son las siguientes:

1.2 Juventud Como categoría etaria.

La perspectiva social demográfica coloca el énfasis en la condición etaria, donde se difunde la existencia de una juventud estándar que configura esta visión de mundo de sentido común. En Chile la población juvenil está determinada bajo los términos del Instituto Nacional de la Juventud (INJUV). El rango etario establecido por INJUV es entre los 15 y 29 años de edad.

Según datos de la CELADE (2007) la población chilena actual es de 16.603.827 personas, de las que 4.090.425 son jóvenes de 15 a 29 años de edad. Esta cantidad de jóvenes representa el 24,6% del total. En la actualidad el peso demográfico relativo de la población joven aumentó en comparación al 2002, donde era de 24,2%, pero se produce de forma muy lenta en comparación al año 1990, donde los y las jóvenes representaban el 28,4% del total de la población nacional (INJUV, 2010).

1.3. Juventud Como etapa de maduración.

Perspectiva que coloca énfasis en los procesos ligados a los cambios fisiológicos y psicológicos que influyen en la forma de ser joven. Esta forma se caracteriza bajo las áreas de la afectividad, sexualidad, social, intelectual y físico-motora que forman parte de la identidad juvenil.

1. Área sexual: Desarrollo en los impulsos sexuales junto con roles sexuales.
2. Área de la afectividad: Los jóvenes comienzan a desarrollar capacidad de tolerar la frustración, en este proceso se adquiere madurez emocional, autocontrol, etc.
3. Área social: El sujeto adquiere destrezas sociales como una forma de realizar un entrenamiento útil para el futuro accionar como adulto. En este espacio juega un rol fundamental el grupo de pares como espacio de referencia.
4. Área intelectual: En esta etapa el pensamiento debería estar en su punto álgido, en cuanto a la capacidad de razonar en forma abstracta (discernir entre lo real y lo imaginario).
5. Área físico-motora: En este periodo de cambios biológicos importantes es importante desarrollar ejercicios físicos y prácticas deportivas.

1.4. Juventud como subcultura.

La juventud vista como un conjunto social re-significa a su manera la cultura establecida por la sociedad mayor, ya que es portadora de un conjunto de formas de ver, sentir, pensar guiando su conducta y diferenciándola de otros grupos sociales. Desde esta perspectiva, sería posible hablar de una subcultura juvenil, como parte de una cultura mayor de las clases subordinadas. Klaudio Duarte expresa que es posible ver a este grupo juvenil como *“las distintas expresiones de agrupaciones o asociaciones juveniles, que se reúnen en tanto motivaciones propias (explícitas o no) y que poseen una característica generacional, en tanto sus integrantes tienen edades y prácticas comunes”* (Duarte, 1999, p.19).

Las subculturas para M. Sandoval (2000) son *“el subconjunto de elementos culturales tanto materiales como no materiales, elaborados o utilizados por un determinado sector o segmento de una sociedad o colectividad”* (Sandoval, 2002, p.186).

Ambos autores, hacen referencia al término juventud como subcultura o grupo, ya que están determinados por la generación. Si bien Duarte dice que este grupo social es poseedor de determinadas características propias de su generación, Sandoval por su parte, ahonda más en el tema, y señala que *“el periodo juvenil asume características diferentes según la época en que se viva, por lo tanto (...) surge el concepto de “generación”, es decir, el conjunto de marcas, símbolos, ideas, aspiraciones, objetivos y sentidos que caracterizan a la juventud de una determinada época”* (Sandoval, 2002, p.123).

1.5 Concepto de juventud para fines de esta tesis.

El concepto de juventud se basa en lo señalado por los siguientes autores, que expresan la posibilidad de concebir la juventud como *“un sector social que presenta experiencias de la vida heterogéneas, con capacidades y potencialidades, como un grupo social que busca permanentemente la innovación y el cambio”* (Duarte, 1999, p.19), el autor ve en esta definición la misma problemática que plantea M. Sandoval (2002) de la forma en cómo se entenderá la juventud, si desde lo etario, lo psico- biológico o lo cultural, por esto señala también que las categorías planteadas por Sandoval *“son referentes analíticos y no matrices epistemológicos para el acercamiento sociológico a lo juvenil”* (Sandoval,2002:19).

Carles Feixa (1990), plantea a esta problemática que *“aunque el proceso de convertirse en joven tiene una base ideológica, lo importante es la percepción social de estos cambios y sus repercusiones para la comunidad: no en todos los sitios significa lo mismo que a las muchachas les crezcan los pechos y a los muchachos el bigote. La percepción social está fuertemente marcada por la estructura social en su conjunto, es decir, de las formas de*

subsistencias, las instituciones políticas y las cosmovisiones ideológicas que predominan en cada tipo de sociedad” (Feixa, 1998, p.18).

En este sentido cuando Bourdieu expresa que “La juventud no es más que una palabra” se debe a que en el actual contexto social el joven se encuentra en una espera para asumir roles a futuro. Es oportuno establecer, que la construcción del término juventud, estará en completa relación con la perspectiva teórica a la cual se adhiera, o más bien a la categoría desde la cual se está entendiendo a la juventud, de este modo se puede ver que la juventud como una categoría etaria es lo que más predomina hoy en día, al momento de comenzar los estudios y de emprender una definición de lo juvenil, ante esto se encuentran las definiciones que poseen la Organización de Naciones Unidas (ONU) y el Instituto Nacional de la Juventud (INJUV) plantea que la juventud corresponde a personas entre 15 y 29 años de edad.

De esta manera, la concepción del término juventud, más que llevarse a cabo como una definición de concepción universal, para fines de la presente investigación se entenderá como sector que posee ciertas características psico- biológicas determinadas, el rango etario se verá influido por el factor universitario de los jóvenes entrevistados. El cuál muchas fluctúa entre los 18 y 29 años de edad.

Finalmente comprensión del término juventud es una problemática que se ha dado en todo el mundo, bajo diversos paradigmas epistemológicos y diversas posturas políticas, y Chile no queda exento de posturas sobre lo juvenil en su historia.

2. Los jóvenes universitarios chilenos.

Ser joven y estudiante universitario en Chile es poseer un capital social importante en nuestra sociedad actual, ya que este status genera una apertura en la movilidad social e intelectual. La juventud universitaria en nuestro país ha tenido una gran relevancia, ya que desde sus inicios ha sido percibido por la sociedad, como un segmento crecientes niveles de conciencia social; con posturas críticas y propositivas frente a diversas temáticas de interés nacional; con liderazgos múltiples y carismáticos; con discursos claros, responsables, concretos y convocantes. Este grupo además posee una gran capacidad de movilización y de negociación con las autoridades. En otras palabras, son sujetos que construyen identidad juvenil desde su propia condición de jóvenes, y que a partir de su conciencia social se convierten en actores sociales que exigen ocupar un sector en la sociedad.

La sociedad de hoy está basada en un orden de relaciones diferentes; se establece como una sociedad de vínculos sociales, donde la estructuración social de la realidad está dada por

clases o estratos. Es esta estructuración la que determina diversos modos de acción individual: como ejemplo, un joven que toma la decisión de ir a la universidad, está supeditado además de un conjunto de factores sociales y económicos que inciden en el acceso a la educación superior ya que éste siempre ha sido un factor diferenciador.

“La división en clases que opera la ciencia conduce a la raíz común de las prácticas de los otros o de sus propias prácticas: el habitus es a la vez en efecto, el principio generador de prácticas objetivamente enclasables, y el sistema de enclavamiento de estas prácticas. Es la relación entre las dos capacidades que definen al habitus (...) donde se constituye el mundo social representado, esto es, el espacio de los estilos de vida” (Bourdieu, 2000, p. 169-170).

El acceso a la educación superior dispone al sujeto a un grupo más específico. Bourdieu expresa que *“el estilo de vida de una persona refleja su forma de vida y está determinada por todas las variables y elementos demográficos, económicos, culturales y sociales”* (Bourdieu, 2000, p. 170).

Pierre Bourdieu determinó los estilos de vida, por medio del nivel del capital cultural y del capital económico que poseen los sujetos, tomando en consideración tres capitales económicos (alto, medio, bajo) a partir de la renta y el patrimonio, y cuatro capitales culturales relacionados al aspecto educacional: educación primaria, secundaria, universitarios y postgrados.

2.1 Jóvenes universitarios actores sociales.

Se marca como un hito de iniciación de la juventud universitaria como actores sociales relevantes a partir de la creación de la Federación de estudiantes de la Universidad de Chile, fundada en 1906, esta organización es una de las primeras de su tipo en el continente. La FECH a lo largo de su existencia ha sido un actor más o menos relevante en la historia política social de Chile. Entre los hitos más importantes se destaca su participación en el derrocamiento de la dictadura de Carlos Ibañez del Campo, el proceso de reforma universitaria iniciado en la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso hacia 1967, las manifestaciones de oposición al dictadura militar de Augusto Pinochet, y las diversas movilizaciones estudiantiles ocurridas desde el retorno a la democracia en 1990.

Hasta el año 1973, comúnmente se hablaba de la relación existente entre la realidad política de la Universidad de Chile y la del resto del país. En efecto, se consideraba a la FECH como un verdadero barómetro de lo que sucedía en la sociedad de esa época.

Por ejemplo, en los años 60' y 70' se entendía como jóvenes casi exclusivamente al segmento universitario (Garretón, 1991). De este modo, cuando se hablaba de ellos inmediatamente se pensaba en dirigentes estudiantiles u organizaciones políticas de educación superior. Debido a ello, se entendía que los jóvenes formaban parte de una élite política dado que, identificarse con una tendencia o participar en un partido resultaba clave para la autoafirmación e integración del individuo (Garretón, 1991).

Si a lo anterior sumamos los acontecimientos históricos de la época (tales como el Mayo francés, la guerrilla en Bolivia o el proceso político que se vivió en Chile desde los años 60), resulta obvio que se conformó una imagen de juventud vinculada a los cambios sociales y fuertemente ligada a los modos de realización colectivo. De esta forma, la sociedad en general se identificaba a través de dos tipos de jóvenes: por un lado, una juventud revolucionaria, relacionada con los obreros y en constante búsqueda de cambios sociales; y otra juventud burguesa y despreocupada, que sólo buscaba divertirse en virtud de las ventajas que su posición económica les entregaba (Muñoz, 2004). Así, el joven debía estar preocupado sólo de hacer historia en aquellos cruciales momentos, creando una juventud que prácticamente eran adultos en formación, listos para apoyar el proceso revolucionario (Muñoz, 2004).

En los primeros años de la década del 70, muchos jóvenes(en su mayoría estudiantes universitarios) estuvieron comprometidos en la construcción del socialismo, entre 1974 a 1975, comenzaron a desarrollar acciones en conjunto en todos los ámbitos poblacionales, para combatir así la prohibición, el castigo, la represión y fomentar la democracia y la solidaridad, pero en este momento *“el papel social y político que debía jugar la juventud estuvo reducida a plano secundario”* (Sandoval, 2000, p.113). Posteriormente al Golpe de Estado en 1973, la visión social que se tenía de ellos cambió radicalmente. *“Si antes participar en política era percibido como algo positivo en lo cual la juventud ideal es: apolítica, buena, ordenada, no grita con soberbia su opinión, pues conoce sus limitaciones, que se contraponen a una juventud negativa que sería: politizada, minoritaria y antipatriota”* (Muñoz, 2004, p.80). Durante este periodo la sociedad se vio segregada, abruptamente en dos sectores; la izquierda y la derecha eran bastante notorias, en especial, en el ámbito juvenil, ya que la juventud de derecha *“calló, otorgó y colaboró con la dictadura”* (Sandoval, 2000, p.112), la juventud de izquierda, por su parte, *“arrancaron, se escondieron, trataron de proteger sus vidas, se clandestinizaron y sufrieron la tortura, la sospecha, la vigilancia, las expulsiones, la cárcel, la represión, el exilio.”* (Sandoval, 2000, p.112). Pasando este periodo, para un sector de la juventud, vuelve el periodo “de intento” por lo juvenil, a principio de los años 80, donde se dan las nuevas conformaciones de acciones juveniles, pero estas estaban exentas de la generación pasada, ya que *“el golpe militar de 1973 desencadenó un primer movimiento de repliegue”* (Salazar, 2002, p. 237), y

este repliegue llevó a la juventud a refugiarse en dos espacios: las parroquias populares y los políticos.

Estos refugios, en especial la Iglesia Católica, convirtieron a la juventud en actores que pensaban más en el presente que en el pasado; jóvenes más colectivos, artesanales y participativos, como cultura emergente que transformaba “*la memoria de la derrota en un poder interpretativo y expresivo capaz de alentar una nueva identidad generacional*” (Salazar, 2002, p. 237)

Por esto, las nuevas acciones juveniles, estaban conformadas por la generación de principios de los 80', estos jóvenes trataron de dar nuevos sentidos y estilos políticos a los ya establecidos, para enfrentar a la dictadura militar, pero esto no fue muy bien logrado. Los jóvenes de los años posteriores, se caracterizaron, por ser más activos, por medio de las protestas, su lucha y movilización, se basó “*desde la exclusión, desde la ausencia de un lugar social para los jóvenes. La acción de las protestas puede leerse con una voluntad de hacerse presente, de expresar una voluntad de ser socialmente reconocidos*” (Agurto, 1985, p.101). Entre los años 1983-1984 las movilizaciones tenían objetivos de conducción política hacia los jóvenes, que aún no se unían a las protestas, además de esto, los claros objetivos de reivindicar a la dictadura militar. La juventud de ese periodo ha sido caracterizada, como aquel sector, que luego de haber presentado un conjunto de instancias de reunión, se vieron coartados por una dictadura, que les cortó la vida, los segregó al individualismo y los mantuvo replegado en la inexistencia.

Con el plebiscito de 1988 se produce un momento de fuerte interés por la política debido al carácter histórico que presentaba esta elección como finalización de la lucha contra una dictadura (Bustos, 1997). Sin embargo, con el correr de los años la participación formal de los jóvenes irá permanentemente a la baja (Fernández, 2000).

Esta baja, que sigue su curso en los años 90 y en la presente década, se debe a un nuevo cambio en la identidad social de los jóvenes, de carácter anómico “*ya que el golpe militar de 1973 desencadenó un primer movimiento de repliegue*” (Salazar, 2002, p. 237). Se afirma que la cultura política juvenil, que en un primer momento estaba determinada por las luchas por la igualdad, la libertad y la independencia nacional cambia en tres grandes puntos durante la década mencionada (Garretón, 1991): primero, desaparece la aspiración del método revolucionario como valor en sí mismo; segundo, cada una de las luchas por la igualdad, la libertad y la independencia nacional, que antes se comprendían unidas (y que eran, para el autor, la base sobre la que se construía la cultura política juvenil), tienden a hacerse autónomas unas de otras y cada vez más técnicas y menos políticas, y tercero, se configura otro motor de la acción colectiva: la autorrealización o búsqueda de la felicidad.

Así, los jóvenes no sólo persiguen la felicidad en sus antiguas luchas, sino que buscan ser alguien, tanto colectiva como individualmente. Como expresa Salazar “*el nuevo actor juvenil se presenta como una masa anónima, pero con alto nivel educacional; con pocos líderes nacionales, pero muchos monitores locales, (...) y con ninguna ideología general reconocida pero potentes expresiones culturales*” (Salazar, 2002, p.234).

Esto se debe a que ya no hay un enemigo institucionalizado (dictadura militar), esto es, por la llegada de la democracia al país, con el gobierno de la concertación y la salida, por tanto, de Pinochet, se pierde el enemigo y ya no hay por quien pelear. Además de esto, se pierde la confianza en los partidos políticos, lo que lleva a un desinterés por organizarse, por tanto, tampoco hay una sociedad a la cual integrarse. Lo único que mueve a estos jóvenes es la generación de sus espacios propios de participación. Este nuevo tipo de jóvenes no se asocia con otros, a menos que sea de manera espontánea, y esta espontaneidad se da en un marco de referencia marcada.

Los jóvenes universitarios pertenecientes a las generaciones de los 80`y 90`debieron enfrentar un gran desafío, “*convertir la derrota en un horizonte cultural de esperanza y este horizonte en un proyecto de sociedad*” (Duarte, 2000, p. 234). Como se expresó anteriormente en la década del 80` la juventud podía ser entendida como un “actor social protagonista de un proceso de cambio” (Sandoval, 2000, p.52). Pero este actor, en su intento por ser joven, sólo quedó ahí, en el intento, esto se debió básicamente a la fragmentación “*sujetos parciales*” (Sandoval, 2000, p.153), por medio del castigo y la exclusión que padecieron. Otro factor sustancial fue la ausencia de referentes histórica que guiaran su intento (debido a la ausencia de relaciones) y la falta de espacio funcional/institucional para reivindicarse como actores sociales, estas causas, presentadas por Mario Sandoval (2002) son las causantes del desinterés político y social de los jóvenes de esa época

Debido a estos precedentes en la actualidad al parecer, se ha pasado de un modelo cultural basado en la razón social, comprendida como la legitimación de aquello útil para la colectividad, a una fundada en la autorrealización autónoma, la cual legitima lo que el individuo (en este caso, el joven) considera útil para su desarrollo personal (Sandoval, 2000).

Lo colectivo pasa a ser, de esta forma, un espacio que permite ante todo representar la dimensión subjetiva de la propia individualidad (Jara, 1999), conformándose cada vez más como un medio y menos como un fin. De ese modo, en la actual cultura política juvenil los procesos institucionales pierden sentido y se construye una visión negativa acerca de la labor de los partidos políticos, lo que configura una baja participación política de los jóvenes, la cual, a juicio de Bustos (1997), se fundamenta en una desconfianza en los

partidos y en los políticos por este motivo no se logran canalizar y representar los intereses de la juventud. Y una elitización de los mismos, que exigen, a su vez, la institucionalización de las juventudes políticas organizadas.

Patricio Bustos (1997), expresa que la política deja de ser la actividad que abogaba y trabajaba por las tensiones sociales, debido a tres factores muy importantes: Cambia el rol histórico del Estado, pasando del rol benefactor-empresarial a ser un estado subsidiario; las campañas de desprestigio de la política en la dictadura militar; y las transformaciones institucionales nacidas al adoptarse el sistema económico de mercado.

2.2 Juventud universitaria actual.

En la actualidad, según los datos de la VI Encuesta Nacional de la Juventud, un 22,8% de la actual población juvenil está cursando o cursó estudios universitarios y un 12,1%, está en la enseñanza técnica superior. Si estos datos se desagregan según nivel socioeconómico, es posible observar que quienes provienen de los grupos de mayores ingresos alcanzan un nivel más alto de estudios, mientras que quienes se ubican en los grupos más pobres tienen menor acceso a estudios superiores o a menos años de estudio. En la encuesta adicionalmente, se menciona que cerca del 40% de la juventud ha dejado los estudios por problemas o necesidades económicas personales o familiares.

Durante los últimos años debido a la situación expresada anteriormente, se ha apreciado un incipiente interés por parte de los jóvenes en las actuales problemáticas de este modelo capitalista que influye directamente en el acceso a la educación universitaria. Desde la revolución de los pingüinos articulada con jóvenes universitarios hasta las actuales protestas universitarias en las que participan diversas agrupaciones sindicales y diferentes sectores de la sociedad, se ha puesto en el juicio público gracias a la lucha universitaria y estudiantil problemas actuales tales como: el lucro en la educación, la cuestionada salud pública, la nacionalización del cobre, reforma tributaria y todo esto bajo el alero de una asamblea constituyente.

El origen de las problemáticas educacionales se inició con la reforma educacional en los años ochenta ya que, transformó profundamente la oferta de la Educación superior, con la creación de decenas de nuevas universidades de carácter privado. También se crearon Institutos Profesionales y Centros de Formación Técnica, como Sociedades Comerciales o Corporaciones y a su vez, disminuyó bruscamente el aporte del Estado, por lo que, el

autofinanciamiento por venta de servicios se transformó en el eje del nuevo sistema. Respecto a esta situación, algunos consejeros consideran que la educación superior, en su conjunto, se convirtió mayoritariamente en un centro generador de productos; y que las Universidades tradicionales, por su necesidad de autofinanciarse y competir en el mercado de la Educación Superior, perdieron la dedicación a lo que fuera su función y misión histórica.

Según lo que se expresa en el CAP (Consejo Asesor Presidencial de la Educación) El marco legal referido a la Educación Superior y sus definiciones, están contenidos en una veintena de leyes, dieciséis de las cuales fueron dictadas, entre los años 1980 y marzo de 1990, y ocho leyes de 1990 a la fecha. Las primeras se refieren a las transformaciones indicadas arriba. Las últimas ocho leyes, constituyen principalmente modificaciones de las primeras. La Ley Orgánica Constitucional de Enseñanza (LOCE) es una de las leyes que, dictada en marzo de 1990.

En la actualidad el sistema educacional se rige por la Ley General de la Educación (LGE), la cual se promulgó en Agosto del año 2009 respondiendo a las masivas manifestaciones escolares ocurridas en el año 2006, EL CAP propuso los estamentos de esta ley que reemplazó a la LOCE.

Existe una amplia gama de instituciones, y la inversión privada en instituciones universitarias se ha incrementado en los últimos años. El aumento de la cobertura ha permitido hasta ahora una mayor inclusión a la educación superior de sectores sociales históricamente excluidos, sin embargo esta inclusión es mediante un gran costo económico por parte de los estudiantes y este proceso seguirá expandiéndose si la sociedad civil, y especialmente el Estado no hacen mayores esfuerzos que los que hasta ahora han desplegado por re-estructurar las políticas educacionales existentes. El lucro en la educación es un flagelo presente en la sociedad actual, puesto que gran parte de la juventud universitaria de nuestro país se encuentra con deudas millonarias debido a los años de estudio cursados, lo cual genera una gran contradicción en cuanto al acceso y la garantía de cursar la totalidad de los años.

Por otro lado, la evidencia empírica respecto de la retención y deserción en la educación superior chilena muestra que los estudiantes de contextos vulnerables son los que presentan mayores dificultades para terminar sus estudios, debido a sus condiciones económicas y a los déficits de capital cultural heredado (González y Uribe, 2005; Canales y de los Ríos 2009; Meneses et al., 2010)

Así también datos del CNED (2011) muestran que las experiencias de deserción se encuentran fuertemente diferenciadas según el tipo de institución, siendo las universidades las que logran mayores tasas de retención en comparación con los institutos profesionales y los centros de formación técnica. Estos antecedentes sugieren que, para los estudiantes, tanto las representaciones y significados de las carreras en las cuales se comprometen, como las políticas, prácticas y entornos socio-institucionales pueden incidir significativamente en sus diferentes experiencias y motivaciones de estudio.

En el sistema actual se educan aproximadamente 1.268.263 personas (INE, 2011). Buena parte de ellos son los primeros en su historia familiar en alcanzar este tipo de educación. La proporción de jóvenes de 18 y 24 años pertenecientes al I y al II quintil en el total de quienes han accedido a la educación superior en el lapso que media entre 1990 y el 2006, ha pasado de 4,9% a 9,5% y de 10.3 a 13.7% respectivamente. En ese mismo lapso, la participación del quintil más rico en esa misma cohorte, disminuyó de 39.2 a 30.3%. Cerca del 70% de quienes asisten hoy una institución de educación superior en Chile, son hijos de padres que nunca asistieron a ese nivel educacional (CAP, 2008).

En la actualidad, los estudiantes provenientes de familias con mayores ingresos y mejor base cultural, tienen acceso a las universidades del Consejo de Rectores en función de sus puntajes, o a otras universidades de alto costo en aranceles. En cambio, los estudiantes pertenecientes a los primeros quintiles, o no tienen mayores posibilidades de acceso por falta de financiamiento para aranceles y manutención, o no logran alcanzar los puntajes exigidos por las universidades del Consejo de Rectores, que cuentan con mayores sistemas de créditos y becas.

3. Consumo cultural.

El estudio del consumo cultural es un ámbito de creciente relevancia para las Ciencias Sociales debido a que, constituye un espacio no solo de satisfacción de necesidades, sino también de realización individual, donde los individuos despliegan estrategias encaminadas a generar sentidos de pertenencia e inclusión social, o al menos un espacio donde se observa el despliegue de estrategias de resistencia a las cada vez mayores formas de exclusión social.

El consumo cultural, materializa y hace visibles las identidades y formas de relación social, así como las maneras en que se juega la inclusión y exclusión en el seno de una sociedad específica. A través de los bienes y servicios consumidos la gente se reconoce, se asimila y diferencia, organiza su mundo y posiciona en él a los otros, a la vez que simboliza sus relaciones sociales. Los bienes y servicios consumidos devienen signos y símbolos, y participan de la construcción de los modos de sociabilidad y estilos de vida de las personas.

Es importante para entender este concepto remontarse a la década de los años 90', puesto que en nuestra sociedad se comenzaron a atisbar las consecuencias de las políticas neoliberales y junto a ellas la globalización generó una interacción entre las actividades económicas y la cultura, planteando un nuevo escenario sociocultural. Algunas características que expuso este nuevo escenario incluyó la pérdida de peso de los organismos locales ante los grupos de empresas transnacionales; el redimensionamiento de la noción de espacio; la reelaboración del sentido de identidad; la des-territorialización y la posibilidad que los sujetos incorporen a su vida cotidiana medios electrónicos e informáticos que permiten superar los límites de la geografía o los espacios temporales. Esta reestructuración de las prácticas económicas y culturales genera nuevas prácticas sociales. Como expresó García Canclini (1995) en el momento en que estamos saliendo del siglo XX las sociedades se reorganizan para hacernos consumidores del siglo XXI y regresarnos como ciudadanos al XVIII.

Consumir es un conjunto de procesos socioculturales. Las necesidades individuales no son las que determinan qué, somos y quienes consumen. La distribución de los bienes está condicionada por los ciclos de producción y reproducción social e implica participar en un escenario de disputas por lo que la sociedad produce y los modos de usufructuarlo. En este sentido, en las sociedades contemporáneas, la racionalidad de las relaciones sociales se construye en gran parte para apropiarse de los medios de distinción simbólica. (García Canclini, 1994)

Según Bourdieu *“el consumo conlleva símbolos, signos, ideas y valores y todos ellos son el producto de los condicionamientos de clase y de los habitus, o sea de las estructuras mentales a través de las cuales se aprehenden el mundo social y orientan las prácticas”* (Bourdieu, 1996, p. 134). Los diferentes objetos de consumo funcionan como signos distintivos y como símbolos de distinción.

García Canclini, por su parte manifiesta que *“ es posible definir la particularidad del consumo cultural como el conjunto de procesos de apropiación y uso de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio o dónde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica”*(García Canclini,1993, p.34)

Las formas de consumo cultural dejan ver las estructuras de los universos significativos de individuos y colectividades, las maneras en que se construyen jerarquías sociales, las formas de exclusión mutua (distinción) entre los individuos y las consiguientes formas de

superioridad, inferioridad o igualdad entre ellos. Los sujetos hacen circular los objetos atendiendo a su valor simbólico y a través de este valor simbólico interactúan, re-significan y asignan sentido a sus relaciones y construyen sus identidades y diferencias.

Generalmente se entiende el consumo cultural como el acceso a bienes y servicios, tales como libros, discos y fonogramas, funciones de cine, conciertos, representaciones teatrales y de danza, diarios, revistas, televisión, etc. Es decir, los bienes y servicios producidos por el conjunto de ámbitos productivos que conforman el sector cultural.

Ahora bien, la idea de que exista el término consumo cultural (el cual se separa de la idea de consumir otro tipo de bienes, cobrando independencia como concepto) tiene su origen. Según García Canclini la distinción entre los tipos de consumo se justifica teórica y metodológicamente, debido a la parcial independencia lograda por los campos artísticos e intelectuales en la modernidad.

Esta parcial independencia de los campos artísticos y culturales habría tratado a los bienes culturales bajo una mirada especial y diferente que al resto de los bienes. De esta manera, los bienes producidos por la industrias culturales, o por otros sujetos que actúan en el campo cultural, se distinguen porque son bienes en los que el valor simbólico prima por sobre el valor de uso o de cambio.

3.1.- El capital cultural de los jóvenes.

La cultura es un concepto esencial, porque es el espacio en que los jóvenes definen y trazan su relación con el mundo. La cultura es el lugar en el que las representaciones organizan las prácticas sociales y les dan sentido y el terreno desde donde la gente se piensa a sí misma y a su relación con los otros (Hall, 1997). Por ello, precisamente, decimos que la cultura es una manera de posicionarse frente al mundo, frente a los demás y frente a uno mismo.

Cuanto más importante sea el capital cultural de un joven, estará en mejores condiciones de encontrar significaciones plurales en los discursos, los textos y las informaciones que se producen y circulan en la sociedad y que tanto inciden en su visión del mundo. El objetivo de la educación, es dotar a los alumnos de un capital cultural que les permita descubrir los significados menos explícitos y dar sentido a aquello que ven, leen y escuchan, más allá de la literalidad de los mensajes.

¿Qué es exactamente el capital cultural? En primer lugar, supone un caudal de información que un sujeto dispone y maneja. El capital cultural es también una forma, es decir, la capacidad de estructurar y relacionar los saberes con que se cuenta. Por lo tanto, es volumen y estructura e implica contar con un stock propio y, sobre todo, significa estar en condiciones de estructurar y encontrar relaciones. Supone estructurar los saberes adquiridos con los que se incorporan y construyen diariamente. Si el capital cultural es débil, el patrimonio cultural social será igualmente débil (Porcher, 2001).

El capital cultural se entiende por *“la herencia social y cultural que desempeña un importante papel en procesos de selección y exclusión sociocultural. Incluye todos los recursos culturales transmitidos en la familia, los hábitos de comunicación e interacción aprendidos en ella y los signos culturales asociados a status alto, reconocidos y legitimados como tales”* (Bracho, 1990, p.17).

La noción de capital cultural expresa esta forma de transmisión simbólica o herencia sociocultural, al interior de los distintos grupos sociales; al mismo tiempo busca vincular esta forma específica de herencia social. En una sociedad dividida en clases el capital cultural está muy desigualmente distribuido. Bourdieu (1979) expresa que los capitales culturales se producen, se distribuyen y se consumen en un conjunto de relaciones sociales relativamente autónomas que producen otras formas de capital.

EL proceso de acumular capital cultural proviene desde la familia y adopta una inversión en el transcurso del tiempo. Esta inversión produce dividendos en la escuela y en la universidad, luego en contactos sociales, en el mercado matrimonial y laboral.

El capital cultural no sólo existe en disposiciones incorporadas, sino que se concreta en títulos académicos. En una sociedad dividida en clases el capital cultural está desigualmente distribuido. Un sistema educativo que pone en práctica una singular acción pedagógica que requiere una familiaridad inicial con la cultura dominante, y que procede por medio de una familiarización imperceptible, ofrece una información y una formación que solo puede adquirirse por aquellos sujetos que poseen el sistema de predisposiciones que es condición para el éxito en la transmisión e inculcación de la cultura.

Bourdieu (1983), diferencia tres dimensiones del capital cultural, estas son:

- 1.- El capital cultural en su estado incorporado, no puede ser transmitido instantáneamente por donación o transmisión hereditaria. Se puede adquirir, de manera totalmente disimulada e inconsciente, y permanece marcado por sus condiciones primitivas de adquisición. De ese modo la internalización presupone un trabajo de inculcación y de asimilación que exige

inversión de larga duración, para tornar esa forma de capital parte integrante de la persona (Nogueira y Nogueira 2002).

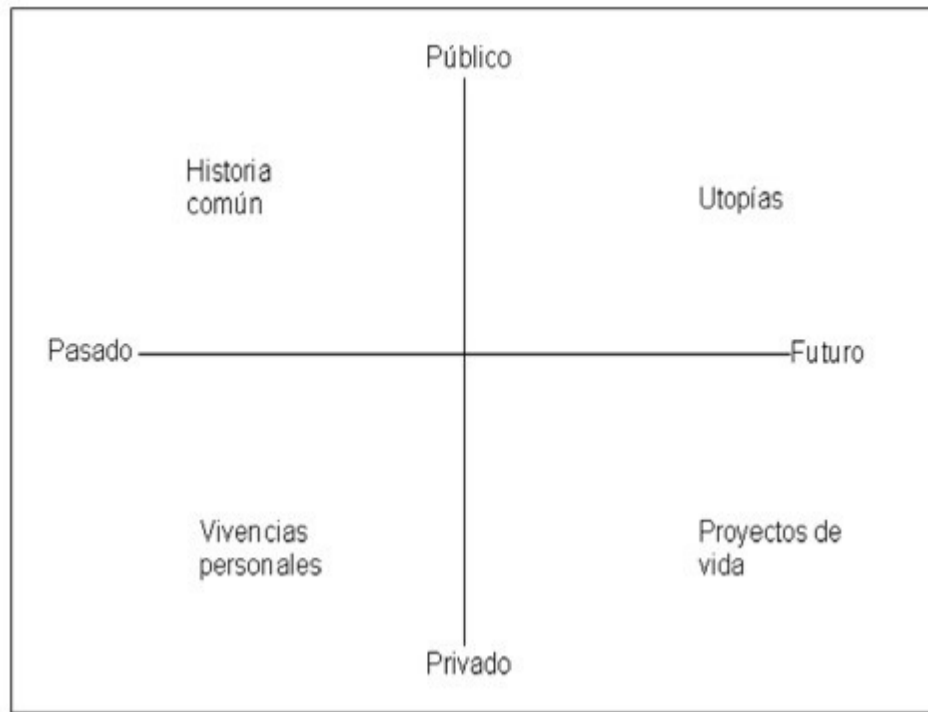
2.- En el estado objetivado, el capital cultural existe sobre la forma de bienes culturales, tales como esculturas, pinturas libros etc. Para poseer los bienes culturales en su materialidad, es necesario tener necesariamente capital social económico, lo que se evidencia con la compra de libros, por ejemplo. Para apropiarse simbólicamente de estos bienes es necesario poseer los instrumentos de esta apropiación y los códigos necesarios para descifrarlos es decir, es necesario poseer capital cultural en su estado incorporado (Muzzeti, 2000).

3.- En su estado institucionalizado, el capital cultural se materializa a través de los diplomas escolares. El valor del título escolar puede ser alto o bajo, mientras más fácil sea el acceso a un título escolar, mayor será la tendencia a su desvalorización (Muzzeti, 2000).

4. Proyecto de vida y Habitus.

El proyecto de vida para fines de esta investigación, se trabajará desde el concepto del mundo de la vida a través de los siguientes autores.

Según los planteamientos del sociólogo Raúl Atria (Atria, 1993) el mundo de la vida está centrado en la esfera de la vida privada del espacio social, y en el futuro, lo que tenemos son proyectos de vida. Situados en este cuadrante, nuestra imagen de mundo se concretiza en estos proyectos de vida que, en cierto sentido, no son más que una manera de proyectar las vivencias personales de lo privado hacia el futuro. Nos vemos a nosotros mismos proyectados en desempeños futuros, ejerciendo actividades profesionales de distinto tipo, asumiendo roles predeterminados en estructuras familiares y sociales entre otros. Este es el material con que se construye el mundo de los proyectos de vida.



Cuadrante mundo de la vida. (Raul Atria,1993)

El centro de este mundo está en la visualización que hacemos de nosotros mismos en un horizonte de tiempo previsible que proyectamos hacia el futuro. Es a través de la acción imaginativa, que podemos vernos como sujetos de ciertos roles, nos percibimos reflexivamente como el actor que creemos que vamos a ser en ese futuro. Esta construcción de futuro personal se hace sobre la base de las expectativas.

El mundo de los proyectos de la vida se construye como una serie de apuestas a lo probable; la afirmación de un estado de cosas futuro que se nos presenta como relativamente seguro y próximo. ¿Cómo se realiza en la práctica este mundo? Frecuentemente por medio de un ajuste, a veces muy costoso en términos personales, de las expectativas que son recogidas por el realismo.

Nos vemos a nosotros mismos como el sujeto que creemos que vamos a ser en un futuro próximo, y prueba de esto son las expresiones del lenguaje común del tipo “cuando yo sea tal o cual cosa...”, las cuales usamos para referirnos a nosotros mismos en el contexto de un proyecto de vida.

En cuanto a la perspectiva de los proyectos de vida insertos en los llamados mundos de la vida, Rodríguez Salazar (1996) señala que el concepto de “mundo de la vida” (Lebenswelt) proviene de la fenomenología trascendental de Edmund Husserl, quien lo utilizó para destacar el ámbito en donde tienen lugar las donaciones de sentido y en el que descansa toda evidencia. No obstante, gran parte de las ideas de Husserl se movieron dentro de la esfera de la conciencia trascendental y se inscribieron en una perspectiva egológica. Su desarrollo, en términos de teoría sociológica, se debe a Alfred Schutz y, recientemente, a Jürgen Habermas.

Es Schutz quien dará un giro de la fenomenología trascendental hacia una fenomenología social. La esfera del mundo cotidiano y del sentido común se convirtió en su campo de investigación, valiéndose, por un lado, de las categorías filosóficas de Husserl y, por el otro, de los conceptos sociológicos de Weber.

La idea del mundo de la vida permite comprender la dimensión social en la que se construyen marcos de sentido, que sirven para interpretar y actuar en la realidad. Se refiere a procesos y estructuras que posibilitan la comprensión de las formas en que se sustentan, se reproducen y se transforman los estilos de vida y de pensamiento de la vida cotidiana.

Según Mario Sandoval (2007), en la actualidad presenciamos un proceso de profundos cambios culturales, los que afectan específicamente al “mundo de la vida” de la juventud. Las conductas de los jóvenes presentan rasgos contradictorios desde la perspectiva del mundo adulto y de las instituciones, en campos tan diversos como la educación, el trabajo, la religión, la sexualidad y la política, entre otros.

Las acciones realizadas por los jóvenes no tienen relación con las expectativas que se tienen de ellos. El autor expresa que cada una de las conductas juveniles tiene un sustrato valórico que las fundamenta y las orienta; en este ámbito donde actualmente se generan los cambios más significativos, están presentes un conjunto de valores emergentes que guían y fundamentan las actuales conductas juveniles, con lo cual se verifica un cambio de modelo cultural.

El análisis del mundo de la vida que realiza Schutz, parte de la constatación de que el mundo social no es algo independiente y externo a los actores, sino que es el producto de sus prácticas intencionales. Los actores sociales construyen la realidad social dando significado y sentido a sus experiencias. En su búsqueda cartesiana del fundamento último del conocimiento, Husserl llega al final de su obra al mundo de la vida. En él encuentra la base de todo conocimiento y a partir de ello fundamenta su crítica a la ciencia. El mundo de la vida se sostiene mediante lo que se denomina en la fenomenología la “actitud natural”, es decir, una actitud ante el mundo que se caracteriza por tomarlo con familiaridad espontánea, como si fuera algo transparente y lejano a cualquier problematización o duda.

Atria (1993) reflexiona a partir de la idea básica de que la educación es un aprendizaje para construir y reconstruir el mundo de la vida, y afirma que de acuerdo con Habermas (1989), el mundo de la vida está constituido por una tradición cultural compartida por una comunidad, de modo que en él los miembros del grupo encuentran un contexto ya interpretado en lo que atañe a su situación.

Para Habermas (1989), el mundo de la vida está intersubjetivamente compartido y constituye el trasfondo de la acción comunicativa de la interacción social. El autor dice que, el significado de esta expresión mundo de la vida, puede aclararse intuitivamente por referencia a aquellos objetos simbólicos que generamos cuando hablamos y actuamos desde las manifestaciones inmediatas (como son los actos de habla, las actividades teleológicas, etc.) pasando por los sedimentos de tales manifestaciones inmediatas (como son los textos, las tradiciones, los documentos, las obras de arte, las teorías, los objetos de cultura material, los bienes, las técnicas, etc.) hasta los productos generados indirectamente, susceptibles de organización y capaces de estabilizarse a sí mismos (como son las instituciones, los sistemas sociales y las estructuras de la personalidad).

Este mundo de la vida, socialmente compartido, es la interpretación que nos hacemos del mundo concreto en el cual se desenvuelve nuestra vida, que es a la vez material, personal y social. El mundo de la vida no es una herramienta, sino un proceso interpretativo que está en permanente movimiento; está en un permanente proceso de construcción. El mundo de la vida nos permite sentar las bases fundamentales sobre las que nos situamos en la realidad, nos identificamos con los demás, definimos nuestros proyectos de vida y nos configuramos un espacio para actuar en un escenario compartido.

En suma; el mundo de la vida produce una imagen del mundo que es algo así como el mapa que nos permite orientarnos en nuestra vida en social. Construir el mundo de la vida es siempre una reconstrucción de la sociedad y eso se hace fundamentalmente, pero no exclusivamente, a través de la educación. No sólo a través de ella, porque también influyen en este proceso, y de manera muy importante: la familia, el medio circundante, el nivel socioeconómico, los medios de comunicación de masas, entre otros.

Señala Raúl Atria (1993), que tanto el reconocimiento de experiencias compartidas y públicas, propias de todos los que son miembros de igual cultura, como a su vez, la existencia de procesos personales que se desarrollan en lo privado, permiten hablar de participación.

La búsqueda de la identidad implica el necesario paso desde un pasado a un futuro, donde los proyectos de la sociedad y los proyectos personales entran en un campo que a momentos se unen como también se separan; permite en definitiva reconocer (sólo como herramienta interpretativa) la existencia de una matriz, que nos abre al amplio tema de los

“mundos de la vida”, y nos permite ubicarnos de mejor forma para conocer los sentidos y significados del quehacer de los jóvenes.

Atria (1993) propone que la construcción del mundo de la vida se estructura en torno a dos dimensiones. Una tiene que ver con el espacio social, y la otra con el espacio temporal de la existencia.

- **Primera dimensión:** Espacio social (eje público-privado). Esta dimensión se divide en dos polos uno que llamamos privado y otro que llamamos público.

EL mundo privado es el mundo de las vivencias y experiencias personales. Por esta razón, estas experiencias son difícilmente comunicables sino existe una relación de afecto de por medio.

El mundo público se desarrolla en la sociedad donde debemos actuar y donde estamos llamados a desempeñar roles que en alguna medida están predefinidos para nosotros. Estos roles dan origen a ciertas expectativas de comportamiento en un espacio social de acceso general (no como en el mundo privado). *“El polo de la vida pública puede entonces ser entendido como todo el conjunto de espacios y ámbitos sociales donde está garantizado el acceso generalizado”* (Atria, 1993, p.71).

- **Segunda dimensión:** Espacio temporal (eje pasado-futuro). Este eje refiere a la ubicación en el mundo en un tiempo histórico y posee dos polos: el pasado y el futuro.

El polo pasado nos refiere a nuestra memoria para reconocer permanencia y el cambio que experimentamos en el desarrollo de nuestra personalidad.

El polo futuro recoge las visiones del mundo hacia las que nos movemos y que reconocemos como apropiadas.

La “identidad” y la “participación” son los dos ejes que permiten diferenciar analíticamente, dentro del mundo de la vida, cuatro cuadrantes. La identidad es siempre un tránsito entre el pasado y el futuro, mientras que la participación es el paso de lo privado a lo público.

Cabe destacar que para fines de esta investigación utilizaremos ambas dimensiones dado que el cruce de estos dos ejes (espacio temporal y espacio social) establece el escenario completo donde es posible centrar nuestra experiencia personal y social. Ambas dimensiones contribuyen a la construcción del proyecto de vida de un sujeto y a su vez, este cruzamiento permite diferenciar los cuadrantes (los distintos “mundos”) donde se construye el mundo de la vida.

a) Las vivencias personales: el mundo pasado-privado.

Este es el mundo de las vivencias personales; el universo íntimo, variado y abundante de experiencias que marcan los hitos de nuestro crecimiento como personas. Cuando en nuestro mundo de la vida nos ubicamos en el extremo de lo privado y en el extremo del pasado, estamos en el ámbito de las vivencias personales. La vivencia personal no es más que una apropiación actualizada de lo que la experiencia nos ha ido acumulando en nuestro saber y en nuestra experiencia personal (Atria, 1993, p.73-74).

Este conforma el mundo de la identidad profunda, en donde se encuentra la construcción irrepetible y única de nuestra individualidad, así como también nuestra personalidad. Este mundo se concreta en nuestra vida mediante las tensiones emocionales más intensas (como lo son el dolor y el gozo). A este mundo sólo acceden las personas a las cuales les abrimos las puertas de nuestra vida íntima, por lo tanto es un privilegio; exclusivo de cada sujeto.

El mundo de nuestra vida personal está interpenetrado a través de nuestra existencia y en nuestro modo de ser de tal forma que no se puede tomar distancia. Por lo tanto, no podemos ser espectadores de nuestra vida personal, y la memoria es el filtro imperfecto, que sufre por la fuerza de las experiencias del dolor y el gozo.

b) Los proyectos de futuro: el mundo futuro-privado

Cuando el mundo de la vida está centrado en la esfera privada del espacio social y en el futuro, lo que tenemos son “proyectos de vida”. Situados en este cuadrante, nuestra imagen de mundo se lleva a cabo en estos proyectos de vida que, en cierto sentido, no son más que una manera de proyectar las vivencias personales de lo privado hacia el futuro (Atria, 1993, p.74-75).

Los sujetos se proyectan en desempeños futuros, lo que se convierte en la materia prima de construcción del mundo de los proyectos de vida. El centro de este mundo está en la visualización que hacemos de nosotros mismos en un horizonte de tiempo previsible que proyectamos hacia el futuro, y es mediante la acción de la imaginación que nos vemos como sujetos de ciertos roles, percibiéndonos como el actor que creemos que vamos a ser en ese futuro. La base sobre la cual se construye el futuro personal son las expectativas. El mundo de los proyectos de vida se elabora como una serie de apuestas a lo probable respecto de lo que se nos presenta como seguro y próximo.

c) La historia común: el mundo pasado-público.

Existe ese otro aspecto del mundo de la vida que se ubica en la dimensión de lo público. Cuando nuestra imagen de mundo nos conduce a este ámbito, el pasado, pero en el lado público del espacio social estamos hablando de “historia común” (Atria, 1993, p. 75-76).

Este ámbito corresponde al mundo de la acción histórica, de las experiencias colectivas, de los eventos que son históricos porque tuvieron fuerza en el pasado y fueron capaces de impactar vidas personales de todos los sujetos que conforman un mismo grupo o comparten un mismo espacio. Es aquí donde radica la fuerza formadora de la historia que tienen esos fenómenos que son llamados “crisis”.

La crisis merece importancia por ser la constructora de las historias que se comparten. La historia que se construye se asume como un drama, y se relata como una acción dramática. Por lo tanto, la fuerza formativa de la crisis es la que pone al descubierto la realidad que se comparte verdaderamente.

d) Las utopías sociales: el mundo futuro-público.

Cuando nos situamos en este polo de lo público y lo futuro, nuestra imagen de mundo está centrada en lo que llamamos las “utopías sociales”.

Este es el mundo de los proyectos de sociedad deseable y deseada. Análogamente a lo que se produce en el mundo de los proyectos de vida, este mundo se construye por medio de la acción imaginativa (Atria, 1993, p. 76-77). Esta realidad se traduce en los pensamientos e imágenes de futuro que anticipan una realidad cambiada o mejorada, ya que la utopía es siempre una visión social compartida que genera fuerza de cambio. Este cuadrante corresponde al mundo de los proyectos colectivos.

4.1. El Habitus como determinante en el accionar de los jóvenes.

El habitus es un concepto fundamental para entender cómo se construyen las relaciones de poder y para explicar el modo en que se construyen estas relaciones Bourdieu (1988) investigó de qué forma se articulan los factores de orden económico y simbólico. Para este autor, las clases se distinguen por su posición en la estructura de la producción, por la forma como se producen y distribuyen los bienes materiales y simbólicos en una sociedad. La circulación y el acceso a estos bienes no se explican sólo por la pertenencia de una clase social, sino también por la diferencia que se engendra en lo que se considere como digno de transmitir y poseer.

La cultura hegemónica se define como tal, por el reconocimiento arbitrario social e histórico de su valor en el campo de lo simbólico. Por lo mismo, la posesión o carencia de un capital cultural que se adquiere básicamente en la familia permite construir las distinciones cotidianas que expresan las diferencias de clase. Es decir, en la medida en que existe una correlación entre posición de clase y cultura, dos realidades de relativa autonomía, las relaciones de poder se confirman, se reproducen y renuevan.

En el caso del segmento etario estudiado en esta investigación, el capital cultural de cada joven tiene una relación significativa con las disposiciones básicas de ellos al momento de efectuar prácticas de consumo cultural y, a su vez, los entornos culturales y sociales que habita el sujeto.

Otro factor a tomar en cuenta es el modo en que los jóvenes se relacionan con otros sujetos, y esto estaría de cierta forma condicionado por las estructuras de comportamiento que poseen. Estas estructuras de comportamiento surgen desde el momento en que el sujeto nace y se va desarrollando en una sociedad y una cultura propia. La sociedad lo va dotando de estructuras tales como identidad, roles, status, etc., las cuáles pueden cambiar. Sin embargo, existe una estructura que es inherente a cada persona, el habitus.

El habitus, es el concepto que permite a Bourdieu relacionar lo objetivo (la posición en la estructura social) y lo subjetivo (la interiorización de ese mundo objetivo). Este autor lo define como:

“El Habitus es el principio generador y unificador que retraduce las características intrínsecas y relacionales de una posición en un estilo de vida; son las estructuras y/o disposiciones incorporadas las que se diferencian y son diferenciadoras, por lo tanto llevan a cabo distinciones” (Bourdieu, 2001, p.25).

El habitus determina nuestro accionar en el mundo social, ya que conforma las estructuras que actúan a nivel inconsciente del individuo. Son estructuras predisuestas a funcionar como estructurantes, es decir como principio de generación y de estructuración de prácticas y representaciones. Es la *“manera en que cada sujeto tiende a moverse en redes sociales, cuyos participantes posean un tipo de habitus similar entre sí, lo que se traduce en, por ejemplo, frecuentar ciertos espacios públicos que parecen más atractivos que otros”* (Bahamonde, 2001, p.6). Entonces, existiría una relación entre este habitus que es estructurado y estructurante, y las acciones o prácticas de consumo de bienes culturales que realizan los jóvenes.

El habitus, por lo tanto, determina de cierta manera lo que somos y con quienes nos relacionamos, y se articula a partir de los entornos socioculturales. Es un hecho que no se puede desconocer. El objeto del presente estudio es indagar la influencia de los factores sociales en las disposiciones al momento de adquirir un bien de tipo cultural.

En este mismo sentido, Pierre Bourdieu (1988) en su libro "La distinción" demuestra que las diferencias de apropiación de cultura tienen su origen en las desigualdades económicas, y en la diversa formación de hábitos y gustos de distintos sectores de las esferas sociales.

Estos hábitos, y la consiguiente capacidad de apropiarse y disfrutar los bienes culturales, no se cambian mediante acciones puntuales, como hacer campañas publicitarias, o abaratar los precios de ingreso a los espectáculos; sino que a través de programas sistemáticos, que provienen fundamentalmente desde la educación y la programación de políticas sociales que fomenten el acceso a la cultura, que intervengan en las causas estructurales de la desigualdad económica y cultural.

En el libro menciona que *"el habitus permite establecer una relación inteligible y necesaria entre unas prácticas y una situación de las que el propio habitus produce el sentido, con arreglo a categorías de percepción y apreciación, producidas a su vez, por una condición objetivamente perceptible"* (Bourdieu, 1988, p. 99).

Según Bourdieu, condiciones nuevas y objetivamente perceptibles (dependiendo de cómo sean apreciadas por el habitus del sujeto) pueden cambiar su habitus mismo, y por ende, el sentido que éste asigna a ciertas prácticas.

Los diversos usos de los bienes culturales, afirma Bourdieu, no sólo se explican por la manera como se distribuye la oferta y las alternativas culturales, o por la posibilidad económica para adquirirlos, sino también, y sobre todo, por la posesión de un capital cultural y educativo que permite a los sujetos consumir, asistir y disfrutar las alternativas factibles. Para este autor, las condiciones de vida diferentes producen habitus distintos, ya que las condiciones de existencia de cada clase imponen maneras de clasificar, apreciar, desear y sentir lo necesario.

El habitus se constituye en el origen de las prácticas culturales y su eficacia se percibe "[...] cuando ingresos iguales se encuentran asociados con consumos muy diferentes, que sólo pueden entenderse si se supone la intervención de principios de selección diferentes" (Bourdieu, 1988 b, p. 383) los gustos de "lujo" o gustos de "libertad" de las clases altas se oponen a los "gustos de necesidad" de las clases populares. La complejidad de este pensamiento, Néstor García Canclini (1986) la esclarece al describir los fundamentos que sostienen la propuesta:

A) [...] las prácticas culturales de la burguesía tratan de simular que sus privilegios se justifican por algo más noble que la acumulación material [...] Coloca el resorte de la diferenciación fuera de lo cotidiano, en lo simbólico y no en lo económico, en el consumo y no en la producción. Crea la ilusión de que las desigualdades de clase no se deben a lo que se tiene, sino a lo que se es. La cultura, el arte y la capacidad de gozarlos aparecen como "dones" o cualidades naturales, no como resultado de un aprendizaje desigual por la división histórica entre las clases .

B) La estética de los sectores medios. Se constituye de dos maneras: por la industria cultural y por ciertas prácticas, como la fotografía, que son características del "gusto medio". El sistema de la "gran producción" se diferencia del campo artístico de élite por su falta de autonomía, por someterse a demandas externas, principalmente a la competencia por la conquista del mercado.

C) Mientras la estética de la burguesía, basada en el poder económico, se caracteriza por "el poder de poner la necesidad económica a distancia", las clases populares se rigen por una "estética pragmática y funcionalista". Rehúsan la gratuidad y futilidad de los ejercicios formales, de todo arte por el arte. Tanto sus preferencias artísticas como las elecciones estéticas de ropa, muebles o maquillaje se someten al principio de "le elección de lo necesario", en el doble sentido de lo que es técnicamente necesario, "práctico", y lo que "es impuesto" por una necesidad económica y social que condena a las gentes "simples" y "modestas" a gustos "simples" y "modestos".

Al abordar los consumos culturales, es posible penetrar en la cotidianeidad e identidad de los jóvenes. El lugar de dichos consumos en el tiempo libre es decisivo. *“Ver televisión, escuchar música, leer, ir al cine, bailar, hacer deportes, chatear en Internet, leer ,ir al cine, bailar y hacer deportes y operar videojuegos son las prácticas de consumo cultural con mayor frecuencia en los usos del tiempo libre de la juventud”* (Cepal, 2004, p. 265).

Capítulo III

1. Marco metodológico.

1.1- Tipo de diseño.

En el desarrollo de esta investigación se utilizó un diseño cualitativo puesto que, era el método idóneo para comprender las experiencias que ocurren en las prácticas culturales que llevan a cabo los estudiantes en su cotidianidad y cómo se relaciona con el proyecto de vida que ellos tienen.

La metodología cualitativa permite interpretar y comprender el relato de los jóvenes universitarios, abordando las ideas que ellos constituyen sobre lo que es su proyecto de vida y el consumo cultural que realizan. Es pertinente en esta investigación el uso de un enfoque cualitativo ya que mediante sus herramientas se pudo responder las interrogantes de la presente investigación.

Según Pérez (2000), la metodología cualitativa es aquella que produce datos descriptivos mediante las palabras habladas o escritas y/o acciones observables, cuyas principales características son: Inductiva ya que se basa en el razonamiento inductivo o razonamiento no deductivo (obtener conclusiones generales a partir de premisas que contienen datos particulares). Por ejemplo, la observación repetida o ideas de los jóvenes entrevistados se utilizarán como una conclusión para los objetivos que aborda esta investigación. Es particularista ya que está orientada a comprender profundamente la realidad singular (un individuo, un grupo, una situación social o una comunidad). Para fines de esta investigación es de importancia comprender el caso, este factor es fundamental para entender a los jóvenes universitarios de la UCSH. Es descriptiva ya que el producto final es tener una descripción exhaustiva. La descripción contextualizada (final), implica tomar en cuenta el texto y las categorías que definen el relato de los jóvenes universitarios de la UCSH.

Es Heurística, ya que ilumina la comprensión del lector, confirma y establece lo que ya sabe sobre la juventud universitaria de la UCSH y los antecedentes que tiene sobre el consumo cultural juvenil chileno, a su vez se constituye como una estrategia, que es un dispositivo para la toma de decisiones y que sirve para proponer ideas de acción para el encuentro de las experiencias de los jóvenes universitarios que participen en la investigación.

La investigación cualitativa es adecuada para esta investigación, como se ha mencionado anteriormente, ya que permite observar, comprender e interpretar la realidad que oralmente entrega el sujeto investigador, sobre las experiencias y el relato que tengan los jóvenes entrevistados, que son:

“Descripciones detalladas de situaciones, eventos, personas, interacciones y comportamientos que son observables. Además, incorpora lo que los participantes dicen, sus experiencias, actitudes, creencias, pensamientos y reflexiones, tal y como son expresadas por ellos mismos” (Pérez, 2000, p. 46).

La opción por un tipo de estudio de estas características obedece al interés de comprender los fenómenos. La comprensión *“Busca una relación subjetiva-intersubjetiva con el objeto-sujeto estudiado y se centra en la búsqueda del entendimiento de dicho fenómeno con la finalidad de encontrar un sentido a éste”* (Marcela Aravena, 2006).

Para el objetivo de esta investigación, no se pretende medir la magnitud de un fenómeno, sino la naturaleza de ésta por consiguiente no se pretende establecer variables, sino que se requiere comprender el fenómeno social estudiado.

Por consiguiente, es pertinente usar esta metodología, ya que se *“caracteriza por estudiar en profundidad una situación concreta”*. Tal como proponía Weber al señalar que *“este método nos permite interpretar el significado de la acción social (la comprensión), Pérez Serrano (2004). No busca la explicación o la causalidad, sino la comprensión y puede establecer inferencias plausibles entre los patrones de configuración en cada caso”* (Pérez Serrano, 2004, p.30)

“En este sentido podemos afirmar que el enfoque cualitativo pretende ofrecer profundidad, a la vez que el detalle mediante una descripción y registro cuidadoso. Por ello, conviene subrayar la importancia de la categorización que nos permite situar la realidad en esas categorías, con el fin de conseguir una coherencia lógica en el sucederse de los hechos o de los comportamientos que están necesariamente contextualizados y en el contexto adquieren su pleno significado, pues al sacar las cosas de su contexto pierden su significado genuino” (Pérez Serrano, 2004, p.32).

Por este motivo, se optó por darle un enfoque cualitativo a esta investigación, ya que mediante las categorías que se construyan mediante el discurso de los jóvenes, podremos determinar la relación que guarda el proyecto de vida con el consumo cultural que ellos realizan.

1.2. Opción Paradigmática.

Para abordar esta investigación jóvenes, se creyó necesario utilizar un paradigma interpretativo. Para esto es primordial entender que es un paradigma.

“Considero a éstos como realizaciones científicas universalmente reconocidas que, durante cierto tiempo, proporcionan modelos de problemas y soluciones a una comunidad científica” (Kuhn, 2004, p.13).

Desde el paradigma interpretativo *“las diferentes problemáticas sociales, pueden ser entendidas y analizadas en toda su extensión, en comparación a un paradigma positivista el cual acota las diferentes problemáticas a hechos puntuales”* (Pérez Serrano, 2004, p.26).

Desde el paradigma interpretativo, Pérez Serrano (2004) plantea un interés por comprender *“la realidad dentro de un contexto dado, debe ser captada como un todo unificado, no puede fragmentarse, no puede dividirse en variables dependientes e independientes”* (Pérez Serrano, 2004, p.28).

En relación a la investigación este paradigma, fue el más idóneo para trabajar, ya que *“la vida cotidiana es una muestra de que existen muchas situaciones en la que los sujetos en interacción redefinen mutuamente sus actos”*. (Pérez Serrano, 2004, p.28). Consecuente con lo anteriormente planteado, esta investigación se adhirió a la metodología Cualitativa dado que, se caracteriza por estudiar en profundidad una situación concreta.

El uso de la metodología Cualitativa es idóneo para investigaciones en las que se requiere interpretar el relato o discurso de un grupo de sujetos, en este caso el de los jóvenes donde en cada entrevista plasmaban y expresaban su opinión acerca del tema que se investigó.

1.3.-Tipo de estudio.

Esta investigación se elaboró mediante un estudio descriptivo, que nos permitió alcanzar los objetivos propuestos.

“Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objeto o cualquier otro fenómeno que se someta a análisis” (Hernández, Fernández, Baptista, 2006, p.102).

Uno de los propósitos fundamentales de este estudio, fue categorizar el consumo cultural de los jóvenes y describirlo, y de igual forma, categorizar y describir el proyecto de vida que este grupo posee, para comprender la relación entre estos dos tópicos.

Dentro de la metodología cualitativa el estudio descriptivo es el que *“mejor permite desarrollar lo propuesto en la investigación, ya que se busca especificar propiedades características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice, describiendo a un grupo”* (Hernández, Fernández, Baptista, 2006, p.103). De este modo, se le dio una importancia central al discurso de los actores y su visión del tema investigado.

1.4. Método de estudio.

El análisis cualitativo es una de las etapas más atractivas de esta investigación, los datos recogidos por si solos no son suficientes sin el reto de encontrar el significado a todo el cúmulo de material informativo procedente de las entrevistas en profundidad.

Al momento de investigar poco a poco se fue construyendo un esquema emergente de las experiencias de los jóvenes entrevistados y, se evidenció la descripción y la comprensión de sí misma desarrollando entre los resultados y las conclusiones un nuevo conocimiento sobre el objeto de estudio.

El método de estudios utilizado en la presente investigación es el método estudios de Caso. *“Este método de investigación implica un proceso de indagación caracterizado por el examen sistemático y en profundidad de los casos de un fenómeno entendidos estos como entidades sociales o entidades educativas únicas”* (Bizquera, 2004, p.309).

La importancia de este método radica en que su principal utilización es estudiar en profundidad la realidad social. En este caso, cómo la investigación se orientó hacia la comprensión del consumo cultural de los jóvenes universitarios desde el proyecto de vida, en relación a lo establecido se tomó la decisión y se optó por este método, ya que se ha considerado como el más idóneo y el más preciso para la indagación y el posterior análisis de la información.

En síntesis el ¿por qué? de este tipo de método, radica principalmente en que los propios límites que la investigación posee, llevan a acotar y precisar el objeto de estudio.

Dentro del método de estudio de casos existen tres modalidades. La modalidad más idónea utilizada para el desarrollo de esta investigación, fue el “estudio colectivo de casos”. “Esta

modalidad se centra en indagar un fenómeno, población o condición general a partir del estudio intensivo de varios casos” (Bizquera, 2004, p.314).

En este sentido tal como expone Rodríguez, Gil y García, “es fundamental tener en cuenta que la selección de los casos que constituyen el estudio puedan aportar una total información para la investigación” (Rodríguez, Gil y García, 1999, p.96). Esta modalidad de estudio de casos múltiple, se orientó a que los sujetos a analizar son de diferentes carreras, donde se pudo comprobar y determinar de manera más exacta el consumo cultural que tienen los jóvenes lo cual, permitir generar un discurso generalizado en la presente investigación.

1.5. Criterio de Selección de la muestra.

La investigación se llevó a cabo con una muestra de jóvenes entre 18 y 29 años, pertenecientes a distintas carreras en la Universidad Católica Silva Henríquez de Santiago. Entre las carreras de los entrevistados se encontraban: Psicología, Trabajo Social, Sociología, Artes, Pedagogía en Formación Técnica para Técnicos Profesionales, Derecho, Pedagogía Básica, Pedagogía en Matemática, Pedagogía en Música y Pedagogía en Historia.

En esta etapa es importante poder contar con una amplia variedad, es decir, “*seleccionar entre toda la gama de posibilidades en que el fenómeno se manifieste, de tal forma que nos permita una replicación teórica*” como a su vez tener un cierto equilibrio “*es decir, elegir los casos de forma que se compensen las características de unos y otros*” (Rodríguez, Gil, García, 1999, p.99).

En lo referente a la muestra, (Schwandt 1990) sugiere diferenciar el sitio en el que se realiza el estudio y el muestreo que se lleva a cabo. Tomando en cuenta esta recomendación, en esta sección se hace referencia, en primer lugar, a la selección del sitio en el que se lleva a cabo el estudio y, en segundo, a quienes fueron seleccionados para participar en el mismo.

Se consideró conveniente limitar la investigación a la Universidad Católica Silva Henríquez, ya que representa un espacio adecuado para la investigadora, por la facilidad de acceso y por el conocimiento que posee de la universidad. En este sentido, (Glesne, 1999) menciona que existen muchas ventajas al estudiar la institución a la que el investigador pertenece ya que el acceso y *rapport* (se produce cuando dos o más personas están en “sintonía” psicológica y emocional) se logra con mayor facilidad lo que reduce el tiempo de la investigación.

En lo que se refiere al muestreo al interior del sitio, es decir, de los participantes, la muestra fue intencional. Este tipo de muestro no pretende la generalización de los resultados en términos cuantitativos sino identificar participantes que puedan proporcionar información valiosa para la comprensión del fenómeno (Merriam, 1998). El muestro realizado fue de máxima variación (Maykut y Morehouse, 1994). Por lo tanto, los participantes fueron seleccionados de manera intencionada para lograr que representaran características variadas o posturas contrastantes ante el fenómeno a estudiar. La diversidad de los participantes en la muestra permitió incluir diferentes experiencias y puntos de vista.

Se escoge estratégicamente estudiantes de la Universidad Católica Silva Henríquez, porque los sujetos poseen criterios en común (estudiantes universitarios, universidad privada, rango etario, pertenecientes a una misma universidad). Y se opta por elegir estudiantes de diversas carreras para tener opiniones más heterogéneas de los entrevistados. Predomina de esta forma en el grupo, el factor generacional antes que el estrictamente académico.

Para alcanzar máxima variación, fueron incluidos estudiantes que reportaron tener bastante conocimiento e interés por el tema y estudiantes que expresaban no tener acercamientos tan estrechos con el consumo variado de cultura y/o no tener un proyecto de vida tan estructurado.

Para seleccionar un grupo de universitarios representativos en las entrevistas que se llevaron a cabo, se seleccionaron jóvenes universitarios de diferentes carreras como se expresó anteriormente. Además otro criterio utilizado es que sean alumnos de diferentes horarios (vespertino - diurno).

La obtención de datos se realizó en el periodo comprendido entre los meses de noviembre de 2012 y abril de 2013 y se buscó un equilibrio en el género de los participantes.

Se emplea en la investigación un criterio de saturación en las entrevistas realizadas ya que, es la disposición del investigador cuando considera que el trabajo de campo y los datos recopilados comienzan a ser repetitivos y no se logran nuevos hallazgos importantes. Toma entonces la decisión de que es momento de finalizar las entrevistas, disminuyendo la cantidad de jóvenes universitarios.

Se realizaron 7 entrevistas en total, 6 entrevistas en profundidad y una grupal, en la que participaron 6 (3 hombres 3 mujeres) alumnos de la UCSH de las siguientes carreras:

En las entrevistas en profundidad participaron alumnos que cursaban las siguientes carreras: Trabajo social, Pedagogía en formación técnica para técnicos profesionales, Derecho, Psicología, Sociología. En la entrevista grupal participaron alumnos que cursaban las siguientes carreras, Pedagogía Básica, Pedagogía en Matemática, Pedagogía en Música,

Psicología, Pedagogía en Historia, Sociología. El relato y las opiniones de los jóvenes contribuyeron positivamente en el proceso de análisis de esta investigación.

1.6.- Técnicas de recolección de información

En esta investigación, para acceder a la información relevante utilizamos tres técnicas de investigación: la técnica de entrevista semi-estructurada, entrevistas grupales y la observación, ya que de esta forma se pueden comprender los discursos y las interpretaciones subjetivas que los jóvenes realizaron frente al tema.

En primer lugar se optó por utilizar la técnica de las entrevistas semi-estructurada, ya que a través de este instrumento, se pueden comprender las perspectivas que tienen respecto de sus vidas, experiencias o situaciones a través de su relato.

La entrevista grupal, surgió como una técnica complementaria a las entrevistas en semi-estructurada, puesto que en el desarrollo de esta investigación se consideró importante que los jóvenes compartan sus experiencias entre sus pares. Ambas técnicas fueron realizadas en las dependencias de la Universidad.

La observación, se utilizó para tener un conocimiento más acabado principalmente del consumo cultural en Santiago y en la UCSH, ya que se realizaron observaciones en diversos lugares y espacios donde se generan prácticas culturales.

1.7. Entrevista semi-estructurada.

Esta técnica permite la obtención de información mediante la conversación con otro sujeto. *“Esta técnica es fundamentalmente una conversación en la que y durante la que, se ejercita el arte de formular preguntas y escuchar preguntas”* (Ruiz Olabuenaga, 2003, p.165).

En este sentido se planteó trabajar con entrevistas semi-estructuradas, ya que como los informantes son jóvenes, lo más óptimo es generar una conversación amena, flexible y no estructurada. La flexibilidad de este tipo de entrevista favorece la investigación, porque deja margen al investigador para ahondar en algún aspecto no considerado en la entrevista o además permite dar mayor relevancia a algunos hechos que el informante señale y que son considerados como aportes a la información que se está recopilando.

Se tomó en consideración la utilización de una entrevista semi-estructurada, porque permite *“comprender más que explicar, maximizar el significado, y como adopta el formato de estímulo/respuesta se espera respuestas objetivamente sinceras en vez de respuestas objetivamente verdaderas”* (Ruiz Olabuenaga, 2003, p.170).

Esta determinación nace para evitar los sesgos sobre la información que quieran entregar los jóvenes, ya que siempre dentro de una conversación surgen otras aristas que son interesantes de identificar y describir.

Las entrevistas fueron aplicadas directamente a los jóvenes estudiantes universitarios de la UCSH, estas entrevistas fueron grabadas, para la posterior transcripción y análisis de la información.

1.8. Entrevista grupal.

La entrevista grupal es la segunda técnica utilizada en la presente investigación. Se intentó crear una conversación entre un grupo de informantes para dialogar así sobre sus proyectos de vida, sus metas, expectativas y por otro lado, contar sus prácticas culturales tales como: los espectáculos a los que asisten, medios de comunicación más utilizados, etc.

Esta técnica permitió profundizar sobre las experiencias de los jóvenes en su vida personal y cotidiana, las diferentes construcciones de futuro que desean materializar, y complementariamente, cómo se relacionan con situaciones tan diarias tales como: leer un libro, asistir a algún espectáculo, ver televisión, escuchar música, etc. A través de esta conversación se puede indagar sobre episodios en común que poseen los jóvenes, y de esta forma, retroalimentar el proceso individual de manera grupal.

La entrevista grupal es una técnica que se diferencia de la entrevista individual; genera un cambio en el poder que representa el investigador o entrevistador frente a los jóvenes entrevistados, ya que el poder se distribuye de forma espontánea entre los involucrados en la conversación. Se genera una disimetría entre las direcciones que se generan al interior de la conversación.

La entrevista grupal se realizó en las dependencias de la Universidad, apoyada por los funcionarios de la Universidad que me permitieron una sala. Esta entrevista fue liderada por la investigadora, y se constituyó por seis jóvenes (tres hombres y tres mujeres) estudiantes de la Universidad Católica Silva Henríquez.

Lo fundamental de esta instancia es que enriqueció la investigación, puesto que son un grupo heterogéneo de informantes gracias a que estudian distintas carreras, viven en distintas comunas de Santiago, y provienen de estratos socioeconómicos diferentes. Sin embargo, poseen criterios en común, tales como el espacio universitario que comparten, el rango etario y la ciudad en la que habitan.

En el caso de las entrevistas grupales, el criterio de selección a utilizar para la selección de los informantes es el de comprensión y pertenencia sobre la temática que se desee indagar, según Ibáñez (1979).

1.9. La Observación.

Otra técnica de recolección utilizada para la obtención de información, fue la utilización de la observación, ya que, se pensó que era la herramienta más idónea para analizar el consumo cultural de los jóvenes, en instancias culturales.

La observación, *“permite obtener información sobre un determinado fenómeno o acontecimiento tal y como se produce”*, permitiendo a su vez determinar los accionares, y los procesos colectivos que los estudiantes secundarios desarrollan al interior de los recintos educacionales (Rodríguez, Gil, García, 1999, p. 149).

En este sentido y en especial para esta investigación, la observación fue *“entendida como un proceso sistemático por el que un especialista recoge por si mismo información relacionada con cierto problema”*, para este caso se entendió la relación entre consumo cultural de los jóvenes y proyecto de vida en jóvenes universitarios de la UCSH, como el fenómeno a analizar (Rodríguez, Gil, García, 1999, p. 150).

El proceso de la obtención de información, el cual alude directamente a la observación, Rodríguez, Gil, García (1999) plantean en ésta *“intervienen las percepciones del sujeto que observa y sus interpretaciones de lo observado”* (p.150), es decir, implica tener un rol activo que permite *“adentrarnos en profundidad a situaciones sociales, manteniendo un papel activo, así como una reflexión permanente”* (Hernández, Fernández, Baptista, 2006, p.587).

Las observaciones están directamente relacionadas con las actividades y categorías que se desglosaron en la investigación, se realizó observación en diferentes lugares de Santiago, tales como: Cines, Centros culturales, Museos, Conciertos, Teatro, etc. y adicionalmente se observaron instancias culturales que se dan en la Universidad.

2.- Análisis de la información.

El procedimiento que se utilizó en esta etapa contempló tres fases previas al análisis de la información obtenida con las técnicas cualitativas utilizadas. Este proceso comenzó con la transcripción de seis entrevistas realizadas a los estudiantes universitarios de la UCSH. Una vez realizadas las transcripciones, se dio paso a la realización de categorías por medio del programa Atlas Ti.

El análisis utilizado correspondió al análisis de contenido, ya que se pudo descomponer la información obtenida de las entrevistas mediante la construcción de categorías. De esta forma cada categoría respondió a las propias temáticas abordadas y presentadas en las entrevistas. Este análisis posee una orientación esencialmente descriptiva.

Como menciona Pérez (2000), más allá de los componentes obvios y visibles para poder interpretar y proporcionar una abstracción de los datos menos visibles o ocultos en los significados de las experiencias.

El análisis de contenido de la investigación cualitativa se realiza a través de cinco etapas importantes “*reducir, categorizar, clarificar, sintetizar y comparar la información con el fin obtener una visión completa del objeto de estudio*” (Pérez, 2000, p.102). Este proceso es sistémico y ordenado, se trata de un plan manejado el investigador.

El análisis parte por un periodo exploratorio, que consiste en el desarrollo de categorías desde los datos, esto se hace en el primer nivel de reducción de las entrevistas auditivas transcritas a formato texto, se realiza a través de la identificación de segmentos y categorías construidas a partir de los registros de campo.

Posteriormente se realiza un examen de todos los segmentos de cada categoría con el fin de establecer datos en un segundo nivel de reducción. En esta etapa se construye un registro de lo obtenido hasta el momento evidenciando algunas respuestas claves apuntando hacia los objetivos específicos, en esta etapa se genera la descripción de las categorías para facilitar la interpretación y se establece la conexión de las categorías con los datos, en los cuales se sugieren relaciones, se integran categorías y se establecen la posibilidad de generar posibles comparaciones entre categorías y se visualizan las primeras conclusiones de esta investigación.

Para hacer las etapas de análisis descritas anteriormente en esta investigación se utiliza una herramienta informática Atlas. Ti que es un programa diseñado para el procesamiento, almacenamiento y análisis de información oral y escrita.

En esta investigación el foco de atención es el análisis cualitativo, por lo que la aplicación de una herramienta informática no pretende optimizar el proceso de análisis, sino

simplemente ayudar al intérprete humano agilizando considerablemente las actividades implicadas en el análisis cualitativo y la interpretación, como por ejemplo la segmentación del texto en pasajes o citas, la codificación, o la escritura de comentarios y anotaciones; es decir, todas aquellas actividades que, de no disponer del programa se realizarían con ayuda de otras herramientas como papel, lápices de colores, tijeras, fichas, fotocopias. (Muñoz, 2005).

Las etapas que se contemplaron son las siguientes:

- **La codificación:** En esta etapa se codificó y ordeno el contenido de la información que se recopiló en el trabajo de campo. Se creó ejes temáticos referentes a la información obtenida. *“Mediante la codificación se asignaron a cada unidad de texto un indicativo o código referido a la categoría en la que dicha unidad o texto está incluido”* (Aravena, et al, 2006, p. 83).
- **La categorización:** Durante esta etapa se agrupó cada una de las codificaciones con sus respectivos textos en categorías que son más amplias, abriendo paso a un análisis. Como expresa Aravena (2006) *“la categorización es la operación mediante la cual se clasifican conceptualmente las unidades referidas al mismo tema”* (p.84). Esto quiere decir, uno o más códigos representan una categoría.
- **Síntesis y agrupación:** Esta etapa permitió reducir el volumen de la información y sintetizarla a categorías o conceptos que la representan.

2.1.- Criterio de rigor científico

Los criterios de rigor científico surgen desde la perspectiva metodológica de la investigación, los que orientan el diseño, las técnicas, la recolección de la información y el consecutivo análisis de la información.

2.1.1- Validación

Para esta investigación el primer criterio de validación fue la saturación de información. Este proceso consiste en *“reunir las pruebas y evidencias suficientes para garantizar la credibilidad de la investigación”* (Pérez Serrano, 2007, p.84).

A través de este criterio se pudo llegar a la saturación de información, es decir, cuando los sujetos entrevistados no expresaron algún aporte que sirviera para nuestro análisis y/o aportes repetidos y se dio por finalizada la información. Este criterio fue empleado tanto para las entrevistas semi-estructuradas y la entrevista grupal.

El segundo criterio fue la triangulación de los datos obtenidos, ya que esta tesis contó con tres instrumentos de recopilación, por lo tanto se pudo dar paso a la obtención de una amplia fuente de información y de métodos para la recolección de datos. Tal como señala Hernández, Fernández, Baptista (2006), esto permite tener una *“mayor riqueza y profundidad en los datos si éstos provienen de diferentes actores del proceso, de distintas fuentes y al utilizar una mayor variedad de formas de recolección de datos”* (p. 622-623).

2.1.2.- Fiabilidad y credibilidad

La fiabilidad consiste en la posibilidad de replicar los estudios, es decir, la posibilidad de *“que otro investigador llegue a los mismos resultados con los mismos métodos planteados en la investigación”* (Pérez Serrano, 2007, p.79).

Durante la presente investigación se ha sido riguroso con la aplicación de los métodos, lo que facilita el análisis de la información, sin juicios previos, tratando por igual a los informantes que accedieron a dar las entrevistas y otorgándole importancia a cada información recopilada.

La credibilidad tiene que ver con el entendimiento *“de significados completos y profundos de las experiencias entregadas por los sujetos informantes”* (Hernández, Fernández, Baptista, 2006, p. 665). Por lo tanto tiene que haber una correspondencia entre el participante y el investigador, que permitirá que el participante perciba los conceptos que se han vinculado al planteamiento inicial de la investigación y la manera que el investigador retrata los puntos de vista del participante.

En este sentido, se ha sido muy riguroso al momento de emplear las técnicas mencionadas anteriormente, dándole importancia a la buena comunicación entre los informantes y el investigador. Esto permitió entender de mejor forma los conceptos y temas abordados para no perder ningún aporte realizado por los informantes. Además en la presente investigación se adjunta en los anexos el audio y las entrevistas transcritas realizadas.

3. Análisis cualitativo.

En este apartado se presenta el análisis de las entrevistas que se efectuaron a los estudiantes de la UCSH, donde se contemplaron en la muestra seis entrevistas en profundidad, una grupal y la observación. El análisis se estructuró en relación a las categorías obtenidas en las entrevistas realizadas. Una vez que se codificó la información de la fase cualitativa, se realizó una categorización de ésta, lo que permitió construir un esquema de análisis, el cual se presenta a continuación y donde se detalla las principales categorías de análisis de la información obtenida por parte de los jóvenes entrevistados.

Las pautas de entrevistas y observación están transcritas y adjuntadas en el [J:\tesis1\Anexos.docx anexo](#).

Las entrevistas transcritas y adjuntadas [J:\tesis1\Anexos.docx anexo](#).

Codificación y categorización de la información obtenida de las entrevistas.

Objetivos	Dimensiones	Sub-dimensiones	Preguntas
Describir el consumo cultural de jóvenes estudiantes de la UCSH.	Consumo cultural	Percepción consumo cultural. La cultura y el consumo. Asistencia a espectáculos culturales. Medios de comunicación más utilizados Lectura consumida por los jóvenes universitarios. Libros que consumen los jóvenes universitarios. Revistas y/o diarios que consumen los jóvenes	¿Qué es para ti consumo cultural? ¿Crees que la cultura se consume? ¿A qué tipo de espectáculos asistes? ¿Cuál es el medio de comunicación que te agrada más consumir (radio, televisión, Internet)? ¿Por qué? ¿Qué tipos de libros lees? ¿Qué tipo de revistas y magazines lees? ¿Qué tipo de música escuchas?

		<p>universitarios.</p> <p>Consumo doméstico.</p> <p>Música que consumen los jóvenes universitarios.</p> <p>Compras o descargas que realizan los jóvenes universitarios.</p>	<p>En el último tiempo ¿has comprado alguna revista, libro, CD (descargar música) o película?</p> <p>¿Qué medios utilizas para tu consumo cultural</p>
<p>Identificar el proyecto de vida de jóvenes estudiantes de la UCSH participantes en el estudio.</p>	<p>Proyecto de vida.</p>	<p>Percepción proyecto de vida.</p> <p>Metas proyecto de vida.</p> <p>Percepción que tiene la juventud del proyecto de vida.</p> <p>Expectativas proyecto de vida.</p>	<p>¿Qué es para ti un proyecto de vida</p> <p>¿Tienes un proyecto de vida?</p> <p>¿Me podrías decir cómo es tu proyecto de vida?</p> <p>¿Crees que los jóvenes de tu edad tienen un proyecto de vida? ¿Se lo han planteado? ¿Se preguntan este tipo de cosas?</p> <p>¿Qué te ha tocado a ti ver, escuchar y compartir?</p> <p>Cómo te imaginas en cinco años más?</p> <p>¿Cómo te imaginas en diez años más?</p> <p>Para ti, ¿qué es ser feliz?</p>
<p>Relacionar el proyecto de vida de los estudiantes</p>	<p>Proyecto de vida.</p>	<p>Consumo cultural y la influencia en el entorno de los jóvenes universitarios.</p>	<p>¿Qué relación hay entre tu proyecto de vida y lo que consumes culturalmente?</p>

de la UCSH sobre su consumo cultural.	Consumo cultural.	Consumo cultural y la influencia en el desarrollo personal de los jóvenes universitarios.	¿Sientes que las actividades culturales te ayudan a desarrollarte como persona?
	Capital cultural.	Consumo cultural y la influencia en las perspectivas de vida de los jóvenes universitarios.	¿Sientes que las actividades culturales amplían tus perspectivas de vida?
	Habitus.	El consumo cultural y la influencia según del nivel socioeconómico de los jóvenes universitarios.	¿Sientes que las actividades culturales amplían tus temas de conversación y conocer otras formas de vivir y pensar?
		Las expectativas del consumo cultural en los jóvenes universitarios.	¿Consideras que tu nivel socioeconómico incide en tu consumo cultural?
		Expectativas del consumo cultural de los jóvenes a futuro.	¿Crees que en el futuro podrás acceder a otros tipos de consumo cultural que ahora no puedes realizar?
		Consumo cultural en relación al círculo de amistad de los jóvenes universitarios.	¿Consideras que tus gustos culturales tienen injerencia en tu círculo de amistad?
		Consumo cultural y relación con el nivel educacional de los jóvenes universitarios.	¿Crees que tu nivel educacional se relaciona con tus gustos culturales?
		Percepción de los jóvenes universitarios de la oferta	¿Cuál es tu visión del consumo cultural en Santiago?

		cultural en santiaguina. Percepción de los jóvenes universitarios de la oferta cultural Universitaria.	Y... ¿en espacios universitarios?
--	--	---	-----------------------------------

3.1. Proyecto de vida.

Esta categoría de análisis planteó la percepción que tienen los estudiantes acerca de lo que es para ellos el proyecto de vida como concepto, y qué importancia tiene en sus vidas. De acuerdo a las codificaciones que se realizaron se pudo por una parte obtener la percepción que tienen los jóvenes del concepto proyecto de vida, y por otra parte, cuál era su propio concepto de proyecto de vida, es decir, sus propias metas. En cuanto a las proyecciones futuras de los jóvenes estudiantes, dichas citas guardan relación con las expectativas que ellos poseen.

Finalmente, el último punto que se desglosó en esta categoría son las valoraciones en el proyecto de vida, donde los jóvenes explicaban su búsqueda de la felicidad.

- **Percepción proyecto de vida.**

Gran parte de los jóvenes estudiantes de la UCSH poseen un concepto bien claro de lo que significa para ellos proyecto de vida. Se obtuvieron varias definiciones, las cuáles comparten tópicos comunes.

De lo que se obtuvo en el relato juvenil expresaron:

Hacia donde deseas guiar tus vivencias, tus gustos y tus expectativas de vida.
(Estudiante de Artes)

Mmm un proyecto de vida es simplemente el conjunto de aspiraciones que uno tiene para su futuro. Abarca desde el nivel profesional al emocional, según el oficio.

(Estudiante de Psicología)

Es una idea que representa lo que quiero llegar a ser y a tener en un momento determinado, junto con las etapas previas que me llevarán a esa meta.

(Estudiante de derecho)

Mmm es un conjunto de aspiraciones...y metas que se pretenden lograr en corto plazo.

(Estudiante de trabajo social)

Cabe señalar que no hay total acuerdo en cuanto al factor temporal del concepto, ya que si bien todos lo relacionan al futuro, hay quienes lo consideran relativo al corto plazo y otros al largo plazo.

Se comparte mayoritariamente la idea de “metas”, vale decir, objetivos concretos que dan sentido a la vida, como parte fundamental del concepto de vida; se coincidió ampliamente en definirlo como un ámbito o conjunto de metas a futuro.

Destaca también en la definición del alumno de Derecho la inclusión en el concepto de “*las etapas previas que me llevarán a esa meta*”. Esto dota de una nueva característica al concepto de proyecto de vida: la de ser en sí un “proceso”, ya que comprende un objetivo final y los medios o pasos a seguir para la consecución de dicho objetivo.

Los jóvenes entrevistados destacaron en las distintas citas una clara intención “constructiva”, acorde a un sentido implícito importante para ellos, en oposición a una actitud “destructiva” respecto de su propia identidad. Desde este argumento, se desliga de la opinión de los jóvenes universitarios de la UCSH la especial importancia que dan a su futuro, más propia de individuos pertenecientes al mundo adulto que de jóvenes en un sentido estricto. Por ende, se deduce que el grupo entrevistado se encuentra terminando la transición entre la infancia y la adultez.

En el relato de los jóvenes, se vislumbró una clara construcción de apuestas al futuro en ámbitos familiares, académicos y laborales. En este sentido, expresaban un sentimiento positivo en estos planes y/o “metas” para su futuro las que están supeditadas a factores primordialmente económicos y emocionales.

- **Metas proyecto de vida.**

En esta categoría todos los jóvenes expresaron sus metas con claridad y convicción. Abordaron principalmente dos tipos de metas: laborales o económicas, y de crecimiento personal o familiar.

Los jóvenes expresaron lo siguiente en sus relatos.

Es difícil porque uno se puede ver estable, tener una familia o tener una relación bacán pero a veces no siempre se dan las cosas así.

(Estudiante de Música)

Estudiar todo lo que me interese, trabajar en lo que me acomode, ser dependiente solo de mi trabajo y esfuerzo, y claro tener una pareja estable.

(Estudiante de Sociología)

En una primera instancia me proyecto trabajando en una universidad, en investigación y docencia, y por medio de este trabajo obtener los ingresos necesarios para vivir tranquilo y con comodidades. En mi tiempo extra-laboral disfrutar de mis bienes para ser feliz, en pareja o soltero.

(Estudiante de Derecho)

Mi proyecto de vida dice relación con... ejercer mi profesión, ser bueno en lo que hago y quizás dejar una huella en el campo en que me desempeñe, no solo en el ámbito profesional, sino que aportar en todas las disciplinas, y, en otros aspectos, simplemente tener una familia, sentirme satisfecho en el ámbito de las relaciones humanas; no podría

decirte quiero tener una casa... no sé, o sea, un auto, salir de vacaciones todos los veranos... es algo que se vaya dando natural.

(Estudiante de Psicología)

Bueno yo creo que sigo estudiando, con muchas cosas en mente.

(Estudiante de Pedagogía en formación técnica para técnicos profesionales)

Se observan muchos estudiantes nuevos de la UCSH, listos para emprender el camino universitario ya que para los jóvenes es importante el proyecto de vida y ellos lo relacionan fuertemente con el hecho de estar estudiando, este factor es casi la esencia de su proyecto de vida actual.

(Observación patio de la UCSH 22 de marzo de 2013).

Por parte de los entrevistados existe un claro énfasis en el desarrollo “laboral” como una meta preponderante a cumplir, dado que este factor otorga estabilidad para el desarrollo de otras metas o planes que se propongan a futuro. Las metas se circunscribieron en primer lugar alrededor de este punto. Se puede afirmar con certeza que la primera motivación compartida por los jóvenes es de naturaleza económica o de subsistencia; les interesa lograr insertarse en el medio socioeconómico con las herramientas educacionales que han recibido en sus respectivas carreras, y lograr estabilidad e independencia en sus vidas a través de una remuneración al ejercicio de su profesión.

En segundo lugar se mencionan metas tales como “*tener una pareja estable*”(estudiante de sociología), “*disfrutar de mis bienes para ser feliz, en pareja o soltero*”(estudiante de derecho), o “*tener una familia, sentirme satisfecho en el ámbito de las relaciones humanas*”(estudiante de psicología), lo que evidencia una segunda motivación importante, que es relacionada al crecimiento personal de los entrevistados, debido a que es parte de un “cauce natural” terminar la carrera, tener una pareja, casa propia y finalmente una familia. Sin embargo los entrevistados aclaraban la importancia de este punto pero el goce de la libertad, de vivir solos o viajar eran metas que deseaban cumplir antes de establecerse en una familia propia.

- **Percepción que tiene la juventud del proyecto de vida.**

Hay que recalcar en esta categoría de análisis que las percepciones de proyecto de vida brindadas en las distintas entrevistas fueron opiniones personales, referidas a la visión que tiene la juventud en general de este concepto. Por ende, no se debe confundir dichas opiniones con la postura personal de los jóvenes entrevistados respecto del concepto proyecto de vida.

Los jóvenes de mi edad la mayoría tiene un proyecto de vida, se lo han planteado, lo han desarrollado y algunos lo han logrado. Es un tema frecuente de conversación en jóvenes de mi edad.

Me ha tocado ver y escuchar múltiples proyectos de vida y se puede concluir que todos están ligados a un consumo cultural casi obligado para poder lograr los objetivos.'

(Estudiante de Trabajo social)

Los jóvenes no contemplan, viven el ahora el ser ahí, proyecciones a mediano plazo es lo que contemplan. Aspiraciones macro es el vehículo y la casa, un dato duro dado por el INJUV son a mediano plazo las proyecciones.

(Estudiante de Sociología)

Depende del nivel sociocultural que tenga el joven. Me ha tocado compartir con muchas personas y creo que el gran porcentaje de los jóvenes, que son gente que no tiene estudios formales, tienen trabajos u oficios mal pagados, uno se pone a filosofar... para ellos la vida es algo más a pulso, y que se generan expectativas más a corto plazo. Yo creo que un sector minoritario de los jóvenes tiene eso del proyecto de vida, tira coordenadas concretas para llegar a esas metas.

Uno como universitario, tiende a codearse con gente universitaria, en otra instancia dices, ahh, si la juventud esta mas despierta, que se yo... y habla de proyecto de vida, pero si sales al mundo real, las personas que trabajan de empaquetador de otras cosas ellos no se plantean mucho el tema, es lo que llegue, tienen una vida muy determinada por las condiciones económicas, las deudas que llegan azarosamente a sus vidas, existe un asedio de información basura que les llega de los medios de comunicación. Ellos ven que no pueden lograr esa vida ideal que ven en los medios de comunicación y se sienten frustrados y van cayendo en esos submundos de vicios, y eso... tienen una vida mucho menos controlada y planificada que los jóvenes que tienen acceso a estudios

<p><i>universitarios, por un lado, o jóvenes de clases adineradas.</i></p> <p><i>(Estudiante de Psicología)</i></p>
<p><i>Creo que en general, la mayoría tiene un proyecto de vida. La diferencia está en la profundidad con que lo han ideado, la previsión de los detalles y la cercanía que tiene cada proyecto con la realidad de esa persona.</i></p> <p><i>Creo que a esta edad, ya todos nos hemos preguntado por un proyecto de vida... o al menos deberíamos. Me ha tocado compartir proyecciones similares a las mías en mi entorno de amigos, estando algunos más cerca de alcanzarlas que otros.</i></p> <p><i>(Estudiante de Derecho)</i></p>
<p><i>Yo creo que el grupo más cercano. La gente está más enfocada en vivir el día a día, la gente no le importa que va a pasar mañana, no... la gente no tiene mucho proyecto de vida.</i></p> <p><i>(Estudiante de Pedagogía en educación técnica para técnicos)</i></p>

Las opiniones se bifurcan en esta categoría; en una proporción casi igualitaria, una parte de los estudiantes afirma que la juventud actual sí tiene por lo general un proyecto de vida, mientras que la otra parte expresa que la mayoría de los jóvenes de hoy viven el día a día, sin preocuparse de tener un proyecto de vida.

Según el estudiante de psicología, los jóvenes sin estudios superiores, o de un estrato socioeconómico más bajo dedicados a trabajos con baja remuneración, por lo general *“tienen una vida mucho menos controlada y planificada que los jóvenes que tienen acceso a estudios universitarios por un lado, o jóvenes de clases adineradas”*. Se desprende de esta opinión la importancia del nivel educacional de los jóvenes al momento de constituir su proyecto de vida, ya que al tener mejores herramientas para insertarse en el mundo laboral tendrán mejores oportunidades de satisfacer sus necesidades económicas. Dicha respuesta guarda una estrecha relación con el capital cultural que posee cada individuo, puesto que no es casualidad la influencia que tiene el colegio dónde asistió un sujeto o la familia en la que se crio y la universidad y/o carrera que ejerce en el proyecto de vida que se proponga y en consecuencia. Los jóvenes en su gran mayoría opinan que para la juventud en general, es relevante el ingreso a la Universidad o a Estudios Superiores, dado que se amplían las probabilidades de poder concretar las metas de índole personal y laboral más exitosamente.

Abundando en el análisis anterior, se desprende de la entrevista del estudiante de psicología que los jóvenes sin proyecto de vida (la gran mayoría según él) poseen una historia común adversa a las condiciones propias en las que se puede planificar un proyecto de vida. Relata que estos jóvenes se ven enfrentados a una contradicción entre las metas que los medios de comunicación consideran plausibles, y las metas que según su situación económica son posibles, lo que genera en ellos frustración y actitudes autodestructivas. El grueso de estas experiencias no favorecedoras de la proyección económica hace que estos jóvenes colectivamente renuncien a la realización de un proyecto de vida, siendo esta renuncia algo “normal”, una conducta compartida por un amplio sector de la juventud.

Un aspecto fundamental que mencionaban los jóvenes es la situación en la que se encuentran; un momento crucial de sus vidas donde se aplica el concepto de la moratoria social, dado que están en un periodo de preparación para poder asumir *a posteriori* roles sociales que se les confían a los adultos de esta sociedad.

Adicionalmente, se dedujo en el análisis de la entrevistas que los jóvenes que expresaban que tanto el capital educacional y económico eran claves para proyectarse, puesto que veían en amigos o conocidos que provenían de un nivel socioeconómico más bajo y debido a las experiencias sociales propias de su estrato económico tenían menos posibilidades de concretar planes propios al tener que enfrentarse a problemáticas tales como: problemas económicos múltiples que impiden el acceso a la educación, desenvolverse en ambientes de pobreza donde no hay mucha esperanza, pocas oportunidades laborales, baja remuneración entre otros factores.

- **Expectativas Proyecto de vida.**

Nuevamente las citas dejan al descubierto la prioridad que dan los jóvenes al ámbito económico-laboral y esto responde a las competencias que tienen que enfrentar los jóvenes Chilenos universitarios en la actualidad, seguido por las expectativas relativas a la constitución de una familia y/o de crecimiento personal. Todos los entrevistados expresan su expectativa de usar las herramientas educacionales que han recibido en la UCSH para trabajar a futuro en sus respectivos campos laborales. También más de uno afirma que espera poder incrementar sus competencias mediante postgrados y experiencias enriquecedoras en el plano laboral. Éste desarrollo profesional redundará para ellos en lograr independencia económica y auto-sustentación, base necesaria para edificar las demás metas de segundo orden incluidas en sus expectativas futuras.

Titulado de pregrado, estudiando en post grado y trabajando complementariamente. Adquiriendo más grados académicos, trabajando en investigación y docencia.

(Estudiante de Trabajo social)

Me imagino ejerciendo mi carrera, trabajando en un recinto público, creo que quiero ir escalando de a poco en términos de currículum, quiero desarrollarlo lentamente; entonces prefiero experiencias que me den a conocer, experiencias cultivadoras en las que pueda conectar con gente de varios estratos sociales, nutrirme de mi profesión, de a poco ir subiendo. No quiero tener un trabajo bien pagado, eso por un lado, vivir en un departamento, arrendando.

Ojala con un trabajo mejor pagado, posibilidades de viajar, amoroso y familia, no sé, no me cierro a la posibilidad de crear una vida familiar, para mí no es tan fundamental tener una vida armada con hijos...no... Yo creo que no, para mí no entra en mi proyecto de vida. Si llega, bien, quiero dejarme sorprender en ese ámbito.

(Estudiante de Psicología)

Estudiando igual, eso me importa mucho. Seguir cultivando el tema intelectual en mi vida, ya que hoy en el tema de las competencias al final se salva el que más estudia. Uf, me cuesta determinar eso, diez años es harto tiempo, no me proyecto en tanta cantidad, pero me imagino que trabajando en algo estable... Obviamente quizás con familia... No sé.

(Estudiante de Pedagogía en formación técnica para técnicos)

Como un profesional exitoso, con un buen trabajo en el área de mi especialidad, vida independiente, adquiriendo bienes personales, conforme y feliz. Como un profesional prestigioso, independiente, tranquilo y feliz.

(Estudiante de Derecho)

Ejerciendo la sociología, sacar un magister, doctorado, consumiendo educación. Adquiriendo más grados académicos, trabajando en investigación y docencia.

(Estudiante de Sociología)

En primer lugar, es importante analizar los datos desde la perspectiva de las expectativas. Las expectativas de los jóvenes entrevistados tenían como eje central finalizar sus estudios universitarios en primer lugar y luego seguir perfeccionándose en ámbitos relacionados a su profesión. Los entrevistados confían y esperan que sus estudios superiores tengan por consecuencia futura el ejercicio profesional, concreto y remunerado. No es de *perogrullo* hacer esta acotación, ya que no necesariamente estudiar una carrera conlleva a la intención de ejercerla profesionalmente; pueden realizarse estudios sólo con un fin cultural e intelectual.

Los jóvenes entrevistados optaron por un camino legítimo de integración que es la Universidad y este ámbito es crucial tanto en sus expectativas a futuro, como en la inclusión social que les otorga dado que la educación es un valor heredado por la sociedad que tiene como fin mejorar las condiciones de vida de los individuos, abriendo mejores perspectivas de vida para el futuro

En segundo lugar, es relevante constatar que en todas las entrevistas se expresan expectativas donde priman metas eminentemente “personales”; los entrevistados asignan gran importancia a lo útil para su desarrollo personal, y casi nula a lo útil para la colectividad. Se comprueba que en este grupo entrevistado la autorrealización autónoma desplaza a la razón social.

En este sentido, se puede apreciar a través del relato juvenil el carácter individual de sus expectativas, algunos jóvenes en sus respuestas criticaban a este sistema, que se rige bajo cánones neoliberales y que a causa de ello, los procesos de individuación se construyen cotidianamente; Siendo un componente de la socialización primaria, La escuela otorga una educación cada vez más tecnificada, lo cual desde una perspectiva es beneficioso, puesto que mediante este mecanismo se generan resultados beneficiosos. Sin embargo una de las consecuencias negativas es sucumbir en una sociedad de la informática perezosa, sedentaria, aislada y evitando el contacto con los otros.

Otro agente social de esta socialización primaria es la familia, dado que puede marcar procesos de individuación muy marcados a través de los valores que se practiquen al interior de ella. Otro espacio donde se generan procesos de individuación, es en la relación que tienen los jóvenes con esta sociedad que los seduce a consumir y participar de las modernizaciones, de éxitos económicos y del status que genera tener ciertos objetos y bienes de valor

- **Valoraciones proyecto de vida.**

Los jóvenes expresaron en este ítem las claves generadoras de lo que para ellos es felicidad, y por lo tanto, lo que tiene sentido para ellos. La mayoría consideró que el bienestar económico y el personal (que contempla los ámbitos emocional, intelectual, de salud, etc.) van de la mano como base de una vida feliz.

<p><i>Ser pleno en todo aspecto de la vida, desde lo emocional, intelectual y económico. Sería una mezcla de ellas.</i></p> <p>(Estudiante de Trabajo social)</p>
<p><i>Principalmente conlleva estar con las personas que te rodean, familias, amistades. Pero bajo este sistema y economía el dinero prima mucho, y la felicidad se ve ligada a lo económico.</i></p> <p>(Estudiante de Sociología)</p>
<p><i>Es saber disfrutar de lo que se tiene y de lo que se está viviendo en cada momento, fijándose en las cosas buenas de nuestras vidas, por sobre las malas...</i></p> <p>(Estudiante de Derecho)</p>
<p><i>En este momento es que mi gente, la más cercana que me rodea, esté sana y monetariamente estable.</i></p> <p>(Estudiante de Pedagogía en formación técnica para técnicos profesionales)</p>
<p><i>Lograr una comunión de cuerpo y alma, sentir que está todo resplandeciente a mi alrededor.</i></p>

(Estudiante de Artes)

La etapa juvenil, es un momento donde es posible reconocer en la interioridad del individuo la elección y el surgimiento de valores personales que contribuirán con la orientación de su conducta en el medio social.

En este sentido, la felicidad al parecer está centrada en el sí mismo, en quienes le rodean en el entorno más próximo, la familia, la actividad que se desempeña y la posibilidad de desarrollo personal.

De la comparación entre los datos recopilados en esta categoría y los del ítem anterior, surgen interesantes resultados. Vale la pena recalcar que los jóvenes nuevamente excluyen de su discurso actividades y realidades relativas o pertenecientes al interés colectivo; todos contemplan un bienestar mixto de diversas naturalezas, pero que sólo se circunscribe al ámbito de lo útil para el desarrollo personal.

De la entrevista del estudiante de sociología se puede desprender que existe una visión adversa del medio económico, cuando afirma: *“Pero bajo este sistema y economía el dinero prima mucho, y la felicidad se ve ligada a lo económico”*. Es posible que una de las razones por las cuales los jóvenes proyectan su vida de forma individual sea el sentimiento derrotista respecto de cambiar el entorno económico, nicho del cual tienen que extraer obligatoriamente las condiciones para construir una estabilidad económica y así, poder desarrollarse en áreas más personales y espirituales.

Tomando en cuenta el relato de uno de los jóvenes, éste expresaba respecto de la felicidad: *“en este momento es que mi gente, la más cercana que me rodea, esté sana y monetariamente estable”*

Afirmaciones como la siguiente dan cuenta de esta realidad: *“en este momento es que mi gente, la más cercana que me rodea, esté sana y monetariamente estable”*. Finalmente a través de esta afirmación los jóvenes consignan sus preocupaciones en lo que ellos valoran y están más centradas en lo cercano y en sí mismo que en contexto social el cual, al parecer, ven como de oportunidades pero de exigentes esfuerzos en lo personal. Los valores de los entrevistados están en un proceso de cambio pero aún hay límites cercanos, lo que habla más de una tensión de que un cambio total, de estar a medio camino entre antiguos y nuevos valores.

3.2. Percepción consumo cultural.

Se pudo determinar que los jóvenes tenían percepciones en común acerca del concepto. Entre sus apreciaciones del concepto destacaron definiciones tales como: “*prácticas*”, “*acceso a la cultura en diversas expresiones*”, “*algo fundamental en el proceso de constitución social y de conocimiento de toda persona*”, etc.

Se desliga de lo anterior que los entrevistados tenían un acercamiento hacia este concepto relacionado con la práctica diaria, puesto que ellos son portadores de muy diversas dotaciones y disposiciones culturales, que han heredado y construido en el pasado desde: la escuela, la familia, su entorno y otros agentes sociales que han tenido influencia en el consumo cultural que ellos realizan.

Consumo cultural para mí es el acceso a la cultura en sus diversas expresiones (teatro, museos, cine, etc). Relaciono la palabra consumo con el valor monetario que tiene consigo el acceso a este bien y a la adquisición de conocimientos que esté proporcional.

(Estudiante de Trabajo social)

Son las practicas que uno se nutre de conocimientos, de costumbres de arte, en el fondo de todas aquellas experiencias que no tienen un valor mercantil como el que uno les asigna, en el fondo, es comulgar con algo que te va a dejar un valor que solo tú vas a valorar, valga la redundancia. No se traduce en bienes materiales, éxito... te hace sentido por sí solo.

(Estudiante de Psicología)

Es algo fundamental en el proceso de constitución social y de conocimiento de toda persona, la cultura debería ser algo que se entregue de forma gratuita y que no esté supeditada al tema económico, consumir cultura es algo beneficioso.

(Estudiante de Psicología)

Desde una relación intercultural hasta quizás un slogan ya es consumir cultura... Siempre se consume, pero como del punto de vista cotidiano e intelectual.

(Estudiante de Pedagogía en matemática)

<p><i>Para mi consumo cultural es un tipo de medida, es ir a los lugares, ver una película. Leer un libro que me agrada, eso básicamente... ahh y escuchar radio, eso me encanta.</i></p> <p>(Estudiante de Artes)</p>
<p><i>No lo sé a ciencia cierta. Imagino que son los artículos o productos que tienen contenido cultural, artístico.</i></p> <p>(Estudiante de música)</p>

Los jóvenes al vivir en sociedad, el consumo ha sido parte de ellos desde siempre, en tanto las definiciones entregadas por los tres citas que se tomaron de las entrevistas, se puede corroborar que se comparte la importancia del concepto económico “valor”, y aunque hay sutiles diferencias de precisión semántica, todas las entrevistas apuntan a una misma idea general.

Cuando el estudiante de trabajo social usa el término valor, se refiere al valor de cambio del bien cultural: *“Relaciono la palabra consumo con el valor monetario que tiene consigo el acceso a este bien”*. Sin embargo, es sólo para acotar que la palabra consumo evoca en él la idea de adquirir un bien en el contexto de un mercado de intercambio de bienes. En la frase *“...y a la adquisición de conocimientos que esté proporcional”*, afirma que el valor simbólico (dicho en sus palabras, la “adquisición de conocimientos”), es el verdadero fin del consumo cultural, por el cual se paga al adquirirlo.

Ambos estudiantes de Psicología, afirman la idea de que el valor simbólico de los bienes culturales es más importante que los valores de uso y de cambio. El primer estudiante afirma que el consumo cultural trata de *“aquellas experiencias que no tienen un valor mercantil como el que uno les asignan. En el fondo, es comulgar con algo que te va a dejar un valor que solo tú vas a valorar”*. El segundo estudiante señala que *“la cultura debería ser algo que se entregue de forma gratuita y que no esté supeditada al tema económico, consumir cultura es algo beneficioso”*. Se desliga de estas expresiones el común deseo de que el intercambio de bienes culturales esté libre de fines comerciales, ya que de esta forma, se cautelaría la real importancia de estos bienes, el valor simbólico, que resulta tan beneficioso para las personas.

Por lo tanto a través de estas citas, se puede establecer que los jóvenes le otorgan al consumo cultural, una atribución monetaria y de intercambio, develando una clara carga economicista a este concepto.

- **La cultura y el consumo.**

Esta categoría representa el cómo relacionan los jóvenes el concepto cultura con el concepto consumo, puesto que el consumo materializa y hace visible las identidades de relación social, así como las maneras en que se juega la inclusión y exclusión en el seno de una sociedad específica. A través de los bienes y servicios consumidos, los jóvenes se reconocen, se asimilan o se diferencian, organizando su mundo y posicionando en él a los otros, a la vez que se simbolizan sus relaciones sociales.

A continuación se presenta lo planteado por los jóvenes universitarios con respecto a este tema.

O sea claro, más allá del sistema económico, político, o antigüedad, uno puede esclarecer las coordenadas de su vida, o sea, establecer los principios de su vida alejados de la cultura. Uno puede vivir para pescar, para comer, y eso... en el fondo siempre ese consumo se traduce en un tráfico de ideas, experiencias en las que nadie te va a poner la soga al cuello si no quieres hacerlo. Claro que es algo que se consume y lo buscas.

(Estudiante de Psicología)

Si vemos a la cultura como un bien de consumo el cual normalmente se adquiere a través del pago de tarifas monetarias cae en la casilla de bienes de consumo como cualquier producto del mercado.

(Estudiante de Trabajo social)

Sí, es decir al estar inserta en esta realidad y sociedad de consumo, pasa a formar parte de un sistema en donde hoy por hoy todo se consume, la educación, la salud etc.

(Estudiante de Sociología)

Lamentablemente sí, existe oferta y demanda para ello y el círculo está muy segregado.

(Estudiante de Música)

Sí por supuesto..ehh pero también yo creo que la cultura es algo que se vive a diario y no siempre es premeditada, a veces depende de los factores del medio en el que vives.

(Estudiante de Artes)

Para la mayoría de los jóvenes entrevistados, la cultura era un bien de consumo, ya que establecían que en este modelo económico tanto la educación y la salud, como los bienes culturales se consumen como productos del mercado. Es algo concreto, puesto que para ir a un concierto, al cine, o simplemente navegar por Internet, debe haber un intercambio pecuniario como requisito. Cada joven tenía una intención personal al momento de consumir cierto bien cultural donde primaban razones tanto individuales como sociales.

Sin embargo, se deja entrever en algunas opiniones el desacuerdo con la idea de que los bienes culturales estén sometidos al mismo régimen económico que la mayoría de los productos del mercado. Por ejemplo, el estudiante de música afirma: *“Lamentablemente sí, existe oferta y demanda para ello y el círculo está muy segregado”*.

Vale la pena destacar que hubo una opinión distinta en relación a la cultura como bien de consumo: el estudiante de artes aseveró que *“la cultura es algo que se vive a diario y no siempre es premeditada, a veces depende de los factores del medio en el que vives”*. Esto revela que para este joven la cultura se consume, pero no necesariamente se adquiere mediante un intercambio económico; simplemente se pueden obtener bienes culturales del entorno donde se vive.

Los jóvenes le otorgan al consumo cultural un sentido simbólico, ya sea como símbolo de status o como elemento generador de identidad, subordinándole la intención de comunicarle algo a la sociedad.

- **Consumo cultural tiempo libre**

Esta categoría describe el consumo de los distintos bienes culturales considerados en esta investigación. Dichos bienes han sido agrupados en sub-categorías de acuerdo a sus similitudes, de modo de hacer una exposición más coherente. Las categorías son las siguientes:

- **Asistencia a espectáculos culturales.**

En esta categoría se pudo distinguir a través del relato de los jóvenes cuál es su predilección a la hora de asistir a un espectáculo cultural. A continuación se presenta lo planteado por los jóvenes universitarios con respecto a este tema:

<p><i>Me encanta ir al cine, me gusta mucho el cine arte también. Es genial el ambiente que se da. También me gusta ir a conciertos de música.</i></p> <p>(Estudiante de Psicología)</p>
<p><i>Cine, música, conciertos eso es lo que más me llama la atención.</i></p> <p>(Estudiante de Sociología)</p>
<p><i>Mínimo asisto dos veces al mes a conciertos de música, museos, etc.</i></p> <p>(Estudiante de Pedagogía en formación técnica para técnicos profesionales)</p>
<p><i>Música en vivo, cine, me encanta ir al teatro, creo que es lo que más frecuento hoy por hoy.</i></p> <p>(Estudiante de Artes)</p>
<p><i>Musicales, recitales de todo tipo y estilo. Mucho cine, tanto comercial como artístico. De vez en cuando, por mi círculo cercano asisto a obras teatrales y cosas así.</i></p> <p>(Estudiante de Música)</p>

Yo voy mucho al teatro, me encanta ir porque estudie un año entonces tengo muchos amigos en el ambiente y en realidad es como mi carrera frustrada.

(Estudiante de Sociología)

En este ítem se pudo corroborar a través de la observación que los jóvenes asisten bastante al cine, en un cine de la capital pude apreciar una gran afluencia de público joven, sobre todo en las películas taquilleras.

(Observación 15 de enero 2013, Cine Hoyts).

Otra observación que se realizó fue en el concierto de The cure el 15 de abril del presente año, se pudo apreciar una gran cantidad de jóvenes sobre todo de 24 a 25 años hacia arriba, esto es bastante sorprendente puesto que esta banda fue furor en la época de los 90. Otro factor importante fue el alto costo de las entradas que al parecer no fue impedimento para los jóvenes que asistieron al concierto.

(Observación 15 de abril, estadio nacional).

Asistí a la obra Amores de cantina del director Juan Radrigán en el Gam, me llamó la atención ver a tanta juventud pero extranjera, sin embargo el público Chileno mayoritariamente era adulto, cabe destacar que la entrada para los estudiantes era de \$3000, lo que a mi parecer es bastante barato debido a la gran puesta en escena.

(Observación 11 de abril de 2013, GAM.)

Los entrevistados en general poseen gustos bastante eclécticos, pero la mayoría opta por recitales de música masivos o ir al cine; gustos que no necesariamente son de bajo costo, ya que en el mercado actual los recitales, sobretodo de bandas extranjeras, son relativamente caros.

Por otro lado, el cine es mucho más accesible, puesto que existen variedad de promociones y días específicos para obtener entradas más económicas. Sin embargo, la asistencia a espectáculos tales como: exposiciones de arte, teatro, danza circo y museos es bastante bajo, esto se debe a que existe

El cine y los conciertos de música son mayormente preferidos sobre los demás espectáculos culturales por el promedio de la juventud chilena, dato que si bien no es compartido por la región metropolitana (donde las exposiciones de arte y el teatro priman sobre los conciertos de música), coincide con el grupo entrevistado.

Las presentaciones artísticas tales como: Teatro, Danza y Exposiciones de Arte se intentan adaptar a los gustos y exigencias de los tiempos; y, más aún, cuando estos espectáculos son revitalizadores de identidades locales y regionales. Sin embargo según los entrevistados estas manifestaciones artísticas no son muy consumidas por ellos, debido a que no han tenido una habitualidad en estas prácticas desde espacios familiares o cotidianos.

A través de la observación participante se constató, que la juventud en la actualidad prefiere asistir a espectáculos masivos como por ejemplo los conciertos de música popular. Incluso los jóvenes están dispuestos a gastar grandes sumas de dinero con tal de ver a sus artistas favoritos.

Otra actividad muy habitual en los jóvenes, que se observó en el campo fue el cine. En un día normal se observó bastante público juvenil. El cine se ha reinventado en la actualidad, a través de nuevas tecnologías y este segmento es el más entusiasta por ello.

- **Medios de comunicación más utilizados.**

Esta categoría de consumo es una de las más importantes y masivas. Según los datos recopilados, la mayoría de los jóvenes privilegia el Internet, puesto que este medio de comunicación engloba a todos los demás (radio y televisión).

A continuación se presentan las opiniones de los jóvenes entrevistados.

<p><i>Internet, porque con él tengo acceso a todos los medios de comunicación antes mencionados. Es más práctico y más específico a la hora de ser necesario.</i></p> <p>(Estudiante de Trabajo social)</p>
<p><i>Internet, es lo que más me sirve por lo general.</i></p> <p>(Estudiante de Sociología)</p>
<p><i>Internet, porque puedo buscar información y cosas de mi interés con mayor especificidad y eficiencia.</i></p> <p>(Estudiante de Derecho)</p>
<p><i>Internet, porque engloba todos los demás...</i></p> <p>(Estudiante de Música)</p>

Yo creo que Internet, y bueno radio y tv de forma parecida. Bueno el Internet me gusta porque uno tiene libertad de buscar las cosas que te interesan, y hay tanta información que es un sueño histórico que se está haciendo realidad; pero la desventaja del Internet, si sesga mucho sus búsquedas, termina dejando fuera de su vida muchas otras cosas que... por ejemplo las cosas que uno aprende cuando escucha programas, eso...o sea cosas que ya vienen programadas, la tv, y la radio. Le encuentro una ventaja en ese ámbito y creo que eso... tanto el Internet tienen mucha importancia.

(Estudiante de Psicología)

Un día en la mañana entré a la sala de computación de la UCSH, y pude observar que la mayoría de los alumnos estaban conectados a sus redes sociales, principalmente Facebook y algunos veían páginas como youtube y diarios electrónicos... Otros estaban ocupados menesteres universitarios.

(Observación, 2 de abril de 2013, Sala de computación Don Bosco).

Los entrevistados comentaban que la explosión del Internet como un medio de comunicación masivo ha cambiado sus vidas, puesto que una de sus peculiaridades es la libertad y la poca restricción de información; además de numerosas plataformas, gratuidad de documentos, libros, música y películas que se pueden encontrar.

El acceso transversal es principalmente por la multifuncionalidad de este medio de comunicación ; los archivos *peer to peer* en la web son de fácil acceso y muy masivos en la juventud; la multiplicación de las redes sociales y la legitimación de éstas entre los jóvenes, siendo herramientas indispensables en la universidad e incluso en los trabajos; y finalmente, sitios como *Youtube* y *Cuevana*, que le han quitado a la televisión la importancia que tenía hace unos años atrás, ya que era el medio de comunicación audiovisual más importante tanto en los jóvenes como en otros grupos etarios. Estas condiciones hacen que el Internet sea el medio de comunicación que están privilegiando los jóvenes.

Otro medio de comunicación que es consignado por los jóvenes como uno de los más utilizados es la Televisión. Este es el más masivo en la actualidad debido a que, es prácticamente imposible que un hogar ordinario no tenga uno de estos aparatos. La Televisión ha sido mucho tiempo uno de los medios de comunicación más

institucionalizados tanto por los jóvenes, como por sujetos de otras generaciones y ha sido el mayor reproductor de patrones culturales en los últimos treinta años

A través de la observación se sustenta lo expresado por los jóvenes puesto que, cotidianamente utilizan Internet. Un medio de comunicación que proporciona múltiples usos, y funciona como un encuentro virtual entre ellos dado que, a pesar de estar distantes en el espacio intercambian información y datos sobre cuestiones de su interés, por parte se relacionan entre sí con encuentros reales y posteriores, se comunican a diario a través del chat y los foros y, en ese conjunto de flujos diversos, forjan una imagen de sí mismos, de los grupos a los que pertenecen, tomando conciencia de la generación en la que se incluyen y el mundo que los rodea.

- **Lectura consumida por los jóvenes universitarios.**

Esta categoría agrupa el consumo cultural que involucra la competencia lectora de los jóvenes universitarios, en esta categoría se encuentra incluido los libros, diarios y revistas.

- **Libros que consumen los jóvenes universitarios.**

Los jóvenes mostraron interés por distintos tipos de libros, desde la literatura a libros específicos de conocimiento profesional correspondiente a sus respectivas carreras. A continuación se presentan las opiniones de los entrevistados.

Literatura por un lado y libros académicos o filosofía, pensamiento social, me gustan libros informativos en oposición a la literatura.

(Estudiante de Psicología)

Libros relacionados con mi carrera, libros de ficción y entretenimiento

(Estudiante de Trabajo social)

<p><i>Libros relacionados a mi tesis hace poco, también libros relacionados a la historia, la sociología etc.</i></p> <p>(Estudiante de Sociología)</p>
<p><i>Los de Osho, clasificados como “autoayuda”, y novelas dramáticas o del estilo del realismo mágico, como las de Isabel Allende.</i></p> <p>(Estudiante de Derecho)</p>
<p><i>Novelas de aventuras clásicas y modernas, comics.</i></p> <p>(Estudiante de Artes)</p>
<p><i>Muy pocos la verdad. Leo libros de música, métodos de batería, de percusión y suelo hacerlo por Internet. Últimamente he leído dos libros de Virgil Donati, uno de Rick Latham llamados Bass Drum Freedom, Ultimate Play Along y Advanced Funk Studied. Cuando estaba en el colegio leí todos los clásicos de Borges (El Aleph), Cortazar (Historia de Cronopios y de Famas – Rayuela – Bestiario), etc.</i></p> <p>(Estudiante de Música)</p>
<p><i>Muchos, me encanta leer los libros de Julio Verne, me encantan. También de psicología, por ahora es lo que más leo...</i></p> <p>(Estudiante de Pedagogía en Matemática)</p>

La lectura es un hábito que está directamente relacionado con la importancia que se le haya dado a esta práctica desde el hogar o la escuela. De los datos recopilados se desprende que la mayoría de los jóvenes esgrimen la motivación universitaria por la lectura, ya que los libros leídos guardan relación con las materias que están viendo en clases, o con una búsqueda personal, pero concomitante a su carrera.

Sin embargo, todos los entrevistados mostraron interés por libros no necesariamente relacionados con sus carreras, como los de literatura, historia, autoayuda e informativos de otras áreas de conocimiento.

- **Revistas y/o diarios que consumen los jóvenes universitarios.**

Según las entrevistas realizadas los jóvenes leen bastantes revistas y diarios. A continuación se presentan los relatos escritos de los jóvenes entrevistados.

<p><i>Revistas culturales donde se tratan tópicos como paleontología, biología y otros temas relacionados, también leo revistas de comics solo por diversión</i></p> <p>(Estudiante de Trabajo social)</p>
<p><i>Leo revistas, a veces virtuales.</i></p> <p>(Estudiante de Psicología)</p>
<p><i>No suelo leer, pero me parece entretenido ojear las de moda y música.</i></p> <p>(Estudiante de Derecho)</p>
<p><i>Bueno por mi carrera leo muchas revistas de cultura y de vida cotidiana por separado.</i></p> <p>(Estudiante de Artes)</p>
<p><i>Revistas de música y comics. Me encanta Batman y los X-men.</i></p> <p>(Estudiante de Música)</p>
<p><i>Yo también leo el Clinic, el ciudadano y revistas de le monde diplomatique...</i></p> <p>(Estudiante de Psicología)</p>

En relación a los datos recopilados se puede afirmar que la mayoría de los estudiantes lee revistas con el fin de tener un pasatiempo informativo o de entretenimiento.

En el relato, algunos jóvenes se inclinaban por ojear o leer revistas sólo con el fin de entretenerse, las revistas de moda y los comics son las preferidas para consumir.

En algunos casos las revistas que leen los entrevistados guardan relación con lo que estudian; por ejemplo, uno de los entrevistados comenta que lee revistas de arte, y otro que lee revistas de Música siendo estas las profesiones que estudian respectivamente. Afirmaron leer tanto revistas en formato impreso como digital ("*Leo revistas, a veces virtuales*", estudiante de psicología).

Sólo un estudiante afirmó leer diarios: "*Yo también leo el Clinic, el ciudadano...*" (Estudiante de psicología). Se puede contemplar dentro del grupo entrevistado casi nulo interés por este medio de comunicación.

- **Consumo domestico**

Esta categoría esta agrupada por los bienes y servicios culturales que se consumen en el espacio doméstico. En esta categoría esta la música y DVD (descargas).

- **Música que consumen los jóvenes universitarios.**

En esta categoría se puede identificar que los jóvenes son importantes consumidores de la música popular, ya que todos mencionan la importancia de la música que escuchan en sus vidas. A continuación la opinión escrita de los jóvenes entrevistados.

R&B y pop normalmente.

(Estudiante de Trabajo social)

Predominantemente música popular, rock, música experimental, esporádicamente docta, me gusta la música chilena, folclórica, tengo gustos bastante eclécticos.

(Estudiante de Psicología)

Preferentemente pop y electrónica, pero en general de todo, pasando por reggaetón, hasta ciertas canciones de rock pesado.

(Estudiante de Derecho)

Escucho música todos los días, me encanta el rock, francés

(Estudiante de Pedagogía en formación técnica para técnicos profesionales).

De todo tipo, pero esencialmente rock. Escucho T00L, Muse, A perfect Circle, Metallica, Nirvana, Soundgarden, RHCP, Planet X, Pat Metheney, Motor Inmóvil, Dave Weckl Band, Porcupine Tree, Gavin Harrison, música de películas de compositores como Hans Zimmer, James Newton Howard, John Williams, etc.

(Estudiante de Música)

Me gusta Calamaro, la música andina, el rock, pearl jam, etc.

(Estudiante de Sociología)

Me encanta la música latinoamericana y el rock en español.

(Estudiante de psicología)

Música con influencias africanas principalmente.

(Estudiante de Artes)

Voy en el metro y la verdad es que es muy común ver a las personas en general y sobre todo los jóvenes escuchando música en sus reproductores, es uno de los medios más utilizados entre los jóvenes, sin duda.

(Observación, 3 de abril de 2013, metro de Santiago)

La música posee un poder convocador dado que, confluyen diversos factores entre lo que se encuentran la ampliación del espacio cultural compartido en una estructura social cada vez más “desclasada”, que valora cada vez más lo popular.

El fenómeno musical es un aspecto cotidiano en los jóvenes, posee un espacio simbólico muy relevante que está relacionado por una búsqueda de identidad por parte de ellos. Los jóvenes a través de su relato, manifiestan que la música expresa actitudes culturales que engloban aspectos estéticos, ideológicos y de consumo. Se trata de un proceso ritual que contiene en sí mismo una lógica y a su vez opera un lenguaje simbólico incorporando reglas y normas respetadas y desarrollando una actividad influida de estos conceptos compartidos.

Se aprecia que todos los entrevistados escuchan música popular, encontrando dentro de ésta una gran diversidad y riqueza de estilos. El consumo es muy variado, ya que los jóvenes comentan que escuchan R&B, pop, rock, música con influencias africanas, folclórica, etc., y algunos mencionan además sus bandas predilectas.

La observación devela la masividad y la importancia de la música en los jóvenes debido principalmente a los diversos dispositivos y el fácil acceso para poder realizar este tipo de práctica cultural que es, parte de una estructura que impacta en la vida de los jóvenes de diferentes formas tales como: agrupando diferentes maneras, generando grupos de pertenencia, generando alienación, implantando valores entre otros.

- **Compras o descargas que realizan los jóvenes universitarios**

Esta categoría es de gran importancia ya que las descargas *peer to peer* (Red de pares, compartir información a través de Internet) han sido bastante controvertidas a causa de los copyright (derechos de autor) de las obras. Sin embargo, la masividad y la apropiación que existe hoy por parte de los jóvenes ha sido explosiva.

A continuación las opiniones escritas de los jóvenes entrevistados:

<i>Libros y CDs de música</i> (Estudiante de Trabajo social)
<i>Libros y CDs de música.</i> (Estudiante de Sociología)
<i>La verdad es que más bien he descargado películas, series y música.</i> (Estudiante de Derecho)

<p><i>Si he descargado...he comprado libros, revistas también, me gustan ambos formatos.</i></p> <p>(Estudiante de Pedagogía en formación técnica para técnicos profesionales)</p>
<p><i>He comprado libros, películas, CDs de música, comics.</i></p> <p>(Estudiante de Artes)</p>
<p><i>Música, libros, papers, etc.</i></p> <p>(Estudiante de Sociología)</p> <p><i>El "Second Law", de Muse.</i></p> <p>(Estudiante de Música)</p>

Los tipos de bienes culturales más descargados son libros, y CDs de música. Las descargas es uno de los medios más utilizados entre los jóvenes debido a su gratuidad. El acceso a libros, películas, músicas y series es hoy algo totalmente fácil de obtener.

Este medio no ha estado exento de controversias debido a que no se respeta el *copyright* de las obras al momento de consumir, sin embargo esta práctica ha sido bastante democratizadora y ha marcado un precedente en que bienes culturales de mayor costo, se dispongan gratuitamente al servicio de los consumidores.

3.3 El consumo cultural en relación al proyecto de vida.

En esta categoría la mayoría de los jóvenes manifiesta que su consumo cultural tiene una estrecha relación con el proyecto de vida que ellos tienen, e incluso afirman que depende cien por ciento de éste, ya que si no existe un necesario marco de riqueza cultural, el proyecto de vida se puede ver afectado. A continuación las opiniones escritas de los jóvenes entrevistados.

<p><i>Los proyectos de vida normalmente están relacionados con un consumo cultural alto (grados académicos y universitarios).</i></p> <p><i>En mi caso siento que están ligados estrechamente, mi proyecto de vida depende cien por ciento del consumo cultural asociado a este. Si no me enriquezco culturalmente, nunca podré lograr mi proyecto de vida.</i></p>

(Estudiante de Trabajo social)

Mmm bueno, yo creo que es una relación muy importante, porque mi proyecto de vida, de conocimientos, de las armas intelectuales y espirituales, digámoslo de alguna forma, que me entre a el conocimiento cultural, la experiencia cultural, esas armas, ese acervo es la materia prima que me va a servir para enfrentar los retos artísticos profesionales que pretendo llevar a cabo en el futuro. A parte, cuando uno planea dejar una huella, crear una obra, parte importante de este proceso es cultivarse, saber lo que se ha hecho y las cosas que actualmente se están haciendo, estar inmerso en el mundo cultural para adoptar una convicción creativa y eso, hacer cosas... para mi es súper importante.

(Estudiante de Psicología)

Todo este consumo va de la mano con un desarrollo personal, una formación constante. Las proyecciones uno las tiene, el tema cultural es amplio. De repente, por proyecciones podí' consumir, pero también por ocio.

(Estudiante de Sociología)

Sí, completamente, conversar es finalmente traspasar a los demás todo el conocimiento que uno ha adquirido, y esto requiere informarse, leer, ver cine, conocer música, ver televisión. Finalmente a través de esos medios obtenemos el conocimiento.

(Estudiante de Derecho)

Mucho, porque si escucho música, eso está relacionado con algo para los niños, para ver si puedo enseñarles coordinación, figuras musicales. Leer un libro tiene que ver con psicología del desarrollo del niño, enfrentar ahora los temas de la obesidad, el hecho de que la familia no está muy presente, y bueno, busco libros o videos en youtube acerca de estos temas.

(Estudiante de Pedagogía básica)

Los jóvenes expresan que el consumo cultural nutre la materia prima que poseen en el ámbito intelectual y académico. Por lo tanto, la experiencia cultural es fundamental en las proyecciones que se proponen a futuro. Uno de los jóvenes, estudiante de pedagogía básica,

expuso claramente este punto, ya que muchas veces trabaja con música y películas que son herramientas para trabajar con niños.

Por otro lado, el estudiante de psicología afirma que hay que “*estar inmerso en el mundo cultural para adoptar una convicción creativa...*”. Esta opinión tiene referencia a objetivos artísticos o “extra-profesionales” que quiere cumplir el entrevistado a futuro. Queda en evidencia una vez más la importancia del consumo cultural en el proyecto de vida, ya que no sólo les sirve a los jóvenes para su formación profesional, la que les asegurará la satisfacción de necesidades fisiológicas y de seguridad a futuro (al obtener medios de subsistencia), sino que también les servirá para la satisfacción de necesidades de valoración y autorrealización, como son, en el caso del estudiante de psicología, sus necesidades artísticas.

En el relato de los jóvenes se puede apreciar que el proyecto de vida se estructura en ciertos ámbitos, a partir del consumo que ellos realizan, influyendo en distintas áreas de la actividad y la vida social, de manera flexible y consistente y en este sentido organizando aspiraciones y realizaciones actuales y futuras de la persona.

- **Consumo cultural y la influencia en el entorno de los jóvenes universitarios.**

Esta categoría representa la relación que tiene el consumo cultural en los jóvenes con su entorno, tanto personal como profesional.

En las entrevistas, los jóvenes identifican la gran importancia que tiene el consumo cultural en las conversaciones cotidianas con amistades, compañeros de la universidad, o familiares. Ellos mencionan que el aprendizaje que se obtiene a través de la literatura, de los medios de comunicación, o incluso de películas que han visto, se constituye como un dispositivo a la hora de sociabilizar y desenvolverse en su medio.

Los jóvenes en su relato comentan que cuando conversan con amistades, compañeros de universidad, o familiares, los temas de conversación se nutren de temáticas tales como: cine, música, libros y actualidad, y la apropiación de esa información se obtiene a través de las prácticas culturales que ellos poseen.

Por supuesto, siento que cuando converso con amistades, compañeros de la U o familiares, siempre surgen temas de conversación tales como: mmm que película viste, o libro, o si aprendí algo sobre algún tema de contingencia, y eso no es otra cosa que, primero, la cultura que uno ya posee de donde proviene, y segundo, la cultura que uno va adquiriendo durante la vida.

(Estudiante de Trabajo Social)

Sí, en realidad uno a través de un libro o una película se pueden conocer realidades que no se han experimentado de verdad, también uno se empapa de nuevos saberes, descubrimientos, incluso en la televisión si uno opta por ver televisión “no basura” puedes toparte con algo interesante.

(Estudiante de Sociología)

Sí de todas formas, pienso que por algo existe el término “culto”. Una persona culta, cultivada, necesita de un lenguaje más amplio para expresar todas las realidades que conoce, experiencias y por ende se, o sea, requiere de un medio receptivo de personas que conozcan todos estos términos, se requiere de un contexto cultural más exquisito, más desarrollado entonces... y sobresale una distinción por esa persona.

(Estudiante de Psicología)

*Sí, completamente, conversar es finalmente traspasar a los demás todo el conocimiento que uno ha adquirido, y esto requiere informarse, leer, ver cine, conocer música, ver televisión. Finalmente, a través de esos medios, obtenemos el conocimiento. ***(Estudiante de Derecho)****

Sí, cuando converso con mis amigos, siempre tocamos el tema de alguna película que vemos o libro que leemos e indudablemente me sirve para desarrollar bien mis ideas...

(Estudiante de Pedagogía en formación técnica para técnicos universitarios)

En la entrevista grupal se puede percibir que los jóvenes en las preguntas que especificaban la literatura que consumían, las películas que habían visto etc. Se

daba un diálogo y una interacción que incluso algunos decían “si yo también la vi es genial” por lo tanto se daba una charla “casi de amigos”.

(Observación, 12 de abril de 2013, UCSH)

Se corrobora, con los datos obtenidos, que los jóvenes entrevistados asignan de forma consciente gran importancia al consumo cultural, porque es un factor clave para la eficaz inclusión en los círculos sociales de los cuáles se sienten pertenecientes o quieren llegar a ser parte.

Siguiendo el razonamiento anterior, el estudiante de derecho afirma, por ejemplo, que *“conversar es finalmente traspasar a los demás todo el conocimiento que uno ha adquirido”*. Se denota en esta aseveración la importancia dada por el entrevistado a la conversación, acto que a su vez supone una interacción social con individuos que compartan un acervo cultural similar, para de esta forma, lograr un intercambio de ideas eficaz a través del lenguaje.

La trascendencia de esta inferencia es que existe una necesaria relación entre el consumo cultural y el socializar en un determinado contexto social, donde se comparten instituciones específicas como requisito de pertenencia a diferentes grupos sociales. El ser incluido en dichas esferas sociales no sólo es algo relativo al presente en los jóvenes, sino que también forma parte de sus expectativas, y por ende, de su proyecto de vida.

La misma idea se expresa de manera distinta en la opinión del estudiante de psicología, ya que asevera que una persona cultivada *“requiere de un medio receptivo de personas que conozcan todos estos términos, se requiere un contexto cultural más exquisito, más desarrollado”*. Este planteamiento revela la necesidad de encontrar un grupo social idóneo, que comparta códigos similares para una buena comunicación. La observación realizada durante el grupo de discusión logró constatar que los entrevistados naturalmente entablaban conversaciones y diálogos con los sujetos que tenían más afinidad al momento de conversar sobre sus gustos.

- **Consumo cultural y la influencia en el desarrollo personal de los jóvenes universitarios.**

Esta categoría representa la importancia que tiene el consumo cultural en el desarrollo personal de los jóvenes universitarios. Los jóvenes apuntan a los sentimientos y emociones que surgen mediante el consumo cultural, donde los elementos artísticos cobran un gran valor para ellos. A continuación el relato de los jóvenes entrevistados.

Absolutamente, te ayudan a apreciar otros cánones estéticos, situaciones y conceptos con los que no está anteriormente familiarizado. En fin... factores hay de sobra...

(Estudiante de Trabajo Social)

Sí, las actividades culturales son experiencias de vida cristalizadas, sentimientos humanos y estéticos plasmados en costumbres y en obras de arte, acontecimientos históricos que le dan la idiosincrasia al lo pueblos y hacen que uno como hombre se vaya desarrollando. Hacen que uno vaya dotando sentido a su vida, asignando importancia que, de no conocer la cultura, no le asignaría importancia.

(Estudiante de Psicología)

Sí, por supuesto, siento que me ayudan en todo ámbito de mi vida, tanto personal como laboral, para desarrollar esas conversaciones que puedes tener en una cantina o bar de mala muerte, o por otra parte, conversar en ámbitos profesionales por algún libro que leí del cuál saque un concepto.

(Estudiante de Sociología)

Sí, creo que lo más importante es que uno se engrandece de cierta forma... cuando leo un libro, descubro nuevos mundos a los que quizás no hubiese encontrado simplemente en Internet. Por otro lado, en Internet encuentro material audiovisual o información sin límites, y eso sobre todo en mi aérea me ayuda muchísimo en la búsqueda de conceptos o material académico.

(Estudiante de Derecho)

Yo creo que me ayuda un montón... se abre la mente de alguna forma... igualmente siento que los libros, las películas, son una forma de sumergirse en otras realidades.

(Estudiante de Música)

Para los entrevistados el consumir cultura se traduce en una necesidad de un estado más profundo de pensamiento y goce, el que cada uno busca complacer de diferentes maneras. El estudiante de psicología comenta que las actividades culturales son “*experiencias de vida cristalizadas, sentimientos humanos y estéticos plasmados en costumbres y en obras de arte*”. Nuevamente, se clarifica la importancia del consumo cultural al momento de satisfacer las necesidades de autorrealización de los jóvenes.

Si se analiza el aporte del consumo cultural al sentido de la vida de los jóvenes, se puede afirmar que consumir bienes culturales beneficia el desarrollo personal de los jóvenes, en la medida en que sirve para asignarle sentido a sus vidas de dos formas: aportando a enriquecer sus experiencias de apreciación de la belleza del arte y la cultura (valor experiencial), o aportando la materia prima para que puedan crear nuevo arte y/o bienes culturales (valor creativo). Testimonios de los entrevistados tales como el del estudiante de psicología, que afirma que las actividades culturales “*hacen que uno vaya dotando de sentido a su vida*”, o el del estudiante de música, que expresa que “*los libros, las películas son una forma de sumergirse en otras realidades*”, hacen posible inferir que la voluntad de sentido de algunos jóvenes se erige casi de forma principal en el goce y la creación de bienes culturales.

- **Consumo cultural y la influencia en las perspectivas de vida de los jóvenes universitarios.**

En esta categoría se pueden apreciar las opiniones que tienen los jóvenes acerca de cómo el consumo cultural genera influencia y muchas veces cambios en las perspectivas de los jóvenes. La música, las artes, los libros y los medios de comunicación se traducen en una carga de información que reciben los jóvenes, la cual genera cambios de paradigma, pensamientos y conceptos al involucrarse en esta práctica.

Sí, de todas maneras... cada vez que leo un libro o aprendo algo nuevo, siento que veo la vida desde otro punto de vista... Poseo sensibilidades que antes no las palpaba... Por ahí dicen que cuando uno viaja la vida y la mentalidad cambia... yo no he viajado, y creo que con un libro o película me pasa algo parecido.

(Estudiante de Trabajo social)

Sí, como comenté anteriormente, es realmente importante involucrarse en otros mundos a través de la lectura, del cine, etc. No me he involucrado mucho aún con aspectos culturales como la pintura y el arte, pero más adelante me gustaría aprender más sobre ello.

(Estudiante de Sociología)

Por supuesto, leyendo y mirando cine sobre todo, he cambiado la percepción de muchas situaciones y cosas por ello. Finalmente te enseña.

(Estudiante de Derecho)

Sí, siento que el amplia completamente, ya que a través de la cultura tengo la oportunidad de contemplar otras perspectivas culturales, perspectivas de vida, por ahora mediante revistas, mediante Internet y claro, uno como que admira a las personas que poseen grandes conocimientos, y eso...

(Estudiante de Pedagogía Básica)

Claro, estoy de acuerdo contigo también, y yo creo que sobre todo el Internet es muy amplio, la información es mmm, demasiada... videos, películas, música... es mucha información en síntesis.

(Estudiante de Música)

En el segmento de los entrevistados se percibe que los jóvenes aprecian por ejemplo la lectura como una gran fuente de aprendizaje, y otros medios audiovisuales, como el cine y el Internet, que contribuyen al cambio de percepciones, conceptos y situaciones que ellos anteriormente concebían de otra forma.

Los datos recopilados dejan en evidencia la facilidad que tienen los jóvenes entrevistados de cambiar su percepción de la realidad a partir del consumo cultural, y también la actitud favorable respecto de conocer nuevas perspectivas y adoptarlas como propias a través de dicho consumo.

Si se toma el concepto de juventud de para analizar los resultados de esta categoría, se puede apreciar que la antes mencionada actitud favorable a la revisión y adopción de nuevos paradigmas mediante el consumo cultural, corresponde con la capacidad de re-significación cultural propia de los jóvenes; al no pertenecer al mundo adulto aún, y no tener por ende valores formados más rígidos compatibles con los del conjunto social determinante, los jóvenes tienen una mayor apertura a la revisión de las instituciones, valores e imaginarios sociales. Es posible inferir que el proceso mediante el cual los jóvenes re-significan la cultura, o el conjunto de sistemas simbólicos, parte del consumo de bienes culturales. Frases como *“leyendo y mirando cine sobre todo, he cambiado la*

percepción de muchas situaciones y cosas” (estudiante de derecho) o “cada vez que leo un libro o aprendo algo nuevo siento que veo la vida desde otro punto de vista...” (Estudiante de trabajo social) afirman esta idea en el discurso juvenil.

- **El consumo cultural y influencia según el nivel socioeconómico de los jóvenes universitarios.**

Esta categoría representa la influencia que posee el nivel socioeconómico en el consumo cultural de los jóvenes universitarios. El comportamiento de los entrevistados puede ser analizado bajo la perspectiva de un consumidor cualquiera en el contexto de una sociedad de libre mercado, al interponerse entre él y el objeto de consumo un medio de intercambio, que es el dinero.

El consumo cultural, se puede afirmar que como cualquier otro proceso de consumo éste también tiene relación con la satisfacción de necesidades, las que no son vitales, sin embargo, siguen siendo necesidades. Las acciones implican producir y gastar dinero, y bajo este punto de vista es importante analizar el fenómeno no solo desde un prisma sociocultural, sino también socioeconómico.

A continuación los relatos de los jóvenes entrevistados.

Creo que el nivel socioeconómico es directamente proporcional al consumo cultural de cualquier persona. Sin él, muchas veces el acceso a la cultura es muy limitado.

(Estudiante de Trabajo Social)

Lamentablemente sí, porque uno desde niño va adoptando costumbres de consumo, de gustos, no sé, pensamientos, convicciones, y yo creo que si me hubiera tocado vivir otra realidad estas necesidades de segundo orden, de desarrollo intelectual, de desarrollo cultural, para mi estarían en primer lugar otras necesidades como los vicios... más banales, relativas a los bajos instintos.

(Estudiante de Psicología)

Sí, mucho, el nivel socioeconómico afecta bastante. En Chile consumir cultura es caro, está ligado al segmento socioeconómico alto. No tengo los medios para adquirir ciertos aspectos culturales... el nivel económico tiene relación cualquier

<p><i>tema a la tecnología, economía, cultura.</i></p> <p>(Estudiante de Sociología)</p>
<p><i>Sí, pero mi nivel educacional de crianza fue fundamental, mi padre es músico y él me otorgó mucho de lo que sé y de mis gustos, y en cuanto a la educación superior mm sí, creo que sí.</i></p> <p>(Estudiante de Artes)</p>
<p><i>Sip, pero con Internet no tanto porque pirateo todo.</i></p> <p>(Estudiante de Música)</p>
<p><i>Asistí a la ópera “Parsifal”, el público era netamente adulto y de los jóvenes que identifiqué la mayoría tenían un aspecto ABCI, acompañando a sus padres algunos de ellos.</i></p> <p>(Observación, 16 de mayo de 2013, Teatro Municipal.</p> <p><i>Asistí a la obra “El macho cabrío” de Juan Radrigán, la entrada estaba muy barata \$2000, y vi a bastante jóvenes, en la entrada de la obra había una chica realizando encuestas de caracterización de público.</i></p> <p>(Observación, 29 de mayo de 2013, Matucana 100).</p>

Los jóvenes asignan una gran importancia a las experiencias que han vivido, como factor determinante en la decisión de qué bienes culturales consumir. Afirmaciones como las siguientes lo atestiguan: “uno desde niño va adoptando costumbres de consumo, de gustos, no sé, pensamientos, convicciones y yo creo que si me hubiera tocado vivir otra realidad (...) estarían en primer lugar otras necesidades como los vicios...”; o “mi nivel educacional de crianza fue fundamental, mi padre es músico y él me otorgó mucho de lo que sé y de mis gustos”. Se colige que la “realidad”, o la “crianza” mencionadas respectivamente en ambas opiniones se enmarcan en un contexto socioeconómico específico, el cuál brinda las condiciones en que se configura el habitus de los jóvenes, que a su vez determinará su consumo cultural.

En consecuencia, el nivel socioeconómico de una persona va asociado a un determinado entorno sociocultural, del cual se constituye su habitus, el que, como principio generador y unificador, influirá en toda la dimensión sociocultural del sujeto, y por ende, en su consumo

cultural. Sin necesidad de un razonamiento tan detallado, el estudiante de trabajo social apoya esta idea al expresar lisa y llanamente que *“el nivel socioeconómico es directamente proporcional al consumo cultural de cualquier persona”*.

Resulta interesante distinguir que en algunas opiniones se establece una especie de “jerarquización” implícita de los bienes culturales, en base a un criterio de “costo económico”. En afirmaciones como *“muchas veces el acceso a la cultura es muy limitado”*, o *“en Chile consumir cultura es caro, está ligada al segmento socioeconómico alto”*, los jóvenes que emiten estas opiniones denotan con el término “cultura” a todos aquellos bienes culturales cuyo acceso tiene altos costos, y que en consecuencia, son consumidos por un grupo particular de personas de niveles socioeconómicos altos. El considerar unívocamente como cultura a estos bienes, hace inferir que puede existir una subvaloración de los demás bienes culturales de acceso mayoritario (por sus menores o nulos precios).

Por último, es importante destacar la opinión del estudiante de música, quien concuerda con la idea general de que influye el nivel socioeconómico en el consumo cultural; sin embargo, afirma que con Internet accede a la mayoría de los bienes culturales que desea.

La trascendencia de esta aseveración es que se puede observar hoy en día el incremento del uso de Internet como medio de consumo cultural, el cuál abarata los costos de dicho consumo, gracias a la gran cantidad de bienes culturales compartidos o del pirateo de ellos.

Según el Censo 2012, 3.763.854 de los jóvenes chilenos entre 15 y 29 años pueden buscar información en Internet, lo que asciende a casi un 93% del total del grupo etario. Esto nos indica que el Internet es un medio importantísimo para el consumo cultural, ya que da acceso a jóvenes de niveles socioeconómicos medios y bajos a bienes culturales que no pueden adquirir en medios tradicionales, debido a sus elevados precios; por ejemplo, un libro que en una librería tiene un precio alto (que incluye un impuesto al IVA del 19%) se puede bajar gratuitamente en formato PDF de Internet.

A través de la observación, se pudo constatar que existen espectáculos culturales en la oferta Santiaguina que son bastante elitistas, es el caso de la ópera en el teatro municipal debido a que, gran parte de la asistencia tenía una apariencia ABC1 y por otro lado en el Centro Cultural Matucana 100 el público era bastante más diverso.

- **Expectativas del consumo cultural de los jóvenes a futuro.**

Esta categoría está bastante relacionada con la anterior, ya que representa las expectativas que poseen los jóvenes universitarios en su consumo a futuro; se estima que en unos años más los jóvenes tendrán mejor situación económica, o serán independientes

económicamente, puesto que estarán insertos en el mundo laboral, teniendo su propia remuneración, y tendrán por ende autonomía de gastar su dinero en las necesidades que ellos estimen convenientes.

A continuación la opinión escrita de los jóvenes entrevistados.

<p><i>Claramente, con el acceso cultural que poseo cada vez se abren más posibilidades de adquirir más conocimientos culturales.</i></p> <p>(Estudiante de Trabajador social)</p>
<p><i>Sí, una persona que ha probado el goce cultural, artístico, poder disfrutar una obra cultural, una realidad cultural, en el fondo siempre aspira a probar más, a ensanchar su mundo experiencial cultural. Para mí sería algo importante.</i></p> <p>(Estudiante de Psicología)</p>
<p><i>Yo creo que sí, pero no por eso uno se va a volver un consumista, si tener más poder adquisitivo se amplía la oferta (el juego de la oferta y la demanda) depende de toda persona, poder manejar el consumo. Las mismas necesidades te van exigiendo un consumo cultural.</i></p> <p>(Estudiante de Sociología)</p>
<p><i>Sí, muchas cosas que ahora no puedo acceder, aunque el teatro siempre es mi prioridad.</i></p> <p>(Estudiante de Sociología)</p>
<p><i>Ufff viajar, viajar mucho es lo mínimo que voy a hacer en el futuro, y tener muchas colecciones de libros, películas.</i></p> <p>(Estudiante de Psicología)</p>

La gran mayoría de los entrevistados expresaban que en el futuro esperan incrementar su consumo cultural, asistiendo a espectáculos, viajando, obteniendo libros y películas, etc. Todos los jóvenes se manifestaron positivamente respecto de la pregunta de si creen que consumirán bienes culturales que hoy no pueden consumir. Sin embargo, solo un estudiante

hizo explícita la característica de “inaccesible” del bien cultural respecto del cual tiene una expectativa de consumo a futuro: “Sí, muchas cosas que ahora no puedo acceder, aunque el teatro siempre es mi prioridad” (estudiante de sociología).

El primer estudiante de psicología expresa que “una persona que ha probado el goce cultural, artístico, poder disfrutar una obra cultural, una realidad cultural, en el fondo siempre aspira a probar más, a ensanchar su mundo experiencial cultural”. Se desliga de su relato la importancia que algunos jóvenes universitarios dan al consumo cultural, mostrando una actitud favorable a este y fuertes motivaciones (relacionadas al crecimiento personal, como deja entrever la opinión analizada).

Finalmente los entrevistados en general, opinaban que su consumo cultural en el futuro será mucho más variado e importante a la hora de acotar un presupuesto para ello debido que, al tener más poder adquisitivo se podrá invertir más en experiencias de goce artístico, cultural o intelectual.

- **Consumo cultural en relación al círculo de amistad de los jóvenes universitarios.**

En esta categoría los jóvenes expresan que comparten gustos y afinidades con sus amistades, lo que es un factor que sirve de herramienta para la construcción de las mismas. A continuación la opinión de los jóvenes entrevistados.

Sí, yo creo que sí. Por lo general con mis amigos compartimos gustos similares, y uno se va complementando con las demás personas, siendo un tráfico de ideas y de información que siempre redunda en el consumo cultural.

(Estudiante de Psicología)

El tema de asociación, todos buscamos asociarnos por algún fin, el tema cultural... lo veo en mi caso el tema deportivo, me lleva a juntarme con personas que también les apasiona el rugby, que influye... sí, aumenta el círculo social, responde a la persona si tiene injerencia, porque no creo que en todo en su proceso de asociación se determina eso, pero si aumenta el capital social con respecto.

(Estudiante de Sociología)

<p><i>Sí, puesto que les recomiendo mis favoritos a mis amigos y comparto con ellos mis gustos.</i></p> <p>(Estudiante de Derecho)</p>
<p><i>Un montón, mis amigos gozan con las películas y la música como yo, tenemos eso en común. Lamentablemente es como un gran filtro.</i></p> <p>(Estudiante de Psicología)</p>
<p><i>Es que el hombre, como ser social, siempre se junta con las personas que tenga más afinidad, gusto que se comparten, y si po', se relaciona mucho.</i></p> <p>(Estudiante de Pedagogía en Matemática)</p>

Efectivamente mencionan que existe relación entre consumo cultural y la amistad como fenómeno social. Gustos en común tales como: la música, el cine, las artes y el teatro, son medios que utilizan los jóvenes para pasar el tiempo libre con sus amigos.

Los jóvenes al establecer relaciones de amistad y competencia, se conciben en un escenario donde expresan sus opiniones, desarrollan y manifiestas actitudes, así como reformulan sus procesos identitarios de manera que el conjunto de disposiciones que les animan intervienen en distintos procesos de toma de decisión, guiándose por experiencias subjetivas socialmente condicionadas por gustos, afinidades, temas en común etc. Las amistades son importantes en la construcción social de los jóvenes.

Las citas recopiladas atribuyen al concepto de amistad un rasgo común: la "afinidad". Se corrobora en las frases: "con mis amigos compartimos gustos similares", "tenemos eso en común. Lamentablemente es como un gran filtro", y "el hombre como ser social, siempre se junta con las personas que tenga más afinidad".

Sin embargo, no sólo se extrae de las opiniones la importancia del consumo cultural en el círculo de amistad, sino también viceversa: la trascendencia de los amigos como medio de adquisición y consumo de bienes culturales. Lo anterior queda de manifiesto en afirmaciones como "uno se va complementando con las demás personas, siendo un tráfico de ideas y de información que siempre redundan en el consumo cultural", y "les recomiendo mis favoritos a mis amigos".

Se puede afirmar de acuerdo a los datos que existe una estrecha relación entre el consumo cultural y el círculo de amistad de los jóvenes universitarios, lo que a su vez implica y

explica la idea de habitus, como estructuras que determinan a nivel inconsciente el actuar sociocultural de los jóvenes. Al recibir bienes culturales del círculo de amistad cercano y cotidiano, los jóvenes comparten conceptos parecidos, adoptan gustos similares, y por último, crean actitudes y valores compatibles a los del entorno social en que se encuentran inmersos, generando un sentido de pertenencia con este.

- **Consumo cultural y relación con el nivel educacional de los jóvenes universitarios.**

En esta categoría, a través del relato de los jóvenes, se pudo observar que éstos consideran importante el nivel educacional como factor influyente en su motivación por consumir cultura. A continuación el relato de los jóvenes entrevistados.

<p><i>Mi nivel educacional es proporcional a mi interés por adquirirlo, por lo mismo lo relaciono completamente.</i></p> <p>(Estudiante de Trabajo social)</p>
<p><i>Efectivamente, en la posibilidad de acceso a diversas ofertas culturales.</i></p> <p>(Estudiante de Derecho)</p>
<p><i>Mmm, yo creo que no necesariamente. Me ha tocado ver casos excepcionales de músicos y artistas autodidactas, de apreciar la misma forma de la que yo aprecio la cultura, incluso más que una persona que estudia. Hay personas que estudian carreras profesionales súper cultas, no sé, tienen faltas de ortografía, no sé... se pueden llevar grandes sorpresas.</i></p> <p>(Estudiante de Psicología)</p>
<p><i>Probablemente. Creo que mi colegio (Instituto Nacional) me ayudó a convivir con gustos diversos, y mantener una perspectiva siempre abierta a nuevas posibilidades.</i></p> <p>(Estudiante de Música)</p>
<p><i>Sí, bastante. El colegio donde fui, mi familia, la universidad, todo tiene influencia en los gustos o en el despertar intelectual.</i></p> <p>(Estudiante de Pedagogía en Historia)</p>

La mayoría de los entrevistados expresan que incide su nivel educacional en su consumo cultural. Consideran como parte de su nivel educacional tanto la educación obtenida en sus familias, como la institucional, conseguida en sus colegios y en la UCSH. Testimonio de esto es, por ejemplo, la aseveración respecto del consumo cultural: “*mi nivel educacional es proporcional a mi interés por adquirirlo*”. También la afirmación: “*el colegio donde fui, mi familia, la universidad, todo tiene influencia en los gustos o en el despertar intelectual*”. La directa relación entre consumo cultural y nivel educacional es que el consumo cultural es mayor en los grupos con altos niveles educacionales.

Los jóvenes en sus relatos también manifestaban que la carrera que estudian muchas veces incide en ello, puesto colocaban a modo de ejemplo que sujetos que estudiaban carreras más estructuradas no apreciaban la cultura, o sólo se remitían a leer y poseer conocimiento de su área.

Es coherente y útil analizar esta categoría desde el concepto de capital cultural ya que este acervo sociocultural (heredado de la familia y otros grupos sociales en donde hayan estado inmersos los jóvenes) puede ser clasificado dentro del nivel educacional de los estudiantes. Cuando en las entrevistas se señalan tanto la familia, como las instituciones de formación secundaria y superior, se está significando a los grupos sociales en los que los jóvenes han recibido recursos culturales. Por lo tanto, se deduce de las citas una estrecha y directa relación entre capital cultural (como parte del nivel educacional) y consumo cultural.

Vale la pena destacar la opinión discrepante del estudiante de psicología, quién afirma que no siempre existe un interés por el consumo cultural en personas de alto nivel educacional. El entrevistado también da testimonio de conocer “*músicos y artistas autodidactas*”, que tienen un aprecio por la cultura que él considera mayor a los de un joven estudiante. Sin embargo, en este segundo sentido se puede desligar de su opinión una crítica en sentido estricto a la asociación exclusiva del consumo cultural con personas que tienen estudios “*formales*”, lo que tiene por consecuencia la compatibilidad de su opinión con la de los demás entrevistados; la formación autodidacta también puede ser considerada como educación, sobretodo bajo parámetros empíricos propios del oficio o profesión que se ejerza autodidactamente.

- **Percepción de los jóvenes universitarios de la oferta cultural santiaguina.**

En esta categoría las apreciaciones se divergen. Posiciones tanto positivas como negativas respecto de la oferta cultural santiaguina se relacionan a una necesaria crítica a la juventud santiaguina en su totalidad, como consumidora de bienes culturales. En este contexto, el organismo finalmente encargado y responsable de la oferta cultural santiaguina es el ministerio de cultura, institución que gestiona la producción y difusión de las obras culturales.

A continuación la opinión escrita de los jóvenes entrevistados.

Lamentablemente pienso que va en desmedro el consumo cultural con las nuevas generaciones, los intereses por adquirir conocimientos ya es cada vez algo más escaso en las generaciones de estudiantes de hace algunos años. Hace falta motivación.

(Estudiante de Trabajo social)

Yo creo que es accesible pero tiene una gran contraparte, un gran antagonista este mundo de oferta cultural, bueno de la posibilidad de los medios de comunicación, que incentivan muy poca la cultura y promueven los placeres inmediatos, no fomentan la creación ni necesariamente la actividad artística cultural, sino la actividad pasiva cultural, que es gozar de estos productos culturales. Yo creo que siempre se va haciendo... Eh, a esta oferta cultural santiaguina se oponen estas actividades más taquilleras de placeres inmediatos que te ofrecen los medios de comunicación, los conglomerados económicos que hacen que la juventud no piense.

(Estudiante de Psicología)

Está fuertemente volcado en lo musical y en segunda instancia al cine. Aún no logra un gran interés el resto de las actividades culturales.

(Estudiante de Derecho)

Todo el tema cultural es súper caro, es variado pero caro, esta potenciado por un tema económico, donde quien puede hacerse participe son los sectores socioeconómicos más altos. Es cosa de pensar en un recital o un concierto, no sé... o en una obra teatral en cualquiera... que lleva a establecer qué tipo de gente va. En ese sentido, es súper clasista el segmento que consume cultura. Hay un

panorama variado también que es para un segmento más popular, pero también deja mucho que desear respecto a qué tipo de cultura se puede entregar, o qué tipo de cultura se pone a la oferta. Es súper dicotómica la cultura que puede optar un sector socioeconómico más alto o a la que puede optar un sector socio económico más bajo.

(Estudiante de Sociología)

Yo creo que hay una explosión; la gente está mucho más abierta a consumir otro tipo de cultura, visitar más los museos. Santiago está en un proceso económico muy fuerte, viene gente de otra cultura, y eso nos va dando un roce con gente de otra cultura. Va enseñando al final.

(Estudiante de Pedagogía en formación técnica para técnicos profesionales)

No existe un consenso respecto de esta categoría. Sin embargo, respecto de la situación de la oferta cultural santiaguina y su consumo por parte de los jóvenes, podemos clasificar los relatos en cuatro de reprobación y uno de aprobación.

Las opiniones de reprobación de la situación de oferta-consumo cultural santiaguino, critican: el acceso a los bienes culturales por sus elevados precios; las escasas actividades culturales incluidas en el abanico ofrecido; y por último, la falta de motivación y de consumo efectivo por parte de los jóvenes de estos bienes culturales. Respecto de esta última crítica, cabe mencionar que el estudiante de psicología atribuye a la publicidad proveniente de los medios de comunicación la falta de motivación por consumir cultura de los jóvenes, ya que incentiva la entretención del placer inmediato, en oposición a la entretención que estimula el pensamiento.

La opinión de aprobación de la situación de oferta-consumo santiaguina, emitida por el estudiante de pedagogía en formación técnica para técnicos profesionales, enfatiza que consumir los bienes culturales ofrecidos en Santiago genera experiencias enriquecedoras, debido a la asistencia de extranjeros a los espectáculos y recintos culturales, con los cuales se puede generar un intercambio cultural formador, propiciado por las condiciones económicas del Chile actual.

- **Percepción de los jóvenes universitarios de la oferta cultural Universitaria.**

Luego de verificar la importancia que tiene para los entrevistados la relación entre el nivel educacional y el consumo cultural, se hace necesario indagar cuál es su visión respecto de la oferta cultural de las universidades. A continuación los relatos de los jóvenes entrevistados.

En espacios universitarios creo que es un consumo cultural obligado, hay muchas asignaturas que forman parte de un plan de culturización, pero que no de interés de los estudiantes, muchas veces esas asignaturas son relacionadas con rellenos innecesarios o de formación integral, que no llama mayor la atención de los estudiantes universitarios.

De todos modos, el consumo cultural en espacios universitarios hoy en día es un bien necesario si se quiere optar por un futuro laboral mucho más rentable para una vida que demanda poseer este tipo de grados académicos.

(Estudiante de Trabajo social)

Ehh, sí, o sea, con una mano en el corazón, claro, he visto gente esforzándose por hacer cultura, no sé, o sea que realmente están las oportunidades. Es más bien la juventud y las cosas que condicionan su pensamiento las que hacen que no aprovechen.

(Estudiante de Psicología)

Bueno, principalmente es que... bueno, yo lo veo principalmente acá, porque responde en el proceso de capital social y cultural que hay acá en la Universidad, si hacemos la comparación, los que estudian en la Chile, la mayoría de los jóvenes que estudian en la chile o la católica tienen un capital cultural, económico y social mucho mayor que el segmento socio económico en esta universidad. Por ende, el tema cultural está mucho más arraigado para ellos, ellos desde chicos han consumido cultura, cosa que en caso de un cabro de esta universidad, es raro, se ve por el nivel organizativo, es precario. Lo que los cabros plantean, la parrilla programática de la misma institución hacia el estudiante, es justo y preciso. Si nos ponemos más críticos y vemos a universidad como un ente que genera cultura, deja mucho que desear, porque lo que hoy prima es conocimiento sino que más que nada prima entregar información justa y precisa para entregar información justa y precisa y hacer, como dice Marx, este ejército de reserva.

<p>(Estudiante de Sociología)</p>
<p><i>Son una buena plataforma para promocionar estas actividades dentro de los jóvenes de estratos socioeconómicos medio y alto, a la vez que impulsan propuestas novedosas.</i></p>
<p>(Estudiante de Derecho)</p>
<p><i>Tengo amigos en la escuela moderna y estudio música acá en la UCSH, así que estoy en constante roce con actividades musicales y teatrales.</i></p>
<p>(Estudiante de Música)</p>
<p><i>Asistí a la temporada de conciertos de la UCSH, organizada por la escuela de educación artística en el auditorio, la verdad es que había bastantes alumnos pero creo que la mayoría era de la sede San Isidro.</i></p>
<p>(Observación, 20 junio 2013, Auditorio UCSH San Isidro).</p>
<p><i>Asistí a la obra teatral la “madre de la patria”, presentada en el auditorio de la UCSH, esta vez no había tanto público universitario, me parece que había más funcionarios de la universidad, la obra estuvo bastante buena.</i></p>
<p>(Observación, 29 de mayo de 2013, Aula Magna UCSH).</p>

Se puede deducir de lo obtenido en las respuestas que hubo distintas interpretaciones del término “oferta cultural universitaria”. Hubo referencias a: los programas culturales ofrecidos por la universidad como institución (UCSH y otras universidades); programas culturales ofrecidos por los alumnos a la comunidad universitaria; el acervo cultural circunscrito a la enseñanza en las aulas de una determinada carrera impartida por la universidad.

Dentro de la primera interpretación de la pregunta, el estudiante de sociología afirma respecto de la UCSH que la “*universidad como un ente que genera cultura, deja mucho que desear, porque lo que hoy prima es (...) entregar información justa y precisa y hacer, como dice Marx, este ejército de reserva*”. Se deduce de la opinión del joven su actitud de

reprobación respecto de la oferta cultural de la universidad, ya que a su juicio debería haber un mayor interés por la formación íntegra de las personas, y no sólo por entregarles información técnica que les sirva para desenvolverse exitosamente como “célula” económica en el mercado laboral. Como opinión contraria en este mismo contexto, el estudiante de derecho afirma que las universidades “*son una buena plataforma para promocionar estas actividades dentro de los jóvenes de estratos socioeconómicos medio y alto*”, es decir, cumplen con una función de fomento del consumo cultural.

En cuanto a la segunda interpretación de la pregunta, tanto el estudiante de psicología como el de música expresan su conformidad con el aporte cultural ofrecido por los estudiantes en general. Sin embargo, el alumno de sociología critica a los alumnos de la UCSH, aseverando que tienen un capital cultural bajo en comparación a alumnos de la Universidad de Chile o la Universidad Católica, lo que se ve reflejado en su precario nivel organizativo. Considera que esto tendría serias consecuencias en el ámbito de la oferta cultural que ellos mismos ofrecen a la comunidad universitaria., ya que no tienen el hábito de consumir cultura.

Por último, la tercera interpretación de la pregunta se adscribe a la opinión del estudiante de trabajo social, quién consideró que la oferta cultural universitaria corresponde a las carreras impartidas por estas instituciones. El joven afirma que si bien existe materia enseñada que no es de interés de los estudiantes (ramos de formación integral), es fundamental la oferta universitaria para la obtención de competencias que permitan desenvolverse en el mundo laboral. Cabe destacar que la valoración negativa de los ramos de formación integral que posee el estudiante de trabajo social se contrapone a la postura del estudiante de sociología, que sostiene precisamente que la falta de aportes a la formación integral de los alumnos es una situación crítica para la universidad

Según la observación realizada en el campo, se constató que los jóvenes de la UCSH no tienen mucha información acerca de las actividades culturales que se realizan en las dependencias de la Universidad, en ambos espectáculos a los que se asistió el público era bastante acotado. Se conformaba mayoritariamente por algunos funcionarios y las escuelas que organizaban el evento.

Capítulo V.

1.- Conclusiones.

La conclusión del análisis cualitativo, tiene como fin presentar los resultados obtenidos en la investigación. La presentación de los datos se estructura en relación a los objetivos generales propuestos en la investigación.

1.1. Comprender el consumo cultural de jóvenes entre 18 y 29 años de la UCSH, desde sus proyectos de vida.

Este objetivo plantea el aspecto general de esta investigación. En primera instancia que gracias a la presente investigación, se logró comprender el consumo cultural desde el proyecto de vida de los jóvenes estudiantes de la UCSH entrevistados. A través de los relatos se comprobó que las prácticas culturales sí se relacionaban con metas socioeconómicas y de autorrealización personal en el futuro próximo de los entrevistados, en este sentido además se relacionaba con el cumplimiento de las expectativas de estas metas; en los medios que usarán para lograrlas; y en el proceso general que engloba todas estas realidades.

El consumo cultural de los jóvenes entrevistados se revela luego de analizar los datos obtenidos en la presente investigación. Consiste en las prácticas a través de las cuáles los entrevistados acceden a bienes culturales. Es fundamental para la sociabilización de los estudiantes, y genera las condiciones para su inclusión en círculos sociales. Asimismo, incrementa el nivel socioeconómico y educacional de los estudiantes. Este es un factor importante en la influencia de las perspectivas de vida de los alumnos.

Las principales prácticas culturales de los entrevistados son: el uso del Internet, la televisión y la lectura (relacionada o no relacionada con sus carreras), finalmente la música siendo los bienes culturales superlativos elegidos por los jóvenes.

Adicionalmente se pudo determinar que este segmento tiene percepciones en común acerca del concepto; en el relato juvenil se pudo capturar frases tales como: prácticas, acceso a la cultura en diversas expresiones, procesos de constitución social y de conocimiento, etc.

Los entrevistados tenían atisbos acerca del significado de este concepto que afirman realizar día a día, ya que ellos son portadores de disposiciones culturales que han cultivado en su vida cotidiana. En su relato consideraban que las prácticas culturales los nutren de conocimiento, y de un conjunto de aprendizajes, costumbres y apreciaciones estéticas. Estas experiencias se valorarán según el criterio individual, y las disposiciones educativas, emocionales y perceptivas que posea cada individuo

En tanto, el proyecto de vida de todos los entrevistados se encuentran el carácter constructivo de sus metas, así como el énfasis eminentemente individual de las mismas. Las metas socioeconómicas de los jóvenes dicen relación, mayoritariamente, con lograr una independencia económica mediante la formación profesional y su posterior uso en el campo laboral. Por otro lado, las metas de autorrealización personal varían según el entrevistado, pero tienen que ver por lo general con disfrutar de un bienestar personal y de los seres queridos, establecer relaciones de pareja estables, y en algunos casos, gozar y crear bienes culturales.

En relación al presente objetivo propuesto en la investigación, se puede afirmar que, bajo la búsqueda de la comprensión del consumo cultural de las y los jóvenes, se indagó en los elementos comunes que ellos expresaban a través de su relato y se puede sostener que, la mayoría presenta proyectos de vida, los que se ven reflejados en valores, motivaciones, expectativas y metas que declaran para su futuro y estos en varios aspectos se relacionan con la lectura, con el tipo de cine que ven, obras teatrales a las que asisten y el uso que le dan a los medios de comunicación entre otras.

Los jóvenes trabajan por estos proyectos de vida día a día, y los cimentan a través de sus estudios, su esfuerzo por superarse y avalándose en la frase *“siempre quise ser”*, o se explicitan mediante un trayecto que se va haciendo a medida que se va creciendo, dependiendo de la madurez personal, frente a las vivencias que se conforman en el bagaje individual que enfrenta cada joven en su búsqueda identitaria tanto personal como social.

En este sentido, es relevante afirmar que el consumo cultural de los jóvenes en la actualidad no está anclado tan solo una herencia social que proviene, de las fuentes tradicionales de socialización tales como: la familia, la escuela y la clase de origen que ellos posean, sino

que depende de su inquietud intelectual, artística o cultural personal; reforzando su identidad a través de productos culturales que esta sociedad de consumo ofrece.

Los jóvenes poseen conciencia de la etapa que están viviendo y están amparados por un contexto social que permite, que se genere una etapa de moratoria social en la cual se preparan para asumir roles en su adultez. Ellos poseen una carta de navegación, la cual determinará su ruta, amparada por un horizonte existencial que se despliega ante ellos, que muchas veces, puede estar lleno de obstáculos y dificultades. En este sentido el consumo cultural contribuye a la acción imaginativa de los sujetos, en donde posee ciertos roles y se percibe como el actor que cree que va a hacer en el futuro.

1.2. Identificar el proyecto de vida de jóvenes estudiantes de la UCSH participantes en el estudio.

De acuerdo a los datos obtenidos se puede afirmar que el proyecto de vida de los jóvenes universitarios de la UCSH que participaron en este estudio, es concebido como una realidad amplia, que abarca sus metas en un futuro próximo o lejano, las expectativas actuales de cumplirlas, los medios para satisfacerlas, y el proceso general que comprende todo lo anterior. Es de naturaleza constructiva, y posee caracteres propios del mundo adulto y de la efectiva inclusión en éste.

Se corroboró mediante los relatos que los jóvenes entrevistados asimilan la idea de proyecto de vida, y la definen generando un concepto con características generalmente compartidas. Les resultó natural hablar de esta idea, debido a que la sentían como suya, sin perjuicio de considerar que gran parte de la juventud no está familiarizada con esta realidad. Las causas que los entrevistados atribuyeron a la falta de proyecto de vida de un gran segmento de la población juvenil chilena fueron relativas a tener bajos niveles socioeconómicos y educacionales.

El espacio social en el que actúan los jóvenes, está organizado en un campo que se extiende desde el polo del ámbito privado de la vida personal de ellos, hasta el polo del ámbito público en que se desenvuelve la vida social. La diferenciación de lo privado y lo público define el contenido central y fundamental de este eje. La dimensión temporal está organizada entre el polo del pasado hacia el cual nos refiere nuestra memoria para reconocer la permanencia y el cambio que experimentamos en el desarrollo de nuestra identidad personal, y el polo del futuro que recoge las visiones de mundo hacia las cuales

tendemos y que reconocemos y anticipamos como apropiadas a nuestra identidad. En la conjugación de estos distintos pero interrelacionados mundos a través del relato de los jóvenes se comprobó que poseían proyectos de vida más enfocados en su autorrealización y éxito propio, (como se mencionó antes el grado académico, viajar, tener una casa propia) eran constantes en el relato de los jóvenes por tanto están inclinados en la dimensión de *experiencias personales y mundo futuro y privado*. El escenario actual es muy distinto al de los jóvenes universitarios de los años 80 o íconos juveniles como el Che Guevara, dado que su proyecto de vida se ubicaba taxativamente en la dimensión de las *utopías sociales, el mundo futuro público*. Estos sujetos actuaban unos con y contra otros y, por tanto, se esfuerzan, de acuerdo al carácter y posición de los grupos sociales en los que se encontraban y a los que pertenecen, ellos luchaban y por cambiar la naturaleza de la sociedad que los rodea o por mantener la situación. En ese marco, la utopía es el resultado de un modo de pensamiento aplicado al cambio de la naturaleza y la sociedad, pues hay en ella una anticipación de estados de cosas deseables.

Por otra parte, los jóvenes entrevistados explicaron que la falta de planificación a futuro se condice con no encontrar en el patrón social en el cual se encuentra inmerso una tendencia a la preocupación diligente por el porvenir. A su vez, la negligencia en términos de proyecto de vida, puede ser causada por condiciones socioeconómicas adversas, propias del entorno sociocultural.

Las metas expresadas en las citas pueden clasificarse esencialmente en metas de índole socioeconómica y en metas de autorrealización personal. Distinguiendo las metas a partir de las necesidades de los jóvenes ,se puede afirmar que: existe, por un lado, una correlación entre las necesidades fisiológicas y de seguridad, y las metas socioeconómicas como forma de satisfacer dichas necesidades, y de manera análoga, una correlación entre las necesidades de pertenencia y afecto, de valoración y de autorrealización con las metas de autorrealización antes mencionadas; por otro lado, se reconoce una jerarquización entre los dos tipos metas, teniendo prioridad para los jóvenes entrevistados las metas socioeconómicas.

Los entrevistados expresaron su confianza de ejercer la profesión que están estudiando en un futuro próximo, de lo que se concluye que poseen sólidas expectativas profesionales. Cabe mencionar que ningún joven presentó inquietudes de tipo social en sus expectativas,

de lo que se puede inferir que para todos la autorrealización personal prima sobre la razón social.

Por último, los datos recopilados dejan en evidencia que los motivos que causan felicidad, y son valorados por los entrevistados, son eminentemente personales en oposición a colectivos. La mayoría de los jóvenes asignan sentido a sus vidas mediante valores experienciales, tales como disfrutar de sus seres queridos y sus bienes materiales. Se obtuvo la constatación de que existe una percepción negativa del medio económico, como factor problemático y contraproducente para la obtención de la felicidad a futuro.

1.3. Describir el consumo cultural de jóvenes estudiantes de la UCSH.

El consumo cultural es percibido por los estudiantes entrevistados como una realidad cotidiana, que se puede definir ampliamente, de acuerdo a sus citas, como las prácticas a través de las cuáles se tiene acceso a la cultura, las cuáles resultan beneficiosas para el crecimiento personal y social. La mayoría de los jóvenes coincidió en que prevalecía en los objetos de este consumo, un valor personal asignado por sobre su precio de mercado o el valor simbólico sobre los valores de uso y cambio.

En relación a la cultura, los relatos se remitieron a la pertenencia de los bienes objeto del consumo cultural a contextos culturales donde se ofrecen, tocándose en consecuencia la problemática de la obtención de los bienes culturales. Respecto de este punto, la mayoría de los jóvenes expresó que los bienes culturales se obtenían a través de un intercambio económico, omitiendo la adquisición gratuita, mientras que una minoría habló explícitamente de que se pueden obtener estos bienes también de forma cotidiana en el entorno social sin pagar por ellos.

Se puede concluir a partir de las citas que los jóvenes entrevistados tienen tendencias claras de consumo cultural, las que se entienden de mejor manera al enmarcarlas dentro del contexto universitario y predominantemente tecnológico en que se desenvuelven. Destaca la relevante constatación de que Internet es por excelencia el medio de comunicación consumido predilecto de todos los entrevistados, además de servir de medio informativo y

de obtención de más bienes culturales mediante la descarga (como libros y Cds de música mayoritariamente).

Otros datos interesantes que entregaron los jóvenes a través de su relato fue: En su gran mayoría los jóvenes prefieren asistir a recitales de música y al cine por sobre los demás espectáculos culturales; la trascendencia de la música popular para todos los entrevistados; el consumo de lectura, tanto relacionada como no relacionada a las carreras estudiadas por parte de todos los jóvenes; el uso del Internet como medio de comunicación masivo y la Televisión que no ha sido reemplazada aún por este segmento y por último, la poca lectura de revistas, y casi nula lectura de diarios.

En este sentido se puede concluir que los jóvenes consumen variados tipos de bienes culturales, prevaleciendo los que se usan en el hogar, entre ellos están principalmente la televisión y el Internet. Esto se debe principalmente a la gran variedad de oferta que ofrecen estos medios de comunicación y el fácil acceso que tienen. Sin embargo la problemática de que estos sean los más valorados por los jóvenes reduce el consumo hacia otros bienes culturales tales como: teatro, danza, cine etc.

1.4. Relacionar el proyecto de vida de los estudiantes de la UCSH sobre su consumo cultural.

Se concluye a partir de los datos recopilados que los jóvenes entrevistados estiman que existe una relación fundamental y necesaria entre los conceptos de consumo cultural y proyecto de vida. Apoyan esta postura principalmente en dos razones: por un lado, el consumo cultural es requisito obligado para la consecución de su formación universitaria, y por ende, para satisfacer sus necesidades básicas en el mercado económico, o dicho de otra forma, lograr sus metas socioeconómicas futuras; por otro lado, éste consumo favorece el desarrollo personal, satisfaciendo necesidades de segundo orden en los jóvenes, como por ejemplo las de índole artística, intelectual y cultural, de este modo, ayuda al cumplimiento de sus metas de autorrealización personal a futuro.

Los jóvenes demuestran una afinidad entre lo que consumen culturalmente y sus proyecciones a futuro tanto personales como familiares, el hecho tener un capital cultural más enriquecido los favorece en la construcción de su trayectoria biográfica y en la búsqueda de su realización

No sólo de esta forma relacionan ambos conceptos; se desliga de algunos relatos que el consumo cultural puede llegar a proveer el sentido final de la vida a algunas personas, mediante el goce pasivo de bienes culturales o la influencia a la creación artístico-cultural.

Cobran vital importancia los datos obtenidos de las distintas categorías de análisis de consumo cultural, al momento de describir la relación de dicho consumo con la idea de proyecto de vida. Los jóvenes entrevistados sostienen que el consumo cultural es importante para el proyecto de vida, en cuanto es una herramienta efectiva de inclusión en grupos sociales a los que se desea pertenecer a futuro, ya que brinda las instituciones sociales compartidas por los círculos de amistad. El consumo cultural tiene una directa relación con los niveles de convivencia de los jóvenes dado que, variadas prácticas culturales tienen como fin, ser una actividad para realizar con amistades o personas que tengan gustos en común.

A la inversa, sus proyectos de vida se relacionan con el consumo cultural en la medida en que sus expectativas de consumir bienes culturales a futuro son altas, ya que asocian un mayor poder de adquisitivo con el futuro, y desean obtener bienes culturales inaccesibles para ellos en la actualidad.

Los entrevistados explicitan en sus opiniones la directa relación entre consumo cultural y nivel socioeconómico, estableciendo que mediante el dinero se puede acceder a bienes culturales de menor acceso público por un tema de costos. Se infiere de algunas entrevistas que existe una inconsciente apreciación mayor por los bienes culturales caros, los que varios jóvenes buscan obtener como parte de su proyecto de vida, en la medida en que vayan subiendo su nivel socioeconómico.

Se trata de proponer que los estilos de vida de los jóvenes ya no requieren una estratificación heredada, sino que el habitus se desfigura, dejando que estos sujetos puedan pertenecer o no a “algo”, según ellos lo decidan. Es decir tanto el gusto como el consumo de los jóvenes siguen clasificándolo en el campo social -como expresa Bourdieu- pero en este contexto social, el sujeto se auto-clasifica según lo que consume culturalmente y la imagen que desea proyectar.

También se evidencia en las citas una relación directa entre consumo cultural y nivel educacional, ya que los jóvenes estiman que a mayor capital cultural existe una mayor motivación por consumir cultura. Por otro lado, se necesita un mayor consumo cultural para obtener mayores títulos académicos, meta por lo general compartida en la mayoría de los proyectos de vida de los entrevistados. Esto se debe a que el tipo de consumo cultural que pueda tener un joven se materializa en el capital cultural que posea y el nivel educacional juega el rol de inclusión o exclusión en esta relación. Los sujetos con menor nivel educacional no logran satisfacer o alcanzar sus derechos al acceso de mayores niveles de consumo cultural.

Una singular faz de la relación entre consumo cultural y proyecto de vida es la influencia que ejerce este consumo en el cambio de perspectivas de vida; al tener una actitud positiva respecto de conocer y adoptar nuevos paradigmas, los jóvenes eventualmente pueden cambiar las directrices de su proyecto de vida, cambiando sus metas y sus expectativas. La gran mayoría de los entrevistados corroboró la gran influencia del consumo cultural en sus perspectivas de vida, rasgo que se condice con la re-significación cultural característica de la juventud.

Por último, respecto de la importancia de la oferta cultural dirigida a los entrevistados (donde se abarcó la de Santiago, y la de las universidades, incluyendo la UCSH), y la influencia de ésta en su consumo cultural y proyecto de vida, los jóvenes disgregaron sus opiniones: se puede concluir de los datos obtenidos que dichas ofertas culturales, son trascendentes dependiendo del caso concreto que se analice, ya que hubo actitudes favorables y contrarias a éstas. Sin embargo, existe una amplia crítica relacionada a la mejora de distintos aspectos de las ofertas culturales.

2. Supuestos

En relación a los supuestos planteados en la presente investigación se puede establecer lo siguiente.

- Un primer supuesto planteaba a *priori* que los jóvenes en su cotidianeidad realizaban prácticas culturales que corresponden a necesidades y gustos que ellos poseen; dependiendo de factores socioculturales, económicos y educacionales. En la investigación se pudo identificar que el consumo cultural de los jóvenes es bastante variado, sin embargo hay comunes denominadores preponderantes tales como: la televisión, el Internet y la música, que corresponden a los utilizados por los jóvenes siendo los más masivos y de más fácil acceso. Esto deja ver que hay un bajo consumo por parte de los estudiantes en otro tipo de espectáculos culturales. Los entrevistados expresaban que una de las razones más preponderantes era el alto costo de los espectáculos culturales tales como el teatro, conciertos, visitas a museo e incluso el cine. Sin embargo los jóvenes planean a futuro tener un consumo cultural más dinámico puesto que, planean tener una situación económica que contribuya a ello.

Existe un factor clave que es la masividad de Internet entre los jóvenes, lo cual es algo positivo por una parte, ya que tienen acceso gratuito a distintas plataformas de consumo. Sin embargo, puede jugar en contra a aquellas prácticas culturales que requieren movilizarse, puesto que en la actualidad prácticamente todo puede estar en la comodidad del hogar y gratis.

- Los jóvenes entrevistados sí poseían un proyecto de vida, y reconocían estar en un periodo de su vida crucial con respecto a lo que les depara el futuro. El proyecto de vida de los jóvenes entrevistados era bastante a corto plazo, puesto que señalaban con seguridad terminar los estudios de pre-grado, seguir estudiando, viajar y poseer independencia económica. Pero en cuanto a aspectos personales y más definitorios, se inclinaban a que las situaciones se fueran encausando naturalmente. Uno de los hallazgos importantes en el relato de los jóvenes fue que ellos poseían un proyecto bastante individual, basado en realizaciones propias y éxitos personales, resaltando (como se expresó anteriormente) los ámbitos académicos, laborales y económicos. Así, en un contexto de individualización, la construcción de un mundo, de “El” mundo compartido para todos y todas pareciera no encontrar asidero, poniendo

como argumento central la construcción de mundos propios, de autobiografías y de caminos individuales que dependen de las acciones de los mismos sujetos.

- Un cuarto supuesto planteaba que los jóvenes universitarios al tener mayor nivel educacional poseen mayor interés en el consumo cultural, ya que al pertenecer a una casa de estudios están en permanente roce con: libros, espectáculos, talleres culturales, etc. Este punto bibliográficamente podría estar avalado por muchos autores, pero mediante las entrevistas se pudo apreciar que muchos estudiantes tenían una baja motivación hacia prácticas culturales que contribuyan a un despertar intelectual, como por ejemplo la lectura. Varios estudiantes señalaban que leían sólo libros acordes a las materias que estudian en sus carreras, por lo tanto se puede deducir que no existe un real gusto por la lectura, y uno de los factores que puede incidir en ello son los escasos hábitos de lectura que poseen algunos jóvenes, incluso en su calidad de estudiantes universitarios. Por otro lado, un estudiante entrevistado señalaba que los estudiantes de la UCSH son de un estrato socioeconómico medio, y él percibía que algunos de sus compañeros poseían un escaso interés por consumir cultura que no fuese relativa al ocio (farándula, programas de entretenimiento) e incluso se lamentaban por tener que estudiar las materias respectivas al curso. Por lo tanto, según estos planteamientos, se puede manifestar que el nivel educacional sí tiene incidencia en el consumo cultural, pero depende mucho de la motivación y los gustos del sujeto.
- Un cuarto supuesto planteaba que el capital cultural de los jóvenes no es el único factor preponderante en su consumo cultural, sino que, el proyecto de vida tiene una relación significativa en las prácticas culturales dado que la movilidad social, el acceso transversal a la Universidad y las opciones masivas de bienes y espectáculos culturales son accesibles por distintas capas sociales y ya no están sólo al servicio de las capas más altas. Según la información la mayoría de los estudiantes expresaba la importancia de cultivarse intelectualmente a través del bagaje cultural al cual tienen acceso, lo que a su vez afirmaban que les reportaría mayores posibilidades de tener éxito a futuro, cumpliendo sus metas y expectativas. En los diferentes relatos, los estudiantes identificaban en herramientas tales como el Internet o la lectura medios fundamentales para terminar la universidad y crecer intelectualmente.

BIBLIOGRAFÍA.

Alpizar, L. & Bernal, M. (2003). La construcción social de las juventudes. *Última década*, Centro de estudios sociales, (19), 1-20.

Antoine, C. (2009). Audiencias y Consumo Cultural en Chile. ¿Tópico o Justificación de un Modelo de Democratización de la Cultura. *Revista Re-Representaciones: Periodismo, Comunicación y Sociedad*, 2, (5), 65-83.

Aravena, M. (2006). *Enfoques y problemas de la Investigación Educativa hoy*. Santiago, Chile: Universidad Arcis.

Arnold, M. (1989) Bases para la investigación cultural: el concepto de cultura. *Revista Chilena de Investigaciones estéticas Aisthesis*, (22), 7-19.

Atria, R. (1993). La educación superior desde el mundo de la vida. *Revistas de Estudios sociales*, (78), 159-177.

Bahamonde, C. (2002). *Segmentación de Consumidores*. Seminario para optar al grado de Socióloga .Universidad de Chile, Santiago, Chile.

Bonadies, M., Vega, P. & Olivari, J. (1996). *Curriculum y televisión: primeros itinerarios de una agenda teórico-metodológica*. .Santiago, Chile: Centro de Indagación y Expresión Cultural y Artística.

Bonder, G. (1999). *La construcción de las mujeres jóvenes en la investigación social*. VI anuario de investigaciones. Facultad de Psicología Universidad de Buenos Aires. Argentina.

Bourdieu, P. (1988a) *Cosas dichas*. Buenos Aires: Gedisa.

Bourdieu, P. (1988 b). *La distinción, criterios y bases sociales del gusto*. Madrid, España: Editorial Taurus.

Bourdieu, P. (1990) *La juventud no es más que una palabra*. En Sociología y cultura. México: Gijalbo.

Bourdieu, P. (2001) *Las estructuras Sociales de la Economía*. Argentina: Editorial Manantial.

Bustos, P. (1997). Jóvenes: Reflexiones en torno al tema de la participación y la política. *Última década*, (7), 4-13. Santiago, Chile

Bracho, T. (1990). Capital cultural: impacto en el rezago educativo. *Revista Latinoamericana de estudios Educativos*, 20, (2), 13-46.

Carrasco, G. (2008). Participación y las tendencias políticas en estudiantes de la universidad de Chile. *Última década*, (32), 85-103.

Castro, C., Molinari, S. (2001). *Jóvenes ¿En búsqueda de una identidad perdida?* Santiago, Chile: Universidad Católica Silva Henríquez Ediciones.

Catalán, C. & Torche, P. (2005) *Consumo cultural en Chile. Miradas y perspectivas*. Santiago, Chile: INE, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.

Centro Latinoamericano de Demografía. (2007). *Proyecciones Demográficas de la Población Chilena*. Santiago, Chile.

Centro de Indagación y Expresión Cultural. (1987). *Comunicación y cultura para el desarrollo, 1977-1987: 10 años*. Santiago, Chile.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2004). *La juventud en Iberoamérica tendencias y urgencias*. Santiago, Chile.

Consejo Asesor Presidencial. (2008). *Informe de la actual situación de la educación superior de Chile del Consejo Asesor Presidencial*. Santiago, Chile.

Consejo Nacional de la Cultura y de las Artes. (2011). *ENPCC. Segunda Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural*. Valparaíso: Ediciones Cultura, CNCA.

Duarte, K. (1999). *Masculinidades juveniles en sectores empobrecidos. Ni muy cerca ni muy lejos, entre lo tradicional y lo alternativo*. Tesis para optar al Título de Sociólogo. Universidad de Chile. Santiago, Chile.

Duarte, K. (2000). ¿Juventud juventudes?. Acerca de cómo mirar y remirar a las juventudes de nuestro continente. *En Revista Última Década*, 8 (13), 59-77.

Duarte, K. (2002). La construcción de lo juvenil en nuestras sociedades. Una mirada desde las culturas juveniles. En Carpeta de Trabajo. Material de apoyo técnico: *Ocupas tus ganas... Ocupa tu escuela*. Santiago, Ministerio de Educación, 2002. p.2.

Ministerio de Planificación Nacional. (2003). *Encuesta nacional de caracterización socioeconómica, informe regional región metropolitana*. Santiago, Chile.

Feixa, C. (1998). *De jóvenes, bandas y tribus*. Barcelona, España: Ed. Ariel.

Fuenzalida, V. (1983). *Transformaciones en la estructura de la TV chilena*. Santiago, Chile: Centro de Indagación y Expresión Cultural y Artística.

Fuenzalida, V. & Hermosilla, M. (1989). *Visiones y ambiciones del televidente: estudios de recepción televisiva*. Santiago, Chile: Centro de Indagación y Expresión Cultural y Artística.

García Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos*. México: Editorial Grijalbo.

García Canclini, N. (2001). *Culturas híbridas, estrategias para entrar y salir de la modernidad*. España: Editorial Paidós.

Garreton, M. (1992). *Los partidos políticos en los inicios de los noventa*. Santiago, Chile: Ediciones FLACSO.

Giddens, A. (1990) *Estructuralismo, posestructuralismo y la producción de la cultura*, en *La teoría social hoy*. Barcelona, España: Alianza.

Glesne, C. & Peshkin. (1999). *Becoming qualitative researchers: An introduction*. White Plains, NY: Longman.

Güell, P., Godoy, S. & Frei, R. (2005). El consumo cultural y la vida cotidiana: algunas hipótesis empíricas. En Torche, P. & Catalán, C. *Consumo cultural en Chile. Miradas y perspectivas*. Santiago: INE/CNCA.

- Hall, S. (1997). *Cultural representation and cultural signifying practices*. London: Sage/Open University.
- Hopenhan, M. (2004). *La Juventud en Iberoamérica: tendencias y urgencias*. Santiago : CEPAL.
- Hernández R., Fernández C. & Baptista P. (2006). *Metodología de la investigación*. México: Siglo XXI.
- Ibáñez, J. (1979). *Más allá de la sociología. El grupo de discusión: Técnica y crítica*. Madrid, España: Editorial XXI.
- Instituto Nacional de la Juventud. (2007). *Quinta Encuesta Nacional de Juventud*. . Impresión gráfica Puerto Madero, Chile.
- Instituto Nacional de la Juventud. (2010). *Sexta Encuesta Nacional de Juventud*. Instituto. Impresión gráfica Puerto Madero, Chile.
- Instituto Nacional de Estadística. (2008). *Encuesta sobre consumo cultural y el uso del tiempo libre*. (INE). Santiago, Chile.
- Kuhn, T. (2004). *La estructura de las revoluciones científicas*. México: Ediciones Fondo de Cultura Económica
- Maykut, P. & Morehouse, R. (1994). *Beginning qualitative research- A philosophic and practical guide*. London: Falmer Press.
- Merriam, S. (1998). *Qualitative research and case study applications in education*. San Francisco, California: Jossey-Bass.
- Muñoz, V. (2004). Imágenes y estudios cuantitativos en la construcción social de la juventud chilena. Un acercamiento histórico (2003- 1967) .*Última Década*. (20), 71-94.
- Muzzeti, L. (2000). Escritos de educación. En M. Nogueira & A. Catani, (Org.). *Educación y Sociedad*, 21, (73), 257-261.
- Nogueira, C.M. & Nogueira, M. A. (2002). Sociología de la educación de Pierre Bourdieu: Límites y contribuciones. *Educación y sociedad*, 23, (78), 15-36.
- Pérez Serrano, G. (2007). *Investigación cualitativa. Retos e Interrogantes II. Técnicas y análisis de datos*. Madrid, España: Editorial La Muralla.

Peters, T. (2010). La afinidad electiva entre consumo cultural y percepción socio-cultural: el caso de Chile. *Signo y Pensamiento: Investigar la Comunicación, la Información y los Lenguajes. Persona y Sociedad*, 26 (1), 87-112.

Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo de Chile. (2002). *Nosotros los Chilenos: Un desafíos Cultural*. Santiago, Chile.

Rey, G. (2008). *Las tramas de la cultura*. Bogotá, Colombia: Andrés Bello.

Rodríguez, G., Gil, J., García, E. (1999) *Metodología de la investigación cualitativa*. Málaga: Ediciones Aljibe.

Rodríguez, T. (1996). El itinerario del concepto del mundo de la vida. De la fenomenología a la teoría de la acción comunicativa. *Revista de comunicación DECS*, (27), 199-214.

Ruiz, J. (2003). *Metodología de la investigación cualitativa* Madrid, España: Aljibe.

Sandoval, M. (2002). *Jóvenes en el siglo XXI. Sujetos y Actores en una sociedad en cambio*. Santiago, Chile: Ediciones Universidad Cardenal Silva Henríquez.

Sandoval, M. (2007). *Caracterización de la población Chilena actual*. En publicación: Investigaciones CEJU, Centro de Estudios de Juventud UCSH.

Schwandt, T. (1990). Paths to inquiry in the social discipline: Scientific, constructivist, and critical theory methodologies. En Egon G. Guba (Ed), *The paradigm dialog*, 258-276. Newbury Park ,CA: SAGE.

Sunkel, G. (2006). *El consumo cultural en América Latina*. Bogotá, Colombia: Convenio Andrés Bello.

Weber, M. (1997). *Economía y sociedad* .México: Fondo de la cultura económica.

Weinstein, C. (1983). *El período juvenil en sectores urbanos de extrema pobreza: un estudio exploratorio*. Seminario para optar al grado de Sociólogo .Universidad de Chile, Santiago, Santiago ,Chile.

