

# APROXIMACIÓN AL CONSUMO, HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES EN LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN DE ECUADOR

---

*José Manuel Castellano Gil, Ángel Bolívar Fajardo Pucha, Kelly Paola Loaiza Sánchez  
Universidad Nacional de Educación, Ecuador*

*Palabras clave:* indicadores culturales; consumo cultural; prácticas culturales; hábitos culturales; UNAE

## INTRODUCCIÓN

La búsqueda de indicadores culturales tiene un amplio recorrido desde mediados del siglo xx a través del impulso dado por los organismos internacionales y las instituciones gubernamentales (Castellano & Alcívar, 2015: 115), que centraron su atención en la necesidad de disponer de datos en los espacios nacionales o territoriales. En estas últimas décadas ese objetivo ha tenido un amplio desarrollo en diversos países de América Latina (Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, México, Uruguay y Venezuela). Ecuador, sin embargo, es una de las entidades territoriales que todavía carece de indicadores, estudios y análisis propios sobre el sector cultural y que, en buena medida, se debe a la escasez de datos y estadísticas. De todos modos se dispone de dos trabajos realizados hasta el presente: la Encuesta Latinoamericana de hábitos y prácticas culturales 2013, elaborada por la Organización de Estados Iberoamericanos a partir de los trabajos del Observatorio Iberoamericano de Cultura (OIBC) con la colaboración de Latino barómetro, que recoge una muestra sobre Ecuador (OEI, 2014); y el análisis sobre hábitos y prácticas culturales en el cantón Machala 2014, cabecera provincial de El Oro (Castellano *et al.* 2016).

Desde otro escenario analítico se cuenta con un amplio repertorio bibliográfico sobre temas culturales basados en construcciones teóricas-metodológicas e investigaciones empíricas desde las contribuciones clásicas del Centro de Estudios Culturales Contemporáneos de Birmingham y los estudios de Bourdieu. Mientras que en el ámbito social latinoamericano se debe referenciar las aportaciones de Canclini (2006) y Sunkel (2006) entre otros.

En estos últimos años el interés por ese objeto de estudio se ha trasladado al contexto universitario (Ben, 2006) (De Garay, 2016), aunque todavía son escasas sus producciones al encontrarse en una fase incipiente. En cualquier caso, la gran mayoría de esas contribuciones se centran en aspectos específicos y concretos con distintos objetos y enfoques (Córdova, 2012a). Con respecto a los estudios territoriales desarrollado en contextos universitarios destacan principalmente las significativas aportaciones realizadas en México (Rosas, 2002), (Flores *et al.* 2009), (Córdova, 2012), (Bañales & Anabel, 2014) y, en menor medida, se dispone de estudios sobre población universitaria en Chile (Güell Villanueva *et al.* 2011); Colombia (Arango *et*

*al.* 2016); y Cuba (Gómez *et al.* 2017) entre otros. En cuanto a sus temáticas de análisis se abordan de forma casi mayoritaria las relacionadas con el consumo de las nuevas tecnologías<sup>1</sup>, seguido por aquellos que tienen como principal atención el uso del tiempo, consumo y capital cultural<sup>2</sup>, hábitos lectores<sup>3</sup>, consumo de medios de comunicación<sup>4</sup>, cine<sup>5</sup>, música<sup>6</sup>, vídeo juegos<sup>7</sup>, audiovisual<sup>8</sup>, TV<sup>9</sup> y teléfonos inteligentes<sup>10</sup>.

Esa línea de investigación en el ámbito universitario tampoco ha tenido repercusión en la producción científica ecuatoriana hasta el momento, a excepciones de algunos estudios de casos específicos (Castellano *et al.* 2017 y 2018). Este trabajo, por tanto, se inscribe dentro de un proyecto más amplio que pretende aportar datos de hábitos y prácticas culturales en el contexto universitario ecuatoriano, al tiempo que esos indicadores proporcionarían una valiosa información a la institución a la hora de toma de decisiones en la programación de acciones culturales (Córdova & Corpus, 2008) (Flores *et al.* 2009).

## METODOLOGÍA

La obtención de indicadores y la evaluación de los principales consumos<sup>11</sup>, hábitos<sup>12</sup> y prácticas<sup>13</sup> culturales de los estudiantes universitarios de la UNAE constituyen los principales objetivos de este proyecto. Su fundamen-

1 Entre ellos referenciamos los trabajos de Blas & Mayaute (2017), Cámara *et al.* (2016), Álvarez *et al.* (2015), Batlle & Micó (2017), Casillas *et al.* (2016), Crovi & López (2014), Fernández-Villa *et al.* (2015), Gisbert & Esteve (2016), López *et al.* (2016), López (2016), Martínez *et al.* (2018), Osorio *et al.* (2014), Paspuel *et al.* (2018), Pini *et al.* (2012), Rojas *et al.* (2018), Romero *et al.* (2016), Romero *et al.* (2015), Romero & Aguaded (2016), Ruano *et al.* (2016), Santamaría & Yurén (2010), Sanvicén & Molina (2015), Urquizo & Adela (2017), Antequera Ripoll, J. (2013) y Aguilar *et al.* (2006)

2 Los estudios de Casillas *et al.* (2011), Pais (2013), Roldán (2012), Huertas *et al.* (2008), Guzmán & Rommel (2013), Rodríguez & Agulló (1999), García Benítez, C. (2006), Gómez González *et al.* (2017), Pimentel & Garay (2017), Quintero (2008), Roldán (2012), Roldán *et al.* (2011), Sandoval (2017), Villegas & Álvarez (2015), Flores-Gutiérrez *et al.* (2014), Suárez *et al.* (2015), Cabrera (2018), Andrade, M. P. (2013) y Flores *et al.* (2009).

3 Las aportaciones de Nava & García (2009), De Garay (2016), Guzmán-Simón & García-Jiménez (2014), Pérez *et al.* (2014), Plúas & Lisseth (2017) y Rebaza & Ruiz (2017).

4 Los trabajos de Velásquez & Paladines (2011), Vergara *et al.* (2009) y García & Díaz (2012).

5 Los estudios de Hernández (2012), Ríos Ariza *et al.* (2014) y Rosas (2012).

6 Las contribuciones de Casillas *et al.* (2014), Terrazas *et al.* (2015) y Terrazas *et al.* (2017).

7 El trabajo de Garcés *et al.* (2015).

8 Las aportaciones de Hinojosa (2017), Cabrera & Pérez (2016), Hinojosa (2017), Hueros *et al.* (2016) y Sánchez (2014).

9 Los estudios de Almaguer *et al.* (s/f), Ariza *et al.* (2011), Danta (2009) y Suing *et al.* (2018).

10 El aporte de Campos (2018) y Ortega *et al.* (2015)

11 No se concibe desde una visión economicista sino desde el proceso de apropiación y uso de los productos culturales que construyen significados y sentidos del vivir y que, en cierta manera, contribuyen a descifrar los comportamientos sociales (Canclini, 2006).

12 Se entiende como el modo habitual de comportamiento cultural de los estudiantes analizados ante las diversas actividades culturales y no está asociado necesariamente a la realización de la misma. Este indicador es empleado en determinados sectores como música grabada, vídeo, televisión, radio, computador e Internet. En general se busca conocer diversos periodos temporales con la finalidad de estimar la frecuencia del hábito sin que ello indique su práctica.

13 Actividad cultural determinada en un periodo concreto y, en su caso, a su intensidad, es decir, cuántas veces o cuánto tiempo dedica a la misma.

tación teórica descansa en el marco inicial propuesto por Canclini (2006) y Bigott (2007), aunque teniendo presente los cambios sociohistóricos generados a partir de las nuevas formas y relaciones de consumo derivado por la incorporación y desarrollo de las nuevas tecnologías. Asimismo desde un plano instrumental se ha estudiado e incorporado consideraciones metodológicas-técnicas contempladas en las diversas encuestas elaboradas por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España, el Observatorio Iberoamericano de Cultura y las Cuentas Satélite de Cultura. Resultado de ese proceso ha sido el diseño de un instrumento base adaptado y contextualizado al escenario universitario y sometido a un procedimiento de prueba piloto<sup>14</sup> y chequeo continuo<sup>15</sup>.

Esta encuesta está estructurada en tres módulos de carácter general (datos identificativo del alumnado<sup>16</sup>, equipamientos culturales<sup>17</sup> e interés en actividades culturales<sup>18</sup>) y doce módulos sectoriales (museos, galerías de arte, archivos, ferias artesanas, Casa de la Cultura, monumentos, yacimientos arqueológicos<sup>19</sup>; lectura<sup>20</sup> y bibliotecas<sup>21</sup>; ballet o danza, ópera y teatro<sup>22</sup>; conciertos de música clásica y actual<sup>23</sup>; cine y vídeo<sup>24</sup>; música<sup>25</sup>; televisión<sup>26</sup>;

14 Es preciso añadir que ese instrumento ha sido aplicado con anterioridad a la población estudiantil de la Universidad Nacional de Educación de Ecuador (Castellano et al. 2018).

15 Tras la aplicación de la encuesta se realizaba un sondeo al alumnado sobre el nivel de dificultad y comprensión del instrumento que hado como resultado la inexistencia de problemas, además, de una alta valoración del instrumento y ejercicio de reflexión del encuestado sobre su relación y vinculación al mundo cultural.

16 Referidos a género, año de nacimiento, adscripción territorial, nivel de estudios, situación socioeconómica, reconocimiento étnico y estado civil.

17 Información sobre la disponibilidad de equipamientos culturales en los ámbitos de lectura, música, audiovisual o relativos a las nuevas tecnologías (computador, Internet y celular), así como soportes y tipología de dispositivos.

18 Se evalúa en función a una escala creciente de 0 a 5.

19 Se indaga sobre su última visita, intensidad de esa práctica, día de la semana, ubicación geográfica, tipología y grado de satisfacción.

20 Se establece una distinción entre libros leídos por motivos de estudios o por ocio-entretenimiento. Se pretende, además, conocer el momento de la última lectura e intensidad de esta práctica: número de libros leídos y tiempo dedicado a esta actividad en días laborales o festivos. Asimismo se busca detectar los géneros literarios y una serie de cuestiones relacionadas a los días o lugares de lectura. Con respecto al consumo de libros se busca indicadores sobre adquisición, forma en que se obtienen y profundiza en las descargas gratuitas de Internet o reproducción en fotocopias. También se contempla la lectura de prensa y revistas como indicadores de hábito a través de frecuencia y formatos.

21 Se distingue entre presencial e Internet, se mide la intensidad temporal, las características de la última asistencia, los motivos principales de su asistencia y dificultades.

22 Se sondea sobre la última asistencia y se obtiene información sobre la caracterización de la última vez que asistió, día de la semana, tipo de recinto, grado de satisfacción y motivos de su inasistencia.

23 Este módulo contiene unas características similares al de las artes escénicas.

24 Recoge unas características similares a las ya señaladas para las artes escénicas y musicales, aunque se debe puntualizar que solo se contempla a los que asisten de forma presencial a las salas de cine. En relación al vídeo se busca frecuencia del hábito, medios utilizados e intensidad del hábito semanal. También se tiene en cuenta los hábitos de compra, alquiler o grabación de vídeos, características y métodos de consumo, lugares físicos de adquisición, Internet así como los sistemas de grabación.

25 Recoge información sobre el hábito, los medios, lugares, frecuencia, modos de adquisición y grabación.

26 Intenta detectar el tiempo destinado a esa actividad y las preferencias de programación.

radio<sup>27</sup>; computador e Internet<sup>28</sup>; uso del tiempo libre<sup>29</sup> prácticas relacionadas con el ocio y la cultura<sup>30</sup>; y finalmente una sección dedicada a las acciones y programas culturales desplegados por la UNAE y a la participación e interés de la población estudiantil.

La recogida de datos se llevó a cabo durante el mes de enero de 2018 y el instrumento fue aplicado a una muestra de 438 estudiantes de la UNAE.

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

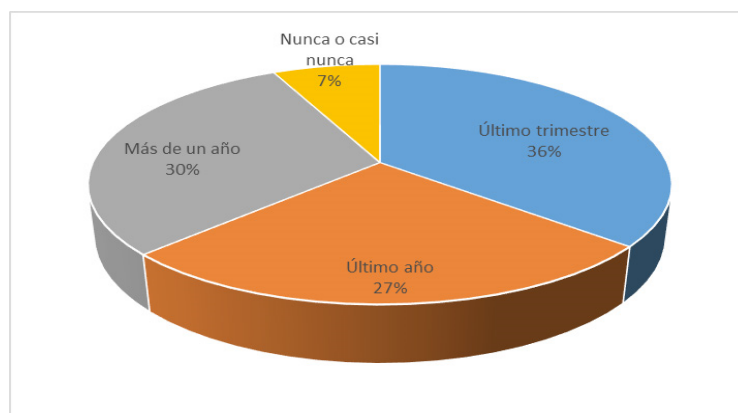
### ACTIVIDADES CULTURALES

#### Museos

Un 63% de los universitarios investigados ha visitado centros museísticos en el último año, un 38% de mujeres y un 25% por varones. El motivo preferencial fue por estudios y realizada de lunes a viernes (23%) frente a los fines de semana (4%). En cambio las visitas por motivos de ocio o entretenimiento se producen los fines de semanas (13%) frente a los días laborales (9%).

Los museos más visitados se corresponden con la temática de Arqueología e Historia (80%) seguidos por los de Arte (10%), Historia Natural (5%), Ciencia y Tecnología (3%) y Antropología (2%). Un 41% de los visitantes optaron por centros museísticos ubicados en su propio cantón, un 37% en otras provincias, un 19% en su propia provincia y un 3% en el extranjero. Y entre los motivos alegados por los que no acuden a los museos destaca la falta de tiempo (17%), la lejanía de esos centros (5), la falta de oferta (5%) y el desinterés (5%).

Figura 1. Distribución porcentual de frecuencia de la última vez que se visitó un museo



Fuente: Encuesta de hábitos y prácticas culturales UNAE, 2018. Elaboración propia.

27 Características similares al módulo de televisión.

28 Recoge frecuencias del hábito de uso del computador, Internet y celular, motivos de utilización y lugar donde se produce esa práctica.

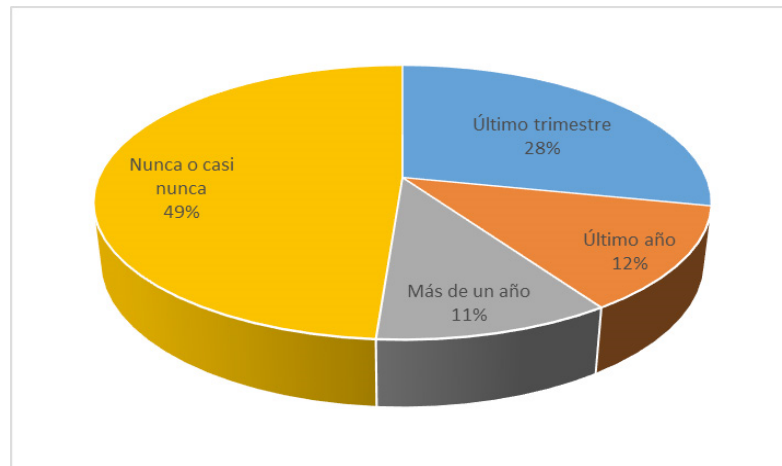
29 Se indaga sobre las actividades preferidas por el estudiantado a realizar fuera de su hogar (ir de compra, deporte, paseo al campo, ir al cine, fiesta, bares, ferias, etc.).

30 Recaba información sobre otras prácticas culturales activas (escribir, pintar, etc.) y datos sobre la realización de cursos de formación complementaria.

## Archivo

Un 40% de los universitarios acudieron a este tipo de centros documentales en el último año, un 24% del género femenino y un 16% de varones. El 18% declara que su visita fue motivada por estudios y un 3% por ocio o entretenimiento. Un 56% de esas visitas son a centros ubicados en su propio cantón, un 24% en su provincia, un 20% en otras provincias y 1% en el extranjero. Los motivos alegados por los que no visitan los archivos son el desinterés (23%), la falta de oferta (12%) y falta de tiempo (10%).

Figura 2. Distribución porcentual de frecuencia de la última vez que se visitó un archivo

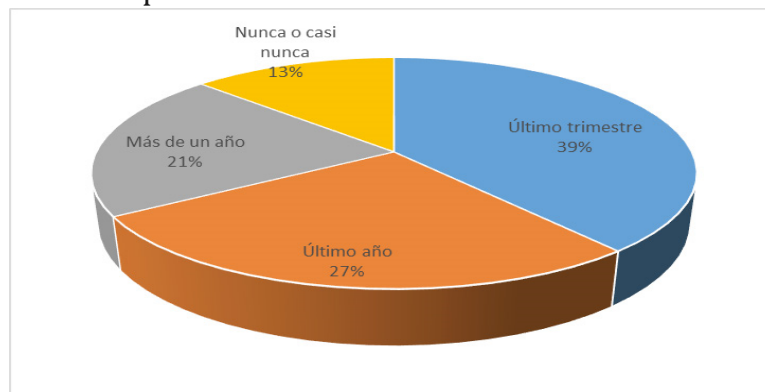


Fuente: Encuesta de hábitos y prácticas culturales UNAE, 2018. Elaboración propia.

## Salas de exposiciones

Un 66% de los estudiantes universitarios acudieron a salas de exposiciones en el último año, un 39% de mujeres y un 27% de varones. El 23% declara que su visita fue motivada por estudios y un 31% por ocio o entretenimiento. Un 44% de esas visitas fueron a salas de exposiciones en su propio cantón, un 29% en su provincia, un 26% en otras provincias y 1% en el extranjero. Los motivos alegados por los que no visitan salas de exposiciones son la falta de tiempo (11%), el desinterés (7%), la falta de oferta (6%) y la lejanía (5%).

Figura 3. Distribución porcentual de frecuencia de la última vez que se asistió a salas de exposiciones

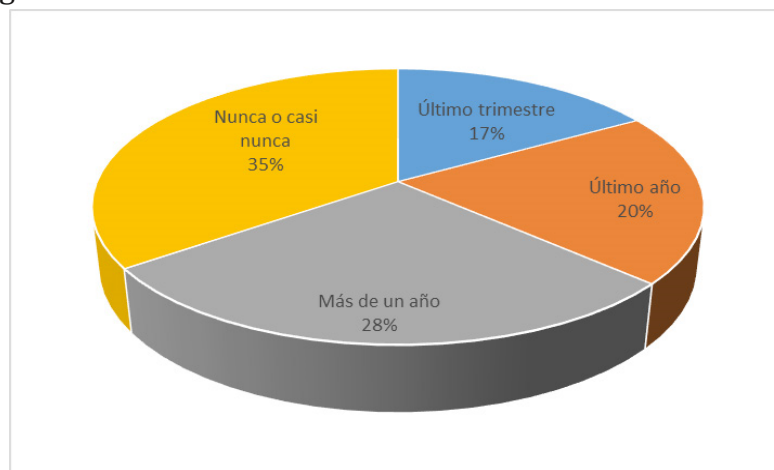


Fuente: Encuesta de hábitos y prácticas culturales UNAE, 2018. Elaboración propia.

### Galerías de arte

Un 37% de esta población ha visitado galería de arte en el último año, un 21% de mujeres y un 16% de los varones. El 23% de esas visitas es motivado por ocio o entretenimiento y un 7% por motivos de estudios. Un 37% de las galerías de artes estaban ubicadas en su propio cantón, un 34% en otras provincias, un 25% en su propia provincia y un 3% en el extranjero. Los motivos alegados por los que no acuden a galerías de arte son por la falta de tiempo (11%), el desinterés (7%), la falta de oferta (6%) y su lejanía (5%).

Figura 4. Distribución porcentual de frecuencia de la última vez que se asistió a galerías de artes



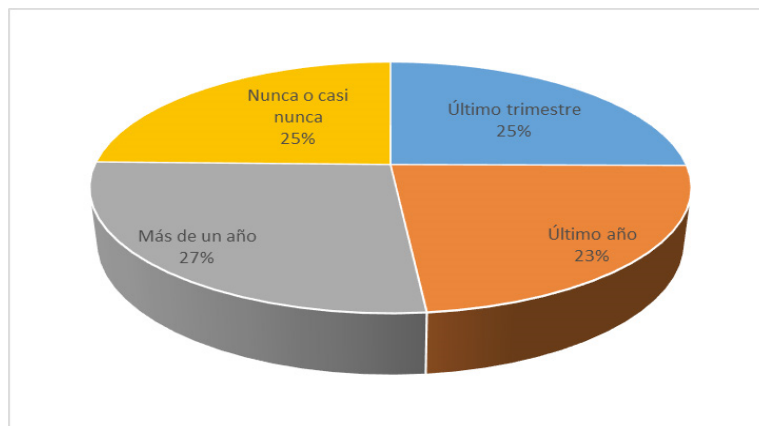
Fuente: Encuesta de hábitos y prácticas culturales UNAE, 2018. Elaboración propia.

### Monumentos

En 49% de la población encuestada visitó un monumento en el último año, un 28% del género femenino frente a un 21% de varones. El 34% de las visitas es por ocio o entretenimiento y un 8% motivada por estudios. Un 40% de los visitantes a monumentos señala que estaban ubicados en su propio cantón, un 33% en otras provincias, un 23% en su propia provincia y un 4% en el extran-

jero. Los motivos alegados por los que no visitaron monumentos son la falta de tiempo (18%), el desinterés (13%), la lejanía (8%) y la falta de oferta (8%).

Figura 5. Distribución porcentual de frecuencia de la última vez que se visitó monumentos

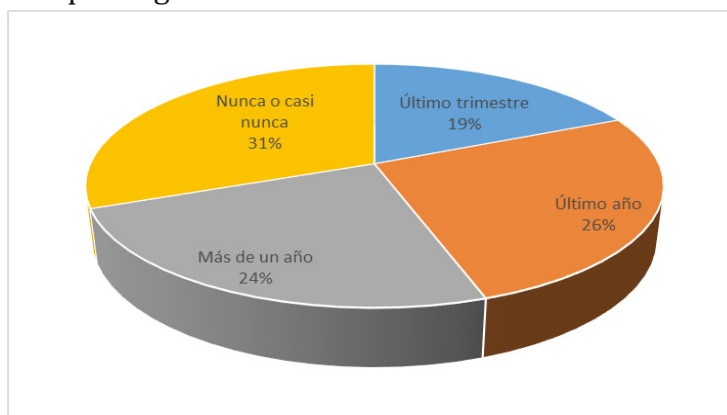


Fuente: Encuesta de hábitos y prácticas culturales UNAE, 2018. Elaboración propia.

### Yacimientos arqueológicos

El 45% de los universitarios encuestados realizó visitas a los yacimientos arqueológicos en el último año, un 19% de varones y un 26% de mujeres. El 26% de esas visitas es realizado por ocio o entretenimiento y un 11% por estudios. Un 46% de la visita a yacimientos arqueológicos se ubicaban en otras provincias, un 30% en su propio cantón, un 23% en su provincia y un 1% en el extranjero. Los motivos alegados por los que no visitaron yacimientos arqueológicos son la lejanía (14%), la falta de tiempo (13%), la falta de dinero (9%) y el desinterés (9%).

Figura 6. Distribución porcentual de frecuencia de la última vez que se visitó yacimientos arqueológicos



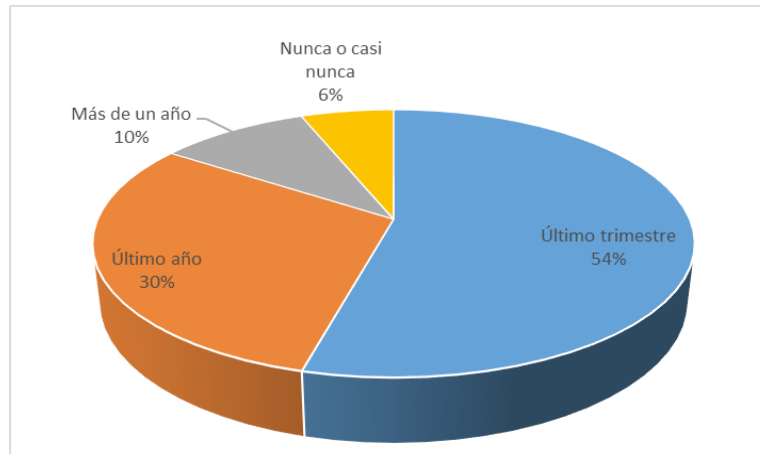
Fuente: Encuesta de hábitos y prácticas culturales UNAE, 2018. Elaboración propia.

### Ferias artesanales

El 84% de la población encuestada acudieron a ferias artesanales en el último año, un 53% de mujeres y un 31% de varones. El 68% de esas visitan son por motivo de ocio o entretenimiento y un 5% por estudios. Un 58%

de esas visitas a ferias fueron realizadas en su propio cantón, un 24% en su provincia, y un 18% en otras provincias. Los motivos alegados por los que no visitaron ferias artesanales son la falta de tiempo (6%), la falta de oferta (3%) y el desinterés (3%).

Figura 7. Distribución porcentual de frecuencia de la última vez que se visitó ferias artesanales

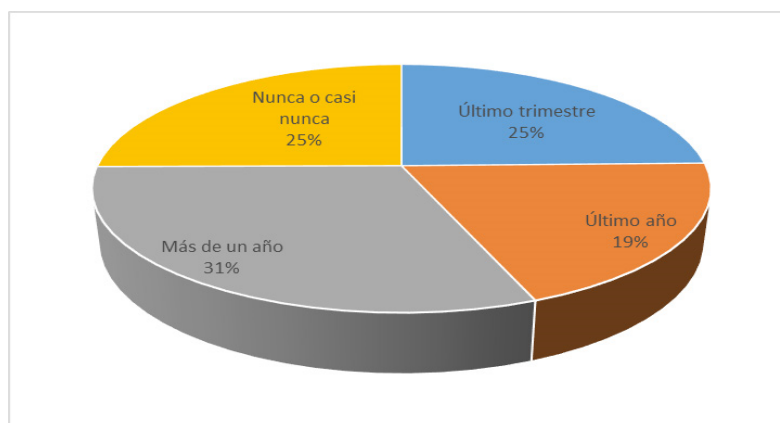


Fuente: Encuesta de hábitos y prácticas culturales UNAE, 2018. Elaboración propia.

### Casa de la Cultura Ecuatoriana

Un 44% de la población encuestada realizó visitas a la Casa de la Cultura Ecuatoriana en el último año, un 26% mujeres y 18% de varones. El 25% de esas visitas es por motivos de ocio o entretenimiento y un 12% por estudios. Un 55% de esas visitas son llevadas a cabo en su propio cantón, un 24% en su provincia y un 21% en otras provincias. Los motivos alegados por los que no acuden son la falta de tiempo (25%), el desinterés (10%), la falta de oferta (9%) y la lejanía (7%).

Figura 8. Distribución porcentual de frecuencia de la última vez que se visitó la Casa de la Cultura



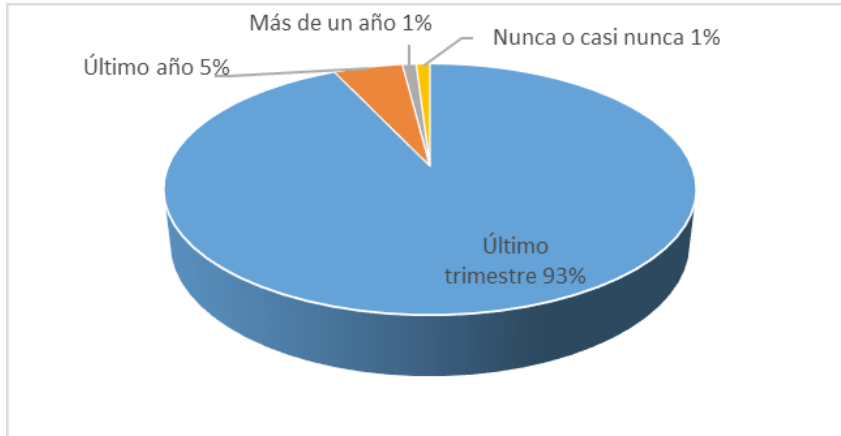
Fuente: Encuesta de hábitos y prácticas culturales UNAE, 2018. Elaboración propia.



## Biblioteca

El 98% de los estudiantes analizados asistieron a bibliotecas en el último año, un 59% de mujeres y un 34% de varones. Entre los principales motivos destaca el buscar información (63%), el estudio (21%), los préstamos (6%), la lectura (5%) y la asistencia a actividades (1%).

Figura 9. Distribución porcentual de la frecuencia de asistencia a biblioteca

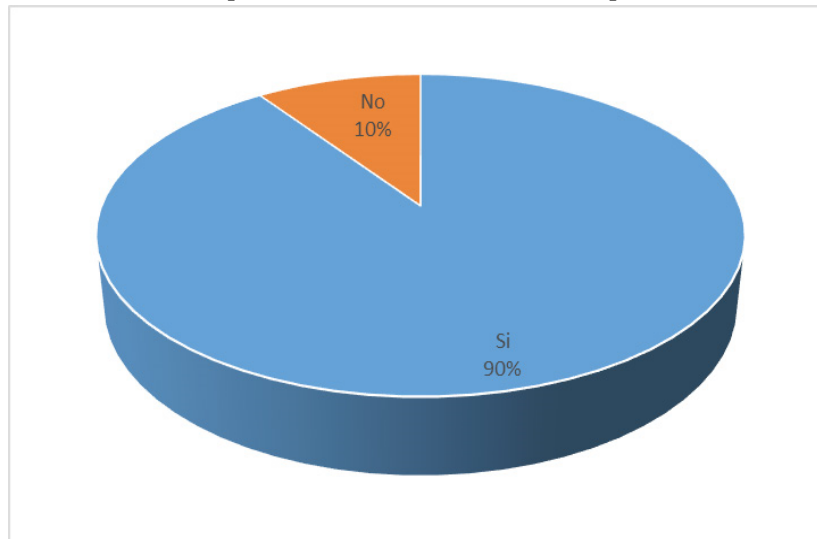


Fuente: Encuesta de hábitos y prácticas culturales UNAE, 2018. Elaboración propia.

## Lectura

El 90% de los universitarios analizados manifiesta que suele leer libros, de los cuales un 69% en el último mes, un 21% en el último trimestre, un 6% en el último año, un 3% hace más de un año y un 1% nunca o casi nunca. Asimismo un 53% señala que su última lectura fue por razones de estudios y un 47% por otros motivos. Un 28% de la población estudiada se decanta por obras de carácter narrativo frente al 19% de textos escolares/universitarios, 10% de Historia, política y sociales y un 5% de poesía.

Figura 10. Distribución porcentual de los alumnos que suelen leer

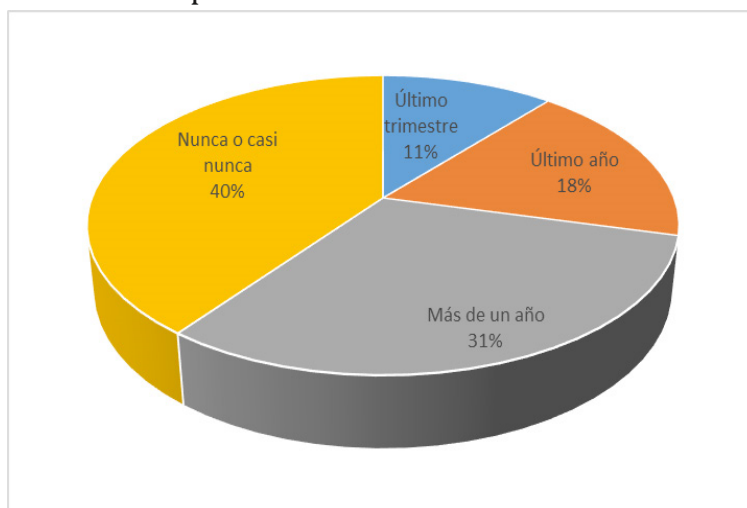


Fuente: Encuesta de hábitos y prácticas culturales UNAE, 2018. Elaboración propia.

## Teatro

La asistencia al teatro arroja un 29% de adeptos anuales, un 16% de mujeres y un 13 de varones. Entre los géneros destaca las preferencias por las producciones musicales (32%), clásico (26%), actual (22%), de vanguardia (9%) e infantil (10%). El tipo de recinto a los que acuden son espacios comerciales (teatro, cines y auditorios) con un 73%, las salas no comerciales (colegios, centros culturales y sociales) con un 22% y recintos universitarios un 6%. Los principales motivos señalados para no acudir al teatro son la disponibilidad de tiempo (20,3%), la poca oferta (19,6%) y la escasa información existente (16,2%).

Figura 11. Distribución porcentual de frecuencia de asistencia al teatro

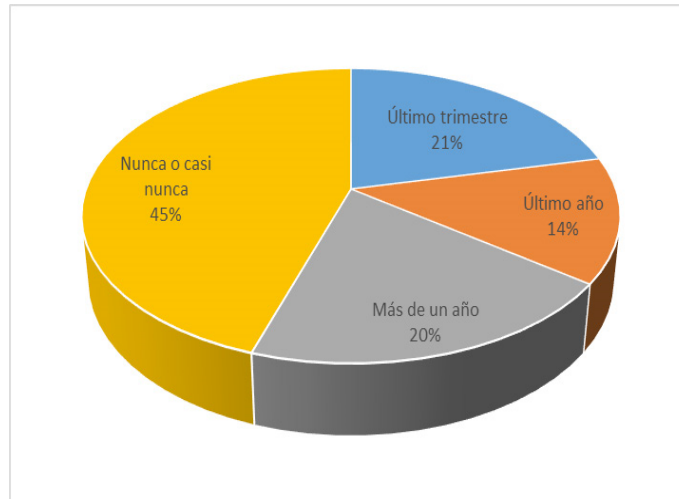


Fuente: Encuesta de hábitos y prácticas culturales UNAE, 2018. Elaboración propia.

## Ballet o danzas

Un 36% de los estudiantes asistieron a espectáculos de ballet y danzas en el último año, un 25% de mujeres y un 11 de varones. Las danzas folklóricas o étnicas son el género de mayor asistencia con un 75%, seguido de la danza contemporánea con un 18% y ballet clásico con un 6%. El tipo de recinto son las salas no comerciales con un 49%, espacios comerciales con un 28% y recintos universitarios un 23%. En cuanto a los géneros destacan la danza folklórica o étnica (75%), danza contemporánea (18%) y ballet clásico (6%). Los dos principales motivos señalados para no acudir a espectáculos de ballet o danza son el escaso interés (22,8%), la poca oferta (21,2%) y la escasa disponibilidad de tiempo (16,7%).

Figura 12. Distribución porcentual de frecuencia de asistencia a Ballet o danzas

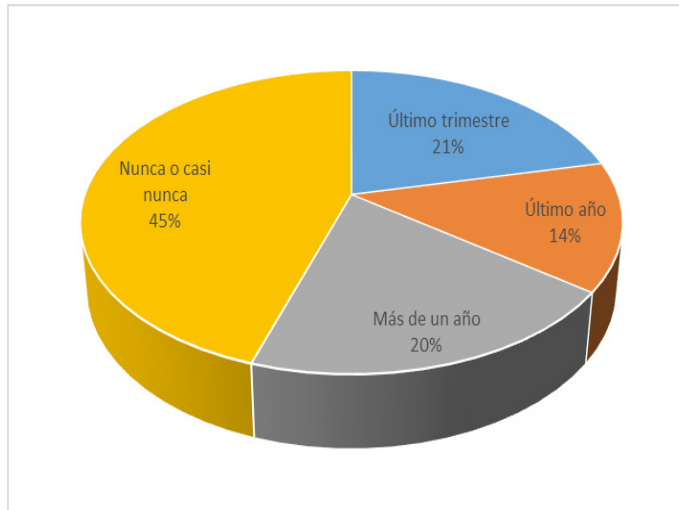


Fuente: Encuesta de hábitos y prácticas culturales UNAE, 2018. Elaboración propia.

### Opera

Un 6% de los estudiantes asistieron a espectáculos de opera en el último año, un 3% de mujeres y un 3% de varones. El tipo de recinto que suelen frecuentar son los espacios comerciales con un 89% y las salas no comerciales con un 11%. Los principales motivos señalados para no acudir a espectáculos de ballet o danza son el escaso interés (39%), la poca oferta (20%), poca información (10%) y el precio (10%).

Figura 13. Distribución porcentual de frecuencia de asistencia a la opera



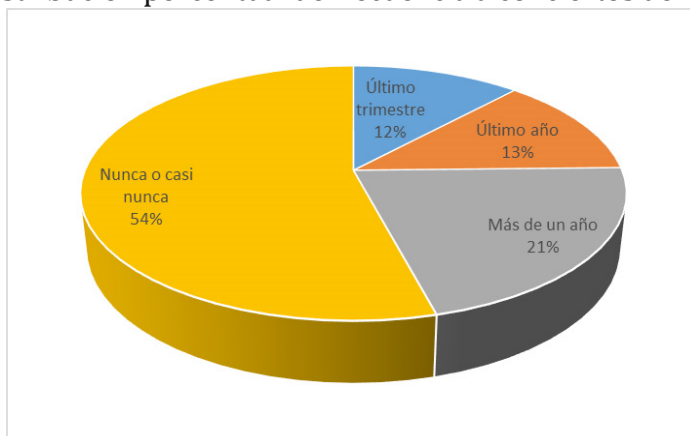
Fuente: Encuesta de hábitos y prácticas culturales UNAE, 2018. Elaboración propia.

### Conciertos de música clásica

El 25% de la población asistió en el último año a un concierto de música clásica, un 14% de mujeres y un 11% de varones. Entre los géneros musicales pre-

feridos destaca la orquesta sinfónica (49%), coro o grupo coral (22%), solista (21%), recital lírico (5%) y grupo de cámara (3%). Los recintos frecuentados de esta actividad son los espacios comerciales con un 50%, los no comerciales con un 44% y centros universitario con un 6%. Entre los principales motivos señalados para no acudir a los conciertos de música clásica son el escaso interés (27%), la poca oferta (20%) y los elevados precios (15%).

Figura 14. Distribución porcentual de frecuencia a conciertos de música clásica

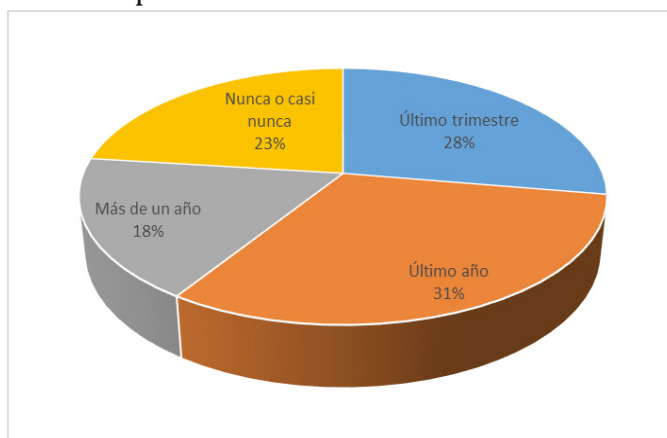


Fuente: Encuesta de hábitos y prácticas culturales UNAE, 2018. Elaboración propia.

### Conciertos de música actual

Las tasas de asistencia a conciertos de música actual (59%) duplican a las de la música clásica, un 37% de mujeres y un 22% de varones. Entre los géneros musicales preferidos sobresalen las rancheras (18%), rock español e inglés (18%), pop español e inglés (17%), reggaetón (11%), música andina ecuatoriana (7%) y tropical, merengue y salsa (5%). Con respecto al carácter de los espacios donde se desarrollan los conciertos, un 52% acude a recintos no comerciales, un 44% a los comerciales y un 3% a centros universitario. Los principales motivos por los que acuden a conciertos de música actual se centran son el elevado precio (36%), la disponibilidad de tiempo (15%), por no tener con quien ir o falta de interés respectivamente (10%).

Figura 15. Distribución porcentual de frecuencia a conciertos de música actual.



Fuente: Encuesta de hábitos y prácticas culturales UNAE, 2018. Elaboración propia.

## MEDIOS DE COMUNICACIÓN, AUDIOVISUALES Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

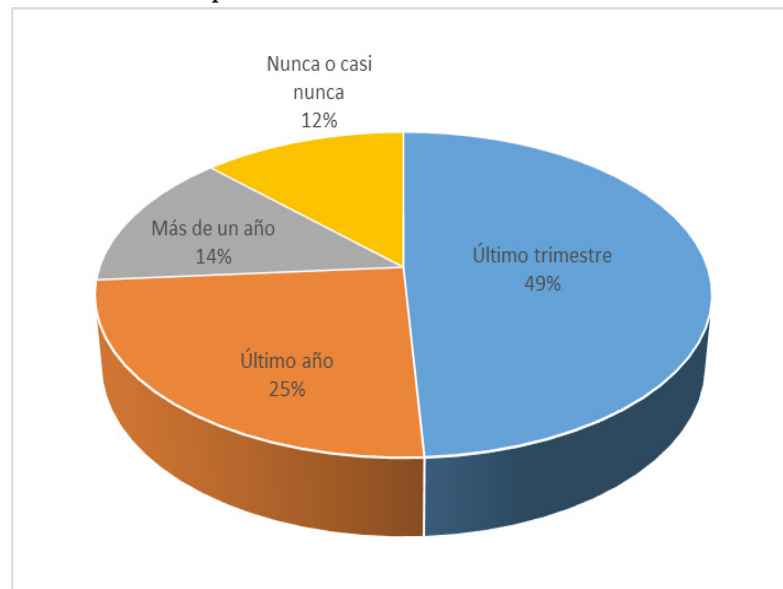
### Prensa

Un 63% de los universitarios suelen leer la prensa, un 42% de mujeres y un 21% de varones. De ellos un 13% con una frecuencia diaria, un 15% solo los fines de semana y un 19% al menos una vez a la semana. Con respecto al soporte de prensa sobre información general durante el último mes, un 16% fueron lectores de prensa de papel gratuita, un 17% de prensa convencional de pago, un 13% de prensa digital gratuita y un 5% de digital de pago.

### Cine

La asistencia a las salas de cines en el último año de los universitarios analizados se sitúa en el 74%, un 25% de varones y un 47% de mujeres. En cuanto a sus preferencias se inclinan por la ciencia ficción (29%), terror (17%), acción (14%) comedia (9%), dibujos animados (8%) aventura (7%), drama (6%), infantiles (5%), suspenso (4%) las películas de acción (2,2%), clásico (1%) y otros (1%). Los recintos preferenciales son los comerciales (98%) frente a los espacios no comerciales (2%). Los principales motivos señalados para no acudir al cine son los elevados precios (8%), la disponibilidad de tiempo (7%) y la dificultad que tienen de salir de sus casas (4%).

Figura 16. Distribución porcentual de frecuencia a salas de cine



Fuente: Encuesta de hábitos y prácticas culturales UNAE, 2018. Elaboración propia.

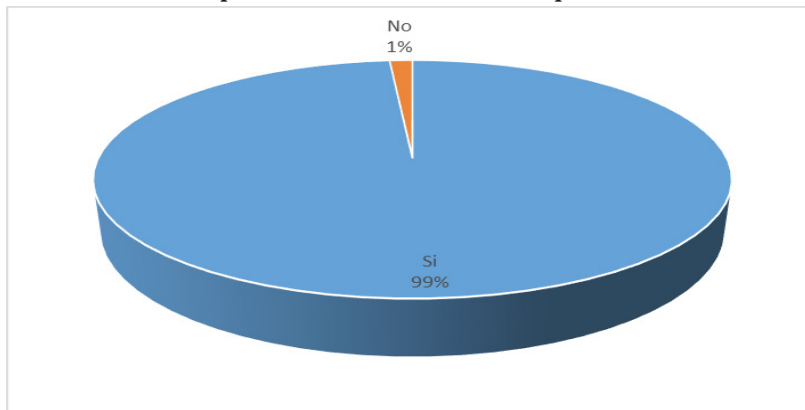
### Música

El 99% de esta población suele escuchar música y un 80% con una frecuencia diaria, un 49% de mujeres y un 31% por varones. Entre los medios audiovisuales utilizados para escuchar música sobresale el celular (74%), la

radio (13%) y los reproductores de música digital (7%). Respecto al lugar en que suelen escuchar música, un 76% lo hace en casa, un 14% en el transporte público, un 6% en el coche y un 1% en la universidad.

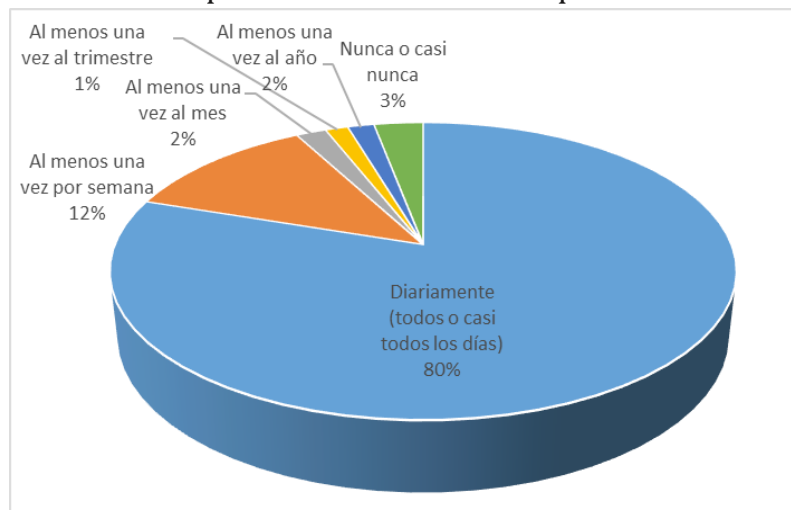
Entre los géneros musicales preferidos destacan las baladas en español o inglés (21%), pop español o inglés (23%), rock español o inglés (17%), reggaetón (12%), electrónica (7%), reggae (4%), música de despecho (3%), tropical, merengue y salsa (3%) y música andina ecuatoriana (2%).

Figura 17. Distribución porcentual de alumnos que suelen oír música



Fuente: Encuesta de hábitos y prácticas culturales UNAE, 2018. Elaboración propia.

Figura 18. Distribución porcentual de frecuencia que suelen escuchar música



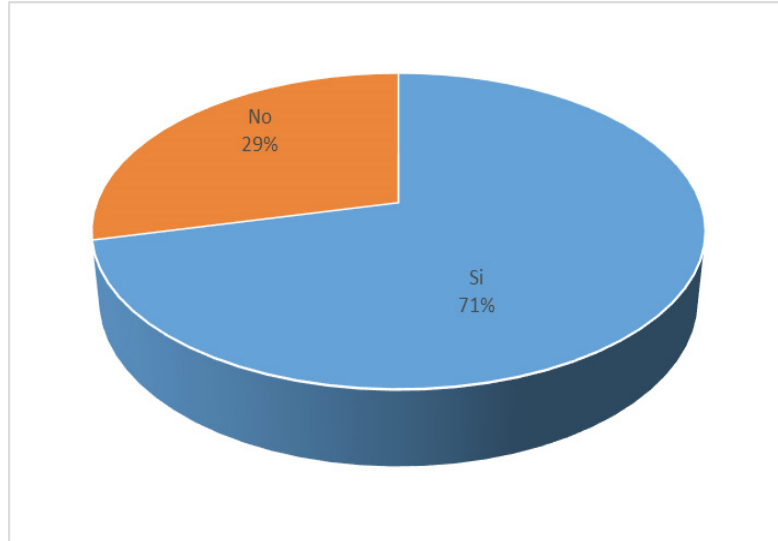
Fuente: Encuesta de hábitos y prácticas culturales UNAE, 2018. Elaboración propia.

## Televisión

Un 71% de los universitarios suele ver la televisión. Un 34% de los encuestados ve la TV diariamente (21% de mujeres y un 13% de varones) y un 30% al menos una vez a la semana (20% de mujeres y un 10% de varones). Un 76% dedica entre 1 a 2 horas de lunes a viernes a ver la TV, un 19% emplea entre tres y cuatro horas entre semana y un 4% destina entre cinco y seis horas. Mientras que en los fines de semana un 51% ocupa entre una a dos horas, un

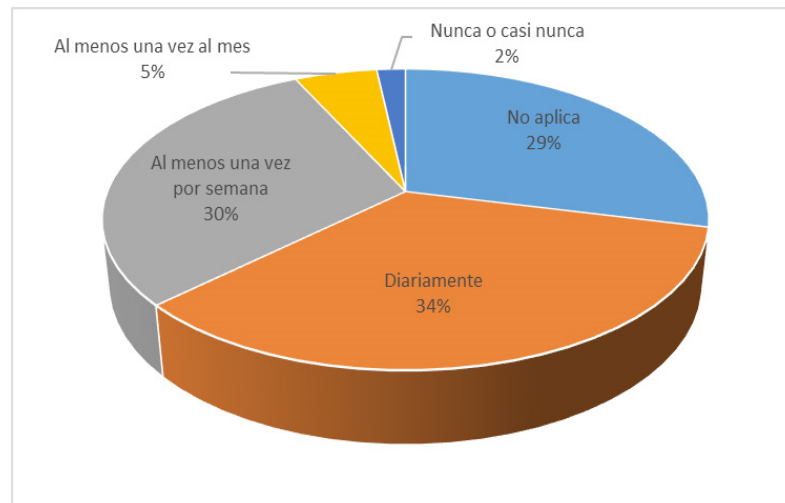
38% entre tres y cuatro horas y un 8% entre cinco y seis horas. En cuanto a la programación destacan las películas (33%), series y novelas (24%), deportes (11%), programas de entretenimiento (10%), noticias e información (8%) y programas infantiles (6%). El soporte generalizado para ver la TV es el televisor (80%), el computador (14%), el celular (5%) y la tablet (1%).

Figura 19. Distribución porcentual de alumnos que suelen ver la TV



Fuente: Encuesta de hábitos y prácticas culturales UNAE, 2018. Elaboración propia.

Figura 20. Distribución porcentual de frecuencia que suelen ver la TV

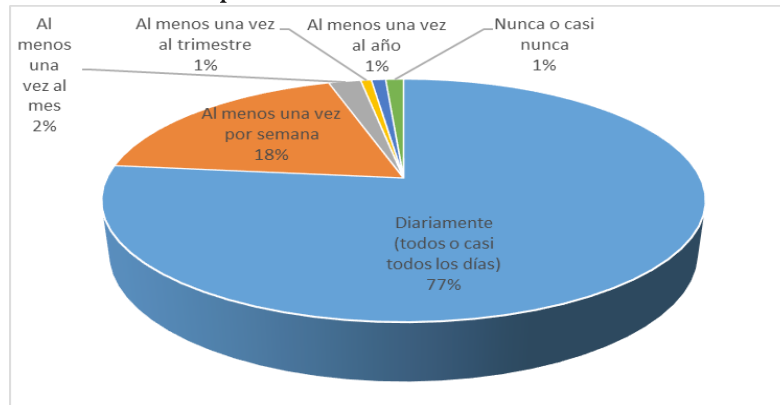


Fuente: Encuesta de hábitos y prácticas culturales UNAE, 2018. Elaboración propia.

## Video

Un 100% de los universitarios suelen ver videos, un 63% de mujeres y un 37% de varones, bajo una frecuencia diaria del 77%. En cuanto a sus temáticas se encuentran los musicales (31%), las series (23%), documentales (15%) y educativos (5%). Entre los equipamientos utilizados para visionar videos destacan el celular (47%), la computadora (42%) y la tablet (3%). Los videos son obtenidos preferencialmente en internet de forma ilegal (50%), mediante servicio streaming (6%) y en tiendas de videos (5%).

Gráfica 21: Distribución porcentual de frecuencia uso de videos



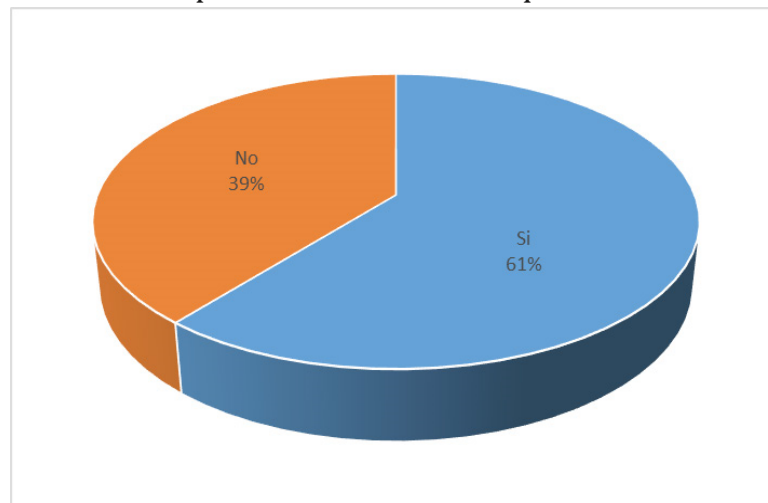
Fuente: Encuesta de hábitos y prácticas culturales UNAE, 2018. Elaboración propia.

## Radio

El 61% de los investigados suelen escuchar la radio, un 28% con una frecuencia diaria (10% hombre frente a un 8% de mujeres), un 26% al menos una vez a la semana (10% de hombre, 16% mujeres) y un 7% al menos una vez al mes (3% hombres frente al 4% de mujeres). Un 77% dedica entre 1 a 2 horas de lunes a viernes a escuchar la radio, un 13% emplea entre 3 a 4 horas a la semana, un 6% entre 5 a 6 horas y un 4% más de 6 horas.

Los estudiantes universitarios analizados tienen una clara preferencia por programas musicales (45%), noticias e información (20%), programas de entretenimiento (13%), conciertos de música (9%), programas deportivos (5%) y programas culturales (5%). Un 80% de estos oyentes radiofónicos declara que suele utilizar el aparato de radio como soporte frente a un 12% que emplea el celular, un 5% la computadora, un 2% otros medios y un 1% la televisión.

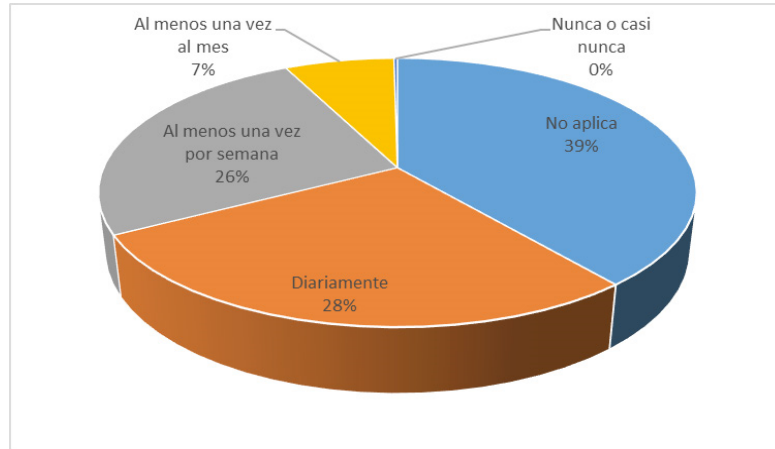
Figura 22. Distribución porcentual de alumnos que suelen escuchar la radio



Fuente: Encuesta de hábitos y prácticas culturales UNAE, 2018. Elaboración propia.



Figura 23. Distribución porcentual de frecuencia que suelen escuchar la radio



Fuente: Encuesta de hábitos y prácticas culturales UNAE, 2018. Elaboración propia.

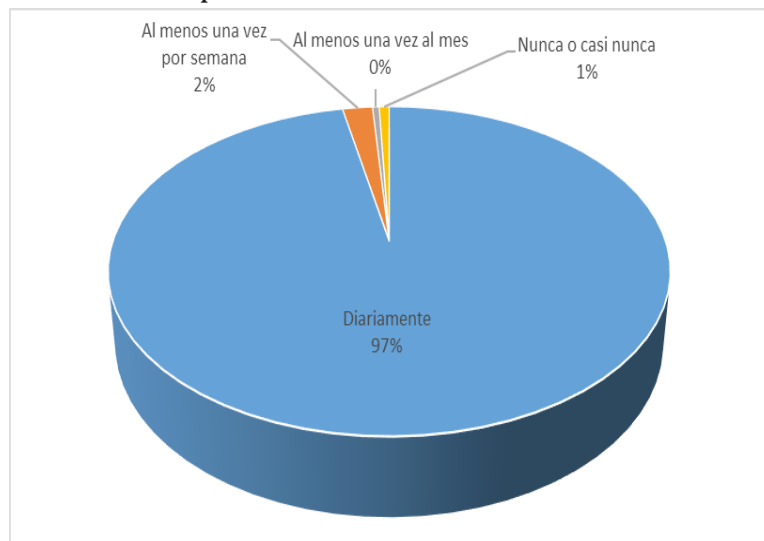
### Telefonía

Un 70% del alumnado posee Smartphone, un 42% de mujeres y 28% de varones. Un 96% utiliza su Smartphone para fines académicos y un 99% para redes sociales. En cuanto a los rangos de precios de esos dispositivos, un 35% oscila entre 100 a 199 dólares, un 30% entre los 200 a 299 y 13% entre los 300 a 399 y un 7% entre los 400 a 499 dólares. El 78% tiene contratado un plan de datos de telefonía celular y el gasto mensual se sitúa hasta veinte dólares un 86% y entre veinte y treinta dólares un 11%. Con respecto al número de horas diarias empleado en el uso del smartphones, el 31% dedica entre 3 a 4 horas, un 28% más de 6 horas y un 24% entre 5 a 6 horas diarias.

### Internet y computador

Un 92% de los universitarios dispone de acceso a internet y un 97% se conectan diariamente, un 61% de mujeres y un 36% de varones.

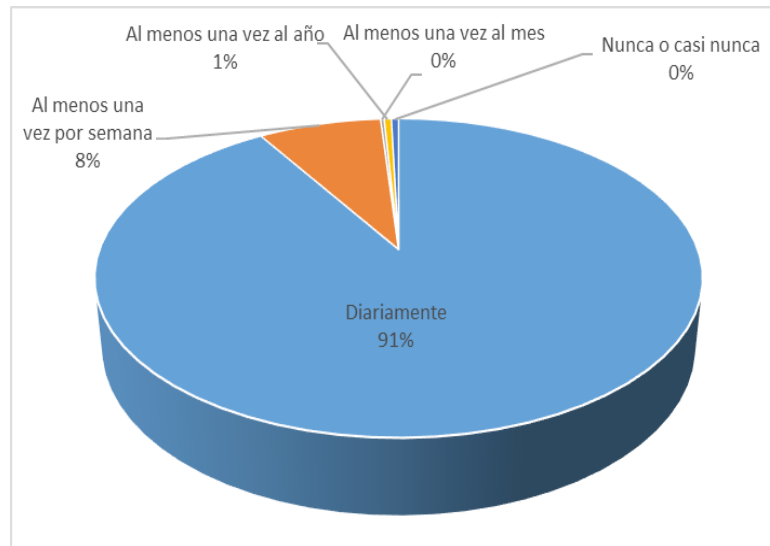
Figura 26. Distribución porcentual de frecuencia de conexión a Internet



Fuente: Encuesta de hábitos y prácticas culturales UNAE, 2018. Elaboración propia.

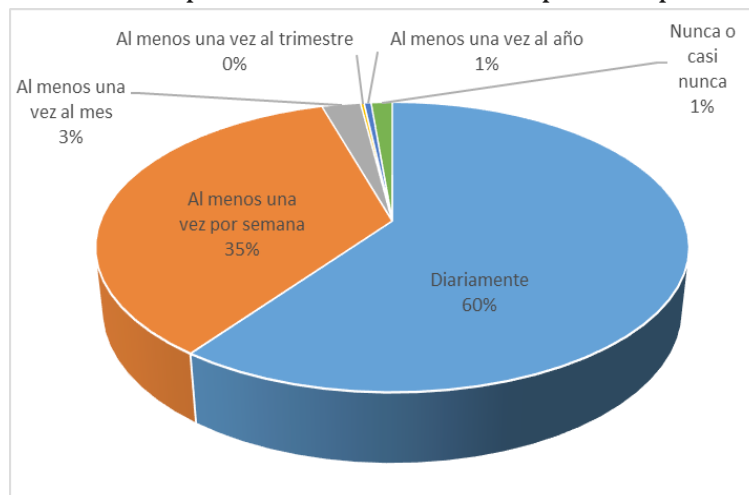
Un 91% de la población analizada suele utilizar el computador con una frecuencia predominantemente diaria por motivos de estudio (mujeres un 57% y varones 34%). Mientras que por otros motivos se distribuye entre una frecuencia diaria de un 33% de mujeres y un 27% de varones. Un 34% de los estudiantes encuestados manifiestan haber comprado una computadora en el último año por motivo de estudio y un 13% por otros motivos.

Figura 24. Distribución porcentual del uso de computador por motivo de estudio



Fuente: Encuesta de hábitos y prácticas culturales UNAE, 2018. Elaboración propia.

Figura 25. Distribución porcentual de uso del computador por otros motivos



Fuente: Encuesta de hábitos y prácticas culturales UNAE, 2018. Elaboración propia.

## CONCLUSIONES

La Universidad Nacional de Educación de Ecuador es un centro universitario de reciente creación, apenas cuenta con tres años de existencia, y hace unos meses, en febrero de 2018, incorporaba una nueva oferta de licenciatura, Educación en Artes. No obstante en el organigrama general de ese centro

universitario no se contempla un departamento de extensión universitaria. De modo que una de las sugerencias a considerar por parte de los órganos rectores sería la posibilidad de creación de un área de gestión y planificación en materia cultural.

Desde otra perspectiva este trabajo ha puesto de manifiesto la inexistencia de indicadores y estudios sobre consumo, hábitos y prácticas culturales en el contexto universitario ecuatoriano. Tras esa constatación previa surgía esta propuesta de investigación que tiene como objeto cubrir esa laguna existente para analizar la población estudiantil universitaria con la pretensión de obtener un perfil cultural de su alumnado, como un primer paso para posteriores estudios. No se trata, por tanto, tan solo de obtener indicadores de un fotograma estático sino profundizar en el contexto social universitario y redefinir sus procesos de formación en función a lo que se pretende alcanzar, como su aporte al contexto social y preguntarse dentro y fuera del campus universitario sobre la gestión cultural, su consumo, las ofertas culturales, sus infraestructuras, programación y gestión en los ámbitos culturales pero también otros aspectos políticos y el marco de relaciones productivas de las industrias culturales, etc., que conforman los componentes culturales en el contexto sociohistórico actual.

Esta primera radiografía que se presenta una leve aproximación general sobre indicadores de consumo, hábitos y prácticas culturales de los estudiantes de la UNAE que refleja un perfil inicial de características y tendencias que en próximos trabajos en curso se encargaran de profundizar en detalle. En cualquier caso este cuadro nos lleva a plantear una conclusión básica: la existencia de un comportamiento diferenciador entre las actividades culturales y los medios de comunicación, audiovisuales y nuevas tecnologías, donde el cine, la música, la TV, la radio, los vídeos, la computadora, internet y la telefonía inteligentes concentran mayores porcentajes de uso y consumo por parte de los jóvenes universitarios analizados.

## REFERENCIAS

- Aguilar-Barceló, J. G., & Ramírez-Angulo, N. (2006). Hábitos de consumo de las tecnologías de información en los estudiantes universitarios de Tijuana. Disponible en <https://mpr.ub.uni-muenchen.de/4718/>
- Almaguer Covarrubias, R.; Barrios Puga, A. y Garza Mejía, E. (s/f). Patrones de consumo televisivo entre jóvenes universitarios. Disponible en <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013a/1336/consumo-televisivo.html>
- Álvarez, V. E., Cepeda, D. M., Alvídrez, N. R., Robles, L. A. R., & Flores, M. A. B. (2015). El uso de medios digitales en internet en estudiantes universitarios. *NovaRua*, 4(7). Disponible en <http://erevistas.uacj.mx/ojs/index.php/NovaRua/article/view/22>
- Antequera Ripoll, J. (2013). *Usos sociales y hábitos de consumo de estudiantes universitarios en Facebook y Twitter y su participación social en relación con la hiperidentidad colectiva e hipertácticas de resistencia*. Disponible en <http://manglar.uninorte.edu.co/jspui/handle/10584/7392>

- Arango Aristizabal, A. M., Castañeda Ospina, L. Y., & Ramírez Osorio, L. F. (2016). Prácticas culturales que realizan mediante las tecnologías de la información y la comunicación los estudiantes de la Universidad Católica de Manizales. Disponible en <http://repositorio.ucm.edu.co:8080/jspui/bitstream/handle/10839/1285/Ana%20Maria%20Arango%20Aristizabal.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ariza, J. M. R., Terrón, A. M., & Barajas, E. R. G. (2011). Investigación sobre el uso de la televisión por estudiantes, de educación, de universidades hispanoamericanas. *Profesorado, Revista de Currículum y Formación del Profesorado*, 15(1), 305-323. Disponible en <https://recyt.fecyt.es/index.php/profesorado/article/view/43518>
- Bañales, T. y Anabel, I. F. (2014). Estudio sobre hábitos de consumo cultural y musical en estudiantes de la Universidad Autónoma de Chihuahua (México). Disponible en <http://digibug.ugr.es/bitstream/10481/34011/1/23075193.pdf>
- Batlle, A. A., & Micó, J. L. (2017). La universidad asincrónica: Uso de las TIC en estudiantes de periodismo. *adComunica*, (14), 163-181. Disponible en <http://www.adcomunicarevista.com/ojs/index.php/adcomunica/article/view/401>
- Ben, J. L. (2006). *Sistema de indicadores culturales de las universidades andaluzas*. Dirección General de Universidades de la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía. Disponible en: <http://observatorioatalaya.es/uploads/pdf/d10a4ba647f7df6ac6d-10b057e1c29cfe9634bb9.pdf>
- Bigott Suzzarini, B. V. (2007). Consumo cultural y educación. *Revista de Investigación*, (61). Disponible en: <http://www.redalyc.org/html/3761/376140375004/>
- Blas, E. S., & Mayaute, M. E. (2017). Uso de redes sociales entre estudiantes universitarios limeños. *Revista Peruana de Psicología y Trabajo Social*, 3(1), 75-90. Disponible en <http://revistas.uigv.edu.pe/index.php/psicologia/article/view/57>
- Cabrera Carranza, C., & Pérez Talledo, M. (2016). *Hábitos de consumo de productos audiovisuales de los estudiantes de la ciudad de Cuenca* (Bachelor's thesis, Universidad del Azuay). Disponible en <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/6492>
- Cabrera-Pivaral, C. E., Haro-Jiménez, L. P., Orozco-Valerio, M., Tornero-González, C. L., Báez-Báez, L., & Zavala-González, M. (2018). Prevalencia del consumo cultural, del tiempo libre y de medios de comunicación, en estudiantes de ciencias de la salud en dos universidades latinoamericanas: Guadalajara y Guatemala. *Salud Jalisco*, 4(1), 32-37. Disponible en <http://www.medigraphic.com/cgi-bin/new/resumenI.cgi?IDARTICULO=76955>
- Campos Gaibor, A. F. (2018). *Análisis socio-técnico sobre el uso comunicacional de los teléfonos inteligentes en los jóvenes universitarios, caso: Universidad Politécnica Salesiana-Campus El Girón* (Bachelor's thesis). Disponible en <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/15269>

- Canclini, N. G. (2006). El consumo cultural: una propuesta teórica. *El consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación*, 25-50. Disponible en: [http://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=js9eKdJbyREC&oi=fnd&pg=PA72&dq=consumo+cultural&ots=XabGVmgnFg&sig=ZA1gHZpc\\_uJzbnk7I4Zo4\\_u4h28#v=onepage&q&f=false](http://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=js9eKdJbyREC&oi=fnd&pg=PA72&dq=consumo+cultural&ots=XabGVmgnFg&sig=ZA1gHZpc_uJzbnk7I4Zo4_u4h28#v=onepage&q&f=false)
- Casillas Alvarado, M. A., Molina Roldán, A. & Colorado Carvajal, A. (2011). Usos del tiempo de los estudiantes universitarios. XI Congreso Nacional de Investigación Educativa. Disponible en [http://www.comie.org.mx/congreso/memoriaelectronica/v11/docs/area\\_16/1087.pdf](http://www.comie.org.mx/congreso/memoriaelectronica/v11/docs/area_16/1087.pdf)
- Casillas Alvarado, M. A., Ramírez Martinell, A., & Ortega Guerrero, J. C. (2016). Afinidad tecnológica de los estudiantes universitarios. *Innovación educativa (México, DF)*, 16(70), 151-175. Disponible en [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1665-26732016000100151&script=sci\\_arttext&tln=en](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1665-26732016000100151&script=sci_arttext&tln=en)
- Casillas, M. Á., Garay, A. D., Vergara López, J., & Puebla Rangel, M. (2001). Los estudiantes de la UAM-A, un sujeto social complejo. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 6(11). Disponible en <http://www.redalyc.org/html/140/14001109/>
- Casillas, M., Colorado, A., Molina, A., & Ortega, J. C. (2014). Las preferencias musicales de los estudiantes de la Universidad Veracruzana. *Sociológica (México)*, 29(81), 199-225. Disponible en [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0187-01732014000100006](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-01732014000100006)
- Castellano Gil, J. M. González Arteaga, M. C., Reiban Garnica, D. & Fajardo Pucha, A. F. (2018). Habits and cultural practices at the National University of Education of Ecuador. 5th ERMI International Conference on Social Issues, Social Work and Social Sciences (ERMI-SSS 2018), México, 2018.
- Castellano Gil, J. M., & Alcívar Galarza, C. E. (2015). Percepción social de la cultura en el cantón Machala, Ecuador. *Culturales*, 3(2), 113-149.
- Castellano Gil, J. M., García López, P. A. & Alcívar Galarza, C. E., (2016). Hábitos y prácticas culturales en Machala 2014. Ed. Archivo Histórico Municipal de Colima (México). Disponible en: [http://www.culturas-contemporaneas.com/libros/Machala\\_V3.pdf](http://www.culturas-contemporaneas.com/libros/Machala_V3.pdf)
- Castellano Gil, J. M., González Arteaga, M. C., Reiban Garnica, D. & Fajardo Pucha, A. F. (2018). A study about students' knowledge at the National University of Education of Ecuador Universidad Nacional de Educación del Ecuador (UNAE). 5th ERMI International Conference on Social Issues, Social Work and Social Sciences (ERMI-SSS 2018), México, 2018.
- Castellano Gil, J.M. (2018) Historia de vida: una propuesta didáctica y de iniciación a la investigación desarrollada en la Universidad Nacional de Educación de Ecuador (2016-2017)". III Jornadas de Reflexión sobre la Enseñanza de la Historia organizada por la Academia Nacional de la Historia y la Escuela de Educación de la Universidad Católica Andrés Bello. Caracas, 22 y 23 de febrero de 2018.
- Castellano Gil, J.M. y Reiban Garnica, D. (2018). Indicadores culturales en el contexto universitario: un caso de estudio en la Universidad Nacional de Educación de Ecuador. En fase de arbitraje.

- Castellano Gil, J.M., Stefos, E., S., Sánchez M., Torres Orellana, K. & Reiban Garnica, D. (2018). Un caso de estudio sobre hábitos y prácticas culturales en tres universidades ecuatorianas: UC, UDA y UNAE. En fase de arbitraje.
- Castellano Gil, J.M., Stefos, E., S., Sánchez M., Torres Orellana, K. & Reiban Garnica, D. (2018). Un caso de estudio sobre conocimiento previo en tres universidades ecuatorianas: UC, UDA y UNAE. *Revista Estudios Pedagógicos*. Aceptada su publicación.
- Castellano Gil, J.M., Stefos, S., Orosz, A. & Reiban Garnica, D. (2018). Prior knowledge, habits and practices educational-cultural: a case of study in la UNAE. En fase de arbitraje.
- Córdova, L. H. (2012a). Consumo y prácticas culturales de la comunidad universitaria de una universidad mexicana. Disponible en: [http://aeic-2012tarragona.org/comunicacions\\_cd/ok/58.pdf](http://aeic-2012tarragona.org/comunicacions_cd/ok/58.pdf)
- Córdova, L. H. (2012b). Educación y consumo cultural: una aproximación a los públicos universitarios. *Ciencia, docencia y tecnología*, (44), 171-196. Disponible en: [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-17162012000100006&script=sci\\_arttext&tlng=en](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-17162012000100006&script=sci_arttext&tlng=en)
- Córdova, L. H., & Corpus, R. S. (2008). La importancia de la difusión cultural en la educación, consumo y prácticas culturales de la comunidad universitaria de la Universidad Autónoma de Nuevo León. *Question*, 1(19). Disponible en: [https://www.researchgate.net/profile/Lucila\\_Hinojosa\\_Cordova/publication/46059640\\_Educacion\\_consumo\\_y\\_practicas\\_culturales\\_de\\_la\\_comunidad\\_universitaria\\_de\\_la\\_Universidad\\_Automa\\_de\\_Nuevo\\_Leon/links/0c960519f759db16e1000000.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Lucila_Hinojosa_Cordova/publication/46059640_Educacion_consumo_y_practicas_culturales_de_la_comunidad_universitaria_de_la_Universidad_Automa_de_Nuevo_Leon/links/0c960519f759db16e1000000.pdf)
- Crovi Druetta, D. & López González. R. (2014). Interacción en redes sociales digitales jóvenes estudiantes y trabajadores describen sus prácticas. Disponible en <http://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/wp-content/uploads/2013/09/GT4-Delia-Crovi-y-Roc%C3%ADo-L%C3%B3pez-GT4.pdf>
- Danta, R. (2009). TV y capitalización del tiempo de ocio. La programación como medio de producción. *Revista Latina de Comunicación Social*, 12(64). Disponible en <http://www.redalyc.org/html/819/81911786047/>
- De Garay, A. (2016). La integración académica y cultural a la universidad de los jóvenes universitarios. Un modelo de análisis y la implementación de políticas institucionales. In *Congresos CLABES*. Disponible en: <http://revistas.utp.ac.pa/index.php/clabes/article/view/925>
- Fernández-Villa, T., Alguacil Ojeda, J., Almaraz Gómez, A., Cancela Carral, J. M., Delgado-Rodríguez, M., García-Martín, M. & Valero-Juan, L. F. (2015). Uso problemático de internet en estudiantes universitarios: factores asociados y diferencias de género. *Adicciones*, 27(4). Disponible en <http://www.redalyc.org/html/2891/289143390004/>
- Flores Gutiérrez, M. Á., Cárdenas Becerril, L., Hernández Díaz, M., Román, M. F., Stadthagen Gómez, H., & González Ramírez, A. (2009). El consumo cultural de los estudiantes de la UAEMEX. Una aproximación. *Tiempo de Educar*, 10(20). Disponible en: <http://www.redalyc.org/html/311/31112987006/>

- Flores-Gutiérrez, M. Á., Stadthagen-Gómez, H., & Reyes-Parrales, N. (2014). Una mirada al capital cultural de los estudiantes de la Universidad Autónoma del Estado de México. *Contribuciones desde Coatepec*, (27). Disponible en: <http://www.redalyc.org/html/281/28133880007/>
- García Benítez, C. (2006). Prácticas sociales y consumos culturales, un acercamiento a la juventud universitaria. *Revista de la Educación Superior*, 35(139). Disponible en <http://www.redalyc.org/html/604/60413909/>
- García, M. I., & Díaz, C. G. (2012). Radiografía del consumo de medios de comunicación en estudiantes universitarios. *Revista ICONO14 Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes*, 10(3), 100-115. Disponible en <https://icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/212>
- Gisbert, M., & Esteve, F. (2016). Digital Leaners: la competencia digital de los estudiantes universitarios. *La cuestión universitaria*, (7), 48-59. Disponible en <http://polired.upm.es/index.php/lacuestionuniversitaria/article/view/3359>
- Gómez González, S., Riverón Hernández, K., Griñán, M. J., León, M., & Yarenis, D. (2017). Prácticas culturales en jóvenes universitarios cubanos. *Revista Trilogía*, 9(16). Disponible en: <http://itmojs.itm.edu.co/index.php/trilogia/article/view/949/853>.
- Guzmán, A., & Rommel, S. (2013). Usos del tiempo y consumo cultural de los estudiantes universitarios. *Revista de la educación superior*, 42(165), 171-176. Disponible en [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0185-27602013000100010&script=sci\\_arttext&tlng=pt](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0185-27602013000100010&script=sci_arttext&tlng=pt)
- Guzmán-Simón, F., & García-Jiménez, E. (2014). Los hábitos lectoescritores en los alumnos universitarios. *Revista electrónica interuniversitaria de formación del profesorado*, 17(3), 79-92. Disponible en <http://revistas.um.es/reifop/article/view/204071/0>
- Hinojosa, Y. (2017). El consumo audiovisual de los jóvenes universitarios. *Atenas*, 1(37), 77-92. Disponible en <https://atenas.reduniv.edu.cu/index.php/atenas/article/view/282>
- Hueros, J. D., Hueros, A. M. D., & López, S. R. (2016). Las descargas de contenidos audiovisuales en Internet entre estudiantes universitarios. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, (48), 49-57. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5563115>
- Huertas Hurtado, C. A., Caro Cadavid, D., Vásquez Sánchez, A. M., & Vélez Porras, J. S. (2008). Consumo cultural y uso del tiempo libre en estudiantes lasallistas. *Revista lasallista de Investigación*, 5(2). Disponible en <http://www.redalyc.org/html/695/69550206/>
- López González, R., & Anaya Rodríguez, R. (2016). Estudiantes universitarios interactuando en red: ¿nuevos escenarios de interacción, expresión y participación ciudadana? *Revista Interamericana de Educación de Adultos*, 38(1). Disponible en <http://www.redalyc.org/html/4575/457545337004/>
- López, A. (2016). Estudiantes universitarios y apropiación de Internet. Formas de participación en la región novena del Conurbano bonaerense. Disponible en <http://redcomunicacion.org/wp-content/>

- uploads/2017/08/L%C3%B3pez-Adri%C3%A1n-Estudiantes-universitarios-y-apropiaci%C3%B3n-de-Internet.-Formas-de-participaci%C3%B3n-en-la-regi%C3%B3n-novena-del-Conurbano-bonaerense.pdf
- Martínez Carrión, J., Urrunaga Ramírez, J. E., Martínez Carrión, L. T., Ramos Verdi, G. O., Granados, V., & Luswin, J. (2018). Uso de internet y las habilidades sociales de estudiantes universitarios en zonas rurales de Chimote. Disponible en <http://repositorio.usanpedro.edu.pe/handle/USANPEDRO/61>
- Nava Gómez, G. N., & García Ávila, C. (2009). Análisis de la cultura lectora en alumnos universitarios. *Educación*, 33(1). Disponible en <http://www.redalyc.org/html/440/44015082004/>
- OEI (2014). Encuesta latinoamericana de hábitos y prácticas culturales 2013. Disponible en: [www.oei.es/xxivcie/encuestalatinoamericana2013.pdf](http://www.oei.es/xxivcie/encuestalatinoamericana2013.pdf)
- Osorio Cámara, M., Molero Jurado, M., Pérez Fuentes, M., & Mercader Rubio, I. (2014). Redes sociales en internet y consecuencias de su uso en estudiantes universitarios. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 3(1). Disponible en <http://www.redalyc.org/html/3498/349851785058/>
- Paspuel Bastidas, E. G., & Palacios Vásquez, P. D. (2018). *Los estudiantes de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi (UPEC) y el uso de plataformas digitales para el acceso a la información, eventos y noticias* (Bachelor's thesis). Disponible en <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/7756>
- Pérez, P. A., Covarrubias, L. P. C., & Cruz, P. D. A. (2014). El consumo editorial. Hábito de lectura en universitarios del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad de Guadalajara. *Contextos educativos: Revista de educación*, (17), 109-122. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4690360>
- Pimentel, B. M. P., & Garay, J. P. (2017). Estudio comparativo sobre el consumo cultural de los universitarios de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos y la Universidad San Martín de Porres 2017. Disponible en [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/9016/Portocarrero\\_PM.pdf?sequence=1](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/9016/Portocarrero_PM.pdf?sequence=1)
- Pini, M., Musanti, S., Kaufman G. & Amaré, M. (2012). Consumos culturales digitales: jóvenes argentinos de 13 a 18 años. Disponible en [http://bibliotecadigital.educ.ar/uploads/contents/TIC\\_ConsumosCulturalesPARAokFINAL1.pdf](http://bibliotecadigital.educ.ar/uploads/contents/TIC_ConsumosCulturalesPARAokFINAL1.pdf)
- Plúas, C., & Lisseth, S. (2017). *Análisis del hábito de lectura en la formación profesional de los estudiantes del primer semestre de la carrera de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, período 2015-2016*. Disponible en <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/18218>
- Quintero Rivera, M. (2008). Hábitos y consumo cultural de la comunidad universitaria del Recinto de Río Piedras. Disponible en <https://mapacultural.files.wordpress.com/2008/05/habitos-consumo-cultural-upr.pdf>



- Rebaza, L. C., & Ruiz, J. C. (2017). Niveles de hábitos de lectura en alumnos de maestría de las sedes Ica y Pisco de la Universidad César Vallejo, 2015. *SCIENDO*, 18(2). Disponible en <http://www.revistas.unitru.edu.pe/index.php/SCIENDO/article/view/1354>
- Restrepo Gómez, B., Román Maldonado, C., & Londoño Giraldo, E. (2014). Evaluación diagnóstica inicial en programas de educación superior virtual de la Católica del Norte Fundación Universitaria. Estudio cuasiexperimental Colombia. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, No. 34. 60-77. Disponible en: <http://200.24.17.68:8080/jspui/bitstream/123456789/218/1/Bernardo%20Restrepo.pdf>
- Ríos Ariza, J. M., Matas Terrón, A., & Gómez Barajas, E. R. (2014). Estudio sobre frecuencia del consumo de cine en estudiantes universitarios hispanoamericanos. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, (45). Disponible en <http://www.redalyc.org/html/368/36831300012/>
- Rodríguez Suárez, J., & Agulló Tomás, E. (1999). Estilos de vida, cultura, ocio y tiempo libre de los estudiantes universitarios. *Psicothema*, 11(2). Disponible en <http://www.redalyc.org/html/727/72711202/>
- Rojas, D. G., Jiménez-Fernández, S., & Rodríguez, R. M. S. (2018). Gestión del tiempo y uso de las TIC en estudiantes universitarios. *Píxel-Bit. Revista de Medios y Educación*. Disponible en <https://recyt.fecyt.es/index.php/pixel/article/view/63143>
- Roldán, A. M. (2013). Consumo cultural: deseos y realidades. El caso de los estudiantes de la Universidad Veracruzana. Disponible en [https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/33795108/Consumo\\_cultural.\\_Deseos\\_y\\_realidades\\_%28Capitulo%29.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1522177470&Signature=o9nZqEQESgSrObjIMXwLaHnFQvQ%-3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3D-Consumo\\_cultural\\_deseos\\_y\\_realidades.\\_El.pdf](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/33795108/Consumo_cultural._Deseos_y_realidades_%28Capitulo%29.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1522177470&Signature=o9nZqEQESgSrObjIMXwLaHnFQvQ%-3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3D-Consumo_cultural_deseos_y_realidades._El.pdf)
- Roldán, A. M., Alvarado Casillas, M. A., & Carvajal, A. C. (2011). Relación entre el capital cultural y el consumo cultural de los estudiantes universitarios. XI Congreso Nacional de Investigación Educativa. Disponible en [http://www.comie.org.mx/congreso/memoriaelectronica/v11/docs/area\\_16/1091.pdf](http://www.comie.org.mx/congreso/memoriaelectronica/v11/docs/area_16/1091.pdf)
- Romero Forteza, F., Carrió-Pastor, M. L., & Yang, Q. (2016). Hábitos de consumo TIC de los estudiantes universitarios. Estudio comparativo entre China y España. Disponible en <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/64942>
- Romero, G. H., & Quintanar, M. S. L. A. (2015). La investigación en universitarios tabasqueños y su relación con el internet. *IJERI: International Journal of Educational Research and Innovation*, (3), 25-35. Disponible en <https://www.upo.es/revistas/index.php/IJERI/article/view/1441>
- Romero-Rodríguez, L. M., & Aguaded, I. (2016). Consumo informativo y competencias digitales de estudiantes de periodismo de Colombia, Perú y Venezuela. *Convergencia*, 23(70), 35-57. Disponible en [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1405-14352016000100035](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-14352016000100035)

- Rosas Mantecón, A. (2002). Los estudios sobre consumo cultural en México. Disponible en [http://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/bitstream/handle/123456789/356/RosasM\\_Estudios\\_consumoCultural\\_Mex.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/bitstream/handle/123456789/356/RosasM_Estudios_consumoCultural_Mex.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Rosas Mantecón, A. (2012). Presentación. *Alteridades*, 22(44), 3-8. Disponible en [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0188-70172012000200001&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0188-70172012000200001&script=sci_arttext)
- Rosas Mantecón, A. (2012). Públicos de cine en México. *Alteridades*, 22(44), 41-58. Disponible en [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0188-70172012000200004](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-70172012000200004)
- Ruano, L. E., Congote, E. L., & Torres, A. E. (2016). Comunicación e interacción por el uso de dispositivos tecnológicos y redes sociales virtuales en estudiantes universitarios. *RISTI-Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, (19), 15-31. Disponible en [http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?pid=S1646-98952016000300003&script=sci\\_arttext&tlng=en](http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?pid=S1646-98952016000300003&script=sci_arttext&tlng=en)
- Sánchez Pizarro, C. M. (2014). *Prácticas de consumo audiovisual en internet en estudiantes universitarios de la ciudad de Medellín*. Disponible en <https://repository.upb.edu.co/handle/20.500.11912/1444>
- Sandoval, N. (2017). Diagnóstico acerca del uso del ocio y el tiempo libre entre los estudiantes de la Universidad Nacional Experimental del Táchira. *Pedagogía Social. Revista Interuniversitaria*, (30). Disponible en <http://www.redalyc.org/html/1350/135052204013/>
- Santamaría, D., & Yurén, T. (2010). Cultura digital en estudiantes universitarios: primera fase de un estudio de caso. In *Congreso Euro-Iberoamericano de Alfabetización Mediática y Culturas Digitales*. Universidad de Sevilla. Disponible en <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/56791>
- Sanvicén Torné, P., & Molina Luque, F. (2015). Efectos del uso de internet como fuente principal de información. Evidencias en estudiantes de primer curso universitario. *Prisma Social*, (15). Disponible en <http://www.redalyc.org/html/3537/353744533010/>
- Suárez Domínguez, J. L., & Alarcón González, J. F. (2015). Capital cultural y prácticas de consumo cultural en el primer año de estudios universitarios. *Revista interamericana de Educación de Adultos*, 37(1). Disponible en: <http://www.redalyc.org/html/4575/457544923004/>
- Suing, A., Ordóñez, K., & Ortiz, C. (2018). El consumo de radio y televisión de los estudiantes universitarios del Ecuador. Disponible en [https://www.researchgate.net/profile/Suing\\_Abel/publication/322603611\\_El\\_consumo\\_de\\_radio\\_y\\_televisión\\_de\\_los\\_estudiantes\\_universitarios\\_del\\_Ecuador/links/5a626ea94585158bca4c55ce/El-consumo-de-radio-y-televisión-de-los-estudiantes-universitarios-del-Ecuador.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Suing_Abel/publication/322603611_El_consumo_de_radio_y_television_de_los_estudiantes_universitarios_del_Ecuador/links/5a626ea94585158bca4c55ce/El-consumo-de-radio-y-televisión-de-los-estudiantes-universitarios-del-Ecuador.pdf)
- Sunkel, G. (2006). *El consumo cultural en América Latina: construcción teórica y líneas de investigación*. Convenio Andrés Bello. Disponible en <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=js9eKdJbyREC&oi=fnd&pg=PA9&dq=USO+DEL+TIEMPO+Y+CONSUMO+CULTURAL+DE+LOS+ESTUDIANTES+UNIVERSITARIOS&ots=XcdEZlnlHc&sig=bALPFP8-jbtrPnL-izq-ET2f6R0#v=onepage&q&f=false>

- Terrazas-Bañales, F., Lorenzo, O., & González-Moreno, P. (2017). Consumo musical de estudiantes universitarios de México. Una comparación entre alumnos de distintas facultades de una universidad mexicana. *Revista Electrónica de LEEME*, (32). Disponible en <https://ojs.uv.es/index.php/LEEME/article/view/9853>
- Urquiza, Q., & Adela, E. (2017). Frecuencia de acceso y uso de los servicios de internet por estudiantes Universitarios de la Escuela Profesional de Sociología-UNA Puno 2015. Disponible en <http://tesis.unap.edu.pe/handle/UNAP/6115>
- Velásquez Benavides, A. V., & Paladines Galarza, F. Y. (2011). Uso de otras formas de comunicación. Consumo de medios en los estudiantes universitarios. Análisis de internet y teléfono móvil-caso UTPL. *Razón y palabra*, 16(77). Disponible en <http://www.redalyc.org/html/1995/199520010101/>
- Vergara Quintero, M. D. C., Cerezo Correa, M. D. P., Cifuentes Aguirre, O. L., Nieto Murillo, E., & Parra Sánchez, J. H. (2009). Consumo de medios masivos de comunicación en estudiantes universitarios de Manizales. *Revista Hacia la Promoción de la Salud*, 14(1). Disponible en <http://bases.bireme.br/cgi-bin/wxislind.exe/iah/online/?IsisScript=iah/iah.xis&src=google&base=ADOLEC&lang=p&nextAction=lnk&exprSearch=539807&indexSearch=ID>
- Villegas, J. C. S., & Álvarez, J. C. (2015). Cambios en los patrones de consumo entre los estudiantes de periodismo: de prosumidores mediáticos a profesionales de la información. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 21(1), 615. Disponible en <https://search.proquest.com/openview/4cc6337d53b53262b16b5a7fbcde5d01/1?pq-origsite=gscholar&cbl=55463>
- Güell Villanueva, P., Morales Olivares, R., & Núñez, T. P. (2011). Tipología de prácticas de consumo cultural en Chile a inicios del siglo XXI: mismas desigualdades, prácticas emergentes, nuevos desafíos. *Universum (Talca)*, 26(2), 121-141.