



RECIBIDO EL 25 DE JULIO DE 2020 - ACEPTADO EL 26 DE OCTUBRE DE 2020

Las plataformas virtuales como recurso tecnológico para grupos focales

Virtual platforms as a technology resource for focus group

Melenie Felipa Guzmán Ocampo¹

María José Guillermo Echeverría²

Yazmin del Carmen Pérez Nares³

María Magdalena Aspasra Bandala⁴

Universidad Autónoma del Carmen

RESUMEN

Con la finalidad de diseñar un instrumento de evaluación que permita conocer el consumo cultural de los jóvenes universitarios de la Universidad Autónoma del Carmen se realizó, como actividad piloto, un grupo focal para escuchar de viva voz las actividades culturales que llevan a cabo estudiantes del nivel superior, esto se realizó mediante la plataforma virtual Microsoft Teams, debido al periodo de

¹ Maestra Melenie Felipa Guzmán Ocampo ID ^{1er autor:} ORCID ID <https://orcid.org/0000-0003-4012-3630> mguzman@pampano.unacar.mx Investigadora UNACAR

² Doctora María José Guillermo Echeverría ID ^{2do autor:} ORCID ID <https://orcid.org/0000-0002-2260-3609> mguillermo@pampano.unacar.mx Investigadora UNACAR

³ Maestra Yazmin del Carmen Pérez Nares ID ^{3er autor:} ORCID ID <https://orcid.org/0000-0002-8205-3786> yperez@pampano.unacar.mx Investigadora UNACAR

⁴ Doctora María Magdalena Aspasra Bandala ID ^{4to autor:} ORCID ID <https://orcid.org/0000-0002-8205-3786> mbandala@pampano.unacar.mx Investigadora UNACAR

confinamiento originado en el mundo por la COVID 19.

PALABRAS CLAVE

Consumo cultural, jóvenes universitarios, plataformas virtuales

ABSTRACT

With the goal of designing an evaluation instrument to find out about the cultural consumption among young university students at the Universidad Autónoma del Carmen, an activity with an experimental group was carried out as a pilot activity to listen from the subjects involved about the cultural activities carried out by them. The experience was carried out through the Microsoft Teams virtual platform, during the worldwide confinement caused by COVID 19.



KEYWORDS

Cultural consumption, young university students, virtual platforms

INTRODUCCIÓN

Situaciones originadas por una pandemia no deben ser obstáculo para poder realizar proyectos de investigación, por ello, los recursos tecnológicos ofrecidos por el internet permiten a los investigadores realizar estudios usando plataformas como la de Microsoft Teams, la cual permite mediante aulas virtuales mantener charlas grupales y tener un ambiente muy similar a un grupo focal presencial, claro que la tecnología no sustituye el contacto humano, pero, si facilita la realización de este tipo de actividades.

En los resultados de esta investigación se pone de manifiesto un sencillo pero, por ello no deja de ser valioso, ejercicio de grupo focal con seis personas lo que luego permitió realizar grupos focales con mayor número de integrantes. En este trabajo se presentan los resultados del primer ejercicio.

METODOLOGÍA

Como parte de la metodología se llevó a cabo un proceso cuasi experimental tomando en consideración un grupo representativo de un total de 14 estudiantes de octavo semestre, se seleccionaron seis jóvenes que son los que representan sus respuestas es este estudio. Se diseñó una entrevista semi estructurada con nueve preguntas lo que permitió detectar actividades de consumo cultural para que posteriormente al diseñar el instrumento final pudiera tener reflejada las actividades culturales de los jóvenes.

El grupo focal se llevó a cabo a través d la Plataforma Microsoft Teams, fue totalmente en línea usando cámaras para ver gestos y realizar la ronda de preguntas, al final se abrió

un espacio para que indicarán las acciones que llevaban a cabo y que no fueron contempladas durante la charla.

Entrevista semiestructurada para los grupos focales

1. ¿Cuál es el género musical que escuchas y por qué?
2. ¿Cuándo vas al cine qué tipo de películas eliges? Y qué días prefieres ir
3. ¿Cuáles son las redes sociales que más usas y por qué?
4. ¿Asistes a obras de teatro? Si tu respuesta es sí, ¿qué tipo de obras eliges?
5. ¿Asistes a presentaciones de danza? Si tu respuesta es sí ¿cuáles son las de tu preferencia?
6. ¿Qué tipo de libros lees?
7. ¿Alguna vez has comprado obras artísticas?
8. ¿Cuál es el medio de comunicación que más consumes?
9. ¿Qué haces en tus ratos libres?

Esta guía de preguntas permitió entablar un diálogo con los jóvenes sin la mirada académica.

DESARROLLO

Desde abril del año 2020 el consumo cultural de los jóvenes de nuestro país ha cambiado, esto debido a un confinamiento originado por disposiciones sanitarias. Los espacios convencionales como teatros, auditorios, cines, galerías y lugares para disfrutar de diversas manifestaciones artísticas y culturales están cerrados, no pueden recibir públicos.

No obstante el panorama anterior, el ser humano todos los días realiza acciones relacionadas con la cultura y las artes y más en calidad de públicos buscan las alternativas para seguir disfrutando de actividades similares a las que realizaban



antes del confinamiento, es decir, los jóvenes siguen viendo cine, escuchando música, viendo teatro, danza, hacen yoga, karate, toman cursos de diversos temas y esto es posible gracias al uso de las diferentes plataformas que ofrece el internet como Facebook, Youtube, Instagram, Zoom, Meet, etcétera.

Desde antes del confinamiento, los jóvenes seguían a actores, cantantes, bailarines, etc. por medio de sus redes sociales, sin embargo, esto era algo adicional a las acciones de recreación como ir al cine, a una sala de exposiciones, a un museo, a un teatro, pero, a finales del primer trimestre del año esto que era algo adicional se volvió la única opción para consumir culturalmente diversos servicios y productos.

De acuerdo a la Agencia de Comunicación Marco, en su informe del 5 de junio del año 2020, el uso de plataformas digitales de streaming se incrementó en México, “siendo Youtube la que más han aumentado su uso con 76%, seguido de Netflix 58% y Amazon Prime 39%”.

Bourdieu se refiere al habitus en El sentido práctico, habitus, campo, capital (1980) “los condicionamientos asociados a una clase particular de condiciones de existencia producen habitus, sistemas de disposiciones duraderas

y transferibles, estructuras estructuradas predispuestas a funcionar como estructuras estructurantes”, hasta antes de marzo del año 2020 esta teoría del autor nos llevaba a la referencia del consumo cultural convencional, pero el confinamiento social generará en las generaciones venideras nuevas formas de consumir cultura con respecto a los familiares ascendentes de las presentes generaciones.

Debido al panorama actual del consumo cultural se propone realizar una investigación que permita conocer cómo los jóvenes pueden compartir su voz mediante grupos focales realizada netamente en internet por medio de plataformas como Microsoft Teams. El uso de estas plataformas también da información de consumo cultural.

RESULTADOS

Al momento de analizar la entrevista semiestructurada, se añadieron indicadores de edad, género, ciudad de origen, licenciatura y semestre que cursan y el último grado de estudios de sus padres, obteniéndose gráficamente los siguientes resultados.

Figura 1 Jóvenes del grupo piloto de Comunicación y Gestión Cultural



Edades y semestres que cursan los jóvenes entrevistados



Figura 2 Género de los Jóvenes del grupo piloto de Comunicación y Gestión Cultural

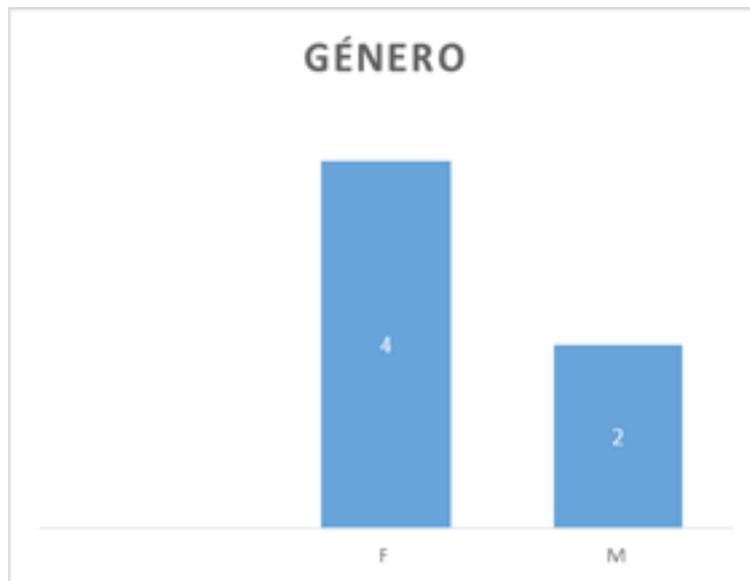


Figura 3 Estatus académico y laboral de los jóvenes entrevistados



Figura 4 Último grado de estudios de los padres de los jóvenes entrevistados

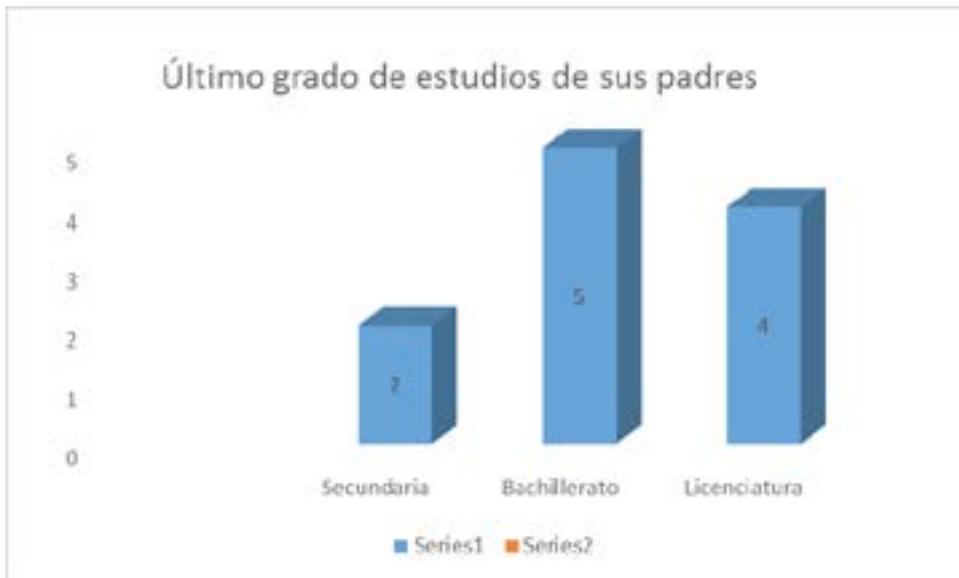


Figura 5 Ciudad de origen de los entrevistados



Como parte de la protección de datos personales no se mencionan nombre de los entrevistados, sino nos referiremos a ellos como sujeto 1, sujeto 2, sujeto 3, sujeto 4, sujeto 5 y sujeto 6, en ese orden respondieron las preguntas.

Se trabajó por vía videoconferencia a través de la plataforma Microsoft Teams.

Los resultados hallados de este primer grupo focal son los siguientes.

A la pregunta 1 ¿Cuál es el género musical que

escuchas y por qué? Las respuestas fueron:

En el caso del sujeto 1 manifestó escuchar Reggaetón y pop ya que estos géneros le permiten realizar sus actividades con mayor energía y alegría.

El sujeto 2 escucha pop, reggaetón y rock y expresó escucharlos porque son los tres géneros que empatizan con sus estados de ánimo, de acuerdo al estado emocional es el que escucha.



El sujeto número 3 externó escuchar electrónica, rock en español, y romántica, pues son los géneros que lo motivan e inspiran para realizar sus actividades cotidianas.

El sujeto 4 expresó que los géneros musicales que más escucha son el indie pop, zing pop, alternativo, canciones en español, en este caso su gusto es por el ritmo de estos géneros y las letras de las canciones.

El sujeto número 5, escucha pop, disco, alternativo, música clásica y reggaetón. En el caso de la música clásica la escucha para hacer estudiar y los otros géneros para disminuir el estrés.

El sujeto 6 escucha el pop, música folclórica mexicana pues la relaciona con el arte.

Continuando con la pregunta dos ¿Cuándo vas al cine qué tipo de películas eliges? Y qué días prefieres ir y durante la dinámica se añadió si asisten a espacios en donde se proyecte cine de arte

El sujeto 1 ve películas románticas y de acción y los días que va son los sábados y en lugares alternativos para ver cine no comercial ha asistido al Museo Universitario de Ciencias y Artes Guanal.

El sujeto 2 elije películas de comedia, de romance y musical, solo ve cine comercial y prefiere asistir los días de promoción, lunes, martes y miércoles.

El sujeto 3 elije películas del cine mexicano, dependiendo del actor que esté de protagonista, la comedia romántica le gusta mucho, prefiere ir los días de promoción como los lunes, martes y miércoles y solo asiste a cine comercial.

El sujeto 4 elije las películas por los actores y no tanto por el género, hasta ahora no ha podido a asistir a salas de cine de arte, solo comerciales.

El sujeto 5 prefiere las películas románticas de acción y los musicales, elije ir viernes y sábado y ha asistido a una cafetería local en donde proyectan cine de arte, así como al Museo Universitario de Ciencias y Artes Guanal.

El sujeto 6 elije películas que lo entretienen, no tiene un género en especial, prefiere ir los lunes de promoción, al llegar al cine compra la función para la película más próxima y también ha ido a lugares alternativos a apreciar cine de arte en cafeterías locales, a ciclos realizados por grupos culturales y al Museo de Ciencias y Artes Guanal.

Las respuestas para la pregunta número tres ¿Cuáles son las redes sociales que más usas y por qué? Fueron:

En el caso del sujeto 1 las redes sociales más usadas son Facebook e instagram. El Facebook porque hay mucho contenido informativo y el instagram porque solo maneja fotografía y como medio de comunicación externó usar el whats app.

El sujeto 2 las redes sociales que más consume son Facebook, instagram y whats app. La primera porque es más completo porque hay imágenes, videos, textos, foto e invierte mucho tiempo en esa aplicación, sin embargo el instagram le gusta porque su contenido es netamente visual y le gusta la fotografía. Finalmente el whats app porque mediante conexión a wifi o internet ilimitado puede mantenerse comunicado.

El sujeto 3 la red social que más usa es el twitter, porque las noticias son más rápidas y sintéticas, después el Facebook por ser una red social visual y textiva, le gusta también el instagram porque es muy visual y porque solo usa fotografía y finalmente el whats app para mantenerse comunicado.

El sujeto 4 manifestó que las redes que más consume son; whats app. Facebook, instagram, youtube y tumblr. De todas las plataformas la que



más usa es el youtube para ver documentales o videos más extensos y el tumblr como medio netamente de recreación.

El sujeto 5 manifestó consumir Facebook, instagram, la primera para ver noticias y saber cómo están sus amigos, instagram porque le gusta la fotografía, igual consume pinterest y el whats app como medio de comunicación.

El sujeto 6 expresó que las redes sociales que más usa son instagram, pinterest, tumblr, sobre todo porque le gusta seguir tendencias de acuerdo a sus gustos que están relacionados con el arte, en el caso de tumblr porque tiene menos restricciones, por ejemplo la censura de obras de arte con desnudos.

La pregunta 4 se refiere al teatro ¿Asistes a obras de teatro? Si tu respuesta es sí, ¿qué tipo de obras eliges? Y sobre la entrevista se agregó la pregunta ¿cuándo van al teatro a dónde han asistido?

El sujeto 1 manifestó no asistir al teatro como hábito, ha ido a muy pocas obras de teatro. Ha ido a ver teatro a Casa de la Cultural.

El sujeto 2 asiste a obras de teatro en donde actúan sus amigos y la inviten o que le regalen las entradas, no es de su gusto asistir al teatro. Ha asistido al Centro Cultural Universitario

El sujeto 3 si consume teatro de manera regular, sobre todo en su ciudad de origen. En Ciudad del Carmen asiste a obras de teatro en lugares alternativos. Le gustan las obras de teatro de comedia, romance y drama. Los lugares donde ha apreciado teatro son en el Centro Cultural Universitario, Teatro Carmelita, lugares alternativos de foros pequeños y Aula Magna de la Universidad Autónoma del Carmen.

El sujeto 4 si asiste pero con poca frecuencia, no es parte de sus hábitos. En donde ha apreciado teatro es en el Centro Cultural Universitario,

Teatro Carmelita y el Museo Victoriano Niévez Céspedes.

El sujeto 5 si asiste a obras de teatro y ve teatro online porque el teatro a veces es caro y las de su gusto son las de drama. Los recintos a los que ha asistido son el Centro Cultural Universitario, Casa de la Cultura

El sujeto 6 si asiste a obra de teatro, sobre todo elige obras que tengan poco o nada de diálogos, las que son más de expresión corporal. Ha apreciado teatro en lugares alternativos como cafeterías o en patios de casas.

A la pregunta 5 ¿Asistes a presentaciones de danza? Si tu respuesta es sí ¿cuáles son las de tu preferencia?

El sujeto 1 no asiste a presentaciones de danza y las pocas que ha ido son de folclor mexicano.

El sujeto 2 si asiste a presentaciones de danza, sobre todo los relacionados con folclor mexicano, ballet clásico y las clausuras de las academias de danza.

El sujeto 3 a raíz de que empezó a participar en un ballet folclórico inició su gusto por asistir a presentaciones de danza.

El sujeto 4 manifestó que en los últimos seis meses no ha asistido a ninguna presentación y cuando ha elegido ir es a espectáculos con gran producción pues le gusta admirar los shows, sobre todo las de danza folclórica, ballet clásico, jazz moderno, contemporánea, danza área.

El sujeto 5 le gustan las presentaciones de las academias de danza de la localidad pues presentan diversos géneros, como folclor, ballet clásico, contemporáneo, ritmos latinos. Sobre todo le gustan los espectáculos dancísticos de concurso.

El sujeto 6 baila folclor mexicano, pero asiste a presentaciones de danza que tengan



producciones grandes como las que se hacen en carnaval.

La pregunta 6 estaba dirigida a la lectura ¿Qué tipo de libros lees?

El sujeto 1 Lee libros de ficción, de contenido romántico y de drama. No suele comprar libro y sobre todo lee en línea, de las pocas veces que ha comprado ha sido en Sanborns.

El sujeto 2 lee los libros que se vuelven películas, sobre todo los de sagas y algunas veces autores de autoayuda. No compra libros, sus lecturas son totalmente en línea.

El sujeto 3, lee novelas románticas, drama, comedias, lee a Gabriel García Márquez, a Edgar Allan Poe y a Eduardo de la Parra y algunas sagas. Compra libros cada seis meses, sobre todo porque intercambia libros con amigos y familias y cuando compra lo hace en Sanborns y Liverpool.

El sujeto 4, no tiene un género favorito, elije de acuerdo a las portadas, los dos últimos libros fueron de filosofía y una biografía. Compra libros cada seis meses y pues económicamente es un lujo comprar, aparte que en casa hay muchos libros y cuando compra lo hacen en Sanborns.

El sujeto 5 lee libros biográficos, ficción, le gusta la lectura con contenido bélico y los de arquitectura. Casi no compra libros, más bien se los regalan o lee en línea y de las pocas veces que ha comprado lo ha realizado en Educal de Ciudad del Carmen.

El sujeto 6 manifestó que lee muy poco, prefiere asistir a presentaciones o espacios en donde se comenten libros. Los que tienen se los han regalado y las pocas veces que ha comprado lo ha hecho en Sanborns y en las Ferias del Libro de la Universidad Autónoma del Carmen y del Ayuntamiento de Carmen.

Las respuestas a la pregunta 7 ¿Alguna vez has comprado obras artísticas?

El sujeto 1 ha adquirido cuadros pictóricos de amigós, con una inversión de 300 pesos.

El sujeto 2 si compra cuadros pictóricos y fotografías, sobre todo de artistas urbanos y su inversión es de más de 200 pesos.

El sujeto 3 compra esporádicamente obras pictóricas con inversión de no más de 900 pesos.

El sujeto 4 solo ha comprado una vez a un artesano ambulante pequeños cuadros con inversión de máximo 40 pesos.

El sujeto 5 ha comprado fotografías y obras a artistas urbanos, no ha pagado más de 200 pesos.

El sujeto 6 ha comprado artesanía.

Durante las respuestas surgió el tema del diseño exclusivo de joyería en este caso la mayoría ha invertido en accesorios de diseños exclusivos y ahí las inversiones son de hasta 400 o 500 pesos.

A la pregunta 8 ¿Cuáles el medio de comunicación que más consumes? Las respuestas fueron:

El sujeto 1 consume más los medios a través de redes sociales.

El sujeto 2 ve televisión pero por internet y en redes sociales noticias.

El sujeto 3 escucha radio y para informarse de las noticias el twitter (Universal, Excelsior, etc.)

El sujeto 4 lee noticias pero en las páginas de los periódicos que están en Facebook, así como de los Canals de televisión.

El sujeto 5 escucha radio en internet, sobre todo noticias y en la televisión ve espacios de noticias.

El sujeto 6 todo lo que ve y escucha lo hace a



través de las redes sociales.

A la pregunta 9 ¿Qué haces en tus ratos libres?

El sujeto 1 escuchar música y ver película

El sujeto 2 escuchar música, mucho cine en las diversas plataformas y pinta.

El sujeto 3 práctica la guitarra, escucha música, ve muchos series y películas en las diversas plataformas.

El sujeto 4 se distrae en youtube y en plataformas

de streaming

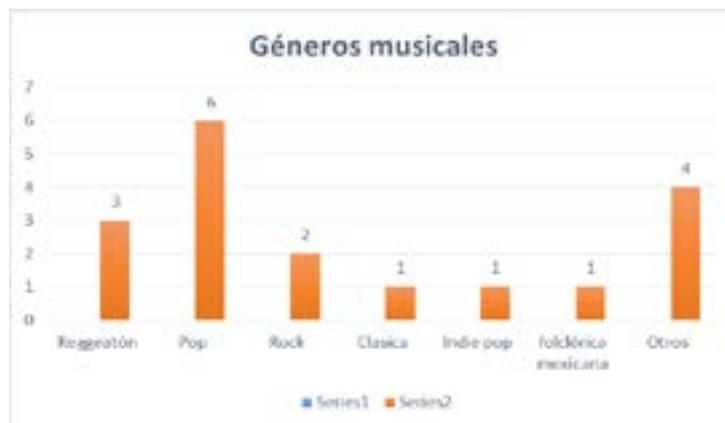
El sujeto 5 dibuja, escucha música, práctica el teclado, ve películas, lee, baila.

El sujeto 6 pinta, crea objetos de material de reciclaje, estudia en línea temas de crianza de animales de granja para autoconsumo.

Resultados en datos

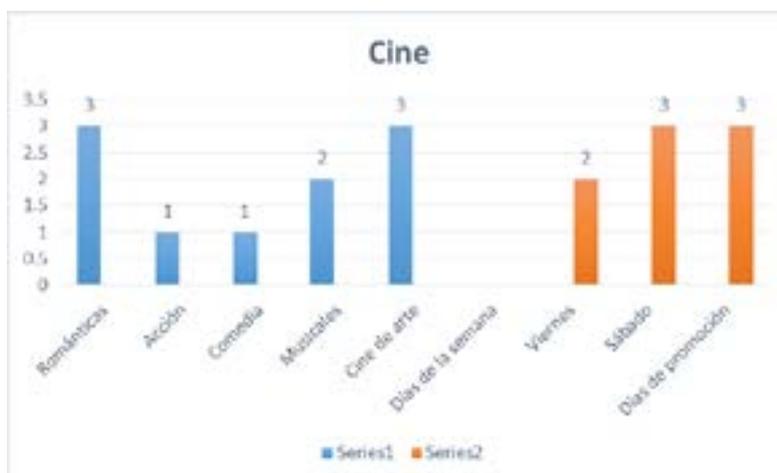
Para poder observar gráficamente alguno de los resultados se muestran las siguientes figuras

Figura 6 Género musical que más escuchan



De acuerdo a los resultados el pop es el género que más escuchan seguido de otros géneros como alternativo, zing pop y en tercer lugar reggaetón, de acuerdo a sus respuestas en la entrevista la música la elije de acuerdo a sus estados de ánimo.

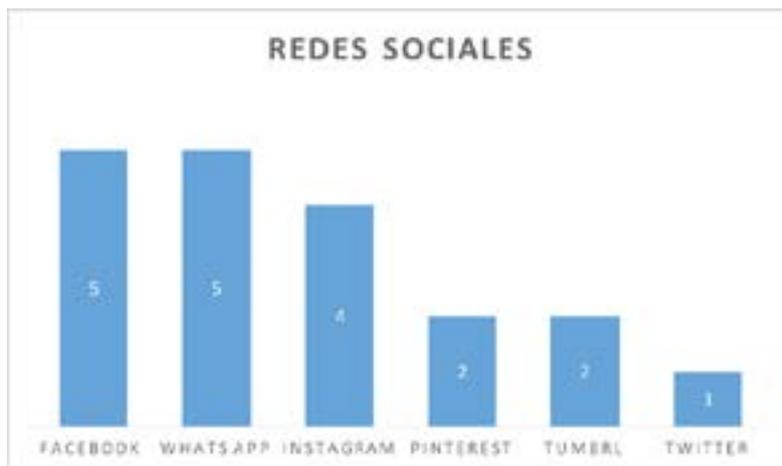
En la figura 7 podemos conocer los gustos al momento de elegir películas y los días que prefieren ir, de acuerdo al gráfico, las películas románticas son las más apreciadas, seguidas del cine de arte, los días que asisten con más frecuencia son los sábados y los días de promoción (lunes, martes y miércoles).



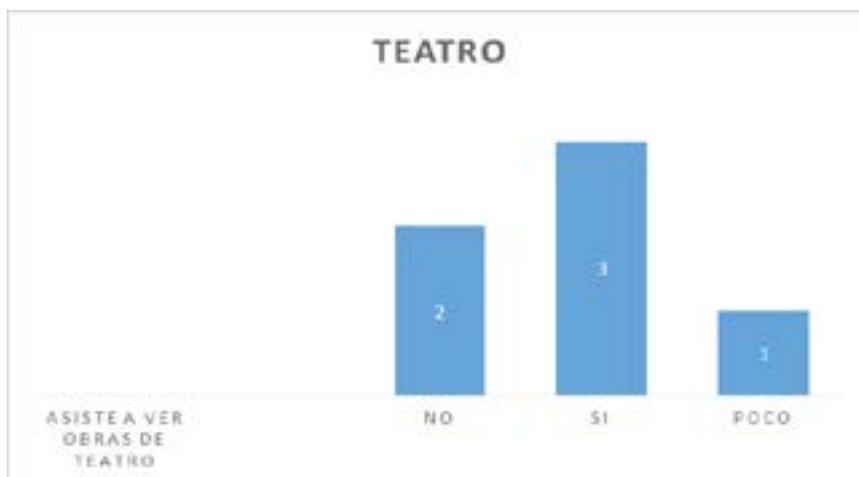


Otro dato que se desea desatacar es el del rubro de cuáles son las redes sociales que más consumen como jóvenes, los resultados se observan en la figura 8, es así que Facebook y whats app son las más usadas, seguida de instagram.

Figura 8 *Redes sociales*



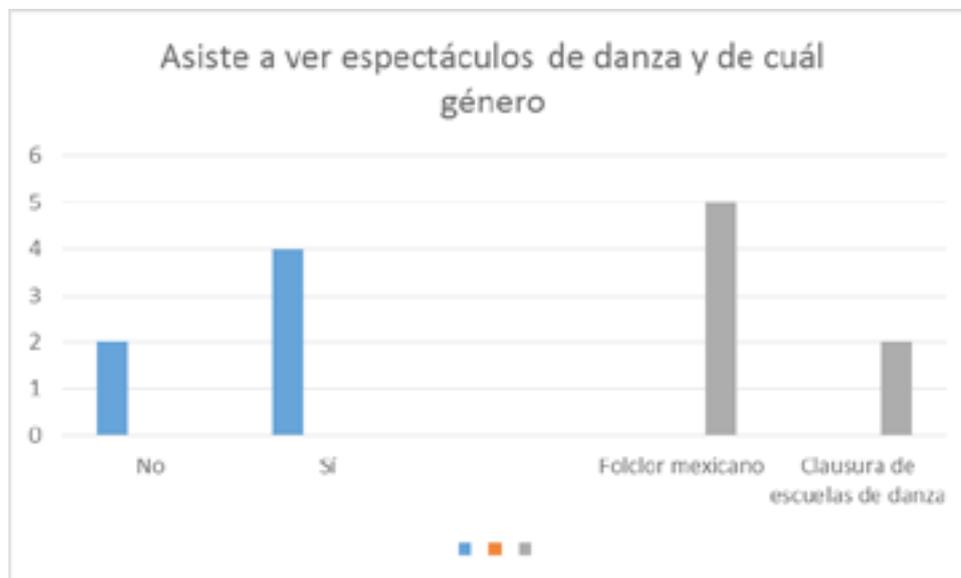
En la figura 9, se observan los datos en cuanto a la asistencia a obras de teatro





Finalmente el último dato que se grafica es el que corresponde a danza

Figura 9 Danza y géneros más apreciados



CONCLUSIONES

Este ejercicio realizado en Microsoft Teams nos demuestra que el uso del internet y sus diversas plataforma son un gran apoyo para la realización de grupos focales, ya que es una opción sencilla de usar que proporciona, audio, video, chat y deja abierta el aula para posteriores aportaciones y seguimiento de los resultados, así los participantes no se sienten ajeno al proceso, al ser ellos los actores principales.

Al concluir las nueve preguntas prediseñadas para el grupo focal, surgieron temas de infraestructura cultural, costos de espectáculos, difusión de las actividades académicas y la correspondencia de los gustos de los jóvenes con la oferta cultural de la ciudad.

Los jóvenes manifiestan su gusto por asistir a espacios alternativos a disfrutar cine de arte, teatro, danza, esto quiere decir que hace faltan más espacios que permitan su participación como público, los hay pero son pocos, si acaso una cafetería, una casa teatro y el Museo de la Universidad Autónoma del Carmen.

De igual forma mencionaron que cuando se ofertan espectáculos con costo se vuelven poco accesible, pues no cuentan con el poder adquisitivo para comprar boletos de más de 200 pesos.

Al concluir las rondas se les preguntó si consideraban que algún rubro o alguna actividad de las que ellos realizan como jóvenes quedaron fuera.

El sujeto 1, quizá espacios en donde se puedan hacer análisis cinematográfico.

El sujeto 2 no quiso opinar.

El sujeto 3 no quiso opinar

El sujeto 4 manifestó que faltó un espacio para actividades de meditación, reflexión de temas de la vida cotidiana y lo emocional

El sujeto 5 manifestó que se necesitan actividades de control emocional, esto a raíz de los problemas de la pandemia.

El sujeto 6 dijo que le gustaría que se contemplen actividades de activismo social (medio ambiente)



Al final las nueve rondas de preguntas se les preguntó si consideran que la oferta cultural de la ciudad ofrece las opciones en donde ellos cómo jóvenes se consideren son tomados en cuenta en el diseño de actividades.

El sujeto 1 expresó que faltan muchas actividades por contemplar en la oferta cultural de la localidad.

El sujeto 2 expresa que faltan muchas cosas por hacer en la oferta cultural, este sujeto proviene de Mérida en donde las actividades culturales son considerablemente numerosas y se desarrollan en todas las partes de la ciudad. En Ciudad del Carmen es difícil encontrar diversidad en las actividades y si las hay no hay la difusión suficiente.

El sujeto 3 Considera que faltan actividades juvenil y las que hay carecen de la difusión suficiente.

El sujeto 4 Expresó que hay que mejorar la difusión ya que considera que si hay actividades para los jóvenes, pero no todos se enteran.

El sujeto 5 manifestó que le gustaría que hubiera una oferta más amplia gratis, pues las que hay tienen costo lo que las hace inaccesible para muchos jóvenes y actividades como las clases de pintura son de alto costo.

El sujeto 6 manifiesta que hay muchas áreas de oportunidad para que los jóvenes sean considerados como espacios en donde se hagan diferentes actividades desde tomar una cerveza acompañada de la lectura de un libro, de un espacio de reflexión para platicar temas de política, economía etc. Y los espacios alternos que hay son para personas de cierto nivel adquisitivo, como la cata de vinos acompañadas de literatura.

Finalmente el sujeto 2 expresó que le gustaría que este tipo de entrevistas o encuestas se hicieran en la Universidad Autónoma del

Carmen para que conozcan los gustos de los jóvenes y puedan crear actividades que tengan mayor asistencia por gusto y no por obligación académica.

Este ejercicio virtual permitió el diseño de un instrumento que será aplicado en línea, el cual cuenta con cuatro baterías que hacen referencia al consumo cultural de los jóvenes universitarios de México, de manera especial de la Universidad Autónoma del Carmen.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bourdieu, P. (2010). Pierre Bourdieu el sentido social del gusto elementos para una sociología de la cultura. Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI.

PC World México, (05 de junio de 2020). Hábitos de consumo digital de los mexicanos, estudio 2020. CDMX, México PC World México. Recuperado el 15 de julio de 2020 <http://pcworld.com.mx/habitos-de-consumo-digital-de-los-mexicanos-estudio-2020/>