

**El tiempo libre como aporte a la construcción de una tipología de estilos de vida. Área  
Metropolitana de Buenos Aires.**

Marcela Grinszpun<sup>1</sup>

[marcegrin@fibertel.com.ar](mailto:marcegrin@fibertel.com.ar)

Gabriela Vivian Gómez Rojas

[gvgrojas@gmail.com](mailto:gvgrojas@gmail.com)<sup>2</sup>

**Fecha de Recepción: 20-05-2020**

**Fecha de Aceptación: 25-05-2020**

**Resumen**

En el campo de los estudios de estratificación social locales, la producción en torno a la clase social, movilidad social y estructura social supera ampliamente al desarrollo de líneas de investigación sobre los estilos de vida. Este trabajo pretende aportar a su desarrollo empírico a partir de explorar la construcción de una tipología de una dimensión de los estilos de vida como es el tiempo libre, para argentinos nativos de 25 a 65 años, residentes en el Área Metropolitana de Buenos Aires entre 2014 y 2016, a partir de una fuente de datos primaria. Dicha tipología se construye a partir de las actividades no laborales que declaran los entrevistados en una serie de aspectos relacionados con sus consumos y prácticas de tiempo libre. Asimismo, se presta especial interés a las relaciones de género y de clase social como factor discriminador de estilos de vida.

Palabras clave: Tipologías-Tiempo libre- Clusters

**Abstract**

In the field of local social stratification studies, production around social class, social mobility and social structure far exceeds the development of lines of research on lifestyles.

---

<sup>1</sup> Universidad Nacional de Quilmes (UNQ) y Universidad de Buenos Aires (UBA)

<sup>2</sup> Universidad Nacional de Mar del Plata y Universidad de Buenos Aires (UBA)

This work aims to contribute to its empirical development by exploring the construction of a typology of a dimension of lifestyles such as free time, for native Argentines from 25 to 65 years old, residents in the Buenos Aires Metropolitan area between 2014 and 2016, from a primary data source. This typology is constructed from the non-work activities that the interviewees declare in a series of aspects related to their consumption and free time practices. Likewise, special interest is paid to gender and social class relations as a discriminator of lifestyle choices.

Key words: Typologies-Free time-Clusters

### **Resumo**

No campo dos estudos locais de estratificação social, a produção em torno da classe social, mobilidade social e estrutura social excede em muito o desenvolvimento de linhas de pesquisa sobre estilos de vida. Este trabalho tem como objetivo contribuir para o seu desenvolvimento empírico, explorando a construção de uma tipologia de uma dimensão de estilos de vida como o tempo livre, para argentinos nativos de 25 a 65 anos, residentes na Area Metropolitana de Buenos Aires, entre 2014 y 2016, de uma fonte de dados primária. Essa tipologia é construída a partir das atividades não relacionadas ao trabalho que os entrevistados declaram em uma série de aspectos relacionados às suas práticas de consumo e tempo livre. Da mesma forma, é dado especial interesse às relações de gênero e classe social como discriminador das escolhas de estilo de vida.

Palabras clave: Tipologias-Tempo Livre-Aglomerados

## **Introducción**

El presente trabajo contiene algunas exploraciones sobre las vinculaciones de las clases sociales y actividades de tiempo libre, en un contexto en el que puedan las mismas conformar estilos diferenciales de vida. Para ello se probará como herramienta para la construcción de tipologías el análisis de conglomerados (cluster analysis). La disponibilidad de tiempo para el ocio y los patrones de gustos que se actualizan en las prácticas realizadas en el tiempo libre varían en función de condicionamientos económicos y culturales de clase, así como también de género, todo lo cual les imprime una modalidad particular a dichos gustos y prácticas.

En el trabajo que se presenta se indican algunos elementos conceptuales en relación a esta temática para luego detenerse en el análisis de los indicadores de tiempo libre y su integración en tipologías finales.

Los datos empleados pertenecen al relevamiento efectuado en el Area Metropolitana de Buenos Aires entre el 2014 y 2016, en el marco del proyecto UBACYT "Construyendo tipologías de usos de tiempo libre, clases sociales y género", bajo la dirección de Gabriela V. Gómez Rojas.

## **Tiempo libre, clase y género**

El uso del tiempo libre entendido como aquel tiempo que no está asociado a actividades laborales, domésticas, u otras actividades obligatorias, varía en función de diversas dimensiones culturales, económicas, sociales, geográficas, entre otras. Algunas perspectivas conciben al tiempo libre vinculado al ocio, al tiempo dedicado a la renovación y autorrealización personal como seres humanos, que permite a los individuos relajarse, reflexionar y disfrutar, además de permitir la generación de nuevos vínculos que no son posibles durante el tiempo de trabajo, es decir, entablar amistades y lazos familiares

formando redes sociales que se constituirán en un valioso capital social. Desde otras miradas, se ve en el tiempo libre un aspecto más de la sociedad de consumo.

En este trabajo, enfocaremos al tiempo libre como una de las expresiones de los consumos y estilos de vida de las personas, cuyas características depende en gran medida de la clase y el género. Gershuny (1987) considera que el estilo de vida de una sociedad indica la combinación de hábitos de utilización del tiempo adoptados por las familias que componen esa sociedad, siendo importante detectar las interconexiones existentes entre el estilo de vida y la estructura económica. Una de las premisas subyacentes en *La distinción* (Bourdieu, 1988) es que las colectividades se forman primariamente en el terreno del consumo, de ahí la importancia que Bourdieu le otorga a los estilos de vida. La sensibilidad estética orienta las elecciones diarias de los actores en cuestiones de alimentación, vestimenta, deportes, música, entre otros aspectos, y sirve de medio a través del cual se simbolizan las similitudes y las diferencias sociales entre unos y otros. Bourdieu analiza la relación entre estilo de vida, entendido a partir de las marcas de distinción y las condiciones materiales de existencia, situando en primer plano el entrelazamiento existente entre “la estratificación por clase y la estratificación por status” (Auyero y Benzecry, 2002: 38).

El contenido simbólico de las actividades del tiempo libre expresan significados compartidos y por lo tanto contribuye a reforzar marcas de identidad y de posición social (Franco, Hopenhayn y León, 2011). Las elecciones de los espacios de diversión y consumo cultural, como sus frecuencias e intensidades, lejos de ser consideradas inclinaciones individuales y puramente racionales, están estrechamente vinculadas a los gustos. Los gustos son comprendidos como un conjunto de prácticas y propiedades de una persona o un grupo producto del *habitus* (Bourdieu, 1990). Los patrones de gustos que se cristalizan en las prácticas que se realizan en el tiempo libre, variarán en cuanto a las posibilidades ligadas a los condicionamientos económicos pero también culturales y de género que le imprimirán una modalidad particular. Esta abarcará desde una mayor propensión a prácticas que se dan dentro del espacio doméstico, como el tiempo dedicado a la televisión, Internet u otras formas privadas de consumo cultural tal como la lectura (Miceli, 2002) o a privilegiar actividades del tiempo libre fuera del hogar como viajes, cines, teatro, espectáculos, entre otras.

Estos patrones de gustos que confieren sentido a las preferencias y decisiones del tiempo libre nos remiten al espacio de las jerarquías sociales y culturales. Las actividades del estilo de vida se pueden considerar, para emplear la metáfora de Simmel como “puentes y puertas”, unen y excluyen, separan y articulan los espacios en la realidad de la vida cotidiana (Simmel citado en Featherston, 2000).

Con respecto a cómo los roles familiares y laborales se relacionan con el tiempo de ocio, en las investigaciones sobre el tema hay dos perspectivas opuestas. Una de ellas sostiene que las obligaciones familiares y laborales no necesariamente interfieren con el tiempo de ocio, y no necesariamente quienes están más ocupados dedican menos tiempo al ocio. Algunos utilizan su tiempo en forma flexible, encontrando maneras de combinar responsabilidades con ocio o realizando, simultáneamente, más de una actividad de ocio. En vez de haber una tensión de roles para esta perspectiva, hay un balance de roles, generando el mismo ocio oportunidades para expandir recursos económicos y contactos sociales.

La perspectiva del tiempo disponible, por el contrario, sostiene que el tiempo es un recurso limitado, y las demandas de roles familiares y laborales entran en tensión, compiten con las necesidades individuales de ocio y relajación. Los individuos distribuyen su tiempo de acuerdo a cómo juzguen las prioridades: las obligaciones suelen relegar al ocio. En este sentido, los roles en el trabajo y la familia restringirían el tiempo para actividades como el ejercicio físico, puesto que para realizarlo regularmente se debe contar con cierta disponibilidad y flexibilidad de tiempo. La posibilidad de combinar actividades de ocio con responsabilidades dependería del tipo de actividad de que se trate. En el caso del ejercicio físico, es más difícil combinarlo con otros roles simultáneamente, no está pautado por una agenda regular como otras actividades de ocio formales y es menos obligatorio, por lo cual será lo primero que se sacrifique cuando escasee el tiempo. Nomanguchi y Bianchi (2004) hallaron que, aunque las mujeres dedican menos tiempo al ejercicio físico, el matrimonio tiene un efecto negativo mayor sobre el tiempo de actividad física para los varones que para las mujeres.

Sin embargo, aunque las responsabilidades puedan combinarse con el ocio, ello no necesariamente es algo positivo, puesto que puede implicar una “contaminación” del tiempo

de ocio, disminuyendo su calidad, y no experimentarse como placentero y reparador. Los estudios realizados por Mattingly y Bianchi (2003) señalan que en EE.UU. las mujeres tienen menor tiempo libre y más contaminado por actividades que no son de ocio. Frecuentemente, las necesidades de los hijos deben ser satisfechas utilizando este tiempo, siendo las mujeres casadas y con niños pequeños las que presentan la mayor diferencia con los varones. Los varones experimentarían un beneficio mayor del tiempo libre que las mujeres, sea porque ellos han sido socializados para “desconectarse” mejor de las obligaciones y problemas, o porque sus actividades de tiempo libre son más relajantes y menos obligatorias que las de las mujeres, estas últimas ligadas a contribuir a la unión y bienestar familiar. Podría ocurrir también que las mujeres sean percibidas, y se perciban a sí mismas, como menos merecedoras de tiempo libre en relación a que el trabajo doméstico es desvalorizado, no pudiendo relajarse y sintiéndose presionadas para finalizar la actividad y poder cumplir otras obligaciones.

Desde miradas feministas, se ha planteado que no está clara la división entre responsabilidades domésticas, que recaen principalmente sobre las mujeres, y el tiempo libre. Incluso, la organización de momentos de ocio familiares, como una reunión, puede implicar un gran trabajo doméstico para quien organiza. En este sentido, las responsabilidades domésticas pueden interferir o contaminar el ocio. La experiencia y disfrute de las actividades de tiempo libre de las mujeres puede verse limitada por la responsabilidad de garantizar un buen momento de ocio de los otros, puesto que suelen ser ellas las que coordinan la vida familiar. Estas actividades que realizan las mujeres posibilitando la calidad del ocio de los otros, suelen ser invisibles a los demás, salvo cuando no se realizan. Incluso en períodos de vacaciones tienen presión por responsabilidades domésticas o cuidar a los niños, considerando las necesidades de los otros como prioridades a expensas de la propia libertad. Las mujeres experimentarían el tiempo libre de modo diferente cuando cumplen con los roles de esposa, madre y trabajadora, haciendo “malabarismos” para cumplir con sus tareas domésticas de cuidado y atención de esposo e hijos con el limitado tiempo que les deja el trabajo. Como la familia es considerada prioritaria con respecto al ocio, si aumentan las horas de trabajo, lo que se sacrifica es el tiempo del ocio. El hecho de trabajar implicaría para las mujeres restringir su tiempo libre en mayor medida que para los varones.

Varios factores pueden afectar la calidad del tiempo de ocio de las mujeres, siendo la multiactividad y la posesión de hijos pequeños los más asociados con tal fenómeno. Las experiencias de ocio pueden ser contaminadas por actividades simultáneas no tan placenteras, como tareas domésticas o de cuidado, que recaen principalmente sobre las mujeres. Asimismo, la experiencia de ocio puede estar más fragmentada para ellas, viviendo el tiempo de ocio con menor intensidad, como un descanso menos reparador. Por último, las mujeres pasan más tiempo de ocio con los niños que los varones, e incluso en contextos menos placenteros, siendo el ocio adulto, sin niños presentes, el experimentado como ocio puro, independientemente que a veces también pueda ser considerado placentero el pasar tiempo con los hijos.

Mattingly y Bianchi (2003) señalan que no sólo es cuestión de cantidad de tiempo de ocio, sino que la calidad también cuenta, tal como habían hipotetizado Bittman y Wajcman acerca de que cuando el ocio es contaminado, frecuentemente interrumpido o condicionado por las necesidades de los niños, ello se traduce subjetivamente en que las personas se sientan más apuradas y no disfruten de su tiempo libre.

### **El uso de análisis de conglomerados**

Gómez Rojas y Riveiro (2014) han señalado que la evolución del uso de conglomerados se encuentra ligada al desarrollo de la informática, ya que el avance de esta última permite realizar, con menor costo y en menor tiempo, mayor cantidad de operaciones necesarias para el despliegue de esta técnica. Aldenderfer y Blashfield (1984: 9) destacan cuatro propósitos que pueden llevar al investigador a utilizarla: desarrollar una tipología o clasificación, investigar esquemas conceptuales útiles para agrupar entidades, generar hipótesis mediante la exploración de datos y determinar si los tipos definidos por otros procedimientos están de hecho presentes en los datos analizados. Las definiciones respecto de qué es un conglomerado presentan algunas variantes. Mientras que para Everitt et. al (2011: 7) la definición va de la mano de entender a los conglomerados en términos de cohesión interna (homogeneidad) y aislamiento externo (separación), Aldenderfer y Blashfield (1984: 7) los

definen como entidades relativamente homogéneas, que presentan propiedades como la densidad, la varianza, dimensión, la forma y la separación.

Un aspecto relevante en la construcción de los conglomerados es la consideración de similitud o proximidad de los casos a analizar. Aldenderfer y Blashfield (1984: 17-1) se manifiestan en contra el empirismo ingenuo de descansar en la técnica para que la misma descubra grupos de casos en función de variables elegidas sin un criterio teórico que permita interpretarlos. Para Everitt et al (2011: 68-69) la elección de la medida está influida por las características de los datos a clasificar (básicamente el nivel de medición de las variables seleccionadas) a la vez que condicionado por el método de conglomeración elegido. Aldenderfer y Blashfield (1984: 22-33) dividen las medidas de similitud en coeficientes de correlación (por ejemplo,  $r$  de Pearson), medidas de distancia (por ejemplo, la distancia euclidiana o la distancia de Minkowski), coeficientes de asociación (por ejemplo, el coeficiente de concordancia simple, el coeficiente de Jaccard) y los coeficientes de similitud probabilística. Es importante señalar que, dado que las variables no suelen tener las mismas unidades o sistemas de categorías, la estandarización de las mismas suele ser un procedimiento corriente a la hora de utilizar esta técnica. Tanto la estandarización como la ponderación de las variables van a afectar los resultados producidos por el análisis de conglomerados (Aldenderfer y Blashfield, 1984: 19-22; Everitt et al., 2011: 63-68).

Según Gómez Rojas y Riveiro (2014), pueden establecerse diferentes estrategias para trabajar con esta técnica. Desde estrategias más elaboradas, como la aplicación de técnicas de reducción y cuantificación de dimensiones, como el análisis de correspondencias (AC, ACM para el análisis de correspondencias múltiples)<sup>[1]</sup>, hasta estrategias menos elaboradas, como transformar en binarias las variables o asignarles un puntaje.

Una vez establecida la medida de similitud o proximidad, es lógicamente posible empezar a agrupar, conglomerar los datos. En cuanto a los métodos de conglomeración, dos de los más utilizados en las ciencias sociales son el jerárquico aglomerativo y el de la partición iterativa. Del primer método, los autores señalados destacan que se debe partir de una matriz de



similitud (o de distancias) donde todos los casos se relacionan entre sí, para luego ir uniendo los casos más similares. Esta similitud se computa bajo diferentes métodos como unión simple, unión completa, Ward, etc., cada una de las cuales dará resultados propios y diferentes. La secuencia de uniones suele ser graficada en un dendograma, donde pueden verse las diferentes agregaciones acumulativas, que van desde los casos individuales hasta un único conglomerado que aglutina todos los casos. Se producen así conglomerados no solapados. En cuanto al método de partición iterativa, Aldenderfer y Blashfield (1984: 45-49) señalan que comienzan con una partición inicial de los casos al centro del conglomerado (centroide) computado para luego computar nuevos centroides a los que los casos se le asigna de acuerdo a diferentes criterios de pase repetidamente (de ahí el carácter iterativo del método). Dentro de los cuales el más conocido es el de k-medias, donde los casos van pasando al centroide más próximo minimizando la varianza de cada conglomerado.

La cantidad de conglomerados creados suele ser una de las decisiones fundamentales que se tienen que tomar a la hora de trabajar con esta técnica.<sup>[2]</sup> Un tema a juzgar como en todo proceso de medición es el de la validez, recordando que este aspecto de la medición refiere a lo que conceptualmente se pretende medir. Sabido es que es un gran desafío en el campo de la investigación juzgar la validez, para ello Aldenderfer y Blashfield (1984: 62-74) enumeran un conjunto de técnicas que permiten evaluar la validez de los conglomerados construidos, entre ellos hacen mención a procedimientos ligados al método Montecarlo, correlaciones coféneticas, la replicación de la técnica, test de significancia de las variables utilizadas en la construcción de los conglomerados y de variables independientes de la construcción de los conglomerados.

### **Los tipos según los clusters o conglomerados**

A partir de las 11 variables relevadas sobre la frecuencia de realización de actividades en el tiempo libre, se transformaron las categorías de las variables originales<sup>[3]</sup> imputando un valor numérico que representa la cantidad de veces por semana de realización de cada una de ellas las actividades, para poder utilizar la técnica de segmentación del análisis de conglomerados de k-medias, que requiere variables de nivel de medición numérica.

Se realizaron dos análisis de clusters, uno para tres conglomerados y otro para cuatro. A partir del análisis de los resultados, se consideró más relevante el análisis de cuatro grupos dado que diferenciaba mejor los tipos de perfiles.

Para ello, se analizaron las medias semanales de frecuencia de realización de las distintas actividades de tiempo libre para cada uno de los conglomerados finales. Así, se pudieron construir conceptualmente los tipos definidos por la técnica, otorgándoles sentido interpretativo a partir de las características destacadas al interior de cada grupo y por su posición relativa con respecto a las medias obtenidas por los otros. Se les asignó un nombre a cada tipo, con el objetivo que representaran las particularidades distintivas de cada uno. Se presenta a continuación el detalle:

**Cuadro 1. Medias de frecuencia de actividades según tipo**

	CONSUMISTA CULTURAL	TELEVIDENTES	MODERADOS	DIGITALES
Usar Internet para ocio y recreación	6,42	1,66	2,41	6,41
Usar Facebook, Twitter, Skype o Whatsapp	6,50	1,59	1,93	6,84
Mirar TV	3,94	5,86	5,90	6,03
Juntarse con amigos	2,71	1,47	2,44	2,37
Juntarse con familiares que no vivan con ud.	2,09	1,89	2,05	2,05
Ir al cine	0,87	0,27	0,62	0,53
Lee libros, revistas por placer	5,93	0,71	3,42	1,13
Salir a comer o tomar algo en bares, restaurantes	2,10	0,81	1,28	1,49
Asistir a eventos culturales (conciertos, teatro, museos, etc.)	1,26	0,28	0,84	0,67
Ir a ver eventos deportivos	0,42	0,28	0,82	0,53
Actividad Física	2,53	0,45	4,35	1,97
<b>Total</b>	<b>153</b>	<b>124</b>	<b>91</b>	<b>333</b>

Fuente: Proyecto UBACYT "Construyendo tipologías de usos de tiempo libre, clases sociales y género".

En una primera aproximación, se recortan con mayor claridad dos de los tipos, el primero y el segundo, en un caso por tener medias muy bajas comparativamente con el resto, a excepción de una actividad, y el otro tener altas frecuencias de realización en casi todas las actividades relevadas.

Así, en el segundo tipo la actividad que se realiza con mayor frecuencia es mirar televisión realizándola casi diariamente –promedio de 5.53-. A partir de esta característica predominante, podemos considerar que se configura un estilo de vida respecto del uso del tiempo libre elemental, restringido, limitado prácticamente sólo a esta actividad -por lo cual le asignamos su nombre-, destacándose en general una baja presencia de realización de actividades de tiempo libre.

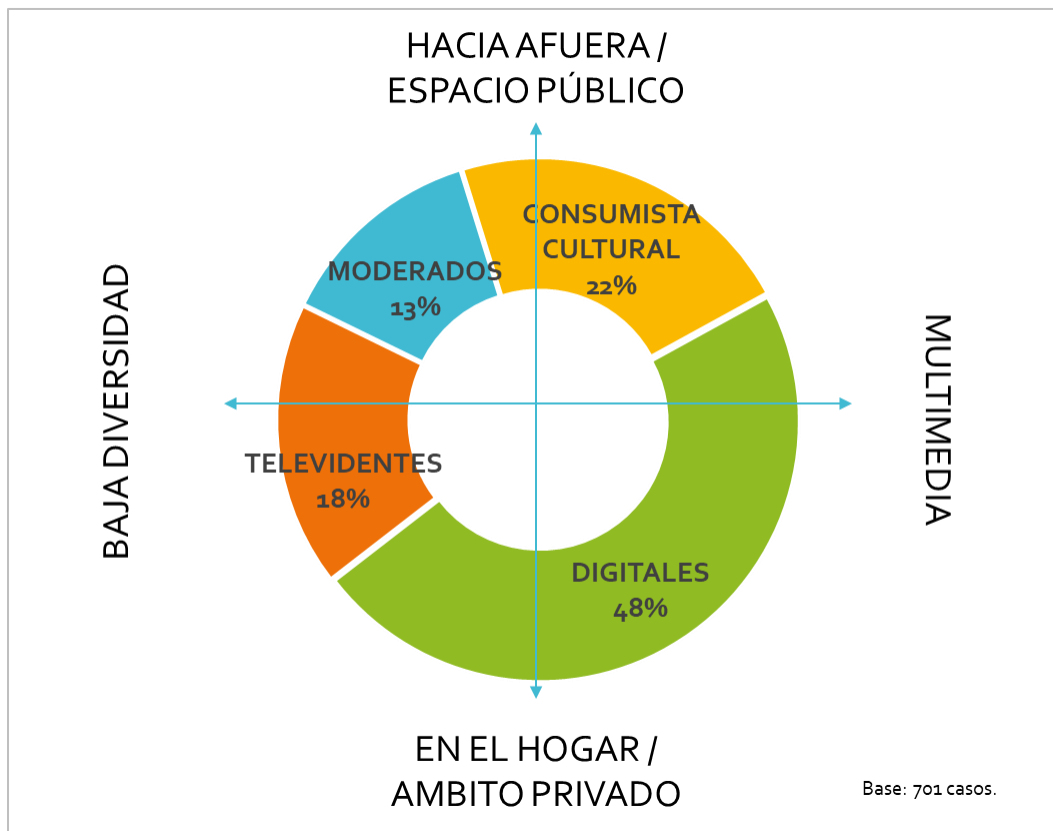
El primer tipo definido, presenta frecuencias altas comparativamente con el resto de los grupos en todas las actividades, destacándose especialmente la asistencia al cine, salidas a comer y a eventos culturales.

Los dos tipos restantes, teniendo en cuenta la cantidad de actividades donde presentan mayores frecuencias que el resto, se encuentran en un lugar intermedio respecto a los polos definidos por los dos anteriores. Analizando las particularidades de cada uno, caracterizamos al tercer tipo por su moderación en las actividades realizadas -tanto por su frecuencia como por el tipo-, vean televisión, leen y realizan actividad física -como veremos luego, es mayoritariamente caminar-.

Por último, el cuarto tipo, se destaca por su frecuencia de uso de internet y redes sociales. Si bien sus niveles son similares al primer tipo, no aparecen otras actividades culturales donde se destaque sobre el resto. Sólo aparecen también en el mismo rango que en otros tipos las reuniones de amigos y familiares y ver televisión, por lo que el uso del tiempo libre de este tipo pareciera estar marcado diferencialmente por usos vinculados al mundo digital.

Al analizar el peso relativo de cada tipo, este último alcanza a casi la mitad de los entrevistados, repartiéndose en partes similares el resto de los grupos.

*Gráfico 1. Peso de los tipos definidos. Dimensiones*



Fuente: Proyecto UBACYT "Construyendo tipologías de usos de tiempo libre, clases sociales y género".

### **El perfil socio demográfico de los clusters**

Para completar la caracterización de cada tipo, se analizó la composición de los clusters a partir de variables sociodemográficas: género, edad, nivel educativo y clase social. Estas variables no fueron incluidas en el análisis de conglomerados porque se esperaba conformar grupos donde las agrupaciones quedaran determinadas por las prácticas en el tiempo libre más allá de sus características sociodemográficas<sup>[4]</sup>. Esto permite que los tipos obtenidos se constituyan principalmente a partir de sus similitudes y diferencias respecto del tiempo libre, pero, dada la asociación entre los usos del tiempo libre y las variables sociodemográficas, se espera también que los perfiles presenten también agrupaciones en función de ellas. (Ver detalle de los cruces bivariado de cada una de las variables por sexo, edad y clase social en el apéndice estadístico)

El tipo de los “televidentes” es de un perfil con predominio masculino y de edad adulta, con menor nivel educativo y perteneciendo en mayor medida a la clase trabajadora. Este perfil puede ayudar a entender los bajos niveles de uso del tiempo libre, limitado casi exclusivamente a ver televisión.

Entre los “moderados”, se crece el segmento de 50 años y más, y levemente los de nivel educativo más bajo.

Al analizar el tipo de los “digitales”, crece la presencia de jóvenes y de nivel educativo medio.

Por último, en el segmento de “consumista cultural” crece la presencia de mujeres, con una mayor presencia del segmento joven y los de nivel educativo medio completo y superior. La clase de servicios aumenta aquí su presencia.

#### ***Cuadro 2. Perfiles Sociodemográfico de los conglomerados.***

		Total	CONSUMISTA CULTURAL	TELEVIDENTES	MODERADOS	DIGITALES
<b>Sexo</b>	Masculino	47%	39%	54%	48%	48%
	Femenino	53%	61%	46%	52%	52%
	Base	<b>699</b>	<b>152</b>	<b>125</b>	<b>91</b>	<b>331</b>
<b>Edad</b>	Hasta 34 años	32%	38%	15%	15%	40%
	Entre 35 y 49 años	38%	35%	40%	36%	40%
	50 y más	30%	27%	45%	48%	20%
	Base	<b>701</b>	<b>153</b>	<b>125</b>	<b>91</b>	<b>332</b>
<b>Nivel Educativo</b>	Hasta Secundario Incompleto	26%	9%	59%	34%	19%
	Secundario Completo / Superior Incompleto	41%	45%	26%	35%	47%
	Superior Completo (Universitario/Terciario)	33%	45%	14%	31%	34%
	Base	<b>700</b>	<b>152</b>	<b>125</b>	<b>91</b>	<b>332</b>
<b>Clase</b>	Clase de Servicios	36%	53%	13%	34%	38%
	Clase Intermedia	37%	30%	48%	37%	36%
	Clase Trabajadora	27%	18%	39%	29%	26%
	Base	<b>683</b>	<b>148</b>	<b>119</b>	<b>89</b>	<b>327</b>

Fuente: Proyecto UBACYT "Construyendo tipologías de usos de tiempo libre, clases sociales y género".

Otras variables incluidas en el estudio pueden aportar también a la comprensión y caracterización del perfil de los distintos tipos configurados a partir del uso del tiempo libre como la descripción de la actividad física -para quienes realizan alguna- dado que es una variable vinculada al estilo de vida.

La asociación de algunas prácticas deportivas con el género y la edad muestran por ejemplo mayor presencia de Pilates y Danza realizado en mayor medida por mujeres entre los consumistas culturales con mayor predominio femenino. Si bien son actividades de menor presencia, deportes como tenis y actividades como correr y entrenamiento en línea con la presencia de personas más jóvenes.

Cabe destacar también que el perfil moderado, si bien resulta el que mayor frecuencia de actividad física presentan, estas parecieran ser “de bajo impacto” –como caminar, yoga- y no de entrenamiento intensivo, acorde con su perfil de mayor edad. Es por esta razón que, si bien en principio el tipo parecía destacarse por la realización de actividad física, no parecería adecuado caracterizarlo como “deportista”, como los que realizan entrenamiento, practican deportes colectivos o son “runners”, sino que presentan un perfil moderado en este sentido.

En el tipo televidente, en línea con la baja diversificación, la realización de actividad física es muy baja, por lo cual sólo tenemos una base de lectura de 24 casos, por lo cual podemos realizar algunas lecturas iniciales. La actividad que se destaca con más fuerza en comparación con el resto es jugar al fútbol –acorde en este caso a un perfil más masculino-.

Entre quienes se destacan por sus prácticas vinculadas al mundo digital, de perfil más joven, también jugar al fútbol e ir a correr son los que se más se destacan, apareciendo en menor medida tenis, entrenamiento y boxeo.

***Cuadro 3. Perfiles de actividades deportivas realizadas por tipo***

	Total	CONSUMISTA CULTURAL	TELEVIDENTES	MODERADOS	DIGITALES
Caminar	35%	41%	33%	52%	23%
Gimnasio	24%	21%	8%	24%	28%
Fútbol	16%	8%	29%	14%	20%
Correr	11%	11%	8%	7%	14%
Bicicleta	10%	10%	-	10%	11%
Pilates	5%	6%	4%	4%	4%
Bailar / Danza	5%	8%	4%	4%	3%
Yoga	4%	3%	-	7%	4%
Tenis / Paddle	3%	4%	-	1%	4%
Natación	3%	3%	4%	2%	2%
Entrenamiento	3%	4%	-	1%	3%
Boxeo	2%	3%	-	-	3%
<b>Base</b>	391	100	24	84	183

Base: 391 casos. Quienes realizan alguna actividad física.

Fuente: Proyecto UBACYT "Construyendo tipologías de usos de tiempo libre, clases sociales y género".

## Reflexiones finales

En esta primera aproximación a la modelización de los estilos de vida, se comenzó el análisis a partir del tipo de uso del tiempo libre medido en frecuencia semanal de realización de cada actividad.

Para la adecuación de las variables a la técnica elegida para generar la segmentación de la población, se tuvo en cuenta el nivel de medición de las variables seleccionadas, por lo cual se consideró la cantidad de veces por semana, para obtener un nivel de medición cuantitativo.

La incorporación de nuevas variables como la cantidad de tiempo dedicada a las distintas tareas del hogar, de declaración de aspiraciones con respecto al uso del tiempo libre, tipo de participación en organizaciones y otras prácticas o características como por ejemplo cantidad de días y destino de vacaciones, tipo e intensidad de consumo de tabaco, alcohol y otras sustancias, estado de salud, prácticas religiosas, entre otras constituyen las líneas a explorar para poder construir una tipología de estilos de vida multidimensional. El tipo de uso del



tiempo libre, es el inicio de dicha construcción, al conformar una de los aspectos que perfilan estilos de vida.

Para ello queda aún discutir cómo incorporarlos al modelo, en función tanto a los requerimientos estadísticos -se pueden explorar otras modalidades como el clúster bietápico que permite incluir en una primera fase variables cualitativas- como de la pertinencia teórica de cada uno de los posibles indicadores y cuáles de ellos no serán incluidos, pero servirán luego para enriquecer y caracterizar los perfiles y tipos obtenidos.

### **Bibliografía**

Everitt, B., Landau, S., Leese M. y Stahl D. (2011). *Cluster Analysis* (quinta edición). Chichester: John Wiley & Sons, Ltd.

Bourdieu, P. (1988). *La distinción, criterios y bases sociales del gusto*”, Madrid, Taurus.

Bourdieu, P (1990). “La metamorfosis de los gustos”, *Sociología y Cultura*, México, Grijalbo.

Bourdieu, P. (2010). *El sentido social del gusto*. Buenos Aires: Siglo XXI

Featherstone, M. (2000). *Cultura del consumismo y el posmodernismo*. Buenos Aires, Amorrortu.

Franco, R. Hopenhayn M. y León A (2011), “Crece y cambia la clase media en América Latina: una puesta al día”. *Revista Cepal*, 103, 7 – 26.

Bourdieu, P. (1988). *La distinción, criterios y bases sociales del gusto*”, Madrid, Taurus.

Bourdieu, P (1990). “La metamorfosis de los gustos”, *Sociología y Cultura*, México, Grijalbo.

Bourdieu, P. (2010). *El sentido social del gusto*. Buenos Aires: Siglo XXI

Featherstone, M. (2000). *Cultura del consumismo y el posmodernismo*. Buenos Aires, Amorrortu.

Franco, R. Hopenhayn M. y León A (2011), “Crece y cambia la clase media en América Latina: una puesta al día”. *Revista Cepal*, 103, 7 – 26.

Bourdieu, P. (1988). *La distinción, criterios y bases sociales del gusto*”, Madrid, Taurus.

Bourdieu, P (1990). “La metamorfosis de los gustos”, *Sociología y Cultura*, México, Grijalbo.

Bourdieu, P. (2010). *El sentido social del gusto*. Buenos Aires: Siglo XXI

Cohen, Néstor y Gabriela Gómez Rojas (2019), *Metodología de la Investigación, ¿para qué? La producción de los datos y los diseños*, Buenos Aires: Editorial Teseo, Red Latinoamericana de Metodología de la Investigación y CLACSO.

Featherstone, M. (2000). *Cultura del consumismo y el posmodernismo*. Buenos Aires, Amorrortu.

Franco, R. Hopenhayn M. y León A (2011), “Crece y cambia la clase media en América Latina: una puesta al día”. *Revista Cepal*, 103, 7 – 26.

Guershuny, J. (1987) “Estilo de vida, estructura económica, y uso del tiempo”. En *Revista española de sociología – REIS*. 38, 163-191.

Gómez Rojas, G. y Manuel Riveiro (2014) “El análisis de conglomerados en la construcción de tipos. El caso de la clasificación de parejas según la división de trabajo doméstico” en *Entramados y perspectivas. Revista de la Carrera de Sociología Vol 4 N° 4*, Buenos Aires: UBA. Facultad de Ciencias Sociales.

Goldthorpe, J. Goldthorpe, John. (2010). *De la sociología. Números, narrativas e integración de la investigación y la teoría*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas y Boletín Oficial del Estado

López Rodán, P. y S. Fachelli. (2015) *Metodología de la investigación social cuantitativa*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona

Mattingly, M. y Bianchi, S. (2003) “Gender Differences in the Quantity and Quality of Free Time: The U.S. Experience”. En revista *Social Forces*. Vol. 81, No. 3, 999-1030

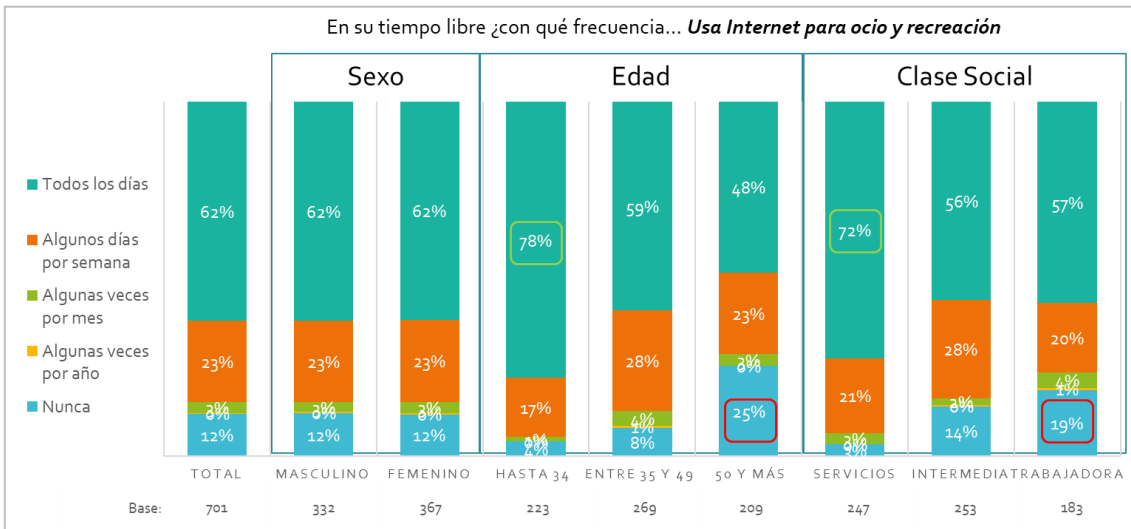
Nomaguchi, K. y Bianchi, S. (2004) Exercise Time: Gender Differences in the Effects of Marriage, Parenthood, and Employment. En *Journal of Marriage and Family*, Vol. 66, No. 2, 413-430.

Wortman, A. (2003), *Pensar las clases medias: consumos culturales y estilos de vida urbanos en la Argentina de los noventa*. Buenos Aires, AR La Crujía

## Apéndice estadístico

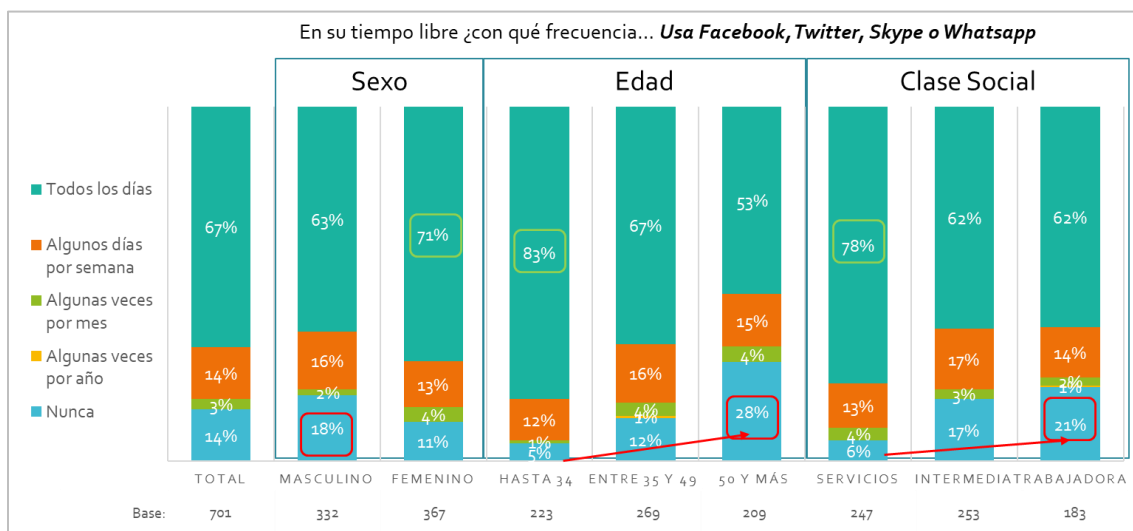
Se presenta a continuación la distribución de las 11 variables utilizadas en el análisis de cluster en función de sexo, edad y de la clase social.

**Gráfico 2. Frecuencia de uso de Internet para ocio y tiempo libre por sexo, edad y Clase Social. Personas de 25 a 65 años. AMBA 2014-2016.**



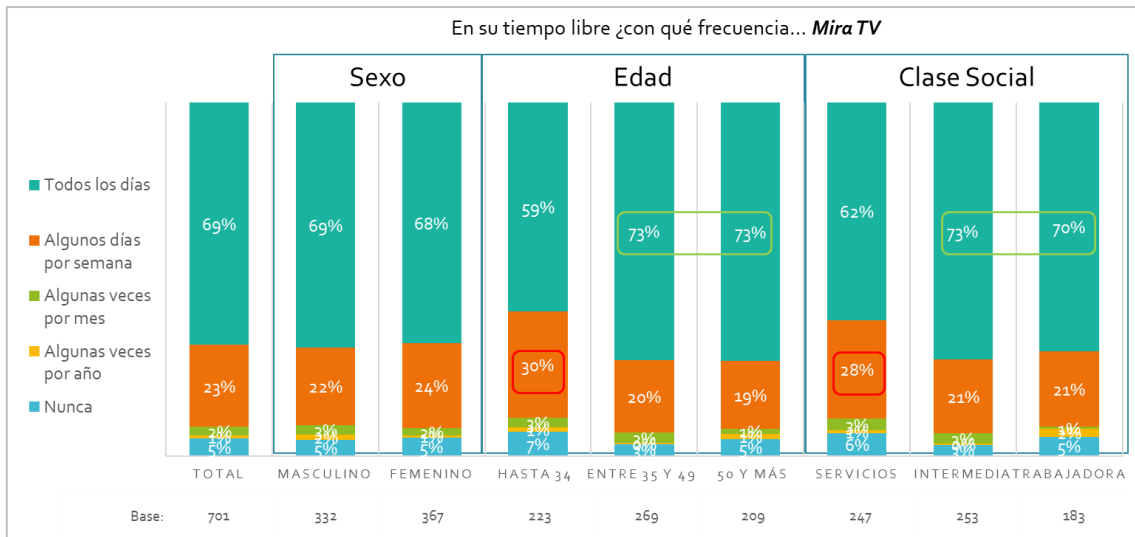
Fuente: Proyecto UBACYT "Construyendo tipologías de usos de tiempo libre, clases sociales y género". 2014-2017

**Gráfico 3. Frecuencia de uso de Facebook, Twitter, Skype o Whatsapp por sexo, edad y Clase Social. Personas de 25 a 65 años. AMBA 2014-2016.**



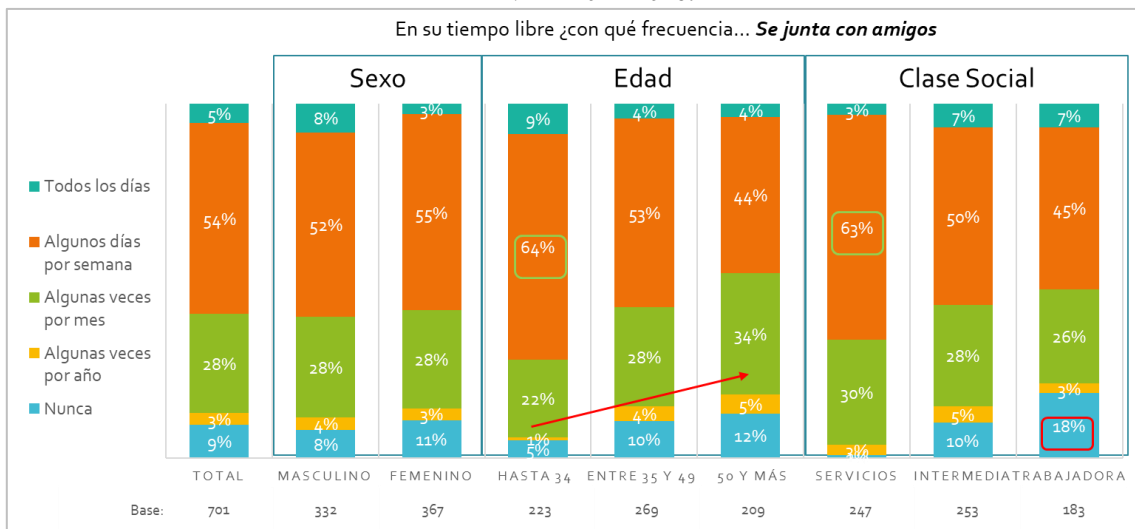
Fuente: Proyecto UBACYT "Construyendo tipologías de usos de tiempo libre, clases sociales y género".

**Gráfico 4. Frecuencia de mirar TV por sexo, edad y Clase Social. Personas de 25 a 65 años. AMBA 2014-2016.**



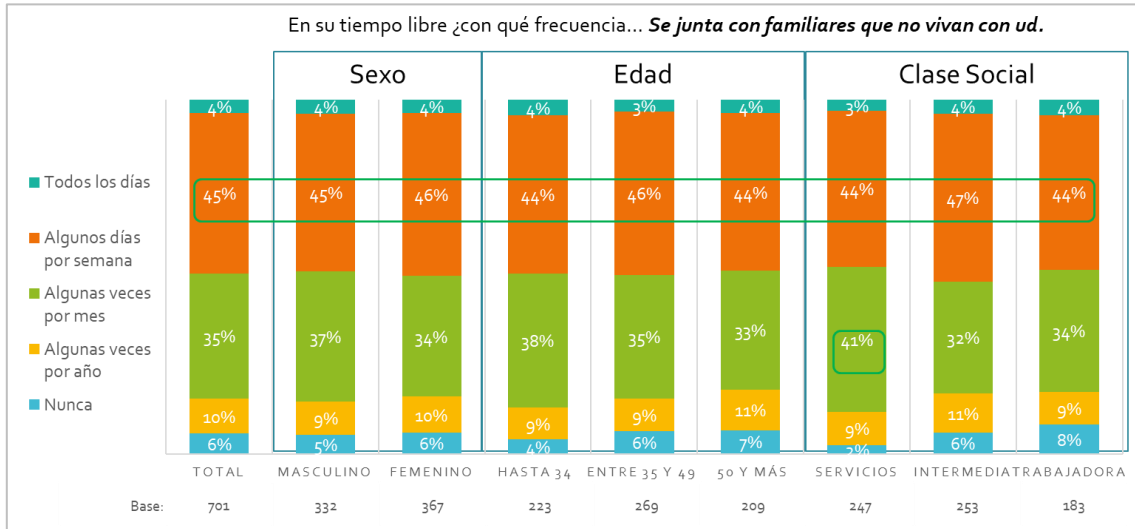
Fuente: Proyecto UBACYT "Construyendo tipologías de usos de tiempo libre, clases sociales y género".

**Gráfico 5. Frecuencia de juntarse con amigos por sexo, edad y Clase Social. Personas de 25 a 65 años. AMBA 2014-2016.**



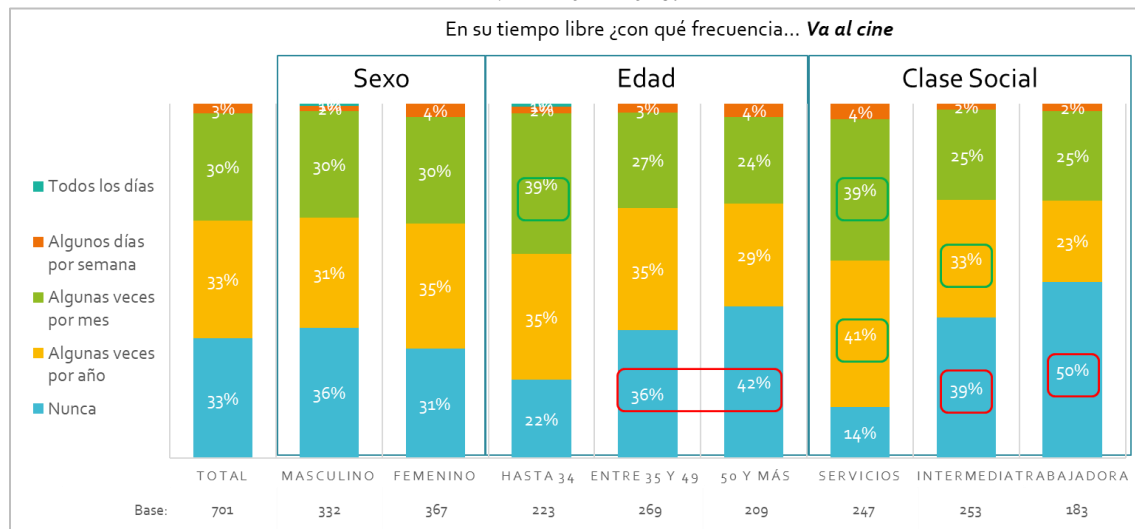
Fuente: Proyecto UBACYT "Construyendo tipologías de usos de tiempo libre, clases sociales y género".

**Gráfico 6. Frecuencia de juntarse con familiares no convivientes por sexo, edad y Clase Social. Personas de 25 a 65 años. AMBA 2014-2016.**



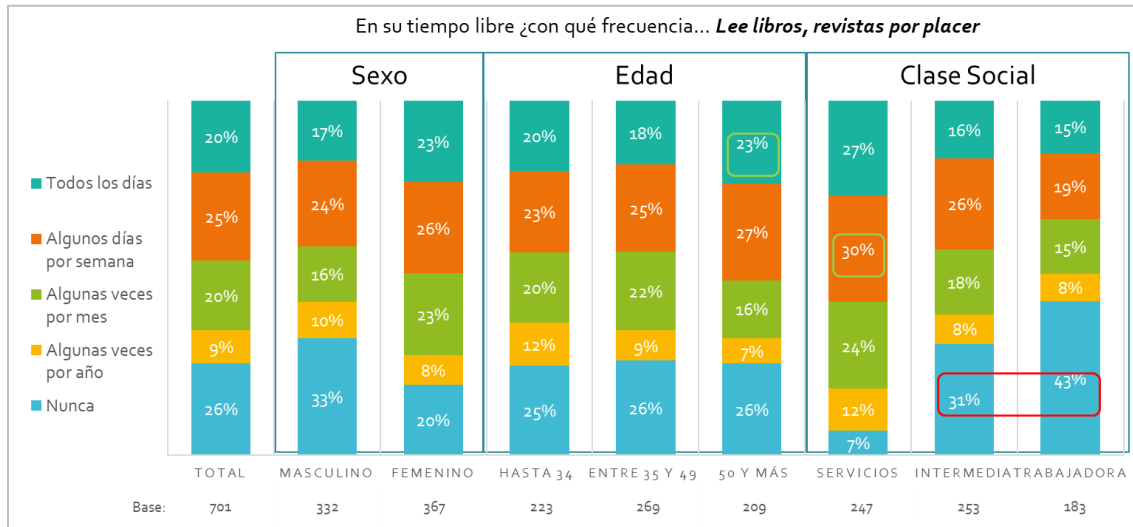
Fuente: Proyecto UBACYT "Construyendo tipologías de usos de tiempo libre, clases sociales y género".

**Gráfico 7. Frecuencia con la que va al cine por sexo, edad y Clase Social. Personas de 25 a 65 años. AMBA 2014-2016.**



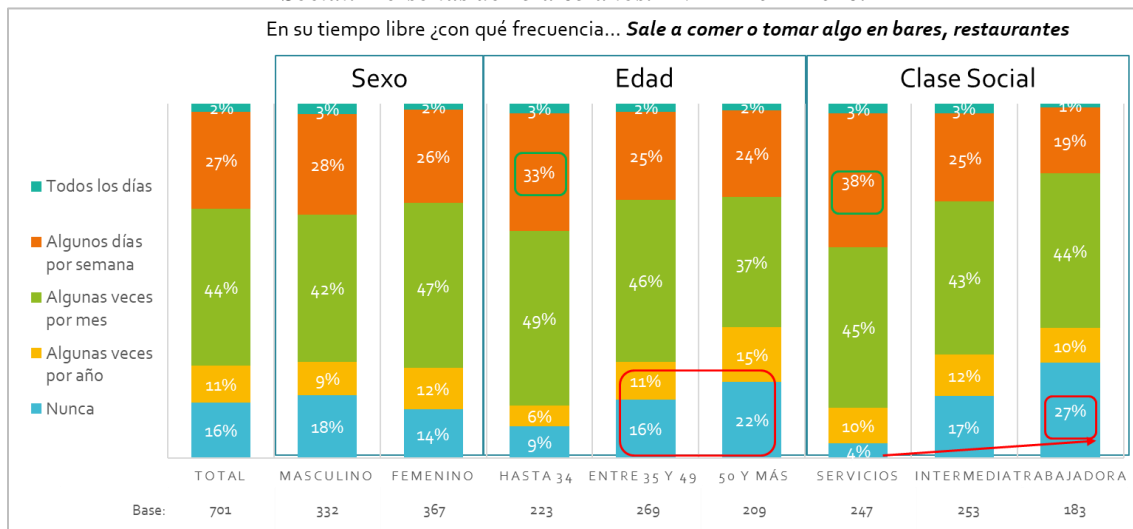
Fuente: Proyecto UBACYT "Construyendo tipologías de usos de tiempo libre, clases sociales y género".

**Gráfico 8. Frecuencia de lectura de libros, revistas por placer, según sexo, edad y Clase Social. Personas de 25 a 65 años. AMBA 2014-2016.**



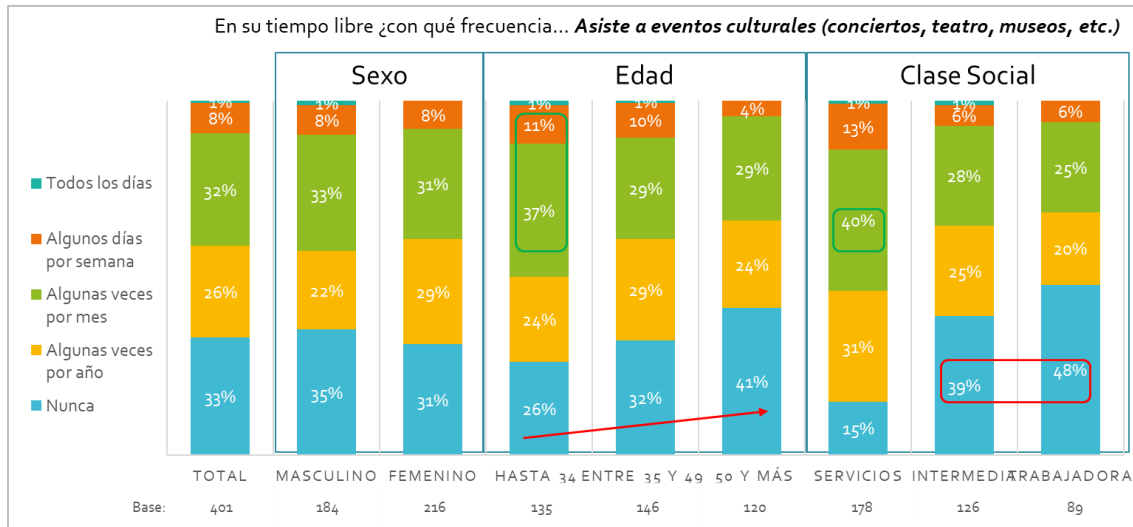
Fuente: Proyecto UBACYT "Construyendo tipologías de usos de tiempo libre, clases sociales y género".

**Gráfico 9. Frecuencia de salidas a comer o tomar algo en bares, restaurantes, por sexo, edad y Clase Social. Personas de 25 a 65 años. AMBA 2014-2016.**



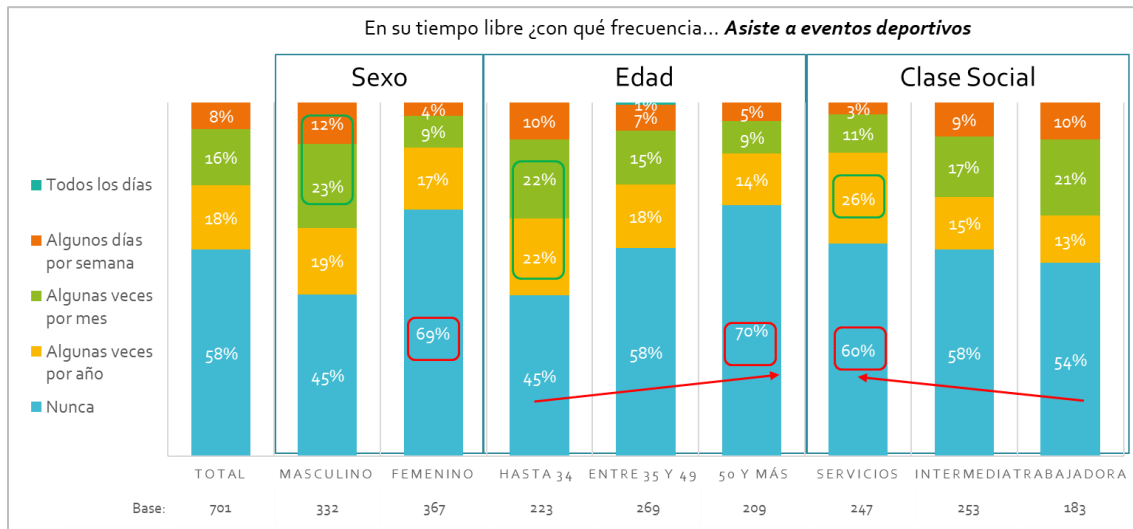
Fuente: Proyecto UBACYT "Construyendo tipologías de usos de tiempo libre, clases sociales y género".

**Gráfico 10. Frecuencia de asistencia a eventos culturales, por sexo, edad y Clase Social. Personas de 25 a 65 años. AMBA 2014-2016.**



Fuente: Proyecto UBACYT "Construyendo tipologías de usos de tiempo libre, clases sociales y género".

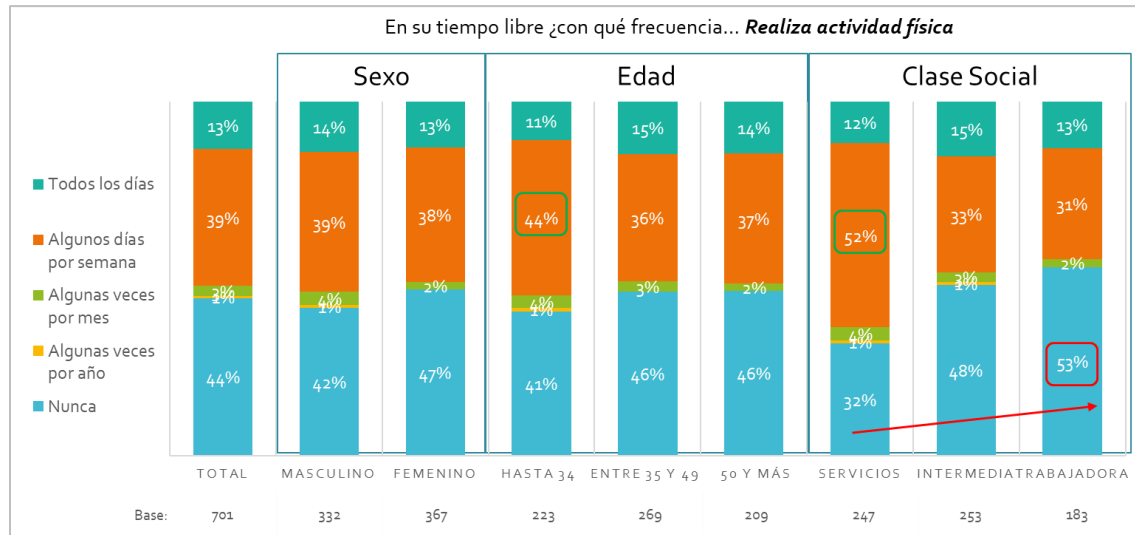
**Gráfico 11. Frecuencia de asistencia a eventos deportivos, por sexo, edad y Clase Social. Personas de 25 a 65 años. AMBA 2014-2016.**



Fuente: Proyecto UBACYT "Construyendo tipologías de usos de tiempo libre, clases sociales y género".



**Gráfico 12. Frecuencia de uso de Internet para ocio y tiempo libre por sexo, edad y Clase Social. Personas de 25 a 65 años. AMBA 2014-2016.**



Fuente: Proyecto UBACYT "Construyendo tipologías de usos de tiempo libre, clases sociales y género".

## Notas

- [1] Para ejemplos de la combinación de ACM y análisis de conglomerados, López Roldán (1996), Fachelli (2013).
- [2] Programas estadísticos como el SPAD, y en algunos casos el SPSS, brindan opciones de soluciones automáticas a este problema.
- [3] Las categorías originales de las variables eran: Todos los días; Algunos días por semana; Algunas veces por mes; Algunas veces al año; Nunca.
- [4] La medición de la clase social, se hace desde la aplicación del esquema de John Goldthorpe y colaboradores. Basándose en la situación de mercado y de trabajo., de manera muy sintética puede decirse que este esquema termina generando tres grandes categorías: clase de servicios (incluye a los funcionarios, directivos, profesionales, patrones de grandes empresas, técnicos de alta calificación y supervisores de empleados no manuales), clase intermedia (empleados administrativos, pequeños propietarios y trabajadores autónomos

calificados y semicalificados, técnicos de baja calificación y supervisores de trabajadores manuales) y clase obrera (empleados semicalificados y no calificados de los servicios y trabajadores manuales calificados, semicalificados y no calificados).