

Como citar este artículo:

Londoño, L.D. (2017). Investigación: Estructura y tendencia de consumo cultural en el Estado de Colima-México. Una experiencia de gobierno privado en un multifamiliar de la ciudad de Cali. *Revista Eleuthera*, 16, 143-147. DOI: 10.17151/eleu.2017.16.9.

INVESTIGACIÓN: ESTRUCTURA Y TENDENCIA DE CONSUMO CULTURAL EN EL ESTADO DE COLIMA-MÉXICO

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES JURÍDICAS DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MÉXICO

LAURA DANIELA LONDOÑO-QUINTERO*

Consumo cultural

Las sociedades actuales reflejan múltiples realidades representadas por patrones sociales, culturales, económicos y políticos. Esto conlleva a que la búsqueda de integración social no pueda ser definida por una unidad, sino que por el contrario, se debe pensar en la posibilidad de lograr que tal integración se de a partir de la realización de múltiples prácticas, entre ellas son necesarias las culturales. En este tipo de praxis es necesario tener en cuenta el respeto a la diversidad, además de las exigencias de los distintos tipos de personas que conviven en una comunidad.

Desde esta perspectiva, es necesario buscar un marco de referencia social de la población y de manera específica, buscar patrones generalizables de reproducción cultural. Asimismo es necesario acercarse a la realidad del consumo y a la elección cultural que los actores sociales hacen de los bienes disponibles dentro de su comunidad. Por ende, analizar si se accede y cómo se accede a dichos bienes culturales a partir los aspectos institucionales y estructurales en producción de oferta, divulgación y disposición cultural es de gran importancia.

La investigación “Estructura y tendencia de consumo cultural en el Estado de Colima - México”, realizada por el instituto de investigaciones jurídicas de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) en noviembre de 2004, tomó como punto de partida los aspectos descritos anteriormente. Se llevó a cabo en el estado de Colima - México, ya que se consideraba que esta zona del país necesitaba especial atención sobre las posibilidades de acceso a los servicios de divulgación cultural y a la generación de una práctica cultural determinada, puesto que sus habitantes comparten varios comportamientos y actitudes que los caracteriza. Esta investigación se realizó a través de una serie de encuestas parecidas a las desarrolladas por el DANE en Colombia y los resultados analizados a diferencia de los últimos, tienen en cuenta opiniones particulares sobre lo que las personas entienden como

* Universidad de Caldas. Manizales, Colombia. E-mail: llondono278@gmail.com.  orcid.org/0000-0002-4298-1068



cultural y consumo cultural. A grandes rasgos, el propósito de la investigación realizada en Colima fue el siguiente: “conocer la frecuencia y evaluación que los colimenses hacen de la infraestructura cultural en el Estado, así como las prácticas asociadas al consumo de bienes culturales”(Instituto de investigaciones jurídicas UNAM, 2014, p. 12).

Los investigadores también analizaron las actitudes, los valores y las opiniones de los actores sociales acerca del tema. De la misma forma, explicaron los factores principales que inciden en los patrones de consumo y en las prácticas culturales de la población colimense; para ello tomaron en cuenta el nivel de información de los entrevistados, los procesos de socialización y valoración de las instituciones, su vinculación con la comunidad y las preferencias individuales para la toma de decisiones.

La pregunta central de la investigación fue: ¿cuál es el conocimiento de sentido común que circula entre diversos grupos sociales sobre la cultura y qué importancia tiene para los entrevistados? Para dar respuesta a esta pregunta se desglosó el término cultura en dos ejes analíticos, a saber: a) se hizo una abstracción general del término; b) se buscó una inserción de lo analizado en el término y a partir de la teoría de las representaciones sociales, entendidas como ideas, pensamientos e ideologías que son compartidas dentro de una comunidad, se hace una generalización del mismo.

El concepto de cultura tomado en este estudio fue el siguiente:

concepto semiótico que busca la explicación e interpretación de una diversidad de símbolos, observados fenoménicamente en dónde no importa cuán subjetiva u objetiva pueda resultar su aplicabilidad contextual y que se destaca por una característica simbólica que reproduce la construcción social y formas de interacción subsistemáticas que llevan a definirlo en calidad de una ciencia interpretativa universal hacia la búsqueda de significados individuales a partir de un orden social universalmente compartido. (Instituto de investigaciones jurídicas UNAM, 2014, p. 30)

A grandes rasgos, la cultura entendida en este estudio está relacionada con los símbolos que son de gran importancia para diferentes grupos sociales y el trato y la trascendencia que tienen dentro de una comunidad, tanto por la transmisión que se da de esos valores como por la significación que se le puede conceder dentro de otra comunidad que no comparte sus prácticas.

La práctica cultural, por su parte, se puede entender como un sistema de apropiación simbólica, como el conjunto de comportamientos, de acciones, de gestos, de enunciados, de expresiones y de conversaciones portadoras de un sentido, en virtud de los cuales los individuos se comunican entre sí y comparten espacios, experiencias, representaciones y creencias.

A partir de estas consideraciones teóricas, se definieron las siguientes variables para el estudio: variables sociodemográficas y socioeconómicas de la población; ámbitos de socialización y transmisión de valores; exposición y consumo de los medios de comunicación; percepciones sobre la cultura; asistencia a espacios culturales institucionalizados y no institucionalizados; prácticas culturales y uso del tiempo libre.

El estudio se dividió en los siguientes momentos:

- Análisis de las consideraciones teóricas y metodológicas de la investigación.
- Identificación del perfil de la población a entrevistar.
- Reconstrucción de las opiniones sobre cultura para tener en cuenta qué es considerado consumo cultural.
- Abordaje de los procesos de socialización y transmisión de valores relacionados con el patrimonio cultural.
- Análisis del uso del tiempo libre.
- Reconocimiento de las prácticas culturales prevalecientes y las diferentes formas de consumo cultural.
- Estudio del impacto del consumo cultural a través de los medios de comunicación.
- Recolección de las percepciones sobre el patrimonio cultural en el Estado.
- Conclusiones de la investigación.

Consideraciones metodológicas

En este aspecto se indagó sobre el concepto de cultura para poder dar paso al análisis sobre consumo cultural, ya que esto ayudaba a generar un análisis preciso sobre el tema a estudiar. Además de lo anterior, también se intentó analizar el tipo de vida y los comportamientos de los encuestados para poder crear grupos que detallaran a partir de qué aspectos unos tienen diferentes prácticas a otros, o qué factores condicionan un mayor o menor consumo cultural. De esta manera, se buscó hacer un panorama abierto de los perfiles determinantes de la población mexicana, ofreciendo un mapa amplio acerca de los procesos de recepción e interpretación de la cultura desde una perspectiva cuantitativa analizada a través de una serie de encuestas. También se hizo uso de estudios: antropológicos, para estudiar los caracteres de gusto ligados a la cultura local; sociológicos, para aproximarse a los comportamientos sociales con base en la cotidianidad del consumo y la tipología del mismo; demográficos, para identificar los puntos de referencia principales de la población estudiada y un mapa inicial de los entrevistados, sus

características demográficas, sociales y económicas. Se utilizó la estadística para la recolección de información, producción de bases de datos y posterior análisis, y se usó la psicología social para diseñar perfiles de comportamiento generalizado.

El esquema de la muestra se constituyó de la siguiente manera:

- Para el marco muestral usaron la información del Censo General de Población y Vivienda del año 2000.
- Determinaron la población objeto de estudio: todos los habitantes mayores de 15 años.
- Especificaron el lugar de aplicación las encuestas.

La edad de la población encuestada y el porcentaje representado por ella es un elemento determinante para el análisis de las preferencias y del consumo cultural. De la misma manera, representa el factor clave para el entendimiento de las exigencias específicas demostradas por la población en el momento del levantamiento de datos.

Para la recolección de los datos de la investigación se diseñaron dos instrumentos: un cuestionario de opinión dirigido a recoger las percepciones, actitudes y condiciones de vida de los entrevistados, y un cuestionario de hogar, diseñado para recoger las características de las viviendas y de los miembros que integran los hogares, para hacer la vinculación con la cultura, las prácticas y las experiencias que desarrollan en su comunidad.

El análisis de los resultados se basó en tres ejes: por una parte necesitaban conocer las características del consumo y de las prácticas culturales en Colima; por otro lado, buscaron identificar prácticas culturales específicas que orientaran las opiniones, los valores y las creencias que caracterizan a la cultura colimense y su vinculación con determinados patrones de consumo cultural; y por último, se dedicaron a reconstruir las percepciones sobre cultura y patrimonio cultural de Colima a partir de la perspectiva individual de los encuestados.

Resultados

Entre los principales resultados de esta investigación se encuentra el desempeño de la población estudiada respecto a su participación en eventos culturales. Lo anterior arrojó los siguientes datos: los colimenses, con al menos una asistencia al año, visitan: museos= 16.2 %, obras de teatro = 7.9 %, danza = 16.4%, eventos musicales 25.9%. Por otro lado, también señalan que en esta comunidad no hay una cercanía real con el ambiente cultural, a pesar de que es de su interés estar al tanto de los eventos que se están realizando; lo anterior puede ser consecuencia de la falta de posibilidades económicas así como por la falta de interés de algunas personas.

Al respecto, Flores (2015) señala:

sobre la razón por la cual no se asiste a eventos culturales los encuestados señalaron en primer lugar los horarios (144 de 300 personas), en segundo la falta de información (129 de 300 personas), en tercero el costo del evento (87 de 300 personas) y en cuarto el interés (47 de 300 personas). (p.6)

En la encuesta de participación realizada en esta investigación por la UNAM, se obtuvo que quienes manifestaron mayor interés en este tipo de eventos fueron las personas entre 65 y 69 años de edad. Lo anterior conlleva a suponer que al consumo cultural le falta organización de la información y conectividad.

Otro dato importante de la encuesta señala que la divulgación sobre temas relacionados con la cultura es “escasa y elitista”; es decir, además de no tener una amplia trayectoria de divulgación, tampoco tiene un espacio de distribución de conocimiento, ya que este reproduce en mayor medida el discurso elitista. Lo anterior limita la participación de la población en cuanto a consumo cultural.

Referencias

- Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM. (2014). *Estructura y Tendencia de Consumo Cultural en el Estado de Colima-México*. Ciudad de México, México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Flores, M.B. (2015). *Consumo cultural en Colima, una oportunidad de desarrollo*. Jalisco, México: segundo encuentro nacional de gestión cultural Jalisco-México.