

CAPÍTULO SEGUNDO

PENSAR, SENTIR Y VIVIR LA CULTURA

¿En qué se piensa cuando se escucha la palabra “cultura”? ¿Con qué palabras, frases o conceptos se relaciona? ¿Cómo explican las personas lo que es la cultura en el lenguaje cotidiano? ¿Cómo se le describe y define; cómo se valora? En suma, ¿cuál es el conocimiento de sentido común que circula entre diversos grupos sociales sobre la cultura y qué importancia tiene para los entrevistados?

Son éstas algunas de las preguntas que, con el intento de buscar una respuesta y una explicación para el fenómeno del consumo cultural en Colima, han sido planteadas como detonantes para la generación de un marco teórico-empírico dirigido al análisis.

Para dar cabida a lo mencionado y para construir un esquema teórico adecuado al objeto de estudio, es necesario desglosar el tema en dos ejes analíticos.

Por un lado, se parte de la abstracción del concepto de cultura como dimensión teórica para la medición del fenómeno colimenses (qué piensan los entrevistados del concepto y qué significa para ellos); por el otro, se busca una inserción de su significado (general y específico) en una discusión generada a partir de la teoría de las representaciones sociales, haciendo hincapié en la reproducción de los cánones normativos y en los patrones de comportamiento de nuestros observables.

Para generar este tipo de reflexión se ha elegido afrontar el problema de la definición de representación social, y en un segundo momento se ha optado por incluir el contexto teórico generado

como forma de insertar la discusión sobre cultura, así como las percepciones de los entrevistados acerca de ello.

En cuanto al primer punto, un estudio sobre cultura tendrá que analizar las relaciones entre las interpretaciones y los intérpretes; esto es, tendrá que tomar en cuenta no sólo las percepciones, opiniones, actitudes y valores que los entrevistados tienen sobre la cultura, sino también las representaciones colectivas existentes sobre ella en la sociedad. Tendrá que referirse, además, a las condiciones y a los contextos en los que surgen las representaciones, a las comunicaciones mediante las que circulan y a las funciones que asumen en la interacción con el mundo y con los demás.

Ello permitirá investigar el papel que desempeñan los espacios socializadores sobre las diferentes concepciones de la cultura (Conaculta, 2004).

I. APROXIMACIÓN AL CONCEPTO DE REPRESENTACIONES SOCIALES

Las representaciones sociales han sido entendidas como

una forma de conocimiento socialmente elaborado y compartido, orientado hacia la práctica y que concurre a la construcción de una realidad común de un conjunto social. Las representaciones sociales son modalidades de pensamiento práctico, orientadas hacia la comunicación, la comprensión y el dominio del entorno social, material e ideal. En cuanto tales, presentan caracteres específicos en los planos de organización de contenidos, así como de las operaciones mentales y de la lógica. La marca social de los contenidos o de los procesos de representación ha de referirse a las condiciones y a los contextos en los cuales surgen las representaciones, a las comunicaciones por las que circulan, a las funciones que sirven en la interacción con el mundo y con los demás (Jodelet, 1989:137).

Los aspectos más importantes de esta definición remiten a la concepción de sistemas de pensamiento que nos relacionan con el

mundo y con los demás, a los procesos que permiten interpretar y reconstruir significativamente la realidad, a los fenómenos cognitivos que aportan direcciones afectivas, normativas y prácticas, y organizan la comunicación social, y finalmente, dotan a los sujetos de la particularidad simbólica que les es propia en los grupos sociales. En este sentido, las representaciones sociales constituyen una forma de expresión que refleja identidades individuales y sociales.

En este sentido, las representaciones sociales se relacionan directamente con el sentido común de las personas, debido a que parten de la propia realidad de los seres humanos, son un producto social, y por lo tanto el conocimiento generado es compartido colectivamente.

Admitir la hipótesis de un pensamiento social implica no solamente la asunción de un pensamiento que es colectivo o comúnmente compartido, sino que implica, sobre todo, admitir que ese pensamiento es socialmente constituido en su forma, su contenido y su evolución. Por ello, las representaciones sociales designan una forma de conocimiento específico, que es el saber de sentido común, en el que los contenidos remiten a procesos generativos y funcionales, y designan una forma de pensamiento social.

Así, el proceso de representación introduce un carácter de diferenciación en las lógicas sociales y en los rasgos individuales. Da lugar a una reconstrucción de la realidad, integrando de manera específica la dimensión psicológica y la dimensión social.

II. CONSTRUCCIÓN CONCEPTUAL

En el momento de estudiar un fenómeno y de buscar sus causas predominantes dirigidas a la alteración (o modificación) de los parámetros de comportamiento de los actores sociales involucrados en el contexto analizado es necesario determinar los límites teóricos y empíricos del problema.

En lo que concierne al tema de esta investigación, es determinante remarcar la diferencia entre cultura de masa y cultura popular; es decir, es primordial generar un concepto de repre-

sentación social a partir de la idea de que “lo masivo niega lo popular en la medida en que escamotea y disfraza las diferencias sociales conflictivas, las que vienen de las clases, de las razas, de las etnias” (Zubieta, 2000:226). Todo ello sin reconstruir un sentido común de las representaciones sociales que se determinan a partir de la generación de nuevos valores o normas, y que al mismo tiempo caracterizan las funciones y los roles sociales de los actores con base en sus preferencias o mentalidad.

En otras palabras, la cultura condiciona no solamente el pensamiento individual, sino también se establece como detonante de una suerte de transculturación interna a los grupos sociales ofreciendo las bases empíricas para la generación de identidades y de mecanismos de reconocimiento e identificación.

Por esto, y paralelamente al concepto de cultura (que se discutirá durante el desarrollo del documento), la definición de representación social se encuentra todavía en discusión y parece no haberse constituido según un parámetro único de desarrollo teórico. Se opta entonces por una aproximación interpretativa que analiza el concepto de representación social con base en tres ejes: 1) a partir de una representación individual dirigida por la predecibilidad de las estructuras sociales y del sistema dentro de las cuales (o del cual) los actores desarrollan sus actitudes y generan sus preferencias; 2) con base en distintas formas de autorreconocimiento (o autogeneración de la identidad) condicionadas por sistemas cognitivos con lenguajes (literales o simbólicos), con una lógica de pensamiento y con un conocimiento del sentido común propios, y 3) gracias al aprendizaje que los actores sociales desarrollan de manera intuitiva y espontánea, es decir, con base en un conocimiento socialmente elaborado y compartido por la sociedad que lo produce y lo mantiene a lo largo del tiempo, decidiendo si modificar, alterar o eliminar sus parámetros reconocidos universalmente desde su imaginario individual y colectivo.

En el primer caso la teoría de las representaciones sociales encarna una forma de absorción de una suerte de “conocimiento ingenuo”, que “busca describir cómo los individuos y los grupos construyen un mundo estable y predecible partiendo de una serie

de fenómenos diversos y estudia cómo a partir de ahí los sujetos van más allá de la información dada y qué lógica utilizan en tales tareas” (Marková, 1996:163). Es decir, buscan construir normas reproducibles en el tiempo, que constituyen los factores socioestructurales de las sociedades complejas.

En segunda instancia, los actores sociales toman parte de un universo simbólico, que se establece a partir de una representación de sí mismos basada en la reproducción de una individualidad compartida entre quien produce sus mismos valores y normas, y quien emplea estructuras de sentido complejas en la transferencia de las representaciones individuales socialmente legitimadas. Esto implica la generación de un sistema condicionado por la presencia de normas legítimamente constituidas por los actores que componen la sociedad y que se encuentran supeditadas a la voluntad de quien las ha generado. Según Farr (1984:496),

es un sistema de valores, ideas y prácticas con una función doble: primero, establecer que permita a los individuos orientarse en su mundo material y social y dominarlo; segundo, posibilitar la comunicación entre los miembros de una comunidad proporcionándoles un código para el intercambio social y un código para nombrar sin ambigüedades los diversos aspectos de su mundo y de su historia individual y grupal.

Así que si la disyuntiva queda en la elección entre un universalismo o un particularismo relativo de valores, el actor busca construir una identidad propia, que se caracteriza y se aparta de un modelo común de reproducción sociocultural, y que al mismo tiempo trata de generar para sí un espacio socialmente reconocido dentro de un marco compartido de normas que lo reconocen como miembro de una determinada comunidad y le ofrecen la base cultural para la representación social de sí mismo y de los demás actores que toman parte de ese contexto específico.⁷

⁷ Al respecto, Sciolla afirma que “...El dilema se plantea entre la universalidad y la particularidad... si el actor opta por un objeto físico o social a partir

Es más, la formación cultural previa a la constitución del ambiente social (es decir, aquel espacio por medio del cual se constituyen los procesos de formación individual entre sociedad y actor), propone una forma de construcción de la cultura que no toma en cuenta solamente un marco universalizado de valores representado por sus patrones estereotipados, los cuales se destacan a su vez en los usos y las costumbres de quien habita el lugar, y que se generan desde la idea de un “conjunto de hechos simbólicos presentes en una sociedad” (Giménez, 2005:67). Más bien, considerando el carácter no unívoco de la cultura, y tomando en cuenta su característica de transversalidad social, es decir, que penetra en todos los aspectos de la vida individual, colectiva, privada, de trabajo, y su mutabilidad temporal (los caracteres culturales sufren modificaciones con el tiempo), se puede afirmar que el concepto responde a una interpretación bivalente del mismo. Así, por un lado representa un conjunto de valores comunes y compartidos por toda la comunidad, y por el otro, explica la presencia de una diversificación y de una pertenencia individual de los actores sociales a una multitud de microuniversos simbólicos peculiares y abiertos.

Finalmente, si se consideran las representaciones sociales desde una perspectiva generativa de la misma; es decir, que por un lado se basa en elementos del conocimiento social compartido hacia la creación de mecanismos de comunicación que generan la realidad social, y por el otro busca la generación de un espacio de convivencia en el cual la realidad social construida por los mecanismos de comunicación adquiere sentido, el concepto implica un “corpus organizado de conocimientos y... de las actividades psíquicas gracias a las cuales los hombres hacen inteligible la realidad física y social, se integran en un grupo o

de criterios generales plicados a todos los objetos de la misma categoría, elige el univesalismo. Sin embargo, si considera el objeto de conformidad con los criterios que se aplican sólo a este objeto... [la cultura]... en ciertas condiciones especiales, entonces opta por el particularismo”. Sciolla, L. (2007), *Sociologia dei processi culturali*, Bologna, Il Mulino, p. 67 (traducción de los autores).

en una relación cotidiana de intercambios... [y]... liberan los poderes de su imaginación” (Moscovici, 1979:17 y 18). Además, se trata de una modalidad particular del conocimiento, que funje de armazón conceptual a partir del cual se constituye la elaboración de los comportamientos entre los individuos que toman parte de un determinado universo social; es decir, que construyen estructuras de pensamiento y de relación hacia la determinación de patrones de comunicación específicos reconocidos por todos los miembros de la comunidad y compartidos por los mismos.⁸ Los individuos se constituyen de esa manera según parámetros de reproducción social (o sociocultural), que implican una trayectoria de representación tripartita.

Por un lado, reproducen las normas sociales y buscan con ello una construcción identitaria caracterizadora. Por el otro, modifican los cánones de representación clásica (identidad) y se reconstituyen según un intercambio de valores representativos; finalmente, comparten esos mismos valores y los concretan en una representatividad social encarnada por actividades cotidianas socialmente compartidas por la comunidad. De la misma manera, el concepto de representación social, en el contexto de las discusiones teóricas, encarna “la vacuidad de la noción de individuos sin grupo, sin cultura y poseedor de una realidad fraccionada...”

⁸ En este caso se hace referencia a la organización de la comunicación en la estructura del sistema social en combinación con el sistema de personalidad y cultural, en el plano de una “adaptación” de la dicotomía *pattern maintenance/integration* planteadas por autores clásicos como Talcott Parsons. Así que la organización en la cultura queda como un reto para la exploración de la interacción entre actor (*ego*), acto ilocucionario, respuesta valorativa (acto perlocucionario) y *alter*, sin plantear nuevas dinámicas de adaptación o respuesta cultural a nuevos patrones o normas preestablecidas o generadas de forma directa por los actores. La propuesta de una ‘sociología experiencial’ (y su directa conceptualización en *Verstehen*), para utilizar una terminología familiar a Alfred Schutz, remite por lo tanto a una forma para la construcción de una nueva opción de pensamiento de sentido común que se propone como toma de conocimiento del mundo social cultural y que ofrece a los actores la opción de elección entre “premeditación” o “intento deliberado” dentro del marco de acción individual.

(Rodríguez, 2003:83), y por lo tanto implica que los actores sociales compartan rasgos de su cultura local basándose en patrones de gusto y mentalidad comunes. Es decir, con base en una relación dicotómica entre comunicación y representación social que se concretan en la conjunción entre objetivación del sentido común y anclaje.

En el primer caso una representación se manifiesta mediante un modelo figurativo, que contempla la conjunción de símbolos y funciones. En el segundo, se trata de un anclaje (en el medio social), que organiza el orden de las regulaciones derivadas de esos mismos símbolos y códigos comunicativos, los mismos que deben garantizar el mantenimiento de la identidad social, el equilibrio sociocognitivo, orientación de conductas y comunicaciones, la justificación anticipada o retrospectiva de las interacciones sociales.⁹

Es decir, consiste en transformar lo que es extraño en familiar, transformando en códigos comunes los elementos “extraños” que pertenecen al contexto social, y que sin embargo no entran a formar parte del imaginario individual y colectivo del público; es decir, las preferencias.

⁹ La objetivización representa lo social en la representación. En este proceso, la intervención de lo social se traduce en una forma de conocimiento relativo al objeto social articulándose a través de la materialización de lo abstracto. De esta forma, la objetivización puede definirse como una operación formadora de imagen que estructura y condiciona la realidad social, una representación que permite intercambiar la percepción y la concepción de los objetos que toman, una vez procesadas, la forma de estructuras materiales específicas. Es decir, mediante este proceso se materializa un conjunto de significados, se establece la relación entre conceptos e imágenes, entre palabras y cosas.

El anclaje es la representación *en* lo social. Se refiere al enraizamiento social de la representación y de su objeto. La intervención de lo social se traduce en el significado y la utilidad que le son conferidos al objeto. Implica un método de integración cognitiva del sujeto representado dentro del sistema de pensamiento preexistente dando vida a una constitución formal del conocimiento. Es el proceso según el cual los actores sociales generan relaciones dialécticas con la objetivización hacia la construcción de una función cognitiva de integración de la novedad, la función de interpretación de la realidad, y la función de orientación de las conductas y de las relaciones sociales.

III. APROXIMACIÓN TEÓRICA AL CONCEPTO DE CULTURA

No obstante que la definición del concepto de cultura implique un estudio amplio y organizado del fenómeno cultural basado en dimensiones y categorías estructuradas según tendencias de pensamiento características, en este caso se trata de ofrecer un esbozo (o aproximación) del concepto para brindar al lector un contexto teórico suficiente para seguir el desarrollo de este trabajo. Para ello se ha optado por explicar la idea de cultura a partir de tres interpretaciones distintas del concepto: la cultura como praxis, la cultura como estructura y, finalmente, la cultura como concepto semiótico.¹⁰

La primera interpretación mencionada se adscribe a la teoría antropológica evolucionista, y se presenta como marco conceptual en donde enmarcar la definición que destaca Edward Burnett Tylor en su *Primitive Culture*. En este caso la problematización del término (considerado a partir de su amplio sentido etnográfico) toma la forma de un conjunto complejo de usos y costumbres, que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho y cualquier otra capacidad adquirida por el hombre en calidad de miembro de una sociedad. Concepto construido en la base de una evolución cultural de la humanidad derivada de lo que Herbert Spencer definía como “ley universal de la vida y del cosmos”, y que representa la primera conceptualización de “cultura” que la teoría antropológica clásica mantuvo durante su primera fase de evolución.

Sus orígenes se remontan a un desarrollo intelectual que empezó con el antiguo principio griego de la *kalokagathía*, y que interpretaba el concepto de cultura como algo que pudiera obtener el respeto de un determinado contexto social en donde los estándares culturales dados y reproducidos determinaban lo “conve-

¹⁰ Dicha clasificación no es casual, y ha sido retomada de la obra de Zygmund Bauman en Bauman, Z. (2002), *La cultura como praxis*, Barcelona, Paidós Studio (pp. 181 y sucesivas).

niente” y lo “socialmente valorado”. Luego, la así denominada “ciencia de la cultura” toma la forma de una diferenciación dicotómica entre uniformidad caracterizadora de “la civilización” (entendida como “acción uniforme de causas uniformes”)¹¹ y distinción entre grados o etapas del proceso evolutivo del aspecto sociocultural de la sociedad.¹²

En el primer caso se hace referencia a una perspectiva sociológica, que podría definirse estructural; en el segundo, se destaca una visión del problema cultural sin duda más amplia, en donde es posible introducir un tipo de análisis que no solamente se dedica a una repartición de la sociedad “en capas”, sino también que se preocupa de estudiar, describir y explicar los fenómenos que se presentan bajo el semblante de creadores de una institucionalización normativa compleja.

En este sentido, la evolución del concepto remite a una suerte de modificación o progreso humano, que lleva a considerar a la cultura como el conjunto de la “...mayor parte de las reacciones motoras, los hábitos, las técnicas, ideas y valores aprendidos y transmitidos” (Kahn, 1975:17), y se plantea como base teórica para la propuesta de una relativización del concepto hacia la

¹¹ Información extraída de Tylor, E. B., “La ciencia de la cultura” (1871), en Kahn, J. S. (compilador) (1975), *El concepto de cultura: textos fundamentales. Escritos de Tylor (1871), Kroeber (1917), Malinowski (1931), White (1959), y Goodenough (1971)*, Barcelona, Anagrama (p. 29).

¹² Se hace referencia al mismo concepto que Tylor emplea para explicar que, según su perspectiva, “la cultura o civilización... es aquel todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y cualquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre en cuanto miembro de la sociedad”. De esa forma, se justifica el uso de una interpretación sin duda más mecanicista de la cultura (*culture patterns*) a partir de una natural “superorganicidad” de la misma en relación a una identificación de la diferencia entre cualidades orgánicas-procesos y cualidades sociales-procesos. Igualmente, la interpretación de la realidad y de los fenómenos sociales que normalmente caracterizan la cotidianidad mantiene su base hermenéutica en dos dimensiones distintas: por un lado, el análisis de las estructuras sociales y de los actores que son parte de ellas; por el otro, la generalización de normas interiorizadas por los individuos que habitan una determinada comunidad o conjunto comunitario específico.

individualización de una nueva forma de relacionar los grupos sociales con el sistema simbólico generalizado con base en una “admisión de pertenencia” o de “rechazo del sentido”. Por lo tanto, si la cultura se compone de elementos comunes que varían con el tiempo y sufren modificaciones importantes por medio de un condicionamiento “por herencia”, por otro lado no es falsa la idea de un mantenimiento de pautas de valor o costumbres (como el matrimonio, por ejemplo) que se remiten a una no modificación de patrones definidos de pensamiento, y que caracterizan solamente a grupos sociales específicos.¹³

Desde esta perspectiva, interpretar la cultura como una suerte de praxis resuelve a priori un problema que, al fin de su definición, es clave. Es decir que, si se considera la praxis como una forma de reproducción por herencia o por tradición de determinados hábitos, costumbres, formas de pensamiento que se establecen a partir de un universo simbólico cerrado, la cultura asume el semblante de un simple conjunto de características que se desarrollan exclusivamente de forma endógena, y no se relaciona, modifica o condiciona por el contacto con un grupo cultural, con una porción de la población o con una nación que sean ajenos a sus parámetros de autorreconocimiento autóctono. Se requiere, por lo tanto, una ulterior problematización teórica al fin de poder ampliar nuestro espacio de análisis y tratar de generar un concepto que nos permita flexibilizar tanto acerca del estudio propuesto como sobre su alcance explicativo.

Se propone así, una perspectiva que no se preocupa solamente de profundizar el aspecto interno (o endógeno) del grupo del que proviene, sino también que contribuye significativamente a explicar la relación que los individuos entretejen a partir de su mismo

¹³ ‘La cultura’, afirmaba Malinowsky, “...cumple distintas funciones... [y que]... lo pertinente para el estudioso de la cultura es la diversidad de funciones y no la identidad de forma...”. La información propuesta queda así justificada. Cfr. Malinowsky, B., “La cultura”, en Kahn, J. S. (comp.) (1975), *El concepto de cultura: textos fundamentales. Escritos de Tylor (1871), Kroeber (1917), Malinowski (1931), White (1959), y Goodenough (1971)*, Barcelona, Anagrama.

universo simbólico con un sistema cultural generalizado. Por lo tanto, considerando que la cultura no se puede desligar (cualquiera sea su definición) de algunas organizaciones de ideas y de sentimientos que son parte constitutiva del hombre, la reconstrucción del modelo teórico propuesto por Willkún, se establece a partir de una tripartición conceptual que toma en cuenta al individuo en relación con su entorno sistémico: un nivel *intraorgánico*, uno *interorgánico* y finalmente *extraorgánico*. Dimensiones que contemplan la existencia de un sistema de valores que contribuye “desde adentro” hacia la producción de conexiones sociales y de interrelaciones entre sistemas, pero también entre individuos. Esto es, explicar cómo las dinámicas culturales se apoyan en una estructura social que determina y parcialmente condiciona las conductas de sus actores y de las relaciones generadas por sus mismas orientaciones.

En segundo lugar, la interpretación de la cultura como estructura remite por lo tanto a la problematización que Parsons presenta acerca del sistema de orientación de valor (*system of value-orientation*), tanto para la explicación del nivel de significancia social como por lo que concierne a las “formas de orientación de los actos humanos”.¹⁴ La estructura de pensamiento que se individualiza con relación a la contribución de una *verstehende soziologie* implica la forma con la cual los actores regulan su orientación de valor con el sistema del mundo de la vida y reproducen su acción estratégica desde su posición original, hacia el lugar ocupado por otros actores que son parte del mismo sistema, pero que difieren en organización y pertenencia subsistémica. Es decir, que la generación de una “cultura” en términos de “sistema cultural”

¹⁴ Sobre el tema, Parsons hace referencia a la organización de la comunicación en la estructura del sistema social en combinación con el sistema de personalidad y cultura, en el plano de una “adaptación” de la dicotomía *pattern maintenance / integration*. En este sentido, la organización en la cultura queda como un reto para la exploración de la interacción entre actor (*ego*), acto ilocucionario, respuesta valorativa (acto perlocucionario) y *alter*. Para ulteriores informaciones se remite a Habermas, J. (2005), *Teoría de la acción comunicativa*, vol. I, México, Taurus (pp. 122-136).

(o estructura) implica la presencia de signos que comparten una representación de pautas de valores, pero que al mismo tiempo se establecen como forma de diferenciación entre universos simbólicos específicos. Esta es la creación de puentes comunicativos entre los grupos sociales que componen la sociedad sobre los cuales “las *estructuras institucionales* ejercen un control cibernético estrecho” (Parsons, 1968:39).

Igualmente, la constitución de un aparato cultural que opera dentro de los límites impuestos por la sociedad debe tener en consideración y ser capaz de generar un “proceso de equilibrio” que presuponga la existencia de procesos de comunicación que operen eficientemente en cuanto elementos constitutivos de una comunicatividad basada en un abordaje lingüístico-somático; es decir, se construye a partir del entorno social en relación con las esferas psicológico-físicas de los miembros de un determinado grupo o comunidad.¹⁵ De esa forma, las categorías que propone la teoría de la comunicación (Willkūn) no se proponen solamente para la identificación de niveles de recepción internos o externos a los individuos o a los grupos sociales, sino también para determinar patrones culturales generados tanto endógena como exógenamente: el primero (el intraorgánico) hace referencia a la construcción cultural según un desarrollo de “barreras lógicas” internas al individuo y generadas instintivamente; el segundo (o interorgánico), se refiere a la relación entre diferentes niveles de comprensión y comunicación como construcción de pautas de valor (o creencias) relacionadas con aquellas organizaciones del pensamiento presentadas por otros miembros de la misma comunidad; finalmente, el elemento extraorgánico de la cultura remite al condicionamiento que la misma sufre desde lo externo, es de-

¹⁵ Antropólogos como Withe o Goodenough (autores desde los cuales ha sido retomada la información) se colocan alrededor de los años cincuenta-setenta, y representan un cambio importante en correspondencia de las teorizaciones culturales que los antropólogos clásicos habían propuesto durante su carrera académica. La perspectiva de la cual empiezan su análisis es interesante, y sin duda puede aportar importantes elementos teóricos a nuestro “recorrido” conceptual.

cir, desde la base de una construcción de los eventos sociales del entorno sistémico hacia el individuo.

Por lo tanto, desde la perspectiva parsoniana es posible distinguir cuatro niveles que delimitan el espacio de variación cultural, y que se remontan a la estructura teórica del sistema AGIL propuesto por el autor.¹⁶

Así que la conceptualización del símbolo como forma de adaptación y construcción de un mundo social en el cual se plantea una interacción entre los individuos que comparten un determinado “universo simbólico” representa una forma de expresión comunicativa que permite la conservación de las creencias tradicionales y la determinación de interrelaciones condicionantes solamente con base en una determinación autopoiética de los grupos involucrados en el intercambio.

La interpretación del concepto de cultura se coloca, por lo tanto, entre el sistema social y el sistema de personalidad con base

¹⁶ El primer componente conceptual se presenta como un conjunto dicotómico que retoma la importancia que cobra el papel del sistema cultural y destaca la presencia de los niveles que el autor denomina respectivamente con la nomenclatura de *adaptation* y *goal attainment*. En este caso es posible destacar ulteriores subcategorías de la dimensión orientada externamente (*externally oriented*) hacia la interacción que los actores sociales generan con base en las exigencias (o simplemente por un contacto ocasional) con grupos culturales distintos (*interaction*).

Son: la solución a los problemas empíricos, en términos de sentido científicamente relevante, por lo que concierne el sistema básico del orden cultural; el problema de la jerarquía, entendido como uno de los “niveles de generalidad de los componentes conceptuales”; la estructura de la teoría sociológica; y finalmente la dimensión de los objetos cognitivos, es decir, la estructura constituida por la presencia de objetos de conocimiento científico. Por lo que concierne el cuarto aspecto del modelo propuesto, en cambio, se trata de identificar la característica del concepto de cultura con base en una *wissensoziologie* de Karl Mannheim que Parsons había interpretado como forma de “orientación cognitiva” hacia la explicación de procesos y de objetos del conocimiento científico para el mantenimiento de pautas de valor (*latency*). Se hace mención de la diferencia de significado entre la conceptualización propuesta por Mannheim y Parsons, y se ofrece una especificación de las principales diferencias en Giner, S., Lamo, de Espinosa E., Torres, C. (1998), *Diccionario de sociología*, Madrid, Alianza Editorial, bajo la voz “sociología del conocimiento”.

en “ningún error y ninguna razón sino apoyado y justificado por su misma tradición y su normas determinantes en base a una especie de relativismo cultural”.¹⁷ Además, la reproducción de los patrones culturales se alimenta por las reglas que la estructura del sistema de acción, de valor o cultural, impone. Es decir, que considerar la cultura como una herramienta interna de los mismos “microuniversos simbólicos” identificados con el sistema social y con el sistema de personalidad mismo, significa determinar un límite simbólico que no favorece o por lo menos no estimula el libre intercambio de signos, diversidades y realidades a menudo discordantes. Más bien contribuye a la reproducción interna de los valores en los sistemas social y cultural por parte de la esfera valorativa originaria, y pone en relieve el rol desarrollado por la cultura en calidad de marcador entre la presencia de compromisos valorativos (aspecto de una más general “sociología de la cultura”) y la relación con la esfera social destacada por una más filosófica “sociología del conocimiento”.

Por lo dicho es que se plantea la tercera y última línea de interpretación de la cual se han anticipado algunos rasgos, y por la cual se optará en la presente discusión acerca del concepto de cultura.

En su obra *La interpretación de las culturas*, Geertz (1992) señala numerosas posturas acerca de cómo habría de interpretarse el concepto, y en la práctica no llega a definirlo de forma clara y concisa bajo una definición unívoca del mismo. A pesar de ello, la problematización que el autor hace al respecto se remonta a la teoría de la “descripción densa”, derivada del pensamiento filosófico de uno de los mayores y más influyentes exponentes europeos del siglo XX: Gilbert Ryle, lo cual contempla el análi-

¹⁷ Traducción e interpretación de los autores del documento electrónico de la Università di Roma “La Sapienza”, Cattedra di Etnologia (prof. Gino Satta), Dispense del corso 2005/2006, *Teorie, metodi e problemi dell'etnologia. Cultura e relativismo culturale dal “periodo classico” alla svolta interpretativa*, versione 2.0, p. 18.

sis de la cultura desde una perspectiva que tiene su base en una reflexión psicológico-gestual del individuo.

“El que guiña el ojo... [escribe Geertz]... está comunicando algo y comunicándolo de una manera bien precisa y especial: 1) deliberadamente, 2) a alguien en particular, 3) para transmitir un mensaje particular, 4) de conformidad a un código socialmente establecido y 5) sin conocimiento del resto de las circunstancias” (Geertz, 1992:21). De la misma forma, critica las diferentes teorizaciones que Kluckhohn ofrece con relación al término, y sostiene el carácter semiótico del concepto de cultura que propugna.

Si revelamos el carácter público de la significación de las señas o símbolos utilizados cotidianamente por los individuos y los encuadramos en una particularidad no necesariamente compartida, el significado de cultura se organiza según una ciencia interpretativa de los significados (como sostiene el mismo Geertz), lo cual se asemeja a la relación que, si la significación es pública y la cultura estudia la significación, la conclusión lógica del silogismo es la interpretación de la cultura como pública, exactamente “porque la significación lo es” (Geertz, 1992:21). De esta forma, la movilidad y la flexibilidad que demuestra una interpretación conceptual de la cultura determina un desarrollo teórico que, en el estudio del multiculturalismo (y sobre todo para la construcción de su definición) aportarán una contribución significativa.¹⁸

Por todo esto, la cultura es definida aquí como *un concepto semiótico que busca la explicación y la interpretación de una diversidad de símbolos observados fenoménicamente en donde no importa cuánto subjetiva u objetiva puede resultar su aplicabilidad contextual, y que se destaca por una característica simbólica que reproduce la construcción social con base en sentidos*

¹⁸ De acuerdo con Giglioli, “...la sociología, anche la sociologia della cultura più avvertita, tende per lo più a focalizzarsi sulle cause e sugli effetti degli oggetti culturali, trascurando la loro natura e struttura intrinseca... la cultura non è... [quindi] semplicemente un prodotto della struttura sociale, nè una forza che produce effetti ‘misurabili’, come vorrebbero i positivisti... La cultura non crea ‘effetti’, ma un *contesto simbolico* nel quale emerge il significato della società e delle personalità” (Giglioli, 2007:50).

y formas de interacción subsistémicas que llevan a definirlo en calidad de una ciencia interpretativa universal hacia la búsqueda de significados individuales a partir de un orden (u organización) social universalmente compartido. Es decir, que si por un lado es entendida como una suerte de artefacto dentro del cual la concepción del género humano *no* resulta unido en un todo, por el otro se construye a partir de una imagen global generada por un mosaico de diversidades y particularidades relativas.

Entendida como sistemas en interacción de signos interpretables (que, ignorando las acepciones provinciales, “yo llamaría símbolos” —afirma Geertz—), la cultura no es una entidad, algo a lo que puedan atribuirse de manera causal acontecimientos sociales, modos de conducta, instituciones o procesos sociales; la cultura es un contexto dentro del cual pueden adscribirse todos esos fenómenos de manera inteligible (Geertz, 1992:27).

Esto sin importar la forma, la esencia o la potencial incompatibilidad de las realidades que juegan su peculiar papel.

IV. PALABRAS ASOCIADAS CON EL CONCEPTO DE CULTURA

La importancia de generar un documento que haga hincapié tanto en un marco teórico estructurado como en un replanteamiento empírico del problema radica en la ventaja encarnada por la comprobación empírica del objeto de estudio idealizado. En este caso, y con objeto de indagar qué representaciones efectivamente caracterizan la manera de ver la cultura por parte de los entrevistados, se les solicitó, a partir de una pregunta evocativa, que mencionaran dos palabras o frases que asociaran con la palabra “cultura”.

Se analizan aquí las asociaciones, las definiciones y las descripciones que han generado las personas acerca del tema. El objetivo de ello fue ver cómo y a partir de qué elementos se construyen las representaciones de la cultura en el estado de Colima.

Con el concepto de cultura, las palabras que se asociaron con mayor frecuencia son arte (42.3%), educación y aprendizaje (24.3%), tradiciones y costumbres (17.1%). Otras menciones se refirieron a la idea de persona culta (11.6%), de libros y de lectura (7.3%) (véase tabla 1 en anexo 2).

A estas palabras siguen asociaciones dispersas, que se refieren a lugares y espacios (11.0%); a la sociedad (9.7%); a la identidad y a las raíces individuales (6.5%); al entretenimiento (6.4%); al recuerdo de los antepasados (6.4%), y más en general a las formas de expresión (3.7%). También puede resultar interesante notar que un grupo importante de los encuestados no supo qué palabras asociar con la idea de cultura (11.0%) (véase tabla 1 en anexo 2).

1. *Cultura y escolaridad*

Un aspecto importante que se observa al analizar los resultados de acuerdo con la escolaridad de los encuestados muestra cómo aquellos con licenciatura completa son los que en mayor medida relacionan la palabra cultura con arte (74.2%), mientras que los que realizaron una maestría o alcanzaron niveles todavía más elevados de instrucción asociaron el concepto de cultura a la educación y al aprendizaje (66.3%) o afirmaron que la cultura es representada por una persona culta (37.5%).

Por otra parte, los encuestados que no tienen ninguna instrucción presentaron mayores problemas para responder a este reactivo, ya que dos de cada diez (20.3%) mencionan no saber con qué se relaciona la palabra “cultura”. En lo que concierne al resto de las variables sociodemográficas, no se observan diferencias significativas en los resultados (véase tabla 1 en anexo 2).¹⁹

¹⁹ El lenguaje en uso de una sociedad refleja el habla cotidiana, y contiene por ello las representaciones sociales más comunes acerca de los objetos que describe. Contiene también, aquellas representaciones más asentadas e instituidas en las prácticas y discursos predominantes. Así, las asociaciones con la palabra “cultura” se podrían ubicar en varios campos: los referidos a la educación;

2. *Cultura y ambiente social*

Así como es importante detectar aquello que concierne a la función ejercida por el concepto de cultura y la percepción que los entrevistados tienen de ello, de la misma manera es significativo buscar un significado a la localización del concepto. Es decir, tratar de identificar de manera general dónde los entrevistados han escuchado o escuchan, normalmente, hablar de cultura.

Los espacios en donde los colimenses escuchan hablar de cultura con mayor frecuencia son los medios de comunicación, en particular la televisión (53.9%), seguida por la escuela (45.5%), la radio (38.6%) y los periódicos (32.4%) (véase tabla 2 en anexo 2).

Además, se puede afirmar que, en relación con el análisis de las variables sociodemográficas, se observa que si bien la televisión es el espacio principal a través del cual los encuestados escuchan hablar de cultura, las personas entrevistadas que cuentan con un nivel de secundaria incompleta y con un nivel de educación superior representan la porción de población que individualizó en la escuela el espacio más significativo en donde el concepto de cultura sufre el mayor empleo (secundaria incompleta, 63.6%; universidad incompleta, 61.5%; universidad completa, 46.4%; maestría o más, 43.0%) (véase tabla 2 en anexo 2).

Esta misma tendencia se confirma en el caso de un análisis desagregado por ingreso, en donde los encuestados cuyas familias perciben más de diez salarios mínimos (65.7%) hicieron referencia a la escuela como espacio en donde se hace el mayor uso de la palabra “cultura”. Mientras que los que perciben entre siete y diez salarios mínimos adjudicaron la responsabilidad para la

la alta cultura y bellas artes; la cultura popular; la herencia y tradiciones y la cultura como forma de vida. Las concepciones de la cultura varían de acuerdo con la experiencia, edad y contexto social en el que se ubican los entrevistados. Los contenidos atribuidos a la cultura también varían. No obstante, permanecen los difundidos por los medios y las instituciones relativas a la “alta cultura” y las bellas artes, como bien pudo apreciarse en las respuestas dadas por los individuos encuestados.

reproducción del concepto a los periódicos (60.0%). Así, los que perciben entre 0 y 7 salarios mínimos como ingreso mensual se inclinaron por la televisión como el espacio en el que más escuchan hablar de cultura. Para el resto de las variables sociodemográficas, no se perciben diferencias representativas (véase tabla 2 en anexo 2).

Es posible, por lo tanto, afirmar que a medida que las familias perciben un rédito económico mayor, los entrevistados modifican sus hábitos de consumo cultural, eligiendo lugares o instituciones específicos (la escuela, por ejemplo), como los espacios preponderantes en donde se menciona o se reproducen algunas formas de cultura, y que los encuestados aumentan su espacio de percepción cultural aprovechando sus posibilidades económicas para salir del ambiente familiar y acceder a otros servicios de divulgación cultural.

V. INTERÉS EN LA CULTURA

Más allá de lo dicho, también es interesante investigar no solamente acerca de las posibilidades de acceso a los servicios (o consumo) cultural que tienen los entrevistados, sino también el interés que los colimenses demuestran hacia ello.

Para ello se preguntó qué tanto interesaba a los entrevistados lo que pasa en las actividades culturales (*¿Qué tanto interés tiene por lo que pasa en la cultura o en las actividades culturales?*).

Los resultados muestran que entre los encuestados existe poco interés por conocer lo que pasa en la cultura o en las actividades culturales. De manera más específica, los datos arrojaron que solamente tres de cada diez (29.8%) entrevistados manifiestan un interés importante en la cultura (véase tabla 3 en anexo 2).

Por el contrario, cuatro de cada diez (38.3%) encuestados expresaron tener poco o ningún interés en este tipo de actividades. De ellos, el 25.8% afirmó tener poco interés, y el 12.5% manifestó no tener ningún interés en las actividades culturales (véase tabla 3 en anexo 2).

De acuerdo con algunas de las características sociodemográficas de los encuestados, se puede afirmar que el 37.6% de los hombres manifiesta un interés mediano acerca de las actividades culturales; por otra parte, las mujeres han manifestado casi el mismo porcentaje, pero inclinándose hacia una mayor respuesta afirmativa, situación demostrada por el 34.5% de ellas, que confirmó un alto interés hacia el consumo cultural.

A su vez, los hombres respondieron en mayor medida que se interesaban poco por este ámbito (30.5%, en comparación con 21.6% de las mujeres). Finalmente, las mujeres respondieron que no se interesan para nada en lo que pasa en la cultura o en las actividades culturales (17.1%, en comparación con 7.3% de los hombres (véase tabla 3 en anexo 2).

De acuerdo con la distribución por grupos de edad, los porcentajes de quienes afirman tener mucho interés por la cultura son menores entre los encuestados que tienen de quince hasta cuarenta años; por ejemplo, aquellos que tienen entre veinte y veinticuatro años son los que en mayor proporción respondieron que no se interesan para nada en este ámbito (34.7%).

Entre los que respondieron tener poco interés en la cultura, los porcentajes disminuyen a medida que aumenta la edad, y son los que tienen entre 65 y 69 años quienes más se interesan por el terreno cultural (61.9%) (véase tabla 3 en anexo 2). Es decir, que existe una relación directamente proporcional entre la edad y el interés en la cultura, incrementándose ésta a medida que los actores sociales tal vez maduran y empiezan a tener intereses más cercanos en manifestaciones culturales específicas.

De acuerdo con el nivel de escolaridad de los encuestados, se observa que son aquellos con maestría quienes en mayor medida afirmaron interesarse por el ámbito cultural (59.4%). Es relevante destacar que los encuestados con primaria completa también respondieron con una frecuencia significativa que se interesan mucho por las actividades culturales (45.5%).

En contraste, son los que cuentan con preparatoria completa y universidad completa los que con mayor frecuencia respondieron

que se interesan poco por este tema (37.0% y 59.7%, respectivamente). Finalmente, los encuestados que no tienen instrucción son los que en mayor proporción respondieron que no tienen ningún interés por la cultura o las actividades culturales (24.2%) (véase tabla 3 en anexo 2).

Finalmente, es importante señalar que son los encuestados que tienen más de diez salarios mínimos como ingreso familiar mensual quienes más respondieron que se interesan poco en la cultura (59.7%), mientras que los que tienen de cinco a siete y de siete a diez, son los que más se interesan por este tema (60.0% y 75.5%). Por otra parte, los que perciben entre cero y un salario mínimo son los que en mayor medida declaran no interesarse para nada en la cultura (30.1%) (véase tabla 3 en anexo 2).

Viso lo anterior, es posible reflexionar acerca de que la cercanía o el hábito del consumo cultural representa una manifestación social (o un tipo de representación social), que caracteriza las normas y el comportamiento de los individuos. Además, dependiendo del estatus social o del reconocimiento buscado por ellos, los atractivos o las costumbres de consumo se modifican, y ocasionalmente se mezclan entre las más diversas manifestaciones.

Igualmente, como se verifica con otros hábitos, como por ejemplo la compra de bienes materiales de uso cotidiano o el consumo de bebidas alcohólicas o la asistencia a locales nocturnos o círculos exclusivos, la percepción general es que las personas que disponen de mayores recursos económicos o que han alcanzado niveles más elevados de instrucción, el consumo cultural se incrementa o se manifiesta de forma especial.

A pesar de ello, la encuesta dio cuenta de un panorama social distinto, que demuestra que el mayor consumo cultural se localiza entre los entrevistados de sexo femenino, dentro de la faja de edad entre los 65 y los 69 años, que han alcanzado un nivel de instrucción de maestría, y que perciben un sueldo mensual comprendido entre los cinco y los diez salarios.

De manera general se puede entonces afirmar que en Colima quienes se interesan por las actividades culturales con mayor fre-

cuencia representan una parte de la población que ha alcanzado un nivel de madurez (también desde el punto de vista de su edad), que les permite tener tiempo a su disposición para participar de sus actividades preferidas, y que perciben un nivel de ingreso que les concede la posibilidad de acceder sin particulares restricciones al consumo cultural. Al mismo tiempo, este segmento de la población no representa una franja especial de los entrevistados, sino más bien se ubican tanto en los niveles medios de ingreso como de instrucción.

Ahora, las motivaciones por las cuales los entrevistados con los mayores niveles de ingreso o que alcanzaron niveles de instrucción cercanos al doctorado no acceden con la misma frecuencia a los servicios culturales se pueden explicar a partir de la falta de tiempo de los mismos o por razones de gusto personal.

Por su parte, en cuanto a las motivaciones que llevan a los encuestados a no tener interés en el consumo cultural, el apartado a seguir se encargará de ofrecer una explicación más específica y detallada.

VI. ¿CÓMO EXPLICAR EL DESINTERÉS EN LA CULTURA?

Para explicar la falta de interés en las actividades relacionadas con la cultura (y consecuentemente de su consumo) no es suficiente atribuir esta responsabilidad solamente a la edad, a la escolaridad o al ingreso. Así que para el desarrollo de la investigación se emplearon interrogantes específicos acerca de cuáles eran las preferencias y los gustos de los entrevistados, así como qué tanta información tenían los encuestados acerca del tema, entre otros elementos.

En este sentido, las preguntas fueron las siguientes: *¿Cómo se forman las predisposiciones y preferencias sobre la cultura y las actividades culturales? ¿Cómo responden los individuos a la información sobre cultura? ¿Cómo se difunde la información sobre la cultura y a través de qué medios? ¿Cómo se evalúa esta*

información a la luz de sus valores y otras predisposiciones? Y finalmente, ¿cómo se convierten en reacciones o actitudes hacia ciertos temas o actúan en determinados sentidos?

Si se entiende al interés como preocupación compartida, como intencionalidad y direccionalidad hacia un objeto, este interés se forma a través de los procesos de socialización, que brindan los códigos para comprender y evaluar, alejarse o acercarse a determinados objetos y manifestaciones culturales e incorporarlos como una forma de vida (conductas o hábitos), a menudo reconstruidas por medio de los procesos de socialización en la familia y en la escuela (Bourdieu, 1988).

Es más, los sistemas de percepción humana, siendo sistemas de calificación valorativa y de codificación de los comportamientos, son objetivamente referidos (a través de los condicionamientos sociales que los han gestado) a una condición social. A su vez, los condicionamientos asociados a una clase particular de contextos de existencia producen *habitus*, que de acuerdo con Bourdieu son sistemas de disposiciones duraderas y transferibles, organizaciones estructuradas predispuestas para funcionar como sistemas estructurantes, como principios generadores y organizadores de prácticas y representaciones (Bourdieu, 1988). Desde esta perspectiva, el *habitus* es generado por las mismas estructuras objetivas, y éste (el hábitus), a su vez, genera las prácticas individuales, dando a la conducta esquemas de percepción, pensamiento y acción (Bourdieu, 1988).

En este sentido, y para evaluar cómo los colimenses construyen e interpretan el significado del concepto de cultura, se puede partir de la pregunta *¿cómo se construyen el significado o los múltiples significados de la cultura?* De manera general, esta cuestión obliga a ahondar en los procesos de la construcción de representaciones y de la reflexividad, que en la vida cotidiana se traducen en guías que orientan las actitudes. En cambio, de manera más específica, y considerando que la cultura es un elemento cambiante tanto en forma como en alcance (los patrones de comportamiento varían con el tiempo), de la misma manera, las actitudes y la nor-

matividad de los individuos sufren variaciones. Además, a medida que el nivel de compromiso cognitivo de una persona con un tema se hace mayor, igualmente resultará mayor la posibilidad de que el actor esté expuesto al condicionamiento debido al estímulo cultural, y por lo tanto que se encuentre más fácilmente dirigido a generar patrones de comportamiento que lo incluyan.

La información acerca de la cultura y de las actividades culturales se adquiere de varias fuentes: particularmente de los medios, del discurso de las elites, de la información que se brinda en la familia, de la escuela, o del ambiente que rodea a los individuos que la valoran y la convierten en opiniones y actitudes. No obstante, como señala Zaller, la gente es capaz de reaccionar críticamente a los argumentos y discursos que se le presentan, sólo en la medida en que tenga información acerca del tema y pueda vincular a éste con su contexto (Zaller, 1992). Es decir, que la gente tiende a resistirse a los argumentos que son inconsistentes con sus predisposiciones y representaciones, pero lo hace sólo en la medida en que posee la información contextual necesaria para percibir una relación entre los mensajes y sus predisposiciones.

Los individuos parecen no aprender más de las fuentes que consideran creíbles, sino que simplemente aceptan el liderazgo de opinión más fácilmente. No obstante, entre las personas comprometidas con un tema esto no se da, no se recurre a la fuente "creíble" (Zaller, 1992). Igualmente, la socialización transmitida en la mayoría de las familias, en la escuela, o en los medios de comunicación, no brinda los códigos para comprender una serie de objetos y manifestaciones culturales en transformación, y al contrario, los códigos que se transmiten, conocen y manejan entre generaciones se van diluyendo con el tiempo hasta perder vigencia en la actualidad. En este tipo de proceso se hace entonces más complicado para los individuos establecer vínculos entre la información que reciben y su contexto.

El nivel de información que los individuos pueden obtener y la tipología del conocimiento absorbido por los actores sociales

son elementos determinantes para el estudio del consumo cultural, sobre todo en lo que concierne al uso que las personas hacen de esas herramientas y por el seguimiento que los entrevistados le dan. Para obtener información acerca de lo mencionado, se preguntó a los entrevistados *¿Qué tipo de información circulara en los medios sobre la cultura?* De esa manera se pretendió buscar claridad acerca de dos cuestiones puntuales: en la cantidad de información divulgada, y en la calidad de información que transmiten los medios de comunicación de masa; es decir, qué tipo de información llega a conocimiento de los entrevistados y qué respuesta se hace posible por parte de ellos hacia este tipo de divulgación.

De manera general, los datos recabados por la encuesta muestran que la divulgación y la cantidad de información acerca de temáticas culturales es escasa y elitista. Es decir, que no solamente no tiene un trayectoria amplia de divulgación, sino que también tiene un espacio de distribución del conocimiento que reproduce preferentemente los discursos de las elites, los mismos que a su vez tienden a ocultar esferas de la cultura y del conocimiento, consideradas equivocadamente de menor valor intelectual. Así que las manifestaciones de la cultura popular se retrotraen a lo folklórico, generando una suerte de patrimonio nacional de conocimiento ligado todavía a una versión histórica y monumental del mismo. Igualmente, en el intento de reconstruir creencias y tradiciones ancestrales y de “prepararlas” para un consumo masivo, esas costumbres (antiguamente basadas en la cotidianeidad de los usos) o hábitos sufren modificaciones o distorsiones en sus contenidos originles.

Al contrario, las representaciones culturales o sus manifestaciones sociales divulgadas por lo medios de comunicación, y que responden a la definición de “alta cultura”, tienden a ser aceptadas en forma acrítica y anómica por la mayoría de las personas.²⁰

²⁰ La referencia a un tipo de cultura “alto” se explica solamente a la luz de un reconocimiento social presente u oculto acerca de prácticas o costumbres que contemplan el consumo de un tipo de conocimiento culto, a menudo con-

La cultura, tal y como se presenta en los medios, se percibe por lo tanto como algo alejado de la vida cotidiana que es deseable, pero que al mismo tiempo representa un estatus inaccesible.

VII. EL VALOR Y LA UTILIDAD DE LA CULTURA

La importancia de un análisis sobre consumo cultural se construye sobre dos ejes principales: el tipo de consumo y el valor que el público le atribuye. Por un lado, representa el conjunto de valores comunes y compartidos por toda la comunidad. Por el otro, explica la presencia de una diversificación y de una pertenencia individual de los actores sociales a una multitud de microuniversos simbólicos peculiares y abiertos.

Así que, con base en esta definición, el bagaje cultural se propone como un proceso dentro del cual tanto la identidad personal como la caracterización de los sentidos adquiridos se fundan y se constituyen en una nueva representación del sujeto. De esa manera, la investigación busca definir las preferencias individuales, pero también asegurar un análisis generalizado y reproducible que pueda ofrecer las pautas para un estudio en profundidad de las características y los gustos de los colimenses, así como la importancia que éstos atribuyen a un determinado tipo de consumo; es decir, el valor de la cultura y la importancia para el desarrollo de la vida (en la cotidianidad) de los entrevistados.

En la investigación se intentó un acercamiento al tema por medio de preguntas cerradas con opciones específicas de respuesta construidas a partir de una prueba inicial. De manera más específica, con relación a la pregunta *¿para qué sirve la cultura?* se les pidió a los entrevistados que mencionaran tres opciones. Por una

siderado como un elemento inalcanzable o poco definido de la cultura popular o del conocimiento generado por un público que no tiene los elementos cognoscitivos (o la preparación académica suficiente) para percibir su presencia y apreciar sus características peculiares.

parte, las opciones de respuesta que han sido elegidas con mayor frecuencia se distribuyen según una elección bivariada: para fortalecer la personalidad (43.3%) y para convivir mejor (42.7%). Es decir, que los entrevistados han considerado que el conocimiento y el consumo cultural representan herramientas importantes para la construcción de la persona y para la generación de enlaces sociales específicos. Por otra parte, se observa que el 38.0% de los entrevistados contestó que la cultura sirve para aprender habilidades, mientras que prácticamente tres de cada diez personas (28.8%) afirmaron que la cultura es de utilidad para desarrollar conciencia (véase tabla 55 en anexo 2).

Resulta interesante hacer notar que solamente el 17.2% de los encuestados consideró que la principal función de la cultura es la de fortalecer la identidad nacional. Esto significa que las personas piensan en la cultura como algo para adquirir, y de ninguna manera algo que los individuos llevan intrínsecamente en su mentalidad, en sus hábitos, en su forma de pensamiento o en sus costumbres. Los entrevistados demostraron de esa manera que la así llamada “alta cultura” se acerca al estereotipo deseado del conocimiento; el mismo que más allá del efecto personal que puede tener en la psique de las personas genera un efecto socialmente deseado en el público. Finalmente, el 5.1% comentó que la función de la cultura era representada por la diversión (véase tabla 55 en anexo 2).

Al observar los resultados de acuerdo con el sexo de los encuestados, se percibe que los hombres consideran en mayor medida que la cultura sirve para fortalecer la personalidad (45.9%), mientras que las mujeres señalan que ayuda a convivir mejor (46.6%). En lo que concierne a las demás variables sociodemográficas, no se observan diferencias importantes (véanse cuadro 12 y tabla 55 en anexo 2).

Cuadro 12
¿Para qué sirve la cultura?

	Convivir mejor	Aprender habilidades	Divertirse	Fortalecer identidad nacional	Desarrollar conciencia	Fortalecer personalidad	Otra	NS	NC
Hombre	38.2	34.6	4.6	19.2	31.6	45.9	0.3	2.6	0.1
Mujer	46.6	41.1	5.5	15.3	26.3	40.8	0.0	4.0	0.3

FUENTE: Encuesta Estatal de Valores y Consumo Cultural. Fondo mixto Conacyt-Gobierno del Estado de Colima, abril, 2006. Pregunta de respuesta múltiple, los porcentajes no suman 100.

Se puede afirmar, entonces, que para los encuestados la cultura es valorada porque proporciona conocimientos y habilidades intelectuales y prácticas que se pueden emplear en la cotidianeidad, y que ofrece a quien se acerca a su consumo, un estatus social reconocido como apreciable por el contexto en donde los entrevistados desarrollan sus vidas.²¹

Para evaluar la percepción personal acerca de la importancia de actividades culturales específicas para las vidas de los entrevistados, se pidió a las personas que asignaran una calificación de 0 a 10 (en donde 0 es nada importante, y 10 es muy importante) a algunas de las manifestaciones culturales que se les propuso. En general, la encuesta demostró que hacer deporte es la actividad más importante que se ha registrado entre los entrevistados (7.88 sobre 10); en segundo lugar los encuestados valoran tener una computadora (7.65/10), y finalmente valoran el acceso a Internet (7.27/10). La lectura de libros, en cambio, quedó en cuarto lugar (7.23/10), y otras actividades culturales, como ir a museos, asistir

²¹ La cultura, entendida como forma de conocimiento y de reconocimiento entre actores sociales, brinda no solamente la posibilidad de extender el nivel de información, sino también la manera de absorción del mismo, por medio de la asistencia a ambientes socialmente apreciados o reconocidos como aptos para la divulgación cultural (cualquiera que ésta sea). Los entrevistados, por lo tanto, consideran deseable la cultura y todo lo que alrededor de ella se desarrolla.

al teatro o a conciertos no registran resultado importantes (véase cuadro 13 en anexo 2).

Los datos también muestran que para los entrevistados no es muy importante el acceso a los sistemas de información sistematizados que ofrecen las bibliotecas o las instituciones dedicadas a ello (6.17/10), y que no entienden como determinante la posibilidad de acercarse a un consumo cultural “culto” (como la frecuencia a museos o casas de la cultura, y el teatro: 6.26/10, 6.18/10, 5.80/10, respectivamente).

Es decir, que a pesar de considerar el consumo cultural como una manera para mejorar la convivencia social o para el fortalecimiento de la personalidad, los colimenses eligen desarrollar actividades de naturaleza distinta, y de esa manera invalidan su afirmación acerca de la percepción de valores atribuidos a la cultura y a su consumo.

La percepción que los colimenses tienen acerca del significado de cultura, entonces, no “se refiere a los valores que comparten los miembros de un grupo dado, a las normas que pactan y a los bienes materiales que producen” (Giddens, 1987); más bien buscan desarrollar actividades culturales con base en una exigencia casual o esporádica, que se concreta en la participación aislada (por parte de individuos específicos) en actividades específicas.

Cuadro 13

En una escala de 0 a 10, donde 0 es nada importante y 10 es muy importante, ¿qué tan importante es para su vida...?

<i>Actividad</i>	<i>Promedio</i>
Hacer deporte	7.88
Tener computadora	7.65
Tener acceso a Internet	7.27
Leer libros	7.23
Leer periódicos	7.06
Ver la televisión	7.00
Oír el radio	6.97

Ir a salas de lectura	6.79
Tener correo electrónico	6.63
Poder ver películas en video o DVD	6.41
Leer revistas	6.37
Ir a los museos	6.26
Ir a casas de cultura	6.18
Tener acceso a bibliotecas	6.17
Ir al cine	6.09
Ir al teatro	5.80
Ir a conciertos	5.79

FUENTE: Encuesta Estatal de Valores y Consumo Cultural. Fondo mixto Conacyt-Gobierno del Estado de Colima, abril de 2006.

Lo anterior explica los factores determinantes del comportamiento sociocultural de la población colimense, sobre todo en lo que concierne a la actitud valorativa hacia la reproducción de manifestaciones culturales específicas y los gustos que derivan de ellas, y que guían la elección que las personas hacen dentro del contexto del consumo cultural.

En este sentido, los apartados siguientes se encargarán de ofrecer mayores detalles y los elementos empíricos suficientes para generar una interpretación rica de los datos y de las características de personalidad de nuestros entrevistados.