



## INTRODUCCIÓN

Las modificaciones en el comportamiento de las personas, sufridas a lo largo del tiempo, no se muestran solamente en las actitudes de los individuos hacia los demás, sino también en la relación que éstos generan dentro de los intercambios que interesan al consumo y al uso de la cultura como medida para alcanzar el desarrollo intelectual del público que accede a los servicios para su divulgación. Lo anterior permite explicar gran parte de la concepción que de la cultura se tiene y los usos que de ella se desprenden. Además, estudiar las formas de desarrollo de un hábito cultural representa una tarea compleja y determinante en la configuración de políticas dedicadas a la mejora, la corrección o el incremento de preferencias socioculturales propias.

Buscar un marco de referencia social de la población, y de manera particular estudiar patrones generalizables de reproducción cultural, implica acercarse a la realidad del consumo y de la elección cultural que los actores sociales hacen sobre los bienes a su disposición. Esto es, conocer cómo los individuos eligen consumir determinados tipos de bienes y por qué deciden acercarse a manifestaciones culturales concretas. Se vuelve de gran importancia analizar si, y cómo los mexicanos acceden a servicios de consumo cultural, destacando cuáles instituciones o estructuras de producción cultural o intelectual resultan ser las más conocidas y empleadas en la divulgación del conocimiento y de la información.

Por ello, se eligió estudiar el fenómeno del consumo cultural en el estado de Colima, zona del país que amerita una atención específica de las posibilidades de acceso a los servicios de divulgación cultural y a la generación de una práctica cultural deter-

minada, ya que su población muestra un comportamiento particular con relación al tema de esta investigación, que se deriva del conjunto de valores y actitudes que le son propios.

De manera general se puede decir que las motivaciones mencionadas con mayor frecuencia son la falta de posibilidades económicas (un rédito familiar escaso para poder pagar el acceso a manifestaciones culturales diversas), pero también un interés poco desarrollado en relación con expresiones de este tipo. Por esto es que los objetivos de la investigación han sido múltiples, y se han dedicado a la explicación del fenómeno del consumo cultural con base en interrogantes que intentan dar claridad a distintas dimensiones del problema: análisis de las transformaciones culturales en un contexto de globalización y cambio político; reconocimiento de las transformaciones socioculturales que aportan la pertenencia a distintos contextos culturales y socioeconómicos, diversas regiones del país y generaciones de mexicanos; conocimiento de las modalidades de consumo cultural y de uso de los bienes; la “recolección” de los insumos necesarios para el diseño de políticas culturales específicas abocadas a la incorporación de las experiencias de los agentes culturales locales y a la integración de los mismos en un proceso de mejora del consumo y de los usos cotidianos del público.

Por todo ello, se han planteado los siguientes interrogantes, y se ha buscado que la investigación arroje luces para su clarificación: ¿Qué cambios y transformaciones en los valores caracterizan a la sociedad colimense hoy? ¿Qué tipo de actitudes, valores y orientaciones predominan en un contexto de cambio de siglo y de cambio político? ¿Qué modalidades asume la relación entre las instituciones y los ciudadanos en este contexto? ¿De qué maneras la sociedad colimense vive los procesos de globalización? ¿Cómo se relacionan estos procesos con el cambio cultural?, y ¿Qué características y modalidades presenta el consumo cultural y cómo se relaciona con los procesos anteriormente descritos?

Para el desarrollo de la investigación y para el análisis de los resultados se han propuesto tres ejes, que se vuelven fundamen-

tales para el logro de los objetivos planteados: por una parte está dirigida a conocer las características del consumo y de las prácticas culturales en el estado de Colima; por otro lado, busca identificar prácticas culturales específicas que orientan 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 dedica a reconstruir las percepciones sobre cultura y patrimonio cultural del estado de Colima a partir de la perspectiva individual de los encuestados; es decir, se busca definir la cultura y su percepción local desde el contexto social predeterminado.

Así, en un primer momento se muestran los distintos modelos de consumo y de prácticas culturales a partir de las formas sociales en que se desarrollan y permanecen en el imaginario colectivo colimense, de los actores que las transmiten y de los ámbitos sociales en los cuales nacen, se reproducen y se mantienen. En segunda instancia, tanto la determinación de los patrones de reproducción cultural como los valores de los cuales se generan representan los ejes caracterizadores de nuestro análisis.

Finalmente, se analizan las actitudes, los valores y las opiniones de los actores sociales acerca del tema. De la misma forma, se explican los factores principales que inciden en los patrones de consumo y en las prácticas culturales de la población colimense. Para ello se tomó 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. Igualmente, se tratará de explicar la relación que existe entre dichos factores, haciendo hincapié en sus conexiones empíricas con el sexo de los entrevistados, su edad, su nivel de escolaridad, su ocupación, el nivel de ingreso y la zona de residencia, entre otras.

Los resultados de la investigación permiten abordar el tema del consumo con base en cuatro ejes complementarios: el conocimiento de cómo los colimenses se acercan al consumo cultural (es decir, que propone un diagnóstico general acerca de los usos

y las costumbres de consumo de los bienes culturales); el tipo de elección tomada por el público (cuáles actividades prefiere el público para sus momentos de diversión o empeño intelectual); la percepción de los colimenses acerca de la improtancia que cobra el aparato cultural en el desarrollo de sus vidas (construcción de un marco sociocultural de los entrevistados y de un perfil aproximado de los gustos y de los motivos determinantes —escolaridad, dinero, entre otros—); las motivaciones del acceso o no acceso a las estructuras que ponen a disposición los ambientes de consumo, como los teatros, los cines, los eventos musicales, las librerías, las bibliotecas, las zonas arqueológicas, etcétera. Es decir, que con el presente estudio se tratará de buscar no solamente qué tipo de consumo generan de forma cotidiana los colimenses, sino también cómo y por qué eligen consumir determinados tipos de bienes en lugar de otros.

Los apartados en los que se divide este informe son los siguientes: el primer apartado contiene las consideraciones teóricas y metodológicas de la investigación; el perfil de la población entrevistada se consigna en un segundo apartado; mientras que en el tercero se analizan las concepciones sobre la cultura que permiten reconstruir el contexto en el que se enmarcan el consumo y las prácticas; en el cuarto apartado se abordan los procesos de socialización y transmisión de valores relacionados con el patrimonio cultural.

El tiempo libre es presentado y analizado en el quinto apartado. En la sexta sección se examinan las prácticas culturales prevalecientes y las diversas modalidades de consumo cultural; en la séptima sección se revisa la presencia e impacto de los medios de comunicación. El octavo apartado recoge las percepciones sobre el patrimonio cultural en el estado, y por último se incluye una sección que resume los resultados de la investigación y consigna las conclusiones y los comentarios finales del trabajo.