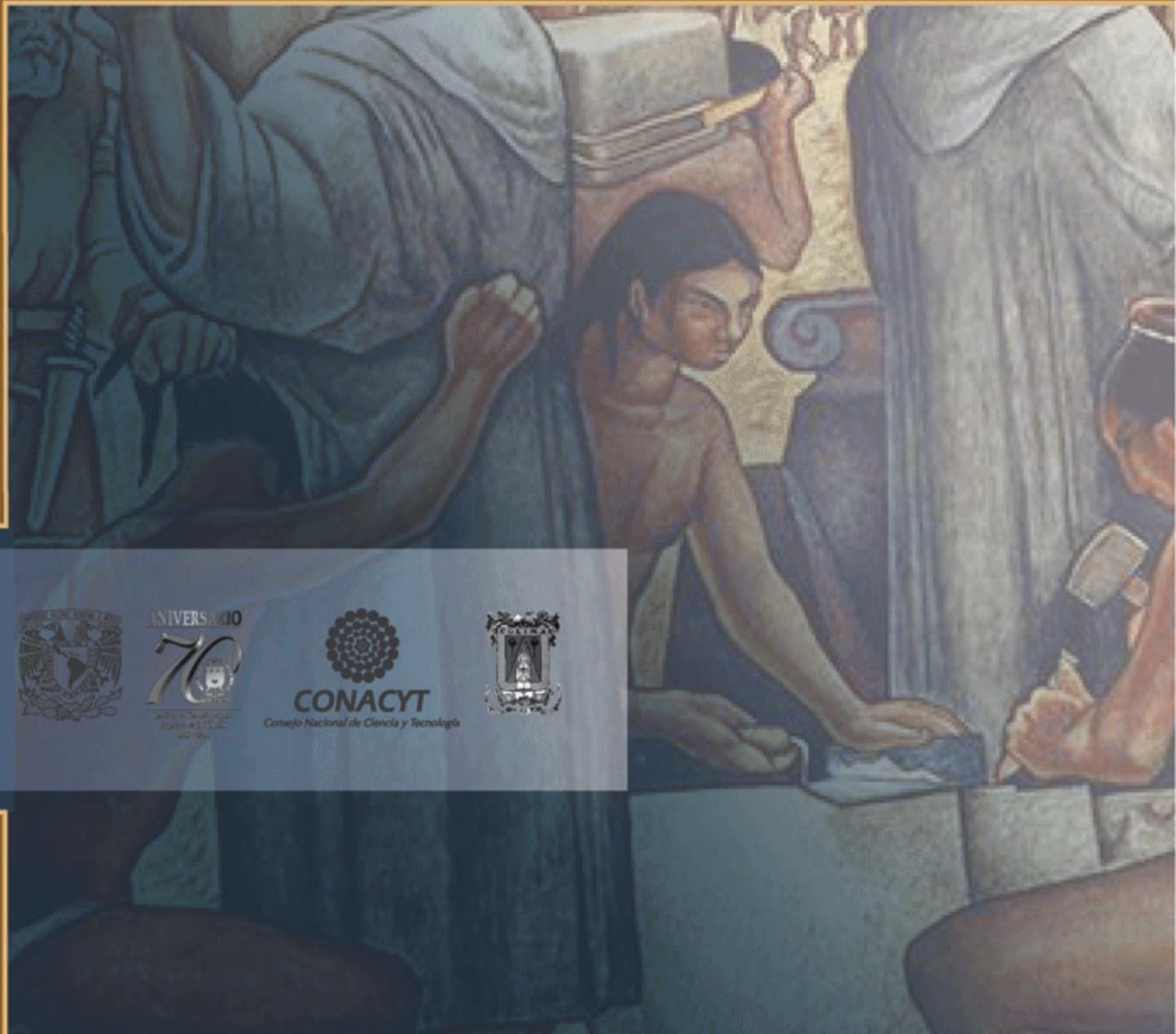


# ESTRUCTURA Y TENDENCIA DE CONSUMO CULTURAL EN EL ESTADO DE COLIMA

ENCUESTA ESTATAL DE VALORES  
Y CONSUMO CULTURAL

*ÁREA DE INVESTIGACIÓN APLICADA Y OPINIÓN*



**CONACYT**  
Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología



ESTRUCTURA Y TENDENCIA DEL CONSUMO  
CULTURAL EN EL ESTADO DE COLIMA

Encuesta estatal de valores y consumo cultural

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES JURÍDICAS

*Director*

Dr. Héctor Felipe Fix-Fierro

*Secretario Académico*

Dr. Pedro Salazar Ugarte

*Secretaria Administrativa*

CP. María Luisa Mendoza Tello

*Coordinador de la Unidad de Planeación y Relaciones Institucionales*

Dr. Jorge Ulises Carmona Tinoco

*Jefa del Departamento de Publicaciones*

Elvia Lucía Flores Ávalos

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES JURÍDICAS  
Área de Investigación Aplicada y Opinión

*Coordinadora*

Mtra. Julia Flores Dávila

*Investigadores participantes*

Dr. Mauricio Padrón Innamorato

Dra. Patricia Román Reyes

Lic. Rebeca Domínguez Cortina

Mtro. Tristano Volpato

*Diseño muestral y apoyo estadístico*

Act. Guillermo Cuevas Pineda

Act. Iván Núñez Antonio

*Integrantes del Área*

Dr. Carlos Silva Forne

Mtra. Mónica Maccise Duahye

Lic. Horacio Hernández Avilés

Lic. Alberto Romero Beltrán

Lic. Jorge Tello Torres

*Apoyo de cómputo*

Ing. Arturo Mondragón Lule

*Apoyo logístico*

Navorina Díaz Pineda

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES JURÍDICAS  
Serie ESTUDIOS JURÍDICOS, núm. 165

---

Coordinadora editorial: Elvia Lucía Flores Ávalos

Edición: Miguel López Ruiz

Formación en computadora: José Antonio Bautista Sánchez

# ESTRUCTURA Y TENDENCIA DEL CONSUMO CULTURAL EN EL ESTADO DE COLIMA

## Encuesta Estatal de Valores y Consumo Cultural



FONDO MIXTO CONACYT  
GOBIERNO DEL ESTADO DE COLIMA  
Colima 2005-CI2-04  
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES JURÍDICAS  
Área de Investigación Aplicada y Opinión  
MÉXICO, 2010

Primera edición: 30 de septiembre de 2010

DR © 2010, Universidad Nacional Autónoma de México

Ciudad Universitaria, 04510 México, D. F.

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES JURÍDICAS

Circuito Maestro Mario de la Cueva s/n  
Ciudad de la Investigación en Humanidades  
Ciudad Universitaria, 04510 México, D. F.

Impreso y hecho en México

.....ISBN", 9: /829/24/3946/3

## CONTENIDO

Presentación . . . . .	XIII
Introducción . . . . .	XV

### CAPÍTULO PRIMERO

#### CONSIDERACIONES TEÓRICAS Y METODOLÓGICAS

I. Principales dimensiones de análisis . . . . .	1
II. Consumo cultural en México... . . . .	2
III. ...Y su evolución conceptual. . . . .	3
IV. El consumo cultural y sus políticas . . . . .	5
V. Estrategia metodológica . . . . .	9
VI. Instrumentos de investigación . . . . .	10
VII. Variables del estudio . . . . .	11
VIII. Diseño muestral y esquema de la muestra . . . . .	12

### CAPÍTULO SEGUNDO

#### PENSAR, SENTIR Y VIVIR LA CULTURA

I. Aproximación al concepto de representaciones so- ciales . . . . .	16
II. Construcción conceptual . . . . .	17

III. Aproximación teórica al concepto de cultura . . . . .	23
IV. Palabras asociadas con el concepto de cultura . . . . .	31
1. Cultura y escolaridad . . . . .	32
2. Cultura y ambiente social. . . . .	33
V. Interés en la cultura . . . . .	34
VI. ¿Cómo explicar el desinterés en la cultura?. . . . .	37
VII. El valor y la utilidad de la cultura. . . . .	41

### CAPÍTULO TERCERO

#### PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO Y SOCIOECONÓMICO DE LA POBLACIÓN ENTREVISTADA

I. Perfil sociodemográfico . . . . .	47
II. Escolaridad . . . . .	49
III. Aproximación al nivel socioeconómico de la población estudiada . . . . .	54
1. Ingreso familiar. . . . .	55
2. Condición de actividad . . . . .	56
IV. Características del equipamiento de las viviendas . . . . .	59
1. Disponibilidad de bienes en el hogar . . . . .	60
2. Bienes de uso cotidiano . . . . .	62
3. Espacio de la vivienda y personas en el hogar . . . . .	63

### CAPÍTULO CUARTO

#### VALORES Y ACTITUDES CULTURALES

I. Aproximación teórica . . . . .	67
II. Socialización primaria . . . . .	69
III. Influencia de la familia en la exposición a la cultura . . . . .	71

## CAPÍTULO QUINTO

## TIEMPO LIBRE

I. Reflexiones acerca del concepto . . . . .	77
II. ¿Con quién pasa el tiempo libre? . . . . .	80
III. Las diversas formas de utilizar el tiempo libre . . . . .	83

## CAPÍTULO SEXTO

CONSUMO Y PRÁCTICAS  
CULTURALES

I. Aproximación teórica . . . . .	89
II. El concepto de consumo y de consumo cultural . . . . .	92
III. La construcción de las identidades culturales . . . . .	94
IV. El hábito de la lectura . . . . .	96
V. La asistencia a espacios culturales institucionalizados . . . . .	101
1. Bibliotecas . . . . .	103
2. Museos . . . . .	106
3. Zonas arqueológicas . . . . .	111
4. Casas de cultura y centros culturales . . . . .	113
5. Teatro . . . . .	115
6. Espacios para presentaciones de música . . . . .	116

## CAPÍTULO SÉPTIMO

## PRESENCIA E IMPACTO DE LOS MEDIOS

I. Aspectos conceptuales . . . . .	119
II. Consumo, recepción y usos de los medios . . . . .	120
III. Para qué usan los medios los colimenses . . . . .	125

IV. ¿Informarse, enterarse o aprender? . . . . .	130
V. Qué prefieren ver, escuchar y leer los colimenses. . . . .	132
VI. Revistas y consumo cultural . . . . .	138
VII. La cultura en los medios . . . . .	140
VIII. La televisión de paga en los hogares de Colima . . . . .	143
IX. Confianza en los medios . . . . .	145

### CAPÍTULO OCTAVO

#### LAS PERCEPCIONES SOBRE LA CULTURA EN COLIMA

I. Las representaciones pensadas desde la cultura. . . . .	151
II. Conocimiento y asistencia a espacios culturales de la Universidad de Colima . . . . .	152
1. Museos . . . . .	154
2. Grupos artísticos . . . . .	155
3. Radio . . . . .	155
4. Televisión. . . . .	156
5. Centro de Capacitación y Diseño Artesanal . . . . .	156
6. Clubes de Amigos del Arte . . . . .	157
III. A manera de resumen . . . . .	158

### CAPÍTULO NOVENO

#### CONSIDERACIONES FINALES

I. La importancia de los medios para el consumo cul- tural . . . . .	163
II. Principales hallazgos de la investigación . . . . .	165

III. ¿Qué significan estas prácticas y las formas de consumo? ¿Qué sentido adquiere el uso de los espacios y de la ciudad? ¿Qué relación tienen con nuevos procesos sociales, económicos y culturales? . . . . .	168
--	-----

## APÉNDICE

## LA IMPORTANCIA DEL DISEÑO DE POLÍTICAS CULTURALES

I. Políticas culturales y sociedad civil . . . . .	176
II. La transformación global de la cultura . . . . .	180
III. La cultura como poder . . . . .	181
Bibliografía . . . . .	185

## ANEXOS EN EL DISCO COMPACTO

Anexo 1. Instrumentos de investigación

Anexo 2. Tablas estadísticas cruzadas

Anexo 3. Gráficas de resultados

*Estructura y tendencia del consumo cultural en el estado de Colima. Encuesta estatal de valores y consumo cultural*, editado por el Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, se terminó de imprimir el 30 de septiembre de 2010 en Offset Universal, calle dos núm. 113, Col Granjas San Antonio, Delegación Iztapalapa, 09070, México, D. F. Se utilizó tipo *Times New Roman* de 9, 10 y 11 puntos. En esta edición se empleó papel cultural 57 x 87 de 37 kilos para los interiores y cartulina couché de 162 kilos para los forros; consta de ???? ejemplares (impresión offset).