

Facultad de Ciencias Sociales.

Departamento de Sociología.



Trabajo de Diploma

Título: "Tendencias fundamentales en las prácticas de consumo cultural de la población urbana en Camagüey."

Autor: Dayana R. Sotomayor Casallís.

Tutora: Griselda Sánchez Orben.

Cotutora: Sheila Galindo Delgado.

"Año del 50 Aniversario de la Revolución"

2008-2009

“(..). Sin que la política abandone sus objetivos de difundir y propiciar el acceso de todos a los bienes culturales, ampliar y formar un público, debe crear condiciones para activar el papel protagónico de toda la población, en la construcción de su propia cultura, la experiencia de apropiación y de invención, y el movimiento de recreación permanente de su identidad.”

Jesús Martín Barbero.

A mis padres, y en especial a mi mamá por sus consejos y por estar siempre a mi lado...

A Veloz, por quererme como a una hija...

A mis dos maravillosas abuelas por confiar en mí...

A Leoni por estar a mi lado en estos cinco largos años...

A Juanita y Leonardo por darme fuerzas para seguir adelante...

A mis mejores amigos: Yeni, Yusle, Lisbet, Leinier y Roide.

A mis inolvidables compañeras en los primeros años de Universidad: Yanet M., Yenisey, Yanet H. y Dailanys.

A las muchachitas del cuarto: Daylín, Elaine, Damaris, Nielys, Bárbara y Gretchen.

A mis buenas amigas de siempre: Maite, Yuly, Indira, Yinet y Lisset.

A todos mis compañeros de aula...

A Luis Manuel, quien vivirá en nuestros corazones para siempre...

A todos los que creyeron en mí y a los que no, también...

*A mi familia y muy especialmente, a Mami por brindarme siempre su mano
amiga...*

*A las amistades, con quienes incondicionalmente conté: Yeni, Yusle, Leinier,
Elaine, Bárbara y Reidel.*

*A Yanet y a Magalys, por su inmensa ayuda en Camagüey, sin la cual esta
investigación no hubiese sido posible.*

A mi tutora Griselda, que aún en la distancia, no dejó de ser guiarme.

A Sheila por compartir sus valiosos conocimientos conmigo.

A Joaquín por sus invaluable consejos y el tiempo a mí dedicado...

*A todos los que hicieron posible, de una u otra forma, que hoy me gradúe en
esta Universidad...*

A TODOS....

MUCHISIMAS GRACIAS.

Resumen:

El presente informe muestra los resultados del estudio de las principales prácticas de consumo cultural y sus tendencias actuales en la población residente en las zonas urbanas del municipio de Camagüey. El estudio se sustentó fundamentalmente en el análisis de los referentes teóricos sobre el consumo cultural; así como en el análisis de las principales prácticas de apropiación y uso de los productos culturales, sus tendencias y condicionamientos en el territorio, a través del empleo de técnicas de recogida de información como el análisis de documentos, la encuesta y las entrevistas en profundidad, donde la triangulación metodológica fue la vía utilizada para la interpretación de los datos obtenidos. El trabajo permitió un acercamiento a la realidad existente en torno a esta problemática, lo cual constituye parte de la novedad que el mismo posee, pues los resultados alcanzados significan un aporte a la instrumentación de las políticas culturales por parte de las instituciones culturales y los medios de comunicación masiva en el territorio, en el cual hasta la fecha se carecía de investigaciones sobre el consumo cultural y sus tendencias y condicionamientos políticos, económicos, históricos, culturales y sociales fundamentales. Desde el punto de vista teórico, el estudio permite acceder a una sistematización de los referentes sociológicos, filosóficos y desde la teoría de la comunicación que sustentan los estudios en torno al consumo cultural. Desde lo metodológico, se aporta una concepción en el manejo de métodos cuantitativos y cualitativos que permiten obtener una información relevante para la interpretación de la misma en función de determinar las tendencias y condicionamientos que se expresan en el estudio llevado a cabo. En lo social, el estudio permite tomar en cuenta las consideraciones que se realizan como instrumento para el perfeccionamiento de la implementación de las políticas culturales.

Índice:

Resumen.....	
Introducción.....	1
Capítulo 1: Marco teórico.....	6
1.1-Diferentes enfoques teóricos sobre el consumo cultural y sus principales condicionamientos.....	6
1.1.1- Las prácticas de consumo cultural en el mundo contemporáneo.....	20
1.2- La política cultural cubana y su influencia en las prácticas de consumo cultural en nuestro país.....	22
1.3- Acerca de los condicionamientos de las prácticas de consumo cultural en Cuba.....	24
1.4- Las principales prácticas de consumo cultural en Cuba y su expresión en determinadas variables sociodemográficas y socioestructurales.....	26
Capítulo 2: Concepciones metodológicas de la investigación y resultados del trabajo de campo.....	29
2.1-Etapas de la investigación.....	29
2.2 - Conceptualización y operacionalización de variables.....	29
2.3- Métodos y técnicas empleados.....	30
2.4- Caracterización de la muestra.....	32
2.5- Análisis de los resultados.....	33
2.6- Principales tendencias en las prácticas de consumo cultural de la población urbana en Camagüey.....	50
Conclusiones.....	54
Recomendaciones.....	57
Bibliografía.....	58
Anexos.....	61

Introducción

El consumo cultural constituye un tema que ha despertado un profundo interés entre los estudiosos e investigadores de la comunicación y la cultura, pues cada vez más se ha convertido en un eje de análisis, que permite comprender actitudes, comportamientos y desigualdades en la realidad social, lo cual ha favorecido un incremento de su atención sociológica.

Investigadores en diversos países de la región han contribuido a darle al tema del consumo una gran relevancia en la agenda de los estudios culturales latinoamericanos desde finales de los años 80. Entre los textos claves se podrían destacar, los de Jesús Martín Barbero y Sonia Muñoz en la Universidad de Cali; los de Néstor García Canclini y su equipo en la Ciudad de México; los de Guillermo Orozco y otros en el Iteso en Guadalajara; los de María Cristina Mata en Córdoba; los de Ma. Immaculata V. López y de Antonio Arantes en Sao Paulo; los de Marcelino Bisbal en Venezuela; y los de Valerio Fuenzalida en Chile, entre otros. Las contribuciones de Martín Barbero y García Canclini han sido fundamentales porque detectaron la importancia de la temática del consumo en un momento en que la preocupación dominante en los estudios sobre cultura y comunicación en América Latina se circunscribía al análisis de los mensajes en los medios masivos en tanto soportes de la “ideología de la dominación”. En ese contexto, ellos contribuyeron a generar la inflexión teórico-metodológica desde el énfasis en el mensaje como estructura ideológica a los procesos de consumo. Pero también sus aportes han sido esenciales porque definieron una cierta aproximación conceptual desde la cual ha sido posible abordar empíricamente el estudio del consumo cultural.

También dentro de los aportes más significativos al tema se encuentran los estudios de Pierre Bourdieu, centrados, básicamente, en el análisis de los consumos culturales, del arte y de la educación, constituyendo conceptos clave de su teoría, el de habitus, campo y prácticas.

Otras corrientes y escuelas de pensamiento han realizado contribuciones relevantes al respecto, tal es el caso, de los llamados Cultural Studies, de la Teoría Crítica con sus visiones sobre la industria cultural; y por supuesto, la obra de Karl Marx, la cual constituye referente esencial de nuestra investigación, en el marco de su concepción del consumo en el sistema de producción material de la sociedad en general.

En Cuba el consumo cultural ha sido estudiado insuficientemente, debido, por una parte, a que en el pensamiento social y en las políticas implementadas se han considerado las relaciones objetivas como las esenciales, y lo subjetivo como algo derivado, en este caso lo cultural, sin tener en cuenta su carácter constructor de la realidad; de forma tal que ha predominado una centralidad en la dicotomía objetivo- subjetivo en la explicación de las relaciones sociales. Y por otra, a la fortaleza de las transformaciones llevadas a cabo por la revolución para ampliar el acceso cultural de los sectores populares, que si bien atenuaron las distancias sociales, invisibilizaron nuevos procesos de diferenciación, lo que implicó que este no se configurara en una red de investigaciones en sí misma. Dicha situación provocó que el consumo, específicamente el cultural, no haya estado presente de una manera u otra en

el transcurso de los años en las investigaciones culturales de nuestro país.

No obstante, se produjo un viraje en las condiciones socioeconómicas del país en la década de 1990, lo cual trajo consigo que, investigadores sociales, literatos y críticos de arte comenzaran a evidenciar cómo los cambios en la estructura social y en la jerarquía de desigualdades, se reflejaban en la dimensión cultural profundamente, manifestándose tanto en la creación artística como en el consumo cultural y las estrategias y estilos de vida cotidiana del cubano. Tal es el caso de Mayra Espina, Ovidio D' Angelo, Pedro Luís Castro, Carolina de la Torre y Rufo Caballero, entre otros.

En este sentido y como antecedente de este tipo de investigación en Cuba, el proyecto investigativo llevado a cabo por el Centro de Investigación y Desarrollo de la Cultura Cubana Juan Marinello en el 2000, con el objetivo central de determinar algunas de las tendencias del consumo cultural de la población urbana de la década de 1990, llevado a cabo por las especialistas Cecilia Linares Fleites y María Carla Alzugaray Rodríguez, constituyó una investigación de carácter nacional, cuyos datos globales fundamentados estadísticamente permitieron captar algunas de las regularidades más significativas, desde el punto de vista cuantitativo, de las relaciones de la población con determinados campos de la cultura, así como algunas de sus interacciones y condicionamientos. El objetivo principal perseguido por esta investigación fue el de describir algunas de las tendencias en el consumo cultural de la población cubana en relación con determinadas variables sociodemográficas, indagando acerca de los intereses artístico-literarios, hábitos y expectativas en torno a la actividad cultural y las variaciones de estos en dependencia del sexo, la edad y el nivel educacional. El método utilizado para la realización de esta investigación fue la encuesta por muestreo probabilístico, considerado más adecuado para los objetivos propuestos, porque permitía de una manera relativamente rápida alcanzar una visión global de los indicadores medidos, y hacer inferencias a la totalidad de la población. Sin embargo, impuso profundas limitaciones en tanto no permitía explicar las dimensiones cualitativas de las tendencias halladas.

Además, como ejemplo de antecedente de este tipo de estudios en nuestro país, podemos hacer referencia a una investigación realizada por Yisel Rivero Baxter, en la cual se propuso contribuir a comprender las principales prácticas de consumo cultural de la población cubana y su relación con factores económicos y sociales en general, remitiéndose a entrevistas abiertas realizadas a personas de variadas edades, sexo, nivel educativo y ocupaciones. Aunque los resultados fueron difícilmente generalizables a toda la población por su naturaleza cualitativa, y sin rigurosidad estadística, permitieron revelar temas significantes sobre la tesis de que la mayoría de las prácticas culturales de la población estudiada, si bien respondían a intereses específicos, expresaban en última instancia sus desventajas económicas.

También, la ocupación, el sector y la rama de actividad son analizados como variables que se corresponden con el cuadro socioestructural cubano, propuesto por Mayra Espina. La primera se refiere a obreros y trabajadores de los servicios intelectuales, dirigentes, pequeños empresarios informales, trabajadores independientes o cuentapropistas puros, asalariados privados;

campesinos cooperativistas, trabajadores de las UBPC, campesinos individuales. El segundo contempla: el sector estatal tradicional, con empresas de limitadas posibilidades de gestión y sujetos a las contingencias de los recursos disponibles; el sector estatal emergente, empresas con esquemas de autofinanciamiento en divisas con sistemas de organización relativamente independientes del de la economía; el sector mixto con capital extranjero, empresas mercantiles que operan solamente en divisas con sistemas de organización sobre bases legales e instrucciones propias, y el sector informal vinculado a la propiedad privada o cooperativa. La tercera supone áreas como: turismo, agroindustria azucarera, níquel, producción petrolera, salud pública, educación, biotecnología, producción médico-farmacéutica, alimentaria y la informática, entre otros.

A pesar de los importantes avances realizados en los últimos años en términos de construcción teórica y de líneas de investigación tanto en América Latina como en nuestro país, el estudio del consumo cultural se sigue planteando como un desafío teórico y metodológico. Teórico, porque no se ha construido aún un enfoque transversal capaz de describir y explicar los procesos de consumo cultural, que son regulados por racionalidades diversas (económicas, políticas, simbólicas) y que se encuentran íntimamente vinculados a una amplia gama de prácticas y fenómenos sociales que los atraviesan y condicionan; metodológico también, porque no se han evaluado suficientemente los alcances y límites de la aplicación de técnicas cualitativas (como la entrevista individual y grupal, la historia de vida y el relato, el análisis del discurso, la observación participante, etc.) y cuantitativas (la encuesta) en el estudio del consumo y la recepción artística.

Tomando en consideración los antecedentes en el estudio de la problemática y la necesidad de analizar las principales tendencias en las prácticas de consumo cultural en la población urbana camagüeyana, así como sus condicionamientos y mediaciones es que nos proponemos dar solución al siguiente problema científico.

PROBLEMA CIENTIFICO:

¿Cuáles son las principales tendencias en las prácticas de consumo cultural de la población urbana camagüeyana?

OBJETO DE ESTUDIO: Prácticas de consumo cultural de la población urbana en Camaguey.

HIPOTESIS:

Las principales tendencias que se manifiestan en las prácticas de consumo cultural de la población urbana en Camagüey están estrechamente vinculadas al carácter interactivo con que determinados sujetos sociales emprenden sus relaciones con circuitos específicos de producción cultural; el lugar a él conferido por su posición en la estructura social; su edad, su ocupación, entre otros factores sociodemográficos y socioestructurales y a los condicionamientos políticos, económicos, históricos, culturales y sociales que las mediatizan.

OBJETIVO GENERAL:

Analizar las principales tendencias y condicionamientos que se manifiestan en las prácticas de consumo cultural de la población urbana en Camagüey en relación con las variables sociodemográficas y socioestructurales estudiadas.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Analizar los principales referentes que permiten sustentar teórica y metodológicamente el estudio en torno a las prácticas de consumo cultural.
- Determinar las principales tendencias manifestadas en las prácticas de consumo cultural de la población urbana en Camagüey.
- Analizar los condicionamientos que fundamentan tales tendencias.

METODOS Y TECNICAS:

Métodos teóricos a emplear:

- Inductivo-deductivo
- Analítico-sintético
- Histórico- lógico

La utilización de estos métodos teóricos resulta necesaria debido a la naturaleza del objeto de estudio, pues para abordar la problemática de los usos y la apropiación de los bienes culturales o, lo que es lo mismo, de las prácticas de consumo cultural, se hace necesario ir a la búsqueda de los sustentos que le sirven de telón de fondo a las mismas. La presencia de una historia social y cultural en la que los individuos desarrollan su existencia, como parte de un grupo y clase social, contribuye a modelar su estilo de vida, en determinadas coyunturas sociales y personales, condiciona que los comportamientos culturales estén multideterminados. Estos métodos teóricos seleccionados además permitirán ser consecuentes con los objetivos propuestos en nuestra investigación.

Métodos empíricos

- Análisis de documentos (políticas culturales, otros documentos de interés al objeto de investigación.)
- Entrevistas en profundidad
- Encuesta a la población para determinar las principales formas de expresión de las prácticas consumo cultural

Por lo tanto, la metodología a emplear en esta investigación tendrá sus bases en la visión dialéctico materialista, empleándose tanto métodos y técnicas cualitativas como cuantitativas, convergencia conocida en las Ciencias Sociales como Triangulación, con el objetivo de lograr un acercamiento integrador desde la Sociología de la Cultura y la Comunicación a la realidad social, objeto de nuestro estudio.

NOVEDAD CIENTIFICA:

El trabajo resulta novedoso, pues se carece de estudios anteriores en el territorio en relación con las tendencias de las prácticas de consumo cultural y del análisis de los múltiples condicionamientos políticos, económicos, culturales y sociales que están mediatizando dichas prácticas, por lo que los resultados del presente estudio pueden contribuir al perfeccionamiento en la instrumentación de las políticas culturales en el territorio camagüeyano.

APORTE DEL TRABAJO:

Desde el punto de vista teórico, el estudio permite acceder a una sistematización de los referentes sociológicos, filosóficos y desde la teoría de la comunicación que sustentan los estudios en torno al consumo cultural.

Desde lo metodológico se aporta una concepción en el manejo de métodos cuantitativos y cualitativos que permiten obtener una información relevante para la interpretación de la misma en función de determinar las tendencias y condicionamientos que se expresan en el estudio que se realiza.

En lo social el estudio permite tomar en cuenta las consideraciones que se realizan como instrumento para el perfeccionamiento de la implementación de las políticas culturales.

ESTRUTURA DE LA TESIS:

El informe de investigación consta de una Introducción al problema objeto de estudio; de un Capítulo 1 dedicado a abordar los referentes teóricos desde las Ciencias Sociales sobre la conceptualización del consumo propiamente dicho, del consumo cultural y sus prácticas más comunes; así como un análisis de las tendencias fundamentales en las prácticas de consumo cultural en el mundo contemporáneo. También aborda temas relacionados con la política cultural cubana y su influencia en las prácticas de consumo cultural; así como las principales mediaciones o condicionamientos expresados en las mismas; y las prácticas fundamentales de consumo cultural en nuestro país, en estrecha vinculación con los factores socio-demográficos y socio-estructurales.

El Capítulo 2 está dedicado a las concepciones metodológicas de la investigación y los resultados del trabajo de campo. Las Conclusiones sintetizan los principales hallazgos obtenidos en la investigación con respecto a los objetivos propuestos con la realización de la misma. Las recomendaciones reúnen las consideraciones finales del trabajo para posteriores estudios de la problemática objeto de estudio.

Capítulo 1: Marco teórico.

1.1-Diferentes enfoques teóricos sobre el consumo cultural y sus principales condicionamientos:

Con anterioridad a la conceptualización ofrecida por la teoría marxista, el tema del consumo suele encontrarse en teóricos de la economía y el mercado, estrechamente relacionado a una racionalidad mercantil o económica, en detrimento de algunas consideraciones esenciales para la definición del fenómeno en sí mismo, y que, a nuestro modo de ver, solo tuvieron el mérito de servir de base para la posterior superación del concepto por parte de la teoría marxista.

La visión dialéctico materialista propuesta por Karl Marx y Federico Engels, constituye el referente teórico esencial de nuestra investigación. En esta teoría el tema del consumo es abordado dentro de las relaciones sociales de producción, las cuales se establecen en correspondencia con un determinado modo de producción, en una formación económico-social concreta, como medio de satisfacción de necesidades humanas y resultado individual y colectivo de la sociedad. Como expuso el propio K. Marx: "el resultado al que llegamos no es que la producción, la distribución, el cambio y el consumo sean idénticos, sino que constituyen las articulaciones de una totalidad, diferenciaciones dentro de una unidad". "(...) el consumo pone idealmente el objeto de la producción, como imagen interior, como necesidad, como impulso y como finalidad (...) sin necesidades no hay producción. Pero el consumo reproduce las necesidades". Mientras la producción es social, o sea, realizada conforme a las relaciones que se establecen entre los seres humanos en el trabajo y tiende a cubrir las necesidades del conjunto del grupo humano, el consumo de los productos resultantes se convierte en objeto de disfrute, de apropiación individual, pues: "En la producción la persona se objetiva, en el consumo la cosa se subjetiva."

En la concepción marxista del consumo constituye un elemento significativo ser considerado una forma de apropiación de los productos por parte de los individuos insertados en una formación económico social determinada, en la cual ocupan una posición en el sistema de relaciones sociales, de cual dependerá este consumo. Específicamente refiriéndose al consumo de una producción que se realiza por medios culturales, y que se manifiestan en las relaciones sociales de clase, familiares, territoriales y en las formas superestructurales en la sociedad, el marxismo deja claro que la producción industrial en masa de los consumidores no constituye realmente un consumo efectivo, en tanto producción de un tipo ideal humano.

Para Marx, la sociedad se organiza a partir de una infraestructura material-económica y una superestructura ideológica, donde el proceso de producción tecnológico determina el modo infraestructural, mientras que las ideas que se le superponen condicionan la cosmovisión general de una época o de una sociedad determinadas.

Otro gran aporte del Marxismo estuvo precisamente en establecer la primera y precursora metodología crítico-histórica adecuada para lograr un estudio ajustado de las superestructuras ideológicas, así como de sus fenómenos interrelacionados tales como la alienación, el fetichismo, la cosificación o el

tema de las necesidades falsas, o sea, las creadas en contra de los intereses del propio sujeto en su situación laboral y social.

Específicamente, la conceptualización del consumo como forma de apropiación de la producción, condicionada por la posición ocupada por los individuos en las relaciones sociales, devino en un elemento significativo para los estudios culturales, trascendiendo con particular importancia en el análisis del consumo propiamente cultural.

En nuestra investigación, la visión dialéctico-materialista del Marxismo sobre el consumo, aplicada en el campo cultural, nos sirvió de base para el análisis crítico de las teorías que desde la Sociología de la Cultura han abordado de alguna manera esta problemática y sus múltiples condicionamientos.

La Sociología de la Cultura tuvo sus orígenes en las obras de los clásicos de la Sociología sobre las formas simbólicas que expresan la constitución del hombre y de la sociedad moderna. No obstante, ha sido una de las áreas menos privilegiadas en el sistema de conocimientos sociológicos lo que explica, quizás, su lento desarrollo. Al decir de Krotz ¹, el tratamiento de la cultura, surgió tras una larga ausencia en las Ciencias Sociales. Sin embargo, en la actualidad, se ha convertido en noción básica del pensamiento, que se constata en un volumen de investigaciones importantes en Europa, EE.UU. y América Latina. Preocupación que desborda el campo académico y ha comenzado a ser parte del discurso político y el lenguaje cotidiano, en la explicación de los acelerados cambios en las sociedades contemporáneas.

Los estudios de cultura, comunicación, medios o análisis culturales han tenido un carácter transdisciplinario a partir del desarrollo de las diversas corrientes de la filosofía del lenguaje, del formalismo ruso, el estructuralismo, la semiología, la pragmática comunicacional, las cuales complejizaron la visión del lenguaje o los lenguajes; y la extensión en los años 60 de esas teorías o perspectivas a todos los discursos o prácticas sociales y el énfasis en sus dimensiones simbólicas, es decir, al estudio de las clases populares, los medios y la vida cotidiana.

En correspondencia con las profundas transformaciones sufridas por las sociedades modernas, donde ha ido creciendo exponencialmente el consumo cultural y los bienes simbólicos se han ido convirtiendo en objeto de planificación política; las Ciencias Sociales comenzaron a experimentar un cambio de rumbo, que podría definirse como un verdadero giro cultural.

Ahora bien, el término “cultura”, por su carácter abarcador, ha generado conflictos en su definición, pues no existe paradigma que establezca una manera única de concebirlo, por lo cual son múltiples las formas de explicar sus vínculos con la sociedad. A los efectos de nuestra investigación, asumiremos el

¹ Linares, Cecilia; Rivero, Yisel y Moras, Pedro E.: “Participación y consumo cultural en Cuba”. Editorial Instituto Cubano de Investigación Cultural Juan Marinello, La Habana. 2008. (Pp.13-19)

concepto de cultura al cual se acoge Cecilia Linares²; tomando por el mismo al “ámbito de producción, circulación y consumo de significaciones, que se expresa en prácticas concretas, acciones directas y conscientemente actuadas condicionadas por estructuras mentales determinadas, que también organizan el lenguaje, el juicio y los gustos” (R. Williams, 1992). Es decir, la cultura se presenta en “formas objetivadas y formas subjetivadas” (según J.C. Passeron.), o como “símbolos objetivados” y “formas simbólicas interiorizadas” (P. Bourdieu). Mirada en la que convergen la Lingüística, la Semiótica, la Ciencia de la Comunicación, la Antropología y la Sociología, destacándose autores como: Clifford Guertz, Edmund Leach, Renato Rosaldo, Raymond Williams, Stuart Hall, Humberto Eco, Pierre Bourdieu y Howard S. Becker.³

Dentro de los principales fundamentos teóricos, desde el punto de vista de la Sociología de la Cultura que abordan fenómeno del consumo cultural y sus condicionamientos sociales podemos hacer referencia a diversas corrientes de pensamiento, escuelas, paradigmas y movimientos de prolifera producción; como es el caso del Marxismo; de los llamados Cultural Studies; la Teoría Crítica; los aportes teóricos contenidos en los estudios culturales de Pierre Bourdieu, como representante de la Teoría Culturoológica Francesa; y el Paradigma Cultural Latinoamericano, con sus máximos representantes: Jesús Martín Barbero y Néstor García Canclini.

La perspectiva de los Cultural Studies se perfiló hacia mediados de los años cincuenta y los primeros años de la década del sesenta del siglo XX en Inglaterra, en torno al “Center for Contemporary Cultural Studies”, de Birmingham. El interés de los mismos se centró sobre todo en analizar una forma específica de proceso social, correspondiente a la atribución de sentido a la realidad, al desarrollo de una cultura, de prácticas sociales compartidas, y de un área común de significados.

El objetivo de los Cultural Studies estuvo dado por definir el estudio de la cultura propia de la sociedad contemporánea como un terreno de análisis conceptualmente importante, pertinente y teóricamente fundado, donde en el concepto de cultura caben tanto los significados y los valores que surgen y se difunden entre las clases y grupos sociales, como las prácticas realizadas, a través de las cuales se expresan valores y significados y en las que están contenidos. Los Cultural Studies atribuyen a la cultura un papel que no es meramente reflexivo ni residual respecto a las determinaciones de la esfera económica, aspecto que resulta aportativo en los estudios culturales desarrollados en la posteridad.

Los Cultural Studies, en cambio, atribuyen al ámbito de las superestructuras una especificidad y una valencia constitutiva que van más allá de la oposición entre estructura y superestructura, donde el efecto ideológico general de la reproducción del sistema cultural que opera a través de los medios de

² Linares, Cecilia; Rivero, Yisel y Moras, Pedro E.: “Participación y consumo cultural en Cuba”. Editorial Instituto Cubano de Investigación Cultural Juan Marinello, La Habana. 2008. (Pp.13-19)

³ Ídem.(Pp.13-19)

comunicación se evidencia mediante el análisis de las distintas mediaciones que vinculan o liberan los mensajes de los media en y a través de las prácticas productivas. De dichas prácticas es explicitada, sobre todo, la naturaleza estandarizada, reductiva, que favorece el status quo, pero a la vez también es contradictoria y variable; la complejidad de la reproducción cultural pasa al primer plano, así como es ilustrada la conexión fundamental entre el sistema cultural dominante y las actitudes de los individuos. El comportamiento del público está orientado por factores estructurales y culturales que, por otra parte, influyen el contenido de los media, precisamente por la capacidad de adaptación y de englobamiento que poseen estos últimos. Estos factores estructurales favorecen además la institucionalización de los modelos “aprobados” de uso de los media y de consumo de los productos culturales.

La teoría de los Cultural Studies desarrolló dos aplicaciones fundamentales: los trabajos sobre la producción de los medios como sistema complejo de prácticas determinantes para la cultura y la realidad social; y los estudios del consumo de la comunicación de masas como lugar de negociación entre prácticas comunicativas diferenciadas.⁴

Con esta corriente se rescata, por decirlo de alguna manera, al sujeto que en el marco del análisis estructural, económico y político del sistema social queda reducido al lugar que ocupa en la red de relaciones sociales, elemento que resulta de gran importancia a la hora del estudio del consumo en general y del consumo cultural, en particular.

Por otra parte, la Teoría Crítica desarrollada en los años cuarenta, cincuenta y sesenta del siglo XX, tuvo sus bases en la teoría marxista; realizando aportes significativos al tema del consumo cultural en específico, al introducir el concepto de “industria cultural” y abordar cómo queda subsumida la individualidad de los actores sociales en la llamada época de la industria cultural.

La idea de la industria cultural toma forma en sustitución de la expresión “cultura de masas”, precisamente porque estos teóricos se dan cuenta del sentido verdadero que esta nueva racionalidad tecnológica imponía a los públicos.

La estratificación de los productos culturales según su calidad estética o su compromiso, es perfectamente funcional a la lógica de todo el sistema productivo, según el propio Adorno: “el hecho de ofrecer al público una jerarquía de calidades en serie sólo sirve para la cuantificación más total”; donde bajo las diferencias, subsiste una identidad de fondo, apenas enmascarada, que es la del dominio que la industria cultural persigue sobre los individuos, pues “lo que ésta ofrece como completamente nuevo no es más que la representación en formas siempre distintas de algo siempre idéntico; el cambio enmascara un esqueleto, en el que es tan poco lo que cambia como en

⁴ Ídem.

el mismo concepto de beneficio, desde que éste ha conquistado el predominio sobre la cultura”.⁵

Bajo aparentes cambios la industria cultural presenta una y otra vez productos culturales estratificados según su calidad estética y su compromiso con el sistema, con el objetivo de crearles falsas necesidades a los individuos y manipularlos a su antojo. Según estos teóricos críticos, este sistema de la industria cultural condiciona totalmente la forma y el papel del proceso de fruición y la calidad del consumo, así como la autonomía del consumidor. Cada una de estas instancias es englobada en la producción. La máquina de la industria cultural es quien determina el consumo y excluye todo lo que es nuevo, lo que se configura como un riesgo inútil, al haber concedido la primacía a la eficacia de sus productos.

Con respecto a la relación sujeto-objeto, la teoría crítica expone que en la industria cultural no es el sujeto consumidor quien tiene el papel protagónico, todo lo contrario, es convertido y dominado como el objeto del consumo.

La Teoría Crítica plantea que aunque los individuos crean sustraerse, en su tiempo de no trabajo, a los rígidos mecanismos productivos, en realidad la mecanización determina hasta tal punto la fabricación de los productos de ocio que lo que consumen son sólo copias y reproducciones del propio proceso de trabajo. Al decir de estos autores: “El pretendido contenido es tan sólo una pálida fachada; lo que se imprime es la sucesión automática de operaciones reguladas. Del proceso de trabajo en la fábrica o en la oficina sólo se puede escapar adecuándose al mismo en el ocio”.

La impotencia en que se ve subsumida la subjetividad de los individuos y sus necesidades en el dominio de la industria cultural constituye un elemento señalado con particular énfasis: “La influencia de la industria cultural, en todas sus manifestaciones, lleva a alterar la misma individualidad del usuario o consumidor, donde éste es como el prisionero que cede a la tortura y acaba por confesar cualquier cosa.”⁶

En la época actual la industria cultural y la estructura social cada vez más jerárquica y autoritaria, “convierten el mensaje de una obediencia irreflexiva en el valor dominante y avasallador. La sociedad triunfa siempre y el individuo es sólo una marioneta manipulada por las normas sociales. Fabricados expresamente para un consumo distraído, no comprometido, los productos culturales reflejan, el modelo del mecanismo económico que domina el tiempo del trabajo y el del no trabajo.”⁷

⁵ Ídem. Pp.57-58

⁶ Ídem. Pp.59.

⁷ Mauro Wolf: “La investigación de la comunicación de masas”.Editorial Paidós, Barcelona, Buenos Aires, México. Digital.

Con respecto a la Teoría Culturológica, su característica fundamental es estudiar la cultura de masas, poniendo de manifiesto los elementos antropológicos más importantes y la relación que se instaura en ella entre el consumidor y el objeto de consumo. El autor y el texto que inauguraron esta corriente de pensamiento fue Edgar Morin y su libro "L'Esprit du temps" ("La Industria Cultural"), de 1962.⁸ Al igual que la Teoría Crítica, la Culturológica ávida por explicar la vorágine social en la que las sociedades contemporáneas se encuentran envueltas, halla en el concepto de "sociedad de masas" la vía fundamental de expresión de su producción teórica.

Una característica general de la cultura de masas, según esta teoría, se especifica cuando se aplica a un medio y a un género particulares: este mecanismo representa un punto de fuerza de la propia cultura de masas, garantizando su alta capacidad de adaptación a públicos y contextos sociales distintos. También el papel del sincretismo en la cultura de masas va unido, a los factores estructurales que la constituyen, generando importantes consecuencias, como por ejemplo, las tendencias a la homogeneización entre los sectores de la cultura de masas.

Algunas tendencias se inscriben en la búsqueda de la expansión del consumo, según esta teoría, lo que implica otra característica fundamental de la cultura de masas: el nuevo público al que está destinada la cultura de masas delinca un terreno común, una identidad que constituye el sustrato de la misma, vinculada a los valores de consumo. Sobre estos valores la cultura de masas pone en comunicación los distintos estratos sociales, constituyendo este planteamiento un importante aporte a la comprensión de los condicionamientos sociales que mediatizan el consumo cultural desde la perspectiva de la cultura de masas propuesta por los teóricos de esta corriente de pensamiento.

Dentro de las principales teorías contemporáneas desarrolladas entorno a los estudios culturales se encuentra también la obra del sociólogo Pierre Bourdieu, como otro representante de la Teoría Culturológica Francesa, el cual realizó trascendentales aportes al tema de las prácticas culturales y el consumo cultural en general; y constituye un pilar básico tenido en cuenta en nuestra investigación.

Este autor sitúa como centro en sus investigaciones a la relación entre el habitus y el campo, señalando que: "Hay una fuerte correlación entre las posiciones sociales y las disposiciones de los agentes que las ocupan"; en donde las prácticas en general, y las prácticas culturales en particular, se establecen a partir de la relación entre el habitus y el campo. "Para evitar el dilema objetivista-subjetivista Pierre Bourdieu se centra en la práctica, considerada por él como el producto de la relación dialéctica entre la acción y la estructura".⁹

⁸ Ídem. Pp.68-69.

⁹ Ritzer, George: "Teoría Sociológica Contemporánea". Editorial "Félix Varela" .3ra parte. (Pp.500-506).

Para Bourdieu, la clave de la relación dialéctica entre lo subjetivo y lo objetivo, está en el estudio de las prácticas en general y de las culturales en particular, cuestión que resulta relevante para los efectos del objeto de estudio de nuestra investigación. El mismo considera a la cultura como una suerte de economía o mercado, en el cual las personas utilizan el capital cultural más que el económico. Este capital es, en su mayor parte, el resultado de la clase social de origen de las personas y de su experiencia educativa. En sus obras, Bourdieu intenta demostrar que la cultura puede ser un objeto legítimo de estudio científico, esforzándose por reintegrar el concepto de cultura en el sentido de alta cultura con el sentido antropológico de cultura, que hace referencia a todas sus formas. Según su teoría, las preferencias culturales de los diversos grupos en las sociedades, debido a invariantes estructurales, y en especial al campo y al habitus, especialmente las clases y sus fracciones, constituyen sistemas coherentes.

La significativa connotación que reviste el concepto que ofrece este autor sobre qué entender por habitus, lo convierte en una conceptualización clave para la comprensión de su producción teórica.

El mismo está estrechamente relacionado con “las estructuras mentales o cognitivas” mediante las cuales las personas manejan el mundo social. Según este teórico, las personas están dotadas de una serie de esquemas internalizados por medio de los que perciben, comprenden, aprecian y evalúan el mundo social. Mediante estos esquemas las personas producen sus prácticas y las perciben y las evalúan. Dialécticamente el habitus es el producto de la internalización de las estructuras del mundo social. El habitus se puede concebir como estructuras sociales “internalizadas y encarnadas”, las cuales reflejan las divisiones objetivas en la estructura de clases, (como los grupos de edad, los géneros y las clases sociales). Un habitus se adquiere como resultado de la ocupación duradera de una posición dentro del mundo social. Así, el habitus varía en función de la naturaleza de la posición que ocupa la persona en ese mundo. Siendo así que los que ocupan la misma posición dentro del mundo social suelen tener habitus similares. El habitus permite a las personas dar sentido al mundo social, pero la existencia de una multitud de habitus significa que el mundo social y sus estructuras no se imponen de modo uniforme sobre todos los actores. “El habitus, producto de la historia, produce prácticas individuales y colectivas, y por tanto, produce la historia de acuerdo con los esquemas que ella ha engendrado”. El habitus de todo individuo ha sido adquirido en el transcurso de la historia individual y constituye una función del momento particular de la historia social en el que ocurre. El habitus produce el mundo social y es producido por él. Por un lado, es una estructura estructuradora; y por otro, una estructura estructurada por el mundo social. Es “la dialéctica de la internalización de la externalidad y de la externalización de la internalidad”.

Por otro lado, este autor plantea que la práctica media entre el habitus y el mundo social. De una parte, el habitus se crea a través de la práctica; de otra, el mundo social se crea como resultado de la práctica. Bourdieu expresa la función mediadora de la práctica en su definición del habitus como “sistema de disposiciones estructuradas y estructuradoras constituido por la práctica y constantemente orientado al cumplimiento de funciones prácticas”. La práctica

tiende a dar forma al habitus y a su vez, el habitus sirve para unificar y generar la práctica.

Aunque el habitus constituye una estructura internalizada que constriñe el pensamiento y la elección de la acción, no los determina. Al decir de Bourdieu, el habitus simplemente sugiere lo que las personas deben pensar y lo que deben decidir hacer, pues las personas se implican en la deliberación consciente de sus opciones, aunque esto refleja el funcionamiento del habitus. El mismo proporciona los principios por los que las personas deliberan sobre sus opciones y eligen las estrategias que emplearán en el mundo social, funcionando "por debajo del nivel de la conciencia y el lenguaje, y más allá del alcance del escrutinio introspectivo y del control de la voluntad", pues aunque no somos conscientes del habitus y de su funcionamiento, este se manifiesta en la mayoría de nuestras actividades prácticas.

Con relación a la definición de campo dada por Bourdieu, este no es más que la red de relaciones entre las posiciones objetivas que hay en él. Estas relaciones existen separadas de la conciencia y la voluntad colectiva. Los ocupantes de las posiciones pueden ser agentes o instituciones y están constreñidos por la estructura del campo. El mismo constituye un tipo de mercado competitivo en el que se emplean y despliegan varios tipos de capital tales como el económico, el cultural, el social, y el simbólico, donde las posiciones de los diversos agentes dentro del campo dependen de la cantidad y peso relativo del capital que poseen.

Es importante aclarar que cuando Bourdieu hace referencia al capital simbólico se está hablando de las formas que adoptan los distintos tipos de capital cuando son reconocidos como legítimos. El capital puede existir en estado objetivado (libros, propiedades) o bien, como en el caso del capital cultural, en estado incorporado al individuo (hábito), o institucionalizado (título escolar).

También resulta necesario aclarar el concepto de clases sociales que maneja Bourdieu, el cual no está dado sólo por el lugar que ocupan los agentes en las relaciones de producción: "La clase social no se define por una propiedad, aunque se trate de la más determinante como el volumen y la estructura del capital, ni por una suma de propiedades de sexo, de edad, de origen social o étnico; de ingresos, de nivel de instrucción, etc.; ni mucho menos por una cadena de propiedades ordenadas a partir de una propiedad fundamental, la posición en las relaciones de producción en una relación de causa y efecto, de condicionante a condicionado; sino por la estructura de las relaciones entre todas las propiedades pertinentes, que confiere su propio valor a cada una de ellas y a los efectos que ejerce sobre las prácticas".

También Bourdieu plantea que las relaciones simbólicas que se dan entre las clases muestran las diferencias que se reflejan en distinciones significantes. Las personas que componen una clase se determinan en relación a unos "índices concretos" de lo que les corresponde o no como clase. Estos índices son aplicados tanto en los objetos que consume como en la forma de apropiación de esos objetos, lo cual se da en una relación de poder."Esto no quiere decir que un agente deba actuar de una forma determinada por pertenecer a una clase y no a otra, sino que el habitus funciona en forma inconsciente y por fuera del discurso y orienta al sujeto a actuar y percibir,

según la posición que ocupa en el espacio social. El conocimiento que tiene este sujeto de su clase lo lleva a actuar de forma "razonable" en ese mundo que ya tiene divisiones, esquemas de clasificación que son, a su vez, distinciones. Las cosas que le resultan interesantes, que le "pertenecen" a un grupo de personas no es otra cosa que interés por percibir las como rasgos propios. La diferencia entre las clases sociales, en el campo simbólico se establece, más que por la apropiación de bienes, en la forma de usarlos, ya que los mismos bienes pueden ser consumidos (y de hecho lo son) por personas de diferentes clases sociales".¹⁰

Bourdieu sistematiza la idea de que la pertenencia de los individuos a una clase social determinada, y como producto de las funciones que inconscientemente realiza el habitus este se apropia y hace uso de diversas formas de los productos culturales, lo cual marca las diferencias, incluso al interior de un mismo grupo social de pertenencia, en relación con sus prácticas de consumo cultural.

Según este autor, "los sistemas de percepción en tanto sistemas de clasificación, de codificación, son objetivamente referidos, a través de los condicionamientos sociales que los han gestado a una posición social, donde todas las prácticas y las acciones están objetivamente armonizadas entre sí a través de un proceso inconsciente".¹¹ Se puede afirmar entonces que, según Bourdieu, "el mantenimiento de las clases sociales se da a partir de la distinción en las prácticas sociales y culturales ejercidas; y una de las formas de distinción es el establecimiento, por parte de la clase dominante, del arte legítimo, pues la distinción aumenta en la medida que los instrumentos necesarios para lograrla sean raros, escasos y que las pautas para codificarlos no estén distribuidas universalmente.

Las grandes contribuciones en cuanto a la problemática del consumo cultural, las prácticas culturales y de distinción, de este importante sociólogo francés servirían de incentivo para lo que posteriormente serían los estudios culturales latinoamericanos.

También desde el Paradigma Cultural Latinoamericano encontramos una producción teórica significativa, la cual constituye la base para el abordaje teórico y conceptual del tema del consumo cultural, sus condicionamientos y mediaciones sociales, a través del análisis de las obras de sus máximos exponentes: Jesús Martín Barbero y Néstor García Canclini.

¹⁰ Maestri, Mariana: "Consumo Cultural y Percepción Estética: conceptos básicos en la obra de Pierre Bourdieu" http://www.fcpolit.unr.edu.ar/a2_consumo.htm

¹¹ Ídem.

En América Latina ha aumentado el interés por explorar con mayor cuidado las prácticas de consumo cultural y escudriñar las conexiones que tiene la cultura con procesos de desarrollo nacional, regional y local. En los últimos años se han promovido estudios nacionales de consumo cultural que muestran tendencias fuertes, diversas relaciones de los ciudadanos con los sectores culturales, diferentes prácticas de consumo cultural asociadas a los perfiles sociodemográficos y distancias pronunciadas en el acceso y disfrute de los bienes y servicios culturales, de equidad cultural.

García Canclini definió qué entender por cultura, comprendiendo como tal “el conjunto de procesos donde se elabora la significación de las estructuras sociales, se la reproduce y transforma mediante operaciones simbólicas”¹²; mientras que también definió el concepto de política cultural, el cual contempla la toma de decisiones desde el Estado sobre el patrimonio, el estímulo a la creatividad artística y la difusión del arte y la cultura, estando sujeto a mecanismos de planificación, desarrollo y evaluación. O sea, que al hablar de cultura en términos de política se está hablando de la parte de la cultura que puede estar sujeta a legislación e institucionalización. Néstor García Canclini definió el término política cultural como “el conjunto de intervenciones realizadas por el Estado, las instituciones civiles, y los grupos comunitarios organizados a fin de orientar el desarrollo simbólico, satisfacer las necesidades culturales y obtener consenso para un tipo de orden o transformación social”.¹³

Dentro de los aportes fundamentales realizados por Néstor García Canclini al tema del consumo cultural se encuentra precisamente el de haber dado uno de los impulsos iniciales a la realización de estudios de este tipo en México, en diálogo con otras investigaciones en América Latina, como coordinador del Grupo de Trabajo de Políticas Culturales del Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO), desde donde se alentó un conjunto de estudios sobre diversos consumos en Buenos Aires, Santiago de Chile, Sao Paulo y México a finales de los años ochenta.

Néstor García Canclini convocó diez especialistas mexicanos de diversas disciplinas (antropólogos, sociólogos, comunicólogos), a que elaboraran una visión de conjunto sobre la recepción de las industrias culturales y los usos del espacio urbano, fundamentalmente en la capital mexicana. Este conjunto de estudios cristalizó en el libro colectivo, coordinado por este autor, “El consumo cultural en México”, en 1993.¹⁴

Néstor García Canclini tomó como punto de partida las dificultades político-institucionales y teóricas para avanzar en el estudio del consumo, situando este proceso como parte del ciclo de producción y circulación de los bienes. En el

¹² Néstor García Canclini, “Introducción. Políticas culturales y crisis de desarrollo: un balance latinoamericano”, en Néstor García Canclini, (coord.), *Políticas culturales en América Latina*, Grijalbo, México, 1989, 25.

¹³ Néstor García Canclini, (coord.): “Iberoamérica 2002: “Diagnóstico y propuestas para un desarrollo compartido”, Santillana-OEI, México, 2002.

¹⁴ Mantecón, Ana Rosas. “Los estudios sobre consumo cultural en México”. En: “Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder”. Daniel Mato (compilador). CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Caracas, Venezuela. 2002.

plano teórico, comienza descartando la definición conductista del consumo; es decir, aquella donde éste queda reducido a una simple relación entre necesidades y los bienes creados para satisfacerlas; para lo cual propone replantearse para trascender dos elementos que sustentan esta definición. Por una parte, la concepción naturalista de las necesidades, lo que implica reconocer que estas son construidas socialmente y que incluso las necesidades biológicas más elementales se satisfacen de manera diferente en las diversas culturas y en distintos momentos históricos. Por otra parte, la concepción instrumentalista de los bienes, vale decir aquella que supone que los bienes tienen solo un valor de uso para satisfacer necesidades concretas.

También este autor examina distintos modelos que se han utilizado para explicar el consumo. Entre ellos, los modelos que definen el consumo como lugar donde las clases y los grupos compiten por la apropiación del producto social; o como lugar de diferenciación social y de distinción simbólica entre los grupos; o como sistema de integración y comunicación; o como proceso de objetivación de deseos; o como proceso ritual. De la discusión de estos modelos concluye que, si bien cada uno de ellos es necesario para explicar aspectos del consumo, sin embargo, ninguno de ellos es autosuficiente.

De esta revisión de las nociones de consumo García Canclini llega a establecer una perspectiva, que es concordante con la que sustenta Mary Douglas y Baron Isherwood, al relevar el “doble papel” de las mercancías: “como proporcionadores de subsistencias y establecedores de las líneas de las relaciones sociales”. Desde esta perspectiva, se va a poner entre paréntesis la utilidad práctica de las mercancías para asumir, en cambio, “que la función esencial del consumo es su capacidad para dar sentido” o, en otros términos, que “las mercancías sirven para pensar”. La racionalidad del consumidor será, entonces, la de “construir un universo inteligible con las mercancías que elija”.¹⁵

García Canclini define al consumo como “el conjunto de procesos socioculturales en que se realiza la apropiación y los usos de los productos”. El consumo es una práctica sociocultural en la que se construyen significados y sentidos del vivir con lo cual este comienza “a ser pensado como espacio clave para la comprensión de los comportamientos sociales”; siendo así que para los investigadores de la comunicación y la cultura en América Latina es esta perspectiva la que devuelve interés al análisis del consumo de los medios y de otros productos culturales.

Según el propio Canclini: “Si la apropiación de cualquier bien es un acto que distingue simbólicamente, integra y comunica, objetiva los deseos y ritualiza su satisfacción, si decimos que consumir, en suma, sirve para pensar, todos los actos de consumo (y no sólo las relaciones con el arte y el saber) son hechos culturales. ¿Por qué separar, entonces, lo que sucede en conexión con ciertos bienes o actividades y denominarlo consumo cultural? Esta distinción se justifica teórica y metodológicamente debido a la parcial independencia lograda por los campos artísticos e intelectuales en la modernidad.

¹⁵ García Canclini, Néstor: “El consumo sirve para pensar”. pdf. (Pp.4)

La delimitación del “consumo cultural” como una práctica específica frente a la práctica más extendida del consumo se justificaría, entonces, por la parcial independencia alcanzada por los campos artísticos y culturales durante la modernidad. Estos campos habrían superado la heteronomía que tenían en relación a la religión y la política, lo cual se enmarca en un proceso de secularización global de la sociedad. Pero además, el consumo cultural se constituiría como una práctica específica por el carácter particular de los productos culturales. En este sentido, se ha propuesto que los bienes culturales, es decir, los bienes ofertados por las industrias culturales o por otros agentes que actúan en el campo cultural (como el Estado o las instituciones culturales) se distinguen porque son bienes en los que el valor simbólico predomina por sobre su valor de uso o de cambio.

En el contexto de las transformaciones en la ciudad, García Canclini observa una atomización de las prácticas de consumo cultural asociada a una baja asistencia a los centros comunes de consumo (cines, teatro, espectáculos) y una disminución en los usos compartidos de los espacios públicos. En otras palabras, una pérdida de peso de las tradiciones locales y las interacciones barriales, la que es compensada por los enlaces mediáticos. En definitiva, frente a la pérdida de peso de las tradiciones locales se produce el reforzamiento del hogar y, a través de este, la conexión con una cultura transnacionalizada y deslocalizada en que las referencias nacionales y los estilos locales se disuelven.

La definición operante, que ha orientado buena parte de las investigaciones sobre consumo cultural realizadas en América Latina durante los años 90, o sea, esta construcción del consumo cultural como objeto de estudio, ha sido uno de los principales y más influyentes aportes de García Canclini al desarrollo de la investigación en esta área.

Otro autor de referencia obligatoria a la hora de abordar el tema de los consumos culturales lo constituye Jesús Martín Barbero, el cual realizó, al igual que Néstor García Canclini, importantes y trascendentales contribuciones al tema en cuestión. En su libro “De los medios a las mediaciones”, Martín Barbero llega al tema del consumo por un camino distinto: a través de la crítica al “mediacentrismo” y su elaboración de la categoría de mediaciones. Sin embargo, la conceptualización del consumo que desarrolla este autor está, en varios sentidos, íntimamente conectada con la de García Canclini.

Constituyen cuatro los aspectos de esta conceptualización que, a nuestro modo de ver, resultan de especial interés: en primer lugar, el desarrollo de una concepción no reproductivista del consumo, la que permite una comprensión de los modos de apropiación cultural y de los usos sociales de la comunicación, a través de la reivindicación de las prácticas de la vida cotidiana de los sectores populares; en palabras del propio autor: “[...] el consumo no es sólo reproducción de fuerzas, sino también producción de sentidos: lugar de una lucha que no se agota en la posesión de los objetos, pues pasa aún más decisivamente por los usos que les dan forma social y en los que se inscriben demandas y dispositivos de acción que provienen de diferentes competencias culturales”. Esta reivindicación de las prácticas cotidianas como espacios que posibilitan un mínimo de libertad no implica, en el análisis de Martín Barbero, una sobreestimación de la libertad del consumidor; por el contrario, estas

prácticas se ubican dentro de un sistema hegemónico; son prácticas que buscan burlar el orden establecido. En esta óptica, el consumo es visto como una práctica de producción invisible, a través de la cual los sectores populares se apropian y resignifican el orden dominante.

En segundo lugar de interés se encuentra el énfasis en la dimensión constitutiva del consumo, lo cual supone una concepción de los procesos de comunicación como espacios de constitución de identidades y de conformación de comunidades.

Martín Babero resalta, en tercer lugar, la dimensión estratégica de la investigación del consumo en un contexto en que la globalización de los mercados se encuentra directamente unida a la fragmentación de los consumos. La importancia estratégica de la investigación reside, según este autor, en que permite una comprensión de las nuevas formas de agrupación social, de los cambios en los modos de estar juntos de la gente.

Por último, constituye la insistencia en un cambio en el lugar desde el cual se mira y desde el que se formulan las preguntas sobre el proceso de comunicación, un aspecto clave del aporte de Martín Barbero a la investigación del consumo. A fin de precisar ese lugar desde el que es posible observar la interacción entre la lógica del sistema productivo y las lógicas de los usos sociales de los productos comunicativos, Martín Barbero propone partir la investigación desde las mediaciones, o sea, de los lugares de los que provienen las constricciones que delimitan y configuran la materialidad social y la expresividad cultural de la televisión. Según Martín Barbero, se trataría de una doble mediación: por un lado, la mediación familiar inscribiría sus marcas en el discurso televisivo forjando los dispositivos básicos de comunicación, entre los cuales el autor menciona la simulación del contacto y la retórica de lo directo. Se entiende, entonces, que la familia y el hogar constituyen un lugar clave de lectura, resemantización y apropiación de la televisión; siendo las dinámicas familiares las que estructuran las modalidades del consumo televisivo. La operacionalización de la categoría de mediación en determinados lugares desde los cuales se desarrollan los procesos de apropiación y usos sociales de los productos comunicativos abrió un nuevo territorio para la investigación sobre el consumo cultural.

En conjunto, Jesús Martín Barbero y Néstor García Canclini contribuyeron a generar la inflexión teórico metodológica desde el énfasis en el mensaje como estructura ideológica a los procesos de consumo, con lo cual han situado el análisis comunicacional en el contexto de los procesos socioculturales. Además, estos autores han definido una aproximación conceptual desde la cual se ha hecho posible abordar empíricamente el estudio del consumo, donde este pasa a ser pensado como un espacio clave para la comprensión de los procesos sociales. También, la formulación de la temática del consumo se encuentra asociada al reconocimiento de que una política cultural democrática requiere superar formulaciones dirigistas y vincular sus orientaciones con las demandas reales de la población, cuestión que resalta por su importancia y vigencia en las sociedades actuales.

Podemos concluir afirmando que, ciertamente, se percibe en los estudios realizados sobre el consumo cultural y sus prácticas concretas, un predominio

del análisis descriptivo, pues pocas veces se exploran las variables causales, donde no resulta suficiente la obtención de datos y porcentajes, sino que resulta una necesidad científica el responder por qué se asiste o no a un recinto cultural; por qué gusta en la misma proporción, de una época a otra, cierto género musical; por qué la televisión sigue siendo el medio de mayor penetración; por qué se reportan determinados niveles de lectura; por qué se consume en el comercio informal; de qué forma se enlazan los factores sociodemográficos en el consumo; qué probabilidad existe de que ciertos factores demográficos o sociodemográficos incidan en el consumo cultural y muchas otras preguntas que nos lleven a la mediación multifactorial de condicionamientos que caracterizan a este fenómeno social.

Capítulo 1: Marco teórico.

1.1.1- Las prácticas de consumo cultural en el mundo contemporáneo:

Según el criterio de Ricardo Contreras Soto, por prácticas culturales podemos definir, en un primer momento, las actividades específicas que realizan las personas dentro de un campo cultural determinado (artístico, académico, religioso, deportivas, escolares, científicas, etcétera), que están orientadas a la formación y/o a la recreación; presupone que son espacios sociales que se van abriendo y consolidando históricamente (procesos de secularización cultural), que al interior de cada campo hay lógicas específicas, así como en cada uno de ellos hay procesos de formación disciplinaria de estas artes, técnicas o saberes con diferente profundidad, en cuanto a la percepción, sensibilización, nivel de práctica para el dominio técnico, conocimientos de ciertos códigos de esas prácticas y las formas de participación y organización de cada campo. Presupone también que mientras mayor es el nivel de estas prácticas a nivel social, las personas amplían durante estas prácticas y procesos su visión cultural. En estas prácticas culturales se incluyen otras formas de expresión participación que no son solo las institucionalizadas por la cultura oficial, sino también otras prácticas de la “cultura popular”.¹⁶

Las investigaciones sobre las prácticas de consumo cultural a nivel internacional se han concentrado en tres áreas fundamentales, las cuales han estado unas veces interconectadas y otras no; las mismas son: la ciudad; los bienes culturales clásicos (libros, revistas y periódicos, música, cine teatro, museos y otros); y los medios audiovisuales (televisión, radio y otros).

Los estudios de las prácticas culturales en el mundo se dan principalmente por el interés de los estados nacionales y sus instancias para evaluar la política cultural; también lo hacen las instituciones privadas, sociales y académicas, para saber la situación de la cuestión y resultado de las acciones en donde han intervenido o se han descuidado; para buscar el impulso formativo o recreativo en su divulgación sobre las llamadas actividades culturales que realizan los ciudadanos, clientes o usuarios (principalmente en actividades relacionadas con lo artístico), y en algunos otros casos también, vinculada a la cultura política; el cuestionamiento social se enfoca a: visitas a museos, lectura de libros, lectura de periódicos, lecturas de secciones del periódico, evaluaciones sobre “cultura general”, preferencias de opinión en temas implícitos o explícitos culturales (como la religión), visita a teatros, audiencias, formas de recreación, participación en alguna organización filantrópica, gusto por visitar sitios arqueológicos, etcétera. Todo esto con el fin de conocer, mejorar o pensar en las decisiones de participación en acciones culturales. Se

¹⁶ Contreras Soto, Ricardo: “Análisis Crítico de la Cultura. Prácticas Culturales”.
Universidad de Guanajuato.

lleva a cabo por medio del levantamiento de una encuesta, donde se busca la representatividad por una muestra mayoritaria, para constatar el comportamiento generalizado de estas prácticas sociales; y este tipo de estudios se supone que se realizan periódicamente, precisamente para conocer el comportamiento y desarrollo de dichas prácticas. Generalmente los estudios se basan en las preocupaciones epistemológicas nomotéticas de las ciencias sociales.¹⁷

En el caso de los estudios sobre consumo cultural en Latinoamérica, se ha generado una reflexión teórica respecto a los modos en que los públicos ven, escuchan y leen, a los usos que le dan a los bienes culturales y, a las maneras en que ellos relacionan esos bienes con su vida cotidiana.¹⁸

Por lo que respecta a la ciudad de México, además de las diferencias de ingresos y nivel escolar que determinan diversas relaciones con los medios de comunicación, como el cine o la televisión, también interviene la manera en que el irregular y complejo desarrollo urbano (sin una expansión planificada y descentralizada de los servicios y equipamientos) agrava las distancias económicas y educativas. A las enormes distancias y dificultades que implica el traslado, se agregan la inseguridad de la vida urbana; los mayores costos de la oferta cultural pública (cuando ha disminuido el poder adquisitivo); y la creciente atracción de los medios de comunicación electrónica que llegan al domicilio familiar. Siendo así que Néstor García Canclini y Mabel Piccini han llamado a este proceso “desurbanización de la vida cotidiana”, donde mientras se da un crecimiento acelerado de las zonas periféricas, lo que representa una descentralización no planificada, aumenta la desarticulación de los espacios tradicionales de encuentro colectivo y se desarrollan las culturas electrónicas.

La combinación de estos obstáculos y la forma en que se potencian unos a otros, genera procesos de segregación cultural y de escaso aprovechamiento de muchos de los servicios existentes, según lo planteado por estos autores. La distribución inequitativa de las instituciones culturales en el espacio urbano y de los circuitos mediáticos según los niveles económicos y educativos, provoca nuevas formas de desigualdad en el acceso, donde, por una parte, entre quienes asisten a espectáculos públicos y quienes se repliegan en el consumo doméstico; por otra, se acentúa la distancia entre quienes se relacionan con la oferta tecnológica gratuita (radio, canales abiertos de televisión) y los que utilizan los servicios por cable, antena parabólica y otros sistemas más selectivos de información (fax, computadora, correo electrónico, Internet); cuyo proceso ha sido abordado tanto por Raúl Nieto y Eduardo Nivón en sus trabajos sobre consumo cultural en las periferias de la ciudad de México.¹⁹

¹⁷ Ídem.

¹⁸ Guzmán Cárdenas, Carlos Enrique: “Los estudios de Consumo Cultural”. Editorial Investigaciones de la Comunicación.

¹⁹ Ídem.

Capítulo 1: Marco teórico.

1.2- La política cultural cubana y su influencia en las prácticas de consumo cultural en nuestro país:

La Revolución Cubana ha constituido un profundo cambio cultural²⁰, sobre todo en la medida en que confió en la capacidad de la cultura para disolver todas las formas de sociabilidad preexistentes, así como para transformar los modos de vida, los valores y las mentalidades de los sujetos que protagonizaron la epopeya revolucionaria. Se trató de una emancipación social y la formación cultural de un sujeto con una fuerte conciencia crítica en medio de la lucha ideológica con la contrarrevolución y las presiones exteriores, que aún en nuestros días no han cesado.

En la formulación temprana de una política cultural revolucionaria de amplísimo perfil democrático y popular, es de resaltar la importante contribución de Fidel Castro Ruz, como máximo líder de la Revolución Cubana; constituyendo ejemplos de su enorme aportación al acervo cultural del país, por citar algunos ejemplos, su histórico alegato “La Historia me absolverá” y las “Palabras a los intelectuales”; además de su labor en la fundación de instituciones emblemáticas de la cultura cubana, tales como la Casa de las Américas, el Instituto Cubano del Arte e Industria Cinematográficos (ICAIC), la Imprenta Nacional y las Escuelas de Arte.

Es indudable el alcance e impacto de las políticas culturales desarrolladas durante estos cincuenta años de revolución en nuestro país, sobre todo a partir de la década de los noventa del siglo pasado, a raíz de la crisis vivenciada con el derrumbe del campo socialista de la URSS. Esta influencia ejercida por parte de las diversas políticas sobre el consumo cultural de la población cubana se puede constatar si se considera, tanto el punto de vista de los planificadores de las estrategias, los programas y las acciones concretas, como el de los beneficiarios, donde se ha incluido a toda la población en general por el carácter universal que caracteriza a las mismas.

Según Alaín Basaíl Rodríguez: “El análisis de las políticas culturales, es decir, el estudio de su significación y sustentabilidad, debe partir de evaluar el correlato entre oferta y demanda, entre los ideales y las prácticas reales. En cuestión, se trata de constatar las formas en que se articulan tres actores principales: los productores culturales (agentes de la creación), el entramado institucional que regula los mercados culturales y los grupos de consumidores, es decir, las audiencias con sus micro dinámicas específicas”.²¹

²⁰ Martínez Heredia, Fernando: “Significado cultural de la Revolución”. En “Cultura y Revolución a cuarenta años de 1959”. Editorial Casa de las Américas, La Habana, 1999.

²¹ Basaíl Rodríguez, Alaín: “Consumos culturales e identidades deterioradas. Políticas culturales y lo social cubano invisible”. En “Sociedad Cubana hoy. Ensayos de Sociología joven”. Coordinador Alaín Basaíl Rodríguez. Editorial de Ciencias Sociales, La Habana, 2006. (pp. 233- 250)

Además este autor plantea que: “Durante muchos años la lógica general de las políticas cubanas ha sido verticalista y muy sectorializada, lo que ha creado sujetos pasivos, con una “actitud de espera” de la “cultura elaborada y traída”: los servicios, prestaciones y ofertas. Por eso, el consumo de bienes culturales se identificó con la ejecución, la asistencia, el disfrute, la información y, en el más participativo de los casos, los aplausos. También han sido fuertemente colectivistas en tanto “un mismo sayón “de servicios públicos y programaciones estandarizadas y vehiculizadas por una basta red de equipamientos de formación”.²²

No obstante, teniendo en cuenta estos errores cometidos en la concepción e implementación práctica de una política cultural acorde con los principios afines del proyecto social cubano, a partir de los años noventa el desarrollo cultural se basó en una fuerte comunitarización, a partir de la coordinación de los diversos actores locales que participan en la producción y condicionamiento cultural.

Esta nueva descentralización adquirió, como peculiaridad del modelo cubano, no ceder en el compromiso de las instituciones públicas con la distribución equitativa. El ideal está en mantener una fuerte responsabilidad pública con la igualdad de oportunidades y la participación. Para ello se promueve un contexto institucional que structure la vida pública, prácticas, normas y metas, y, al mismo tiempo, provea a los medios de expresión y realización de las personas para definir sus identidades individuales, grupales y comunitarias por medio de la experiencia pública. “Propiciar la convivencia de distintas formas y tener en cuenta la variedad de demandas y necesidades, es cumplir la máxima de democratizar la cultura porque de lo contrario se producirá una enajenación de las normas y metas promovidas y defendidas por prácticas e instituciones comunes que no funcionan como medios de realización de las personas”²³.

En este sentido resulta imprescindible reflexionar sobre qué idea de cultura es la que está detrás de los discursos por los que se rigen las instituciones y medios de comunicación, porque a partir de lo que se entiende por ella se fundamenta y constituye el rol de las políticas culturales. El concepto de cultura que está en la mente de los planificadores define (consciente o inconscientemente) visiones en conflicto sobre qué valores se consideran universales o que se puedan universalizar, y cuáles no.

En general, en Cuba, según Alaín Basaíl Rodríguez, ha primado una idea de cultura humanista o estratificacional, que promueve los más excelsos valores de la cultura artístico literaria, en detrimento o menosprecio de otros de la “cultura popular”, que pareciera no alcanzan ese atributo. De manera tal que las políticas culturales en nuestro país han enfrentado, y aún enfrentan, el reto de articular la mayor productividad de bienes culturales; el desarrollo de los medios de expresión; y la aportación crítica hacia los productos y su suerte social, relacionadas con la comercialización y el consumo. En general, se

²² Ídem.

²³ Ídem.

continúa confiriendo alta prioridad a los tradicionales roles democratizadores de los equipamientos de formación de los individuos (la escuela y los medios de comunicación); a la programación o planificación educativa, que dirige la oferta a partir de posiciones colectivistas que pretenden igualar el consumo cultural asegurando amplias oportunidades de acceso a los servicios a toda la población.

Capítulo 1: Marco teórico.

1.3- Acerca de los condicionamientos de las prácticas de consumo cultural en Cuba:

Para abordar el tema de las mediaciones sociales más significativas en las diversas prácticas de consumo cultural de la población cubana se hace imprescindible hacer referencia a los estudios precedentes sobre esta problemática en nuestro país, los cuales de una u otra manera han realizado aportaciones, sistematizando las regularidades encontradas y señalando el camino a seguir por otros intelectuales de las Ciencias Sociales interesados en este tema.

Los estudios del consumo cultural en Cuba, según la investigadora Yisel Rivero Baxter, han adolecido en cierta medida, de un análisis que vincule los resultados obtenidos con fenómenos apremiantes de las sociedades modernas, como pueden ser la globalización de los mercados y sus efectos en la exclusión, y las desigualdades, entre otros. Al decir de esta autora, la información sobre el consumo cultural, por regla general, no ha relacionado los tipos de bienes y servicios que lo delimitan con los grupos sociales y los significados que le atribuyen, ni con sus niveles de ingresos, pues, en su lugar, se han privilegiado otras dimensiones estructurales y demográficas. Tampoco se ha profundizado en conocer en qué medida ese acceso implica una diferenciación, en términos de diversidad de prácticas o de una diferenciación social de la población.

Un momento importante, en fecha cercana a 1998 lo constituyó el esfuerzo por conocer los intereses y hábitos culturales de la población, a través de una encuesta nacional en las zonas urbanas del país²⁴. Este estudio se diferencia del de épocas anteriores, donde el concepto esencial era el de tiempo libre, al plantearse el de consumo cultural. En correspondencia se propusieron no sólo identificar las principales actividades culturales que eran realizadas con mayor frecuencia por la población, sino también sus intereses y expectativas, mediados por variables sociodemográficas (sexo, edad, nivel de escolaridad y ocupación). Todos estos elementos permitieron obtener una visión más abarcadora del fenómeno estudiado. Esta perspectiva fue retomada en una

²⁴ Correa, S., et.al., "Algunas tendencias sobre el consumo cultural de la población urbana en Cuba", Centro Juan Marinello, 1998. En Rivero Baxter, Yisel. "Consumo cultural en Cuba: ¿Escenario de diferenciación o de desigualdad social?". En "Informe final del concurso: Fragmentación social y crisis política e institucional en América Latina y el Caribe". Programa Regional de Becas CLACSO, Buenos Aires, Argentina. 2002.

investigación posterior de carácter provincial²⁵, donde igualmente se analizó el consumo cultural, pero esta vez como expresión de la participación de la población en el desarrollo cultural. En congruencia, además de los hábitos, intereses y expectativas artísticas culturales, se consideraron las formas, espacios, niveles y estructuras de esa participación, según las variables sociodemográficas, anteriormente mencionadas.

También, como parte de los primeros resultados de un proyecto de investigación llevado a cabo por el Centro de Investigación y Desarrollo de la Cultura Cubana Juan Marinello, se realizó un estudio que tuvo como objetivo central describir algunas de las tendencias del consumo cultural de la población urbana en la década de 1990²⁶. Con la realización de dicha investigación se pudieron captar algunas de las regularidades más significativas de las relaciones de la población con determinados campos de la cultura, así como observar algunas de sus interacciones y condicionamientos, pilar básico tenido en cuenta para el desarrollo de nuestra investigación.

Dentro de los resultados más relevantes, podemos citar:

- Homogeneidad en los comportamientos culturales de la población, la uniformidad manifestada tanto los intereses, hábitos como las expectativas culturales convergen en un estrecho rango del espectro posible, donde las únicas manifestaciones artísticas que puntúan con cifras significativas como de interés en la población son la música y el cine. La literatura ocupa el tercer lugar con una cifra menor. Las actividades declaradas como que se realizan con mayor frecuencia son: ver televisión y oír radio, seguidas por ver películas y leer revistas y periódicos. Mientras, las expectativas están asociadas fundamentalmente a la realización de actividades festivas y bailables, además de celebraciones relacionadas con la cultura popular tradicional local como son el caso de las verbenas, parrandas y carnavales.²⁷
- Distanciamiento de un número significativo de la población con determinados bienes culturales, junto a la baja utilización de los servicios públicos que en esas áreas, como propuestas, le ofrecen sus

²⁵ Linares, C., et.al., "La población: actor de participación en el desarrollo cultural. Un estudio en la provincia de Villa Clara", Centro Juan Marinello, 1998. En Rivero Baxter, Yisel. "Consumo cultural en Cuba: ¿Escenario de diferenciación o de desigualdad social?". En: "Informe final del concurso: Fragmentación social y crisis política e institucional en América Latina y el Caribe". Programa Regional de Becas CLACSO, Buenos Aires, Argentina. 2002.

²⁶ Linares Fleites, Cecilia y Alzugaray Rodríguez, María Carla. "Sobre el consumo cultural de la población cubana de hoy". En: "Pensamiento y tradiciones populares: estudios de identidad cultural cubana y latinoamericana", Compilación de Ana Vera Estrada. Centro de Investigación y Desarrollo de la Cultura Cubana Juan Marinello, La Habana, 2000. (Pp.258-268).

²⁷ Ídem.

ciudades²⁸. Los datos obtenidos permitieron sostener esta afirmación. Manifestaciones artísticas como el ballet y/o la danza resultaron de interés solo para 26,4% de la población. Lo mismo ocurrió con la fotografía y las artes plásticas. Por otra parte, más de 90% de la población declaró nunca haber asistido a un concierto de música clásica, 86% a un espectáculo de ballet y/o danza, mientras 70% tampoco ha ido a una biblioteca, a un museo o una exposición de artes plásticas. Esto indicó que aún persisten diferencias importantes en la apropiación de ciertos bienes culturales, aún cuando se trabaja por lograr una política sistemática que haga posible el derecho de todos a la cultura y de acortar la distancia entre su producción y recepción.

- Los altos niveles de escolaridad, así como el hecho de contar con alguna formación especializada en los campos del arte y la literatura actuaron como elementos a favor del consumo cultural.
- El papel de la radio y televisión es otro de los elementos decisivos que aportaron regularidades en relación con los comportamientos culturales. Los medios electrónicos constituyen los organizadores de parte de la vida cultural de más de 80% de la población urbana del país, de los trayectos y rutinas diarias de una existencia que se repliega hacia los espacios íntimos de sus hogares. “Ver televisión” y “oír radio” son las actividades más realizadas, independientemente de la edad o el nivel escolar. Ninguno de los espacios públicos de participación cultural tradicionales, lograron obtener cifras tan elevadas.
- La diversidad contenida en la homogeneidad resultó ser otro hallazgo significativo. Frente a las tendencias descritas, que apuntaban a calificar el consumo cultural urbano como uniforme, pugnaban las tensiones de una diversidad en el interior de los comportamientos sociales que demostraban cómo los intereses, hábitos y expectativas culturales descansan sobre una estructura compleja, multideterminada por un conjunto de condicionamientos como el sexo, la edad, el nivel educacional y el lugar de origen.

Capítulo 1: Marco teórico.

1.4- Las principales prácticas de consumo cultural en Cuba y su expresión en determinadas variables sociodemográficas y socioestructurales:

Los estudios vinculados al llamado consumo cultural en nuestro país han estado ligados, entre otros factores, a las mediaciones y condicionamientos de origen sociodemográfico y socioestructural, como bien quedó evidenciado en el epígrafe anterior, a través de las diversas investigaciones desarrolladas en este sentido. Con relación al factor sociodemográfico, se entiende por el mismo a la agrupación de algunas características personales como: educación, entendida por el nivel de instrucción alcanzado por la persona; género, término que abarca masculino y femenino (cuyas características biológicas y socioculturales

²⁸ Ídem.

son diferentes); y edad, comprendida como el tiempo en que una persona ha vivido desde que nació.²⁹

Por otra parte, lo socioestructural está referido fundamentalmente al tipo de ocupación, al sector y la rama de actividad en la que se desenvuelve determinada población y que, lógicamente, va a mediar en la forma de apropiación y consumo de los bienes culturales en una sociedad; unido a la tenencia de bienes materiales determinados. En nuestra investigación, la ocupación, el sector y la rama de actividad son analizados como variables que se corresponden con el cuadro socioestructural cubano, propuesto por Mayra Espina.³⁰

También desde el punto de vista teórico, en investigaciones precedentes el capital cultural ha sido analizado en los tres estados atribuidos por Bourdieu: incorporado, objetivado e institucionalizado. El incorporado supone intereses, disposiciones y conocimientos variados, ya sean relacionados a lo artístico cultural, idiomas, nuevas tecnologías de la comunicación, etc.; el objetivado se refiere a la posesión de bienes culturales como libros, cuadros originales o reproducciones, muebles de estilo, esculturas, tecnologías de la comunicación (TV, video, computadora, CD, juegos electrónicos, etc.), máquinas, que a juicio del autor suponen la acción del hombre, por lo que se entendió como tal, efectos electrodomésticos (aire acondicionado, microwave, batidora, olla arrocera, etc.); y el institucionalizado referido a la tenencia de títulos escolares, nivel educativo; siendo alto cuando es nivel superior, medio cuando es preuniversitario y técnico medio, y bajo con niveles iguales o menores a la secundaria.

Ahora bien, en el contexto específico de nuestro país, según la investigadora Cecilia Linares Fleites, se debe tener en cuenta que la estructura social de la transición y el socialismo, no representa un proceso de simplificación con relación a la composición socio clasista del capitalismo, donde a la vez que simplifica, eliminando tipos socioeconómicos, hace aparecer un nuevo modelo de relaciones sociales altamente complejo por fundamentarse en el equilibrio de la tensión heterogeneidad e igualdad, pues la eliminación de las relaciones de explotación no significa la desaparición automática de todo tipo de diferencias socioeconómicas. Correspondiéndose así la heterogeneidad, la diferenciación y la complejidad socioestructural, de forma explícita o latente, con relaciones sociales potencialmente conflictivas, en el sentido de diferencias y oposición de intereses que no siempre pueden armonizarse, entre sectores sociales.

Como se hizo referencia explícita en el epígrafe anterior, los factores sociodemográficos y socioestructurales intervienen, junto a una multiplicidad de

²⁹ Alemán, Daniela y Böhr, Raúl: Análisis de la resistencia al cambio en un supermercado. Universidad Católica Boliviana "San Pablo".

³⁰ Espina Mayra, Lilia Núñez. , Lucy Martín: "Aproximación al análisis de los cambios en la estructura social cubana". CIPS.

condicionamientos políticos, económicos, históricos y sociales, en la realización y preferencia de la población por determinadas prácticas de consumo cultural en nuestro contexto nacional; todo lo cual resulta relevante en este sentido.

Capítulo 2: Concepciones metodológicas de la investigación y resultados del trabajo de campo.

2.1- Etapas de la investigación:

La presente investigación transitó por tres etapas fundamentales, gracias a las cuales fue posible la realización de la misma, y a su vez dar cumplimiento a los objetivos propuestos.

La **primera etapa** estuvo caracterizada por la revisión bibliográfica de los principales referentes teóricos que constituyen el basamento conceptual que sustenta los estudios de las prácticas de consumo cultural en el mundo contemporáneo.

La **segunda** es la referida a la recogida de información relevante en la praxis donde se expresa el objeto de estudio, a través de la aplicación de diferentes métodos empíricos.

La **tercera** es la etapa a partir de la cual sobre la base de los referentes teóricos sistematizados, y la información obtenida en la aplicación de los métodos, se determinan las principales tendencias y sus respectivos condicionamientos.

2.2 - Conceptualización y operacionalización de variables:

Consumo cultural: Es el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos culturales, donde los bienes ofertados por las industrias culturales y otros agentes (como el Estado y las instituciones culturales) se distinguen porque son bienes en los que el valor simbólico predomina sobre los valores de uso y de cambio.

Prácticas de consumo cultural urbano: son aquellas actividades ligadas a procesos de circulación y apropiación de bienes y servicios culturales en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, donde los residentes en las ciudades reciben, reinterpretan y resignifican los sentidos y mensajes materializados en los bienes y servicios culturales, trascendiendo las mismas en tanto creadoras de nuevos y múltiples sentidos.

VARIABLES:

1. Prácticas de consumo cultural urbano.
2. Factores sociodemográficos.
3. Factores socioestructurales.

Con relación a los **factores sociodemográficos**, estos tienen que ver con las regularidades y variaciones en las prácticas y formas de expresión en el consumo cultural en dependencia del sexo, la edad y el nivel educacional de determinada población.

Por su parte, los **factores socioestructurales** están vinculados a las regularidades y variaciones que se establecen en dependencia de la ocupación, el sector y la rama de actividad en la que se desenvuelve

determinada población; así como con la tenencia de determinados bienes culturales.

INDICADORES:

1. Variable prácticas de consumo cultural:

• Principales prácticas de consumo cultural:

- ✓ Compartir con familiares y amigos
- ✓ Ver televisión
- ✓ Ver películas
- ✓ Oír música
- ✓ Leer libros
- ✓ Leer revistas y periódicos
- ✓ Hacer visitas
- ✓ Salir a comer
- ✓ Oír radio
- ✓ Pasear por la ciudad
- ✓ Ir las tiendas a mirar o comprar
- ✓ Ir a galerías y museos
- ✓ Ir al teatro

• Prácticas culturales alternativas (outsiders)

- ✓ Juegos de azar
- ✓ Televisión por satélite
- ✓ Canal 4 de centros de recreación y turismo
- ✓ Bibliotecas circulantes de fotonovelas y literatura romántica, del oeste, policíacas o porno
- ✓ Bancos de video de todos los formatos (Beta, VHS, DVD)
- ✓ Reproducción o "piratería" de música
- ✓ Dominó

2. Variable factores sociodemográficos:

• Indicadores sociodemográficos:

- ✓ Edad (15-20) (21-35) (36-59) (60-...)
- ✓ Sexo (masculino, femenino)
- ✓ Nivel educacional (primario, medio, medio superior y superior)

3. Variable factores socioestructurales:

• Indicadores Socioestructurales:

- ✓ Ocupación (dirigentes, profesionales, estudiantes, etc.)
- ✓ Rama de actividad (salud, educación, turismo, etc.)
- ✓ Sector (estatal, mixto o privado)
- ✓ Tenencia de bienes culturales (TV, computadora, video, radio, etc.)

Capítulo 2: Concepciones metodológicas de la investigación y resultados del trabajo de campo.

2.3- Métodos y técnicas empleados:

La metodología empleada en esta investigación tiene sus bases en la visión dialéctico materialista, empleándose la Triangulación de métodos y técnicas cualitativas y cuantitativas, con el propósito de analizar desde la Sociología de

la Cultura las prácticas de consumo cultural urbano, objeto de estudio.

El tipo de investigación es de carácter descriptivo debido a los objetivos trazados en la misma, los cuales se concentran en torno a analizar las principales prácticas de consumo cultural urbano en Camagüey, así como la determinación de las tendencias fundamentales que existen con relación al objeto de estudio. Se pretende lograr una caracterización de la realidad existente en el territorio camagüeyano con respecto a esta problemática social que reviste tanta importancia en estos tiempos. Para los efectos de la presente investigación se asumió este tipo de enfoque debido, fundamentalmente, a la no existencia de estudios actuales en este sentido, sirviendo los resultados obtenidos de base para que las instituciones culturales correspondientes en Camagüey logren una proyección cultural en el territorio que tenga en cuenta, además de los principios y conceptos priorizados por la política cultural del país, las demandas, gustos y necesidades de los distintos tipos de público.

Las técnicas empleadas son las siguientes:

1. **Análisis de documentos:** como técnica de investigación fue empleado con el objetivo de determinar las tendencias y los centros de interés fundamentales de las políticas y estrategias por las que trabajan las instituciones culturales del territorio camagüeyano, así como develar las diferencias en las prioridades o áreas de resultados clave de dichas instituciones. Los documentos revisados son:
 - Estrategia Cultural del Sectorial Provincial de Cultura de Camagüey (2007-2009).
 - Objetivos estratégicos del año 2009 de instituciones como el Centro Provincial de Cine y la Biblioteca Provincial “Julio Antonio Mella”.
 - Estrategia de Comunicación del Sectorial Municipal de Cultura en Camagüey (2008-2010).
 - Estudio de audiencia realizado por la Emisora Municipal “Radio Camagüey”.
 - Documento conjunto del MINCULT- ICRT: “Acciones de resistencia frente a la colonización cultural y en defensa de la identidad nacional y de nuestro valores.”
2. **Entrevista en profundidad o abierta:** a especialistas de instituciones culturales en Camagüey, utilizada con el objetivo de obtener información sobre la problemática del consumo cultural en el territorio desde el punto de vista del entrevistado, de las explicaciones y significados que el mismo le otorga al objeto de estudio de nuestra investigación. A partir del criterio del entrevistado sobre cómo se comporta el consumo cultural en nuestro país y, específicamente en nuestro territorio, y su forma de expresión en la institución cultural a la cual pertenece, se preseleccionó una lista de temas para conducir la entrevista.
3. **La encuesta:** a la población, como método de recogida de datos, permitió determinar las principales prácticas de consumo cultural, teniendo en cuenta las variables sociodemográficas y socioestructurales de interés para nuestra investigación, tales como la edad, el sexo, el nivel educacional, la ocupación, la rama de actividad, el sector al que pertenece y la tenencia de bienes culturales. Mediante la misma se aspiró a conocer las preferencias, móviles fundamentales de las

prácticas culturales más frecuentes y opiniones sobre la vida cultural en el territorio camagüeyano, atendiendo a estas variables.

Capítulo 2: Concepciones metodológicas de la investigación y resultados del trabajo de campo.

2.4- Caracterización de la muestra:

El universo está representado por la población urbana residente en el municipio de Camagüey, de donde se extrajo la muestra seleccionada de forma intencional para la aplicación de los métodos, con el objetivo primordial de analizar las principales prácticas de consumo cultural y sus tendencias fundamentales en la actualidad.

La muestra constó de cuarenta personas de ambos sexos (diecinueve mujeres y veintiún hombres); representantes de los diferentes rangos de edades (cuatro mujeres y tres hombres de quince a veinte años; cinco mujeres y siete hombres de veintiún a treinta y cinco años; ocho mujeres y ocho hombres de treinta y seis a cincuenta y nueve años; y dos mujeres y tres hombres de sesenta años en lo adelante); niveles educacionales (una mujer y dos hombres de nivel primario; quince mujeres y trece hombres de nivel medio superior; tres hombres de nivel medio; y tres mujeres y dos hombres de nivel superior); ocupaciones (siete estudiantes del sexo femenino y cinco del masculino; seis mujeres y cuatro hombres profesionales; cuatro mujeres y cinco hombres técnicos; una mujer y tres hombres jubilados; una pensionada; un dirigente; un obrero; un cuentapropista; y un desvinculado); ramas de actividad (cuatro mujeres y cuatro hombres de la Cultura; cinco mujeres y seis hombres de Educación; cuatro mujeres y un hombre de Salud Pública; un hombre de Transporte; dos mujeres y cuatro hombres de Servicios a la Población; tres mujeres en Finanzas; un hombre de Seguridad y Protección; y un hombre de los Medios de Comunicación Masiva); y diversos sectores (diecisiete mujeres y dieciocho hombres del sector estatal; una mujer y un hombre del mixto; y un hombre del privado). (Ver anexo No.4)

Con el fin de lograr diversidad en los criterios de la población se eligieron a los encuestados residentes en las zonas urbanas del territorio camagüeyano, para alcanzar el propósito fundamental de nuestro estudio y demostrar la hipótesis planteada sobre la relación existente entre las prácticas de consumo cultural y los factores sociodemográficos y socioestructurales que median las prácticas concretas que desarrollan los individuos.

Forman parte de nuestra muestra también, 7 profesionales que trabajan en diferentes instituciones culturales y medios de comunicación en el territorio. Los especialistas entrevistados fueron seleccionados de acuerdo al nivel de información relevante a los objetivos de nuestro trabajo. Los cargos desempeñados por los entrevistados fluctúan entre especialistas en investigaciones, jefes de departamentos de divulgación y programación, directores de programación, directores de medios de comunicación a nivel territorial, etc.

Capítulo 2: Concepciones metodológicas de la investigación y resultados del trabajo de campo.

2.5- Análisis de los resultados:

1. Análisis de documentos:

El estudio de la **Estrategia Cultural del Sectorial Provincial de Cultura de Camagüey (2007-2009)** permitió conocer cuáles son las prioridades o áreas claves de trabajo de dicha institución, la cual rige el resto de las estrategias de comunicación de los distintos municipios, y de Camagüey en particular. Como toda estrategia de comunicación persigue entre sus objetivos fundamentales el de incrementar la comunicación promocional del quehacer artístico cultural del territorio, priorizando la que responde a la programación de los principales eventos culturales; así como lograr un mayor nivel de información sobre el quehacer artístico y cultural dirigido a niños, adolescentes y jóvenes; y promover una visión de las ofertas artísticas y culturales como opciones recreativas. Dentro de los principales contenidos a destacar, que por el grado de interés que poseen para la presente investigación, se encuentran los eventos artísticos y culturales del año y sus objetivos; los proyectos y ofertas artístico- culturales dirigidas a niños, adolescentes y jóvenes, unido a sus espacios como lugar de realización, establecimiento de relaciones y de disfrute espiritual; y los premios y éxitos obtenidos por los creadores, artistas y promotores de la cultura del territorio camagüeyano.

Cabe destacar que desde el punto de vista teórico y conceptual están contempladas las diferenciaciones que existen en las demandas de acuerdo a los intereses propios de cada tipo de público, haciendo especial énfasis aquellos que por su importancia son priorizados por la política cultural cubana, tal es el caso de los niños, adolescentes y jóvenes; sin embargo se evidenció en el estado de opinión de los jóvenes encuestados con relación a la vida cultural del territorio, que esta es considerada mayoritariamente desfavorable.

Los objetivos estratégicos del año 2009 de la Biblioteca Provincial “Julio Antonio Mella” coinciden, en su mayoría, con los planteados en la Estrategia Cultural de la institución para el trienio 2007-2009. De particular importancia resulta el objetivo trazado de incrementar las acciones derivadas de las líneas de trabajo de la UNESCO, encaminadas, entre otras líneas, al trabajo comunitario; al trabajo con discapacitados; en las prisiones del municipio; con los de la tercera edad; y con los individuos en condiciones de desventaja social, en pos de propiciar la más amplia y activa participación popular en los procesos culturales a través de la promoción de la lectura como principal misión y programa priorizado de dicho centro. Esto constituye otro elemento de relevancia desde el punto de vista de nuestra investigación, pues contribuye a la atención diferenciada de los públicos lectores, teniendo en cuenta no solo sus mediaciones sociodemográficas y socioestructurales, sino también sus múltiples condicionamientos en la sociedad. Además la biblioteca, como parte de sus áreas de resultados claves, pretende potenciar los estudios de público, las investigaciones que permitan evaluar los resultados y el diseño de la programación de la misma, aspectos que le posibilitan el mejoramiento constante de su estrategia de comunicación cultural.

El análisis del documento nos permitió constatar que el mismo contiene desde su concepción y propósitos, potencialidades para que se implementen acciones acertadas que conlleven a elevar la lectura como una práctica importante de consumo cultural en la población, lo cual no se corresponde con los resultados arrojados por la encuesta, donde dicha práctica obtuvo un quinto lugar de preferencia.

Los objetivos estratégicos del año 2009 del Centro Provincial de Cine giran esencialmente en torno a fortalecer la comunicación como una de las vías fundamentales para la defensa de nuestra identidad y la promoción de la cinematografía, de acuerdo a la política cultural del ICAIC, a nivel provincial y nacional; desarrollar investigaciones en función de las prioridades de la política cultural del ICAIC a través del conocimiento científico de la cultura cubana y universal con una concepción integral e interdisciplinaria; e introducir en la práctica los resultados de investigaciones aprobadas en la institución cultural y municipios de la provincia a través de las diversas modalidades de servicios científicos; donde el perfeccionamiento del programa de desarrollo sociocultural, constituya un aspecto de primer orden.

En el **Programa Cultural** de dicha institución en el presente año figura como un elemento a resaltar el llamado uso polivalente de las salas para generar mayores ingresos económicos, dependiendo en gran medida del trabajo en conjunto con otras instituciones culturales. Como estrategia básica emplean la inserción de una manifestación artística (exposición de artes plásticas, actividades relacionadas con la literatura, galas culturales, conciertos, variedades circenses y danzarias entre otras).

La Estrategia de Comunicación del Sectorial Municipal de Cultura en Camagüey para el período comprendido entre 2008-2010, tiene como principios generales contribuir al desarrollo cultural y espiritual de la población a través de la ampliación y profundización del acceso a la cultura; así como la reafirmación de nuestra identidad y los principios que sustentan nuestro proyecto social; unido al de promover el quehacer cultural del Municipio Camagüey, así como sus resultados, teniendo en cuenta gustos, preferencias, intereses, necesidades culturales y comunicativas de la población en general. Aspecto este último que se materializa a través de los estudios o diagnósticos para evaluar anual o semestralmente la programación cultural en el territorio. Tener en cuenta los gustos, las preferencias y las necesidades sentidas de los distintos grupos sociales que se relacionan al interior de las comunidades, impone el reto de articular las actividades priorizadas en la política cultural del país y sus principios universales, con el presupuesto a ellas destinado, el cual se ha visto recortado por las difíciles condiciones económicas que atraviesa el país y el mundo en general; y de aun así continuar con la voluntad y el compromiso del estado revolucionario de proveer los medios y recursos fundamentales para socializar los servicios públicos y las prestaciones culturales y de potenciar los hechos culturales que contribuyan a desarrollar, educar y movilizar a un sujeto revolucionario con una cultura general e integral de valor universal.

El estudio de audiencia realizado por la Emisora Municipal "Radio Camagüey" en el mes de mayo de 2008, se sustentó en la misión de dicha

institución de desarrollar y satisfacer las necesidades informativas, educativas y de entretenimiento de los diferentes públicos del municipio de Camagüey, en correspondencia con los principios de nuestra Revolución Socialista. El mismo tuvo como objetivos conocer la audiencia de la emisora; determinar las causas por las que no la escuchan; y obtener información sobre programas en específico, atendiendo al interés de la dirección de programación de la emisora. Los resultados más relevantes giraron en torno a los argumentos por los cuales los sujetos no escuchan Radio Camagüey, entre los cuales se encuentran: no tener hábito de escuchar radio; no conocer los programas; la mala calidad de la señal; y no poder porque a esa hora se está trabajando o estudiando. Con particular incidencia, la mala calidad de la señal de la emisora, continúa siendo la principal limitante que presenta la misma para convertirse realmente en una de las principales fuentes divulgadoras del quehacer artístico-cultural del municipio.

El documento conjunto del MINCULT- ICRT establece las acciones de resistencia frente a la colonización cultural y en defensa de la identidad nacional y de nuestros más altos valores; acciones conjuntas entre las instituciones del sistema de cultura y los medios de comunicación masiva.

Se caracteriza por trabajar con conceptos y principios generales, tales como mantener la unidad del movimiento intelectual y artístico en torno a la revolución, propiciando el diálogo permanente con los creadores y su participación efectiva en las decisiones institucionales y en la práctica de la política cultural del país; continuar ampliando y profundizando el acceso a la cultura y convertir cada vez más su disfrute en parte de la vida cotidiana de la población, como alternativa al consumismo y a las imitaciones de los modelos de vida capitalista; y trabajar coherentemente para que las mejores producciones artísticas y literarias de Cuba y del mundo se conviertan en las más demandadas por nuestra población y crear un clima cultural auténticamente descolonizado, entre otros. También deben encargarse obras, tanto de las manifestaciones artísticas representadas en las diversas instituciones adscriptas al Ministerio de Cultura, como la radio y la televisión, para conseguir un impacto eficaz en los diferentes públicos y buscar fórmulas de coproducción entre ellas para llevarlas a cabo, considerando no solo las necesidades coyunturales, sino también la utilidad de ir promoviendo y fijando modelos de calidad auténticos y perdurables. Aspectos que tienen su base en la política cultural del país y están a tono también con la propuesta de política de programación para la radio y la televisión cubana, con el interés primordial de la defensa de la cultura y la identidad nacional, se persigue potenciar la formación de hábitos y gustos de elevado nivel estético en el público de promoción del arte, la literatura y la cultura, como prácticas sanas para el desarrollo personal, la recreación y el esparcimiento.

2. Análisis de las entrevistas en profundidad:

En la entrevista en profundidad aplicada al **especialista del Centro Provincial de Cine en Camagüey**, representado confidencialmente bajo las iniciales "FDM", se obtuvo información de interés para el objeto de estudio de nuestra investigación.

En lo concerniente al conocimiento poseído por el entrevistado sobre estudios precedentes en el territorio sobre la problemática del consumo cultural, el mismo declaró tener “algún conocimiento de que se realizó una investigación a nivel nacional, alrededor del año 2000 sobre cómo se estaban recepcionando los productos culturales”, sin embargo, el grado de información al respecto no es del todo claro, teniendo en cuenta su condición de Jefe del Departamento de Promoción del Centro Provincial del Cine. No obstante, manifestó en torno al auge de las nuevas tecnologías de la información:

FDM:

“Hoy usted puede acceder a la última película sin necesidad de estar en el cine, puedes acceder al último disco de un músico sin necesidad de tener el disco, puedes ver una obra de teatro visualizando una página de Internet, y leer un libro sin necesidad de ir a una librería o a una biblioteca; o sea este proceso de la tecnologización es algo que de alguna manera está dañando, en lo referido a la presencia del público en los escenarios de la cultura y a la vez, se está dando un proceso de deformación de los gustos.(...) “hay una crisis dentro del proceso de la construcción cultural. (...) creo que hoy es muy importante para Cuba saber por dónde marcha la cuestión de los productos culturales y hacia dónde se están desviando, o las principales deformaciones de esas líneas culturales.”

Preocupación inminente de este especialista resultan los cambios en los comportamientos y formas de consumo de los productos culturales por parte de la población; concediéndole así gran importancia a la realización de investigaciones encaminadas a explicar las tendencias fundamentales que en este sentido se manifiestan en la cotidianidad del cubano. Sin embargo, consideramos que no por novedosas constituyen estas formas de consumo cultural “deformaciones” de las tradicionales, sino sencillamente son otras vías de apropiación y uso de los productos culturales, válidos y funcionales como lo corrobora el vertiginoso ascenso en la escala de preferencia de los individuos a nivel internacional y nacional.

Con relación al caso específico del cine como práctica cultural, que debido a su actual situación en el municipio ha pasado a ocupar un lugar menos privilegiado en el gusto de la población, el entrevistado refiere que dentro de las causas de ello están la falta de condiciones económicas marcadas fundamentalmente, en sus propias palabras, por:

FDM: “Las condiciones materiales de nuestras instituciones, con la crisis del período especial son de una total destrucción de las instituciones. Por ejemplo, te puedo citar que en Camagüey de alrededor de unas 40 salas de cine que existían hoy quedan alrededor de 18 salas de cine, pero después del paso de los huracanes Ike y Paloma, en el municipio de Camagüey nos quedan solamente 2 cines funcionando en estos momentos y una sala de video”.

Otros aspectos de orden material condicionan la “inestabilidad” sufrida por el público amante de ver filmes en pantalla de 35mm; pero sin embargo, este especialista no considera que el cine cubano esté en crisis, sino todo lo contrario, que en los últimos dos años se han incrementado las producciones

del mismo, como fruto de la puesta en práctica de estrategias con otras agencias y productoras extranjeras, entre otras razones.

En lo concerniente a la política cultural cubana y las políticas del ICAIC en especial, el entrevistado expresó que:

FDM: “A lo largo de todas las décadas por las que ha transitado no solo el cine, sino la cultura cubana, (...) hay puntos de contradicción, de contrariedad porque eso está en la interpretación, en la subjetividad humana, en la propia línea objetiva de la política cultural. (...) la política cultural cubana ha tenido sus vacíos, y esos vacíos han dañado determinadas posturas del arte. Por otra parte (...) toda política tiene un carácter clasista. En todas las sociedades evidentemente van a existir puntos de censura. ”

Sobre la base del condicionamiento histórico por el que ha transitado la política cultural de la revolución cubana, el entrevistado consideró la misma como un proceso complejo y multidimensional, que aunque está siendo estudiado por diversos investigadores aún posee muchas aristas y puntos de vista que abordar.

Con respecto a la vida cultural camagüeyana, el entrevistado resaltó aspectos positivos, tales como:

FDM: “Camagüey se ha caracterizado (...) por ser un gran patio cultural, donde todas las manifestaciones de la cultura convergen, donde hay instituciones muy fuertes: el grupo danzario folklórico, el Ballet de Camagüey, investigadores como es el caso de Luis Álvarez Álvarez, Roberto Méndez”.

Sin embargo, denotó la ausencia de espacios para la recreación de los jóvenes; la importancia del rescate y fortalecimiento de instituciones culturales, y la excesiva inversión en las tiendas comerciales del centro histórico urbano de Camagüey; unido a la necesidad de tener en cuenta las demandas sociales de los distintos grupos etáreos, haciendo especial énfasis en la tercera edad, con vistas a la jerarquización de las prioridades culturales de la ciudad. Llamó además la atención en el hecho de que la declaración del Centro Histórico Urbano de Camagüey como Patrimonio Cultural de la Humanidad debe constituir no solo un motivo de orgullo para los agramontinos, sino además debe implicar un alto grado de compromiso para ser dignos merecedores de tal condición.

En la entrevista realizada al **especialista del Centro Provincial del Libro y la Literatura en Camagüey**, identificado para los efectos de nuestra investigación con las siglas “**JSC**”, se obtuvieron datos de relevancia para el estudio de las prácticas de consumo cultural más frecuentes en la población residente en las zonas urbanas del municipio; específicamente en lo concerniente a la lectura de libros y revistas, entre otras publicaciones periódicas.

Con relación al funcionamiento institucional, también consideramos pertinente abordar la labor que realiza la Editorial territorial “Ácana” en la promoción del libro y la lectura, como parte fundamental de la estructura del Centro del Libro en el territorio agramontinos.

Con respecto al Programa Cultural del Centro Provincial del Libro y la Literatura, el especialista declaró que los estudios de público constituyen uno de los principales objetivos de trabajo del mismo, aunque apuntó que actualmente no tienen ninguna investigación en este sentido; cuestión que atenta contra la mejor concepción y planificación de las llamadas actividades caracterizadas para los distintos tipos de público. La necesidad de investigaciones en este sentido, según sus propias palabras redundaba en que:

JSC: “Quizá lo que haga falta es instrumentar un análisis más científico del público, pero nosotros no vamos a resolver eso porque el estudio de público nos va a arrojar sí, muchas dificultades que tenemos, pero el cómo solucionar esas dificultades no está del todo en nuestras manos”.

Problemas como la desmotivación de los públicos, según el entrevistado, se deben fundamentalmente a que la insuficiente actividad institucional no garantiza que los mismos se sientan motivados; unido a limitaciones de tipo teórico-conceptuales como la propia caracterización de los públicos y las actividades:

JCS: “(...) la caracterización, eso que institucionalmente se ha creado, a mi juicio, elimina determinada espontaneidad; y no es tanto que discrimina como que sectoriza a los públicos.”

El poco hábito de lectura de la población, incluso de aquellos individuos que por su condicionamiento socio estructural (como la ocupación, por ejemplo) están más ligados a la consulta constante de bibliografía especializada, constituye otro de los factores que atentan contra la consecución de los objetivos del Programa Nacional para la Lectura; además factores de índole económica como los precios de los libros, que muchas veces están por encima de los salarios de los trabajadores; y la determinante relación entre la oferta, la demanda, la recepción y la posibilidad de recepción del producto cultural libro. Señaló también como un grave problema que tiene no solo el municipio de Camagüey sino todo el país el:

JSC: “(...) mecanismo de distribución de bienes que es un problema nacional: y es el mecanismo de distribución de revistas y publicaciones periódicas, que se demoran entre 6 y 8 meses en llegar y la gente está desactualizada.”

JSC: “Nosotros somos un país que tiene una política cultural sólida”, expresó el entrevistado al tratar el tema de la política cultural cubana, y distinguió que la misma aunque esté institucionalizada no debe por ello dejar de ser dinámica, y concebir en sí misma un espacio para debatirla.

En lo relativo al trabajo de la Editorial “Ácana” el especialista resaltó el gran esfuerzo realizado por parte del colectivo de trabajadores de la misma para mejorar el sello editorial y los diseños, a partir de un plan de trabajo ambicioso, teniendo en cuenta su condición de editorial territorial con una pequeña imprenta y las limitaciones de una cantidad de ejemplares determinada. A propósito del plan propuesto, planteó:

JSC: “Yo creo que vamos a seguirlo perfeccionando porque hay una mayor experiencia, solidez en los conocimientos y hemos sido más rigurosos en el sistema de selección de los libros.”

En torno a los obstáculos que enfrenta la Editorial en su quehacer señaló que:

JSC: “Las limitantes con las que se enfrenta la editorial son las de carácter genérico para cualquier editorial: los recursos, los insumos, que a veces hay una cierta expectativa con libros y nosotros no podemos satisfacerla porque nada más podemos hacer una equis cantidad de ejemplares; o sea, se trabaja de acuerdo a las posibilidades de la producción y no a la demanda.”

Este aspecto en cierto sentido lacera la satisfacción de las demandas del público lector camagüeyano, pues independientemente a que se estén llevando a cabo estudios por parte de especialistas del Centro Provincial del Libro y la Literatura para evaluar la recepción de las publicaciones periódicas de la Editorial, y sobre todo con especial interés en el impacto de la literatura infantil en los niños, aun persisten públicos sin considerar sus demandas e intereses.

También la entrevista en profundidad aplicada a la **Directora de Programación de la Emisora Provincial de Camagüey “Radio Cadena Agramante”**, aportó elementos significativos al objeto de estudio de nuestra investigación. La entrevistada será identificada como **“ASV”** para facilitar el análisis de dicha técnica empleada.

Las políticas culturales del ICRT por las que se rige la Emisora Provincial en la concepción de su programación habitual están estipuladas en diversos documentos, entre los cuales se destaca con particular relevancia el Documento Conjunto MINCULT- ICRT, sobre las acciones conjuntas a desarrollar por parte de las instituciones culturales y la radio y la televisión con el objetivo esencial de hacer frente a la colonización cultural y defender la identidad nacional y nuestros valores.

ASV: “Nosotros por ejemplo, buscando darle más fuerza en el cumplimiento de este documento, hemos producido en los veranos pasados un programa nuevo que se llama “A tono”, de media hora que divulga todo tipo de música, de pintores, de cantantes, y todo tipo de instituciones culturales que hay en la provincia y el municipio de Camagüey.”

Espacios radiales como “Hablemos de Cultura”, “La Revista Cultural Hoy”, la Revista Informativa “Camagüey al Día”, “Zafra musical”, “Todo mezclado”, el Noticiero Provincial de Radio, entre otros más constituyen ejemplos cómo la emisora da cumplimiento a la jerarquía de los lineamientos trazados por las políticas de programación del ICRT.

Con relación al auge en el acceso de la población a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, la especialista manifestó que la misión de la radio, que es informar, educar y entretener al público, no se perderá por esto, debido a que

ASV: “(...) en momentos claves la población deja de consumir cualquier otro medio de comunicación, (...) y es la inmediatez de la noticia lo que no puede sustituir ninguna otra tecnología.”

La especialista opina con respecto al tema del consumo cultural que hay que priorizar a la juventud y la formación de sus gustos acorde con los principios y valores de nuestro proyecto social; haciendo especial énfasis que únicamente la información no es la que determina la medida y calidad del consumo cultural de los jóvenes, porque siempre va a hacer falta más información y divulgación por parte de los medios de comunicación masiva. Aunque en este sentido señaló que:

ASV: “(...) no se aprovechan muchos espacios de propaganda que se pudieran utilizar y (...) con las 30 horas de radio en la ciudad se pudieran hacer muchas más cosas.”

ASV: “También existen otros factores que pueden estar influyendo sobre el consumo, y no solamente la divulgación. Quizás todo lo que se hace no es lo que la gente quiere consumir; que siempre el consumo va a estar marcado por el gusto e intereses, y lo que hay es que enrumbar ese consumo hacia lo que la industria cultural necesita; pero pienso que justamente los que hacen cultura, muy pocos han estudiado las teorías de la comunicación.”

El tener en cuenta la mediación subjetiva del consumo, estrechamente relacionada con los gustos, intereses y necesidades de los distintos grupos sociales que conforman la sociedad, resulta un factor de significativa connotación en el abordaje de los principales condicionamientos que atraviesan el consumo cultural de la población urbana.

ASV: “Hay muchas instituciones culturales del territorio que se divulgan, pero son de forma espontánea; porque todos queremos cumplir los acuerdos MINCULT-ICRT (el que dirige el teatro, el que dirige la Emisora, el que dirige la sinfónica); pero no nos sentamos a negociar cómo sería la mejor manera (...) O sea, que todo el mundo tiene que trabajar más en eso; (...) y (...) sentarnos en algún momento a elaborar una gran estrategia de comunicación y divulgación”.

Esta espontaneidad en la divulgación de las diferentes instituciones culturales de Camagüey, y a la que hace referencia la entrevistada en el caso particular de la Emisora Provincial, consideramos que debe ser objeto de una mayor planificación y coordinación por parte de los diversos organismos responsables de la misma.

Por el aporte en torno a la explicación de determinados comportamientos de la población urbana de Camagüey sobre la práctica cultural “oír radio”, la entrevista realizada a la **especialista en investigaciones de la Emisora Municipal “Radio Camagüey” (“LMR”)** constituye otro momento importante en el presente estudio.

Con relación al tema de la radio audiencia con que cuenta la emisora, una investigación efectuada por el Departamento de Investigaciones de “Radio Camagüey” arrojó entre sus resultados más relevantes que factores como la tradición histórica y el gran reconocimiento social del que es portadora la cercana Emisora Provincial “Radio Cadena Agramonte” explican por qué la misma absorbe la mayoría de la audiencia de la provincia y del municipio capitalino; unido al poco tiempo de fundada que tiene “Radio Camaguey”; y la

insuficiente calidad de la señal que presenta, que acarrea el desconocimiento de la población de la existencia de la misma. Otros agentes que atentan contra el incremento de la radio audiencia de la emisora, en palabras de la propia entrevistada, están vinculados con que:

LMR: "(...) la programación es corta. Son sólo 6 horas de transmisión diaria: de siete de la mañana a una de la tarde. Entonces no hay una constancia diaria como para que las personas se sientan identificadas. (...) el objetivo de la emisora, por el cual existimos y trabajamos no se cumple. La misión no se cumple por estos problemas de la calidad de la señal que se le dificulta al oyente."

Temas de recurrente preocupación por parte de la entrevistada tienen que ver con que los jóvenes casi en su mayoría no escuchan la radio, debido fundamentalmente al uso que de las nuevas tecnologías hace este grupo etario, las cuales han desplazado la preponderancia de los medios de comunicación masiva en las prácticas de consumo cultural más habituales.

Problemas de carácter técnico hacen también que las condiciones de trabajo en la joven emisora radial no sean las más adecuadas; independientemente de que este colectivo se esfuerza al máximo por brindar al público una programación que a la vez que lo informe sobre el quehacer artístico-cultural del municipio y sus diferentes opciones culturales, lo eduque y entretenga sobre la base de la política cultural de la Revolución Cubana.

La entrevista aplicada a la **Programadora del Sectorial Municipal de Cultura en Camagüey ("EAZ")** contribuyó también al proceso investigativo presente. La misma manifestó no tener conocimiento de estudios anteriores sobre la problemática del consumo cultural en el municipio de Camagüey; solo de investigaciones relacionadas con las tradiciones camagüeyanas y las evaluaciones anuales y semestrales que realizan para elaborar el diagnóstico de la programación cultural del territorio.

Sobre la realización de estudios de público señaló que:

EAZ: "Los estudios de público son realizados por los promotores culturales a nivel de distrito y de consejos populares. (...) y son dirigidos y organizados por el investigador del municipio y los investigadores de casas de cultura."

Como resultado del cumplimiento de los acuerdos MINCULT- ICRT, la entrevistada hizo referencia a las actividades llamadas de uso múltiple, donde en espacios como los cines, se llevan a cabo diversas acciones culturales que ofrecen la posibilidad de aprovechar estas instituciones en horarios en que no se están transmitiendo filmes.

Con relación al funcionamiento y estructura del Sectorial Municipal de Cultura, expresó que:

EAZ: "Nosotros tenemos cuatro distritos: el Cándido González, el Ignacio Agramonte, el Julio Antonio Mella y el Joaquín de Agüero. (...) Cada distrito tiene un grupo de promotores que están ubicados en las Casas de Cultura, las cuales rigen la política cultural de cada distrito. Estos promotores tienen (...) su proyecto cultural y sus estudios (...) donde el promotor es el responsable de

esa actividad a nivel de institución por su nivel gestión, de promoción, así como el instructor de arte es el responsable de esa actividad como técnico de la misma, teniendo que velar, por la calidad de la misma, es decir, que ambos son responsables de la programación.”

La relación de Cultura Municipal con los medios de comunicación masiva y en especial con “Televisión Camagüey”, según la especialista, se ven mediadas ante todo por las prioridades de la televisión, donde “el ICRT va a seleccionar esas actividades en dependencia de la proyección que se la da”; y no por el grado de interés que estas posean para la concepción de la programación cultural del territorio.

Con respecto a las estrategias de comunicación y divulgación, su puesta en práctica y evaluación por el estado de opinión de la población destinataria, declaró que:

EAZ: “No importan las estrategias que se hagan si en la práctica la realidad es otra. (...) A veces son indicaciones que se van más allá de las posibilidades reales que tenemos, ahora se está hablando de una reducción del presupuesto del municipio al 6% y con exigencias de actividades que realmente no vamos a poder realizarlas si no existe un presupuesto; aunque haya un diagnóstico del gusto, preferencias del público. No importa que se programen muchas actividades con el Programa Nacional de la Lectura si esa población me está pidiendo actividades culturales en plazas y parques y yo no dispongo del presupuesto para poder asumir o satisfacer esos gustos y preferencias. Ese es uno de los retos de la política cultural cubana.”

La entrevista realizada al **Director de “Televisión Camagüey”**, por la importancia que tiene esta institución como medio de comunicación masiva en las prácticas de consumo cultural de los individuos, aportó elementos significativos, desde el punto de vista del entrevistado, a nuestro objeto de estudio. Identificaremos al mismo bajo las siglas siguientes: **“JVS”**.

Sobre el tema del consumo cultural en el territorio expresó que no se corresponde, a su juicio, la producción cultural o la creación artística del municipio con las principales prácticas de consumo cultural de la población camagüeyana. En sus propios términos:

JVS: “La vida cultural de Camagüey no está acorde con esas potencialidades. Los organismos que tienen que ver con eso no han logrado encausar esa creación en función del consumo cultural.”

Problemas de carácter organizativo, así como que la promoción cultural no siempre está en correspondencia con los valores más universales de la cultura, debido en gran medida a los medios de comunicación masiva, constituyen algunas de las razones que influyen en el consumo cultural de la población, según el criterio del entrevistado.

JVS: “(...) hay que dinamizar la vida cultural, y dinamizarla con esas cosas que se mantengan en el tiempo(...) lo cierto es que un muchacho de 19 años que estudia, es decir, que no devenga salario, un sábado por la noche va a salir y se le hace difícil, por dos razones fundamentales: una tiene que ver

precisamente con que no hemos concebido la vida nocturna con una visión cultural y dos, porque también hay estereotipos en la población que no consideran ir al teatro, a la biblioteca, al museo como formas de recreación(...).”

El entrevistado identificó en las prácticas culturales de carácter popular (como bailar y tomar cerveza en las fiestas populares), como formas de recreación alejadas de la llamada alta cultura, cuestión que apunta a una falta de comprensión y conocimiento sobre la amplia connotación que tienen los elementos que forman parte de nuestra identidad y de nuestra cultura popular en las prácticas culturales de la población cubana.

JVS: “Hay una contradicción en los medios de difusión masiva, que no difunden todo lo que nosotros debemos encarar y resolver (...) concebir la recreación como un momento de expansión cultural; el concepto famoso de desconexión, que uno se recrea para desconectar de la vida, (...) esos conceptos hay que superarlos, eso no tiene nada que ver con el modelo social que nosotros queremos construir.”

Con relación a la idea de dinamizar la vida cultural de la ciudad en función de ofrecerle a los diversos públicos ofertas culturales que satisfagan sus gustos, intereses y necesidades, expresó que:

JVS: “(...) en Camagüey se puede hacer mucho más por el consumo cultural de la población. (...) Hay que rescatar en la vida cultural de Camagüey muchas cosas que se han perdido; actividades masivas con un alto nivel de elaboración cultural para que la población cada vez consuma productos culturales de mayor calidad.”

Sobre el tema de las políticas culturales del ICRT y de programación de la televisión local, hizo referencia a un conjunto de documentos por los cuales se rige la dirección de programación del tele centro, tales como: el documento del Buró Político sobre la eficacia informativa; el documento conjunto MINCULT-ICRT que tiene que ver con la agresión cultural; existen las direcciones principales del trabajo político-ideológico que cada año se actualiza; y está también la estrategia para reforzar un grupo de valores que constituyen objetivos de la labor político-ideológica que desarrollan los medios de comunicación masiva, y en especial, la televisión.

JVS: “Yo creo que en el caso específico de “Televisión Camagüey” en la misma carga de programas culturales, (...) que más o menos hemos cumplido con la política. La parte que quizás más débil tenemos es cómo hacerla más atractiva. Yo creo que hoy es eso es un problema: hacerla más atractiva y que los temas que llevamos sean de mayor profundidad.”

Haciendo referencia a algunos de los espacios culturales de mayor contenido destinado a ofrecerle a la población la cartelera cultural del municipio Camagüey, expresó:

JVS: “(...) nosotros tenemos (...), “A punto”, que todos los días tiene varios minutos dedicados a promover lo que va a pasar en el territorio. Nosotros tenemos un programa que se llama “El Guiño del Escaramujo”, que es

netamente de promoción cultural; nosotros tenemos también “Galería ciudad”, que se transmite incluso, a nivel nacional, y se dedica a la producción en las artes plásticas. Poseemos un espacio para promover el libro de veinte y tantas horas semanales (...). Además está “Al filo de la tarde”, que una parte importante de su carga es precisamente esa; y “Buena Compañía” que tiene una sección de la Asociación de Hermanos Saíz.”

En lo concerniente a los estudios de público que se deben realizar como parte de la evaluación y retroalimentación constante de la programación televisiva, el entrevistado manifestó que:

JVS: “Nosotros tenemos estudiados cuáles son los horarios de mayor audiencia, cuáles son los programas que más la gente ve; cuáles son los porcentajes en que la gente los ve. Tenemos estudios de audiencia, de recepción de la calidad de la señal (...).”

Apuntó además que, en estos momentos, el interés metodológico e investigativo de “Televisión Camagüey” gira en torno al aspecto cualitativo de saber qué opina la población, qué le gusta y qué no.

En lo relativo a la práctica cultural “ir al cine”, que otrora resultó como de las más distintivas del territorio camagüeyano en el estudio del año 2000 realizado por Cecilia Linares y su equipo de especialistas en representación del Centro de Investigación Cultural “Juan Marinello”, ofreció, según su criterio, una serie de elementos que explican el cambio en el comportamiento de la población en este sentido; tales como: “(...) que la gente no acude a salas cinematográficas, porque poseen muchos equipos y es más cómodo ver las películas en casa.”

Se hace oportuno, llegado a este punto, aclarar que se está haciendo referencia al incremento en el acceso a las nuevas tecnologías que en los últimos tiempos ha experimentado la población cubana en general y la del territorio en particular.

Con respecto a la relación de dicha institución con la Cultura Municipal, señaló que las prioridades de trabajo de la televisión distan en cierta medida de las de Cultura, pero que de forma coordinada y organizada se puede lograr que la promoción cultural sea lo más eficiente y actualizada posible. El entrevistado afirmó que en la práctica los promotores culturales, responsables de la divulgación de las actividades culturales en las comunidades, no están desarrollándolas de la debida forma; cuestiones en las que se basa para declarar, como máximo dirigente del medio televisivo en el territorio, que no es la televisión la única que debe intervenir protagónicamente en este sentido.

Estudios realizados con anterioridad por el grupo de investigadores del telecentro, han aportado información valiosa y entre los principales elementos que señala el entrevistado como limitaciones que tiene la programación configurada para el público camagüeyano se encuentra que:

JVS: “El alcance de la televisión es limitado; la gente ve la televisión por prestigio social (...) nosotros, transmitimos de 12:00-12:30m, cuando a esa hora la gente está trabajando o almorzando; después de 4:30pm.- 6:00pm, cuando una parte de la población está en el tránsito a la casa y la madre está

cocinando y no ve esa programación. (...) Si nosotros saliéramos a las 8pm, como pasa los fines de semana sería distinto.”

En sentido general las entrevistas realizadas arrojaron informaciones relevantes referidas tanto a las prácticas de consumo cultural derivadas de las instituciones en las cuales trabajan dichos especialistas, como a los condicionamientos y mediaciones importantes que determinan sus formas de expresión en la población estudiada. Siendo las más significativas el impacto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (como los videos de diversos formatos, las mp3, las computadoras, etc.) en las formas de satisfacción de gustos de la población con respecto a prácticas de consumo cultural, tales como “oír música”, “ver películas”, “oír radio”, “leer libros”, entre otras; problemas de carácter organizativo y de promoción cultural por parte de las instituciones y organismos correspondientes en el territorio; unido a las limitaciones de tipo económico las cuales constriñen las demandas, gustos e intereses de los públicos a la programación, la oferta y la recepción de los productos culturales en el municipio camagüeyano.

3. Análisis de los resultados de la encuesta:

La aplicación de un modelo de encuesta (Ver anexo No.1) con el fin de obtener datos de interés para el objeto de estudio de nuestra investigación, en correspondencia con las variables y sus respectivos indicadores, constituyó otra técnica que posibilitó a partir del análisis cuantitativo de los resultados, la interpretación cualitativa de las tendencias y regularidades contenidas en el mismo.

La misma se aplicó a una muestra de cuarenta individuos, quienes de forma intencional están vinculados a las variables sociodemográficas y socioestructurales tenidas en cuenta en nuestro análisis de las principales prácticas de consumo cultural de la población urbana de Camagüey y de las tendencias fundamentales en torno a las mismas en el territorio.

Con relación a las **variables de tipo sociodemográficas**, y más específicamente con respecto a su primer **indicador sexo**, se obtuvieron los siguientes resultados:

- De las 19 mujeres encuestadas, las cuales representan el 47.5% de total de encuestados, comprendidas en los diferentes rangos de edades tienen como práctica cultural de mayor preferencia “ver televisión”; mientras que otras actividades de consumo cultural tales como “oír música” y “compartir con familiares y amigos” gozan de amplia aceptación por parte de las mismas sin distinción de edad y nivel educacional. También “oír radio”, “ver películas”, “leer libros, revistas y periódicos” constituyen prácticas culturales que se comportan de forma descendente en cuanto al nivel de aceptación a medida que aumenta el rango de edad.
- De los 21 hombres encuestados, los cuales representan el 52.5% del total de la muestra seleccionada, “ver televisión” resultó la práctica de mayor nivel de preferencia independientemente de la edad y el nivel educacional. También “oír música”, “ver películas” y “compartir con familiares y amigos” estuvieron entre las de mayor por ciento de selección en todos los rangos

de edad y niveles educacionales. “Leer revistas, periódicos y libros” y “oír radio” gozaron de menor preferencia entre los hombres.

Con respecto a los **rangos de edades** se manifestaron de la siguiente manera:

- En el rango de edad mínimo se encuentra el 17.5% del total de la muestra encuestada, de los cuales el 85.7% posee un nivel educacional medio superior y solo un 14.3% un nivel de escolaridad medio; donde las prácticas culturales de mayor recurrencia resultaron, en las mujeres, “ver televisión” e “ir al teatro”; y en los hombres, “oír música” y “ver televisión”.
- Del 30% de los encuestados, perteneciente al rango de veinte y uno a treinta y cinco años de edad, con nivel educacional 100% medio superior, tanto las mujeres como los hombres seleccionaron “ver televisión” en primer lugar de preferencia, aunque las féminas además presentan “oír música” y “ver películas” en igual lugar de selección.
- En el rango de treinta y seis a cincuenta y nueve años se encuentra el 40% de la muestra encuestada, donde el 62.5% posee nivel educacional medio superior, 31.25% nivel superior y el 6.25% nivel medio, seleccionaron “ver televisión” en primera posición tanto los hombres como las mujeres, seguido de “oír música” y “compartir con familiares y amigos” en igualdad de preferencia.
- En el último de los rangos de edad el 12.5% del total de la muestra, el 60% tiene nivel educacional primario, el 20% nivel medio y el otro 20% nivel medio superior, los cuales escogieron “ver televisión” y “oír música” sin distinción de sexo; solo en el caso de las mujeres incluyeron en primer lugar de preferencia además “compartir con familiares y amigos” y “oír radio”.

El **nivel educacional** se manifestó en los datos obtenidos de la forma relacionada a continuación:

- En el nivel primario se encuentra el 7.5% del total de encuestados, los cuales se corresponden en su totalidad con el rango de edad mayor de sesenta años; quienes prefieren “ver televisión” y “oír música” resultaron ser las dos prácticas culturales de mayor recurrencia tanto en hombres como mujeres.
- En el nivel medio se halla el 7.5% del total de la muestra, diseminados en los distintos rangos de edad, exceptuando el de veinte y uno a treinta y seis años, de los cuales el 66.6% eligieron “ver televisión”, “leer revistas y periódicos” y “oír radio” como las prácticas culturales que más gustan hacer; mientras el 33.4% restante además de “ver televisión”, seleccionó “oír música” y “compartir con familiares y amigos” en primer lugar de preferencia.
- En el nivel medio superior está comprendido el 72.5% del total de encuestados, los cuales pertenecen a diferentes grupos de edades: donde solo el 3.44% pertenece al mayor de sesenta años; el 34.48% se corresponde con los encuestados entre treinta y seis a cincuenta y nueve; el 41.37% está comprendido entre veinte y uno y treinta y cinco; y el 20.7% restante pertenece a los encuestados entre quince y veinte años de edad,

los cuales en su totalidad coinciden en “ver televisión” y “oír música” como las prácticas culturales de mayor frecuencia de realización, además de “ver películas” con mayor frecuencia de aparición en los grupos de edades intermedias, e “ir al teatro” en el caso de las mujeres del rango de quince a veinte.

- El nivel superior representa el 12.5% de la muestra encuestada, el cual se corresponde íntegramente con el rango de edad de treinta y seis a cincuenta y nueve años, y donde los encuestados seleccionaron “ver televisión” como la práctica cultural en primer lugar de preferencia, seguida por la de “leer libros” con un 80% de selección.

Con respecto a las **variables socioestructurales**, y particularmente con relación a los indicadores de interés para nuestra investigación, tales como la ocupación, la rama de actividad y el sector al que pertenece el encuestado, así como la tenencia de determinados bienes culturales, estos se comportaron de la siguiente manera en la muestra encuestada:

1. El **indicador de la ocupación** arrojó los resultados relacionados a continuación:

- Los estudiantes representan el 30% de los encuestados, y tienen como sus prácticas más recurrentes “ver televisión” en primer lugar, seguida de “oír música”, “leer revistas y periódicos” y “compartir con familiares y amigos”, y en el caso particular de las mujeres de esta categoría, “ir al teatro” resulta otra práctica cultural con un alto nivel de aceptación.
- Los profesionales constituyen el 25% del total de encuestados, de los cuales el 90% seleccionó el primer lugar de preferencia “oír música”, seguida por “ver televisión” con un 60% y con un 40% en igualdad de selección “pasear por la ciudad” y “leer libros”.
- Los técnicos representan el 22.5% de la muestra encuestada, de los cuales el 66.6% marcó como la práctica cultural que realiza con mayor frecuencia “compartir con familiares y amigos”, seguida por “ver televisión”, con un por ciento el 55.5%, y por “oír música” con un 44.4% de selección.
- Los jubilados constituyen el 10% del total de encuestados, de los cuales el 100% seleccionó “ver televisión” en primer lugar de preferencia, seguido del 75% que eligió “oír radio” como otra de las prácticas culturales de mayor frecuencia de realización.
- Los pensionados, los desvinculados, los cuentapropistas, los dirigentes y los obreros representan cada uno el 2.5% del total de la muestra encuestada. Resultó “ver televisión” la práctica cultural más gustada que en tienen en común los encuestados pertenecientes a las cinco categorías de interés.

2. El **indicador rama de actividad** se comportó en la muestra escogida de la siguiente forma:

- Los trabajadores de la rama educación representan el 29.72% del total de encuestados, quienes prefieren “ver televisión” como práctica cultural de mayor nivel de agrado.
- El 21.62% está representado por los encuestados pertenecientes a la rama de la cultura, los cuales seleccionaron el 87.6% “oír música” como la

práctica cultural más realizada, seguida por “pasear por la ciudad” con un 62.5% de selección y “ver televisión” en tercer lugar con un 50% de elección por parte de los encuestados.

- Los encuestados correspondientes a la rama de actividad de servicios a la población constituyen el 16.21% del total de encuestados, donde “ver televisión” en la totalidad de los encuestados fue elegida en la primera posición de la jerarquía de actividades culturales realizadas, seguida por “oír música” con un por ciento de selección del 83.3% de la muestra comprendida en esta rama de actividad.
- La rama de salud pública estuvo representada por el 13.51% de la muestra, donde “compartir con familiares y amigos” fue seleccionada por el 100% de los encuestados y el 80% de los mismos eligió “ver televisión” como la práctica cultural preferida en segundo lugar de preferencia.
- La rama de finanzas, ubicada en la categoría de “otros” en la encuesta, representa el 8.11% del total de encuestados, los cuales practican en primer lugar de preferencia “leer libros”, seguida en igual por ciento de selección (66.7%) por “ver televisión” y “oír música”.
- Los trabajadores de las ramas informática, transporte, seguridad y protección física y los medios de comunicación masiva representaron el 2.7% del total de encuestados cada uno; los mismos tuvieron en común la elección de “ver televisión” en un 75% de los encuestados, seguida por “leer revistas y periódicos” y “oír música” en igual por ciento de selección del 50%.

3. Con relación al **indicador del sector** en el que se desenvuelven los encuestados se obtuvieron los siguientes resultados:

- El sector estatal estuvo representado mayoritariamente en la muestra encuestada de forma intencional, con un 92.1%, los cuales seleccionaron en orden de preferencia y frecuencia de realización “ver televisión” con el mayor por ciento de agrado de un 82.9%, seguida por “oír música” con un 60%, y “compartir con familiares y amigos” con un 37.1% de aceptación entre los encuestados pertenecientes a este importante sector.
- El 5.26% del total de encuestados representa al sector mixto, el cual prefiere “oír música” como práctica cultural de mayor aceptación, con un 100 % de selección.
- El 2.63% de los encuestados pertenece al sector privado, el cual seleccionó en primer lugar de preferencia “ver televisión”, seguida por “ir a galerías y museos” e “ir al teatro” como las prácticas culturales de mayor agrado.

4. El **indicador** relacionado con la **tenencia de bienes culturales** se manifestó así:

- El 100% de los encuestados posee televisor; el 87.5% posee radio; el 77.5% libros; el 62.5% discos o CD; el 60% grabadora; el 50% videos; el 32.5% reproductora de CD; el 22.5% reproducciones de pinturas; el 17.5% esculturas; el 15% posee tanto computadora, muebles de estilo como instrumentos musicales mientras el 7.5% tiene nintendo; el 5% pinturas originales; y el 2.5% tocadiscos.

Por otra parte el **indicador** vinculado a las llamadas **prácticas culturales alternativas**, en la muestra encuestada se comportó de la siguiente forma:

- El juego de dominó resultó la práctica cultural alternativa de mayor por ciento de realización con un 35% del total de encuestados; el uso de los bancos de video de todos los formatos fue elegido por el 27.5% de la muestra; los juegos de azar fueron seleccionados por el 17.5% del total de encuestados; la reproducción de música fue seleccionada por el 15% de la muestra; mientras el uso frecuente de las llamadas bibliotecas circulantes fue elegido por el 10% de los encuestados; y solo el 2.5% declaró tener acceso a la televisión por cable.

Los **motivos** o móviles fundamentales de realización de las prácticas culturales declaradas por los encuestados como de mayor preferencia y frecuencia giraron en torno a:

- El 82.7% manifestó realizarlas porque le entretiene; el 70% porque le complace; el 50% porque le permite estar informado; el 45% porque le es de gran utilidad; el 30% porque olvida problemas; el 27.5% por no poder pagar opciones más caras; el 25% porque faltan otras opciones culturales; el 20% porque conoce gente nueva; 7.5% porque desconoce otras opciones culturales; y el 2.5% porque le queda más cerca.

Las opiniones sobre la **vida cultural del territorio**, expresadas a través de la encuesta por la población camagüeyana, se caracterizaron por presentar el siguiente comportamiento:

- El 52.5% de los encuestados manifestó que la vida cultural en la ciudad de Camagüey “carece de actividades para las distintas edades”, y en especial para la juventud; que la misma es “pobre”, “aburrida”; que tiene “pocas opciones culturales en moneda nacional”; que se hace “poca divulgación de las actividades culturales”, entre otros criterios.
- El 35% de los encuestados evidenció criterios positivos en torno a la vida cultural en el territorio, tales como que existen “buenas opciones culturales, pero en divisa”; que la misma está “cualitativamente superior en relación con otros años”; que existen variadas “actividades culturales masivas”; que se caracteriza por la “restauración y conservación del casco histórico urbano”; por “opciones para todos los gustos”; entre otros criterios.
- El restante 12.5% de los encuestados se mantuvo neutro o no respondió coherentemente la pregunta en la encuesta orientada en este sentido.

Capítulo 2: Concepciones metodológicas de la investigación y resultados del trabajo de campo.

2.5- Principales tendencias y mediaciones en las prácticas de consumo cultural urbano en Camagüey:

Luego del análisis de documentos, de las entrevistas en profundidad y del análisis de los datos obtenidos con la aplicación de la encuesta, como parte del proceso metodológico de triangulación, el cual consiste en la integración tanto de métodos y técnicas cualitativas como cuantitativas para un mejor y más completo acercamiento a la problemática social objeto de estudio, se hace necesaria la interpretación de la información obtenida, en aras de dar cumplimiento al objetivo propuesto de determinar las principales prácticas de consumo cultural de la población urbana en Camagüey y sus tendencias fundamentales en la actualidad.

La triangulación realizada nos permitió determinar como principales tendencias, en correspondencia con las variables sociodemográficas y socioestructurales asumidas en la investigación, las siguientes:

- El sexo como indicador de la variable socio demográfica y su expresión con las prácticas de consumo cultural, evidencia que “ver televisión” se constituye en la práctica cultural más realizada por ambos sexos sin distinción, lo cual confirma la preponderancia de los medios de comunicación masiva en el consumo cultural; aunque en el caso de las mujeres estas presentan una gama de gustos mayores que los hombres hacia otras prácticas
- La pertenencia a uno u otro grupo etario marcó diferencias en las prácticas de consumo cultural; donde “ver televisión” resaltó nuevamente como la práctica cultural de mayor recurrencia en todos los rangos de edades. De forma general, se evidenció la tendencia de los individuos pertenecientes a las edades centrales (21-35 años) y (36-59 años) especialmente los más jóvenes, quienes poseen un espectro de intereses significativos manifestados en sus prácticas culturales concretas, lo cual se expresa en una mayor diversidad en sus actividades de consumo cultural, la cual comienza a disminuir con el aumento de la edad.
- El nivel educacional constituyó otro indicador que evidenció que los individuos con menor nivel de instrucción tienen bajos por cientos de selección en las prácticas culturales artístico-literarias, a excepción de “ver televisión” y “oír música”; mientras que los de niveles de escolaridad medio, medio superior y superior, manifiestan una mayor diversidad en sus gustos artístico-literarios y demás manifestaciones en general.
- Con respecto a las variables de carácter socio estructural, y más específicamente en el caso del indicador, ocupación, tanto los estudiantes, los jubilados, los pensionados, los desvinculados, los dirigentes, los cuentapropistas como los obreros prefirieron “ver televisión” en primer lugar, con altos por cientos de selección en casi todos los casos; lo cual confirma nuevamente la primacía que poseen los medios y la televisión en particular en el consumo cultural de los camagüeyanos. Por su parte, los profesionales y los técnicos tienen en su jerarquía de prácticas culturales “ver televisión” en segunda posición, pues los primeros gustan de “oír música” y los segundos de “compartir con familiares y amigos” respectivamente; lo cual revela una

cierta tendencia al desplazamiento a posiciones menos preponderantes de los medios por parte de estos individuos que se desenvuelven en determinadas condiciones laborales y poseen determinados niveles de instrucción, encontrándose igualmente condicionados por las diversas mediaciones socio demográficas, como la pertenencia a uno u otro sexo y grupo etario.

- En relación con la pertenencia a determinada rama de actividad como indicador de la variable socio estructural se evidenció que los trabajadores de servicios a la población, los de educación y los de la informática, el transporte, la seguridad y protección física y los medios de comunicación ven televisión como su práctica cultural más habitual, independientemente que desarrollen otras actividades de la más diversa índole como “leer revistas y periódicos” y “oír música”, actividades todas desarrolladas en el ámbito del hogar. Los trabajadores de las ramas de la cultura, la salud pública y de finanzas tienen en primer orden de preferencia prácticas culturales como “leer libros”, “compartir con familiares y amigos”, “oír música y “pasear por la ciudad”, aunque en todos los casos “ver televisión” se mantiene entre los tres primeros puestos de elección.
- En relación con el sector como indicador de la variable socio estructural, este se manifestó atendiendo a sus tipos de la siguiente forma: las preferencias del sector estatal y mixto se coincidieron en oír música, mientras que en el privado y el estatal coincidieron en que ver televisión fue la más seleccionada.
- La tendencia general de las preferencias por prácticas de consumo cultural en la muestra trabajada se expresan en orden descendente como sigue:
 1. Ver televisión.
 2. Oír música
 3. Compartir con familiares y amigos.
 4. Ver películas
 5. Leer libros y revistas y periódicos
 6. Pasear por la ciudad.
 7. Oír radio.
 8. Ir al teatro.
 9. Hacer visitas
 10. Ir a galerías y museos e ir a tiendas a mirar o comprar.
- Es significativo el lugar que ocupa dentro de las preferencias de practicas de consumo cultural las asociadas a disfrutar de los servicios que brindan determinadas instituciones culturales, por ejemplo, asistir a teatros, museos, y galerías, lo cual denota que aun persisten diferencias importantes en la apropiación de estos bienes culturales, por la falta de diversificación de gustos estéticos de la población en estudio.

Tomando en consideración la expresión de las referidas tendencias que se expresan en las prácticas de consumo cultural en la población urbana camagüeyana, podemos identificar como principales **condicionamientos políticos, económicos, históricos, culturales y sociales** los siguientes:

En el orden político, los condicionamientos más relevantes se concentran en torno a los retos que enfrenta en su implementación práctica la política cultural cubana; la cual aunque tiene como máxima fundamental elevar la cultura general e integral de los cubanos desde los más altos valores de la cultura

universal y nacional, continúa careciendo de cierto dinamismo y flexibilidad tal que les permita a los especialistas de las instituciones culturales e intelectuales de las diversas ramas de la creación artística debatirla y replantearla en correspondencia con las exigencias territoriales y las necesidades particulares del público consumidor. El logro de una política descentralizadora y participativa posibilita que los promotores, los planificadores y gestores culturales sean capaces de adoptar tácticas variables, oportunas y en correspondencia con la diversidad de demandas y necesidades territoriales. Otro elemento que condiciona las tendencias encontradas en las prácticas de consumo cultural de la población residente en las zonas urbanas de Camagüey lo constituye la sectorialización que existe en el trabajo de las diversas instituciones culturales y los medios de comunicación, el cual no posibilita una elaboración conjunta de una estrategia de divulgación y promoción cultural adecuada y en correspondencia con las verdaderas demandas de la población del territorio. La misión política que desempeñan los diversos agentes socializadores de los individuos en nuestra sociedad, como son la familia, la escuela y los medios de comunicación masiva, reviste significativa connotación para el objeto de estudio de nuestra investigación, pues como resultado de las acciones sistemáticas e integradas de los mismos, condicionan que los individuos asuman determinados sistemas de hábitos, sentidos y valores en correspondencia con su posición social, grupos de pertenencia y según las coyunturas sociales y personales que les tocó enfrentar; actores sociales que poseen cierta autonomía, manifestada en la adaptación constante de sus prácticas culturales atendiendo a las condiciones histórico concretas existentes.

La gran trascendencia social de la televisión como medio socializador en particular, no responde únicamente a los mensajes que esta porta, sino también a la sociabilidad y estilos de vida que conforma en el espacio privado, reorganizando la cotidianidad y el tiempo en los hogares, gracias a la abarcabilidad de temáticas, puntos de vistas, uso y posibles lecturas que el público realiza de esos mensajes, lo cual se refleja en la tensión entre la homogenización y la fragmentación de los públicos que produce.

Los condicionamientos de tipo económico, por su parte, juegan un papel determinante en las tendencias fundamentales manifestadas en las prácticas culturales de los encuestados; donde las limitadas condiciones materiales de algunas instituciones culturales, como en el caso de los cines de la ciudad de Camagüey, unido a la reducción del presupuesto asignado por el Estado para la realización de las actividades culturales y, en general, para la creación artístico cultural, debido a las difíciles condiciones de crisis económica en el mundo y su repercusión en el territorio nacional, conlleva a que objetivamente las prioridades de trabajo respondan a los recursos económicos disponibles y no a las demandas, gustos e intereses de la población. También las diferencias en los salarios o ingresos mínimos entre los sectores estatal, mixto y privado condicionan el acceso desigual a los bienes y servicios culturales.

La dimensión cultural también adquiere una importancia extraordinaria para la comprensión de la reproducción del sistema de relaciones sociales, como parte constitutiva de la estructura social en la los individuos se ven inmersos, la cual se expresa en las desigualdades e inequidades sociales latentes en las formas de apropiación y uso de los productos culturales, donde intervienen variables

de tipo generacionales, geográficas, de género, raza, laboral y hasta de estatus o prestigio de consumir la cultura.

Por su parte, el funcionamiento interno de las instituciones culturales, así como su trabajo y proyección en conjunto con el resto y con los medios de comunicación, influye en estas prácticas y sus tendencias evidenciadas debido al poco aprovechamiento de los espacios de propaganda y divulgación de las actividades culturales locales; a la desmotivación de los públicos hacia determinados circuitos de producción cultural; al trabajo insuficiente de llevan a cabo los Promotores Culturales en las comunidades y de los Instructores de Arte en las escuelas, aunque teórica y estratégicamente estén bien precisadas las tareas de los mismos en estos marcos tan importantes para la socialización de los individuos en la sociedad. La concepción de las investigaciones o estudios de públicos dentro de las principales áreas de trabajo de las instituciones culturales y los medios, aunque estratégicamente esté concebida, en la práctica la realización de las mismas, salvo en el caso de la Emisora Municipal "Radio Camagüey", no se encuentra sistematizada, lo cual actúa en detrimento de la satisfacción de las necesidades e intereses reales de los distintos tipos de público. Otra explicación ofrecida por los especialistas ante las principales tendencias manifestadas en las prácticas de consumo cultural urbano en Camagüey, estuvo relacionada con el tema de la promoción cultural, la cual no siempre está en correspondencia con el ideal político perseguido por nuestro proyecto social de formación de hábitos y gustos de elevado nivel estético en el público, de promoción del arte, la literatura y la cultura en general, como prácticas sanas para el desarrollo personal, la recreación y la esparcimiento; debido en gran medida a la deficiente labor realizada por los medios de comunicación masiva en este sentido.

El impacto de las nuevas tecnologías se traduce en los cambios evidenciados en las formas de los comportamientos culturales de la población y en las formas de apropiación de algunos productos culturales, que, sin lugar a dudas, resulta ser un condicionamiento relevante señalado por casi la totalidad de los especialistas entrevistados. Transformaciones no en los gustos propiamente dichos, sino en las formas que adoptan determinadas prácticas de consumo cultural de la población, como es el caso del gusto por los filmes, el cual ha sufrido cambios en la satisfacción del mismo, que se evidencia en un desplazamiento de la práctica de acudir al cine y salas cinematográficas hacia la preferencia por el espacio privado, en la comodidad del hogar, gracias a la tenencia de equipos de videos de distintos formatos.

El condicionamiento social se manifiesta en la diversidad de gustos, intereses, necesidades y demandas de la población del territorio, las cuales están multicondicionadas a su vez, por diferentes variables de carácter individual, subjetivo, comunicativo, sociodemográfico, socioestructural, y cultural, entre otras. Esta mediación reviste una significativa importancia a tener en cuenta por parte de los encargados de la concertación e implementación en la praxis de las políticas culturales por las que se rigen las instituciones culturales y los medios de comunicación masiva dirigidas a satisfacer estas demandas de los diferentes tipos de público.

Conclusiones:

- El tratamiento teórico a la categoría del consumo desde la perspectiva del Marxismo constituyó un aporte relevante que superó los enfoques precedentes, al ser concebido como etapa final de la producción, que contiene de forma implícita la manipulación subjetiva de los individuos mediante este proceso y como manipulación de los deseos a través de las necesidades.
- Por su gran trascendencia teórica en los estudios de consumo cultural, la conceptualización brindada por Néstor García Canclini constituye un punto de partida esencial desde el cual basamos nuestra investigación. La misma concibe al consumo cultural como: “ el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos culturales, donde los bienes ofertados por las industrias culturales y otros agentes, como el Estado y las instituciones culturales, se distinguen porque son bienes en los que el valor simbólico predomina sobre los valores de uso y de cambio.
- Las principales tendencias expresadas en las prácticas de consumo cultural de la población urbana en Camagüey responden a la coexistencia contradictoria de homogeneidad y heterogeneidad en las mismas, donde:
 - Las prácticas de consumo cultural de la población residente en zonas urbanas de la ciudad de Camagüey realizadas con mayor frecuencia, en orden descendente son: ver televisión; oír música; compartir con familiares y amigos; ver películas; y leer revistas, libros y periódicos; pasear por la ciudad; oír radio; ir al teatro; hacer visitas; e ir a galerías y museos.
 - Los factores sociodemográficos, analizados a través de los indicadores sexo, pertenencia a determinado rango de edad y el nivel educacional, permitieron develar tendencias en la población encuestada, tales como la preferencia sin distinción alguna de estos indicadores, que el consumo de los medios de comunicación masiva, particularmente de la televisión, como la práctica cultural de mayor nivel de realización. Cuestión que conlleva cierta preocupación por parte de las políticas culturales dirigidas a la concepción de la programación televisiva, como principal fuente de socialización de los individuos en correspondencia con los principios y valores defendidos por el proyecto social cubano.
 - Los factores socioestructurales expresados en la ocupación, la rama de actividad y el sector en el que se desenvuelven los individuos, condicionan sus prácticas de consumo cultural, perfilando rasgos coincidentes en grupos de diversas ocupaciones, como son los estudiantes, dirigentes, obreros, desvinculados, jubilados, pensionados y cuentapropistas con

respecto a la primacía de la televisión evidenciada en sus altos grados de selección; mientras se manifiestan conjuntos poblacionales con diferentes modos de relacionarse con circuitos específicos de la cultura, con niveles de instrucción medio y medio superior, tales como los profesionales y los técnicos, en quienes la televisión resultó desplazada a una segunda posición de preferencia.

- Otra tendencia evidenciada en las principales prácticas de consumo cultural de la población encuestada, lo constituyen los bajos niveles de preferencia por las manifestaciones artísticas como la danza, el ballet y las artes plásticas, manifestada en los últimos lugares de realización de prácticas culturales como “ir al teatro”, e “ir a galerías y museos”, a pesar de que se promueven en las políticas culturales del Estado Cubano los más excelsos valores de la “cultura artístico- literaria”, aún en detrimento de la llamada “cultura popular”.
- Los condicionamientos fundamentales, atendiendo a las tendencias evidenciadas en las prácticas de consumo cultural urbano de la muestra encuestada en Camagüey, están dados por determinantes políticas, económicas, históricas, culturales y sociales, las cuales mediatizan los intereses, gustos y demandas de los diversos tipos de públicos. Dentro de ellos resultaron más significativos en nuestro estudio, los siguientes:
- En el orden político, resaltan los retos enfrentados por la Política Cultural Cubana, relacionados fundamentalmente con la contradicción entre el objetivo primordial de proveer los medios y recursos necesarios para socializar los servicios públicos y las prestaciones culturales que contribuyan a desarrollar, educar y movilizar de un sujeto revolucionario con una cultura general e integral de valor universal, y el desafío de articular en la praxis la mayor productividad posible de bienes culturales, sobre la base de las posibilidades de producción y no de las demandas legítimas de la población.
 - En el orden económico, se develaron condicionamientos, tales como las limitadas condiciones materiales de algunas instituciones culturales en Camagüey, las cuales están vinculadas a la reducción en los presupuestos que el Estado destina con fines de mantenimiento y conservación en buenas condiciones de las mismas. También elementos como las marcadas diferencias en los ingresos de los trabajadores de los distintos sectores, y su disparidad en relación con los altos precios de los bienes culturales, resultaron condicionamientos necesarios a tener en cuenta para el estudio de las principales prácticas de consumo cultural en el territorio; unido al impacto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, el cual se traduce en los cambios evidenciados en las formas de los comportamientos culturales de la población y en las

formas de apropiación de algunos productos culturales, en prácticas culturales como “oír radio”, “ver películas”, “oír música”, “leer libros”, entre otras.

- Los condicionamientos de origen cultural y social resaltaron como mediaciones determinantes en las principales prácticas de consumo cultural y sus tendencias fundamentales en la ciudad de Camagüey. La diversidad expresada en los gustos, intereses, necesidades y demandas de la población del territorio, las cuales están multicondicionadas, a su vez, por diferentes variables de carácter individual, subjetivo, comunicativo, sociodemográfico, socioestructural, y cultural, entre otras; además los valores propios de nuestra identidad que poseen los individuos encuestados, constituyen reflejo de la necesidad objetiva y legítima de la población de satisfacer esos gustos por nuestra cultura popular.

Recomendaciones:

- Continuar estudios sobre el consumo cultural, sus tendencias y condicionamientos en la actualidad.
- Dar a conocer los resultados de esta investigación a las instituciones correspondientes en el territorio camagüeyano.
- Socializar los resultados en eventos afines al análisis de esta problemática.

Bibliografía:

- Achugar, H., Rapetti, S., Dominzain S. y Radakovich, R.: “Imaginario y Consumo Cultural “. Primer informe nacional sobre consumo y comportamiento cultural”. Universidad de Uruguay. Ediciones Trilce. 2002.
- Alemán, Daniela y Böhr, Raúl: “Análisis de la resistencia al cambio en un supermercado”. Universidad Católica Boliviana “San Pablo”.
- Alonso, María Margarita: “La investigación de la comunicación en Cuba: préstamos teóricos para un itinerario singular”. Revista Temas no. 20-21. Enero-junio.2000.
- Ariño Villaroya, Antonio: “Sociología de la Cultura: La Constitución Simbólica de la Sociedad”. Editorial Ariel, S.A.
- Basaíl Rodríguez, Alain y Álvarez Durá, Daniel:” ¿Por qué la sociología recurre a la cultura?”. En “Sociología de la cultura”. Compiladores: Alain Basaíl Rodríguez y Daniel Álvarez Durá. Tomo I ,1ra parte. Editorial Félix Varela, La Habana, 2006.
- Basaíl Rodríguez, Alain: “Consumos culturales e identidades deterioradas. Políticas culturales y lo social cubano invisible”. En: “Sociedad Cubana hoy. Ensayos de Sociología joven”. Coordinador Alain Basaíl Rodríguez. Editorial de Ciencias Sociales, La Habana, 2006.
- Colombia, Ministerio de Cultura. “Encuesta Nacional de Cultura”.2002.
- Contreras Soto, Ricardo: “Análisis Crítico de la Cultura. Prácticas Culturales”. Universidad de Guanajuato. México.

- Correa, S., et.al.: “Algunas tendencias sobre el consumo cultural de la población urbana en Cuba”, Centro Juan Marinello, 1998. En: Rivero Baxter, Yisel. “Consumo cultural en Cuba: ¿Escenario de diferenciación o de desigualdad social?”. En publicación: Informe final del concurso: Fragmentación social y crisis política e institucional en América Latina y el Caribe. Programa Regional de Becas CLACSO Programa Regional de

Becas CLACSO, Buenos Aires, Argentina. 2002.

- Dos Santos Lima, Maria de Lourdes (coordinadora): "As Políticas Culturales em Portugal: Retatório Nacional", Lisboa.1998.
- España, Ministerio de Cultura. "Equipamientos, Prácticas y Consumos Culturales de los Españoles". Encuesta del año.1990.
- Espina Mayra, Lilia Núñez; Lucy Martín: "Aproximación al análisis de los cambios en la estructura social cubana". CIPS.
- García Canclini, Néstor: "El consumo Cultural en México". México.1992.
- García Canclini, Néstor: "El consumo sirve para pensar". En revista "Diálogos de la Comunicación", Nº 30, junio de 1991. Editorial FELAFACS. Perú.
- García Canclini, Néstor: "Los estudios sobre comunicación y consumo: el trabajo interdisciplinario en tiempos neoconservadores". En "Diálogos de la Comunicación" No. 32, Lima, 1992.
- Guzmán Cárdenas, Carlos Enrique: "Los estudios de Consumo Cultural". Editorial Investigaciones de la Comunicación.
- Hernández, Tulio (coordinador): "El perfil del consumidor cultural venezolano y sus hábitos en relación con las industrias culturales y comunicacionales. Avance de resultados". 2003. Venezuela. Consejo Nacional de la Cultura. (CONAC). 2003.
- Jean-Pierre Terrail, Desmond Preteceille y Patrice Grevet: "Necesidades y consumo en la sociedad capitalista actual". México, Editorial Grijalbo, 1977.
- Jover Maestre, Francisco Javier: "Algunas consideraciones teóricas y heurísticas sobre la producción lítica en arqueología".En Boletín de Antropología Americana. 1999.
- Linares Fleites, Cecilia y Alzugaray Rodríguez, Maria Carla: "Sobre el consumo cultural de la población cubana de hoy". En: "Pensamiento y tradiciones populares: estudios de identidad cultural cubana y latinoamericana". Compilación de Ana Vera Estrada. Centro de Investigación y Desarrollo de la Cultura Cubana Juan Marinello, La Habana, 2000.

- Linares, C., et.al., “La población: actor de participación en el desarrollo cultural. Un estudio en la provincia de Villa Clara”, Centro Juan Marinello, 1998. En Rivero Baxter, Yisel.” Consumo cultural en Cuba: ¿Escenario de diferenciación o de desigualdad social? En publicación: Informe final del concurso: Fragmentación social y crisis política e institucional en América Latina y el Caribe”. Programa Regional de Becas CLACSO Programa Regional de Becas CLACSO, Buenos Aires, Argentina. 2002.
- Linares, Cecilia; Rivero, Yisel y Moras, Pedro E.: “Participación y consumo cultural en Cuba”. Editorial Instituto Cubano de Investigación Cultural Juan Marinello, La Habana. 2008.
- Logiudice, Edgardo: Teoría marxista: “El consumo a 150 años de la Introducción de 1857”. Revista de debate y crítica marxista.
- Maestri, Mariana: “Consumo Cultural y Percepción Estética: conceptos básicos en la obra de Pierre Bourdieu”. En: Internet. Disponible en: http://www.fcpolit.unr.edu.ar/a2_consumo.htm
- Mantecón, Ana Rosas. “Los estudios sobre consumo cultural en México”. En: “Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder”. Daniel Mato (compilador). CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Caracas, Venezuela. 2002.
- Martín Barbero, Jesús: “Comunicación y cultura: unas relaciones complejas”. En “Telos” No.19; Madrid: FUNDESCO.1989.
- Martínez Heredia, Fernando: “Significado cultural de la Revolución” .En: “Cultura y Revolución a cuarenta años de 1959”. Editorial Casa de las Américas, La Habana ,1999.
- Marx, Karl:" Prefacio a la contribución de la Economía Política". 1857. En Obras Escogidas. Tomo .Editorial
- Mattelart, A. y Mattelart, M.: “Pensar en los medios. Comunicación y crítica social”.Citado por Grimson Alejandro y Mirta Varela.2002.
- Néstor García Canclini, (coordinador): Iberoamérica 2002. “Diagnóstico y propuestas para un desarrollo compartido”, Santillana-OEI, México, 2002.

- Néstor García Canclini: "Introducción. Políticas culturales y crisis de desarrollo: un balance latinoamericano". En: Néstor García Canclini, (coordinador) "Políticas culturales en América Latina", Editorial Grijalbo, México, 1989.
 - Nipón, Eduardo: "El consumo cultural y los movimientos sociales". En Néstor García Canclini.1992; Sevilla, Amparo"Flor de asfalto". "Las expresiones culturales del Movimiento Urbano Popular". Instituto Nacional de Antropología e Historia. México, 1998.
 - País Andrade, Marcela Alejandra: "Centros Culturales. Otra mirada del tiempo libre urbano". Buenos Aires, Argentina.
 - Pino Rodríguez, Alicia: "La cultura del consumo: problemas actuales." En: "Estética. Enfoques actuales". Colectivo de autores. Editorial Félix Varela, La Habana. 2005.
 - Prieto, Abel: "La política cultural de Cuba, sin dogmas ni sectarismos". Entrevista a Ministro de Cultura.
-
- Ramírez Hurí, Patricia: "Coyoacán y los escenarios de la modernidad". En: Néstor García Canclini, 1998; Cornejo Inés y Maritza Arteaga Castro-Pozo: "La privatización afectiva de los espacios comerciales por las y los jóvenes". 1995. Todos citados por Rosas Mantecón.2002.
 - Ritzer, George: "Teoría Sociológica Contemporánea". Tomo II, 3ra parte. Editorial "Félix Varela", La Habana, 2004.
 - Román Reyes (Dir): "Diccionario Crítico de Ciencias Sociales. Cultura de masas (Sociología de la)".Blanca Muñoz. Universidad Carlos III de Madrid.
 - Williams, Raymond: "Hacia una Sociología de la Cultura". En "Sociología de la Cultura". Compiladores: Alain Basaíl Rodríguez y Daniel Álvarez Dura. Tomo I, 1ra parte. Editorial Félix Varela, La Habana, 2006.
 - Wolf, Mauro: "La investigación de la comunicación de masas". Editorial Paidós. Barcelona. Buenos Aires. México. (Digital)

Anexo no.1:

Modelo de encuesta a aplicar para la obtención de datos de interés sobre el consumo cultural de la población urbana del municipio de Camagüey:

Demanda de cooperación:

En este momento la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Central "Martha Abreu" de las Villas se encuentra realizando un estudio sobre el consumo cultural de la población del municipio de Camagüey. Estudios como este han sido efectuados en los 169 municipios del país. El propósito de dicha investigación es identificar cuáles son las principales prácticas de consumo cultural de la población cubana y su relación con diversos factores sociodemográficos (tales como la edad, el sexo y el nivel educacional) y socioestructurales (como la ocupación, la rama de actividad, el sector y la tenencia de bienes culturales).

El presente cuestionario, que ha sido confeccionado para lograr el objetivo del estudio, no ofrece dificultad alguna para ser llenado ni implica demora. El mismo, nos será de un enorme valor si es llenado completamente.

Sin la información que usted nos va a proporcionar no podríamos desarrollar nuestra investigación.

Finalmente, le garantizamos que la información brindada por usted será totalmente confidencial.

Reiteramos nuestro agradecimiento por toda la colaboración que nos pueda ofrecer.

Muchas gracias.

1. Sexo:

F___

M___

2. Rango de edad:

(15-20)___

(21-35)___

(36-59)___

(60-...)___

3. Nivel educacional:

Primario___

Medio___

Medio superior___

Superior___

4. ¿Cuál es su ocupación?

Estudiante___

Profesional___

Dirigente___

Jubilado___

Otros___ . ¿Cuál? _____

5. ¿Diga en qué rama de actividad usted se desenvuelve?

Salud pública___

Educación___

Turismo___

Deporte___

Cultura___

Servicios a la población___

Agroindustria azucarera___

Biotecnología___

Producción médico-farmacéutica___

Informática___

Producción alimentaria___

Otros___ . ¿Cuál? _____

6. ¿A qué sector usted pertenece?

Estatal___

Mixto___

Privado___

7. De las siguientes prácticas culturales, ¿cuáles realiza frecuentemente?
Ordénalas según tu preferencia de forma ascendente, comenzando por el 1.

Pasear por la ciudad___

Ver televisión___

Leer libros___

- Oír música ____
- Compartir con familiares y amigos ____
- Leer revistas y periódicos ____
- Hacer visitas ____
- Oír radio ____
- Ir las tiendas a mirar o comprar ____
- Ver películas ____
- Salir a comer ____
- Ir al teatro ____
- Ir a galerías, museos ____
- Otras ____
- ¿Cuáles? _____

8. De los bienes culturales relacionados a continuación, marque con una X los que usted posee:

- Televisor ____
- Radio ____
- Grabadora ____
- Discos, CD ____
- Videos ____
- Libros ____
- Reproductora de CD ____
- Esculturas ____
- Atari, nintendo ____
- Tocadiscos ____
- Reproducciones de pinturas ____
- Computadora ____
- Pinturas originales ____
- Muebles de estilo ____
- Instrumentos musicales ____

9. Del conjunto de prácticas culturales siguientes, seleccione las que usted hace uso con mayor frecuencia:

- Juegos de azar ____
- Televisión por satélite ____
- Canal 4 de centros de recreación y turismo ____
- Bibliotecas circulantes (de fotonovelas y literatura romántica, del oeste, policíacas o porno) ____
- Bancos de video de todos los formatos (Beta, VHS, DVD) ____
- Reproducción o "piratería" de música ____
- Dominó ____
- Otras ____ . ¿Cuáles? _____ .

10. Realiza esas actividades culturales porque:

- Le permite estar informado ____
- Le entretiene ____
- Le queda más cerca ____

No poder pagar opciones más caras ____

Faltan otras opciones culturales ____

Le complace ____

Conoce gente nueva ____

Le resulta de gran utilidad ____

Olvida problemas ____

Desconoce otras opciones culturales ____

11. Diga tres rasgos que, según su opinión, caracterizan a la vida cultural camagüeyana.

12. Según su opinión, ¿qué elementos son los que más influyen actualmente en la realización de las principales prácticas culturales de la población camagüeyana?

13. ¿Qué sugerencias usted nos daría para mejorar las opciones culturales del territorio?

Anexo no.2: Guías de entrevistas a especialistas:

1. Guía de entrevista al Director de “Televisión Camagüey”:

Tópicos a abordar:

- Sobre el consumo cultural en Camagüey.
- Sobre las políticas culturales del ICAC y su cumplimiento en la programación del tele centro.
- Relación y trabajo en conjunto con las instituciones culturales del territorio y con el Sectorial Municipal de Cultura.
- Importancia y frecuencia de realización de estudios de públicos en el tele centro.

2. Guía de entrevista a especialista de la “Radio Cadena Agramonte”:

Tópicos a dialogar:

- Conocimiento previo sobre estudios de consumo cultural en la ciudad de Camagüey.
- Sobre las políticas que rigen la programación radial.
- Sobre el impacto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en la preferencia del público por el medio radial.
- Sobre el papel de la divulgación y los espacios con que cuenta la emisora destinados a este fin.

3. Guía de entrevista a especialista del Centro Provincial del Libro y la Literatura en Camagüey:

Tópicos propuestos:

- Sobre la estructura y el funcionamiento de dicha institución.
- Frecuencia de realización y actualidad de los estudios de públicos por parte del Centro del Libro.
- Sobre el conocimiento e implementación de las políticas editoriales.
- Con relación al auge de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.
- Sobre el trabajo que lleva a cabo la Editorial territorial “Acana”, sus principales publicaciones periódicas, logros, estudios del público lector y sobre sus limitaciones.

4. Guía de entrevista a especialista del Centro Provincial de Cine en Camagüey:

Temas propuestos:

- Sobre el conocimiento del tema del consumo cultural en el país y en el territorio camagüeyano.
- Sobre las prácticas de consumo alternativo.
- Con respecto las políticas culturales del ICAIC.
- Sobre los eventos cinematográficos que más atraen al público camagüeyano y las principales actividades desarrolladas por el Centro de Cine en la ciudad.
- Sobre la vida cultural en el territorio.

5. Guía de entrevista a especialista de la biblioteca Provincial “Julio Antonio Mella”:

Tópicos a abordar:

- Conocimiento previo sobre estudios de consumo cultural en el territorio.
- Sobre el trabajo desarrollado en conjunto con otras instituciones para la promoción de la lectura.
- Con relación al vínculo existente entre la Editorial “Acana” y la Biblioteca.
- Sobre los servicios que brinda la institución a los diferentes lectores.

6. Guía de entrevista a especialista de la Emisora Municipal “Radio Camagüey”:

Aspectos a tratar:

- Sobre estudios de consumo cultural en el municipio.
- Con respecto a la radio audiencia de la emisora.
- Sobre las políticas de programación radial y sus líneas principales de trabajo.
- Sobre la realización de estudios de audiencia y sus resultados más relevantes.
- Sobre el impacto en la población de la nuevas tecnologías de la información y la comunicación.
- Principales logros y limitaciones que enfrenta la Emisora.

Anexo no. 3: Documentos de relevancia consultados:

1. DOCUMENTO CONJUNTO MINCULT- ICRT: “ACCIONES DE RESISTENCIA FRENTE A LA COLONIZACION CULTURAL Y EN DEFENSA DE LA IDENTIDAD NACIONAL Y DE NUESTROS VALORES”:

En la Cuba de hoy la cultura adquiere una relevancia creciente, no solo por su contribución directa al bienestar espiritual y al desarrollo integral del pueblo, sino también por su enorme dimensión ideológica.

En un contexto mundial caracterizado por la hegemonía cultural que pretende ejercer el imperio, nuestro país debe trabajar con la mayor prioridad y coherencia para mantener la ofensiva y defender su identidad nacional y los valores y principios del socialismo.

Ante este desafío, identificamos como conceptos y principios generales:

- Mantener la unidad de nuestro movimiento intelectual y artístico en torno a la revolución, propiciando el dialogo permanente con los creadores y su participación efectiva en las decisiones institucionales y en la práctica de la política cultural del país.
- Continuar ampliando y profundizando el acceso a la cultura y convertir cada vez más su disfrute en parte de la vida cotidiana de nuestro pueblo, como alternativa al consumismo y a las imitaciones de los modelos de vida capitalista.
- Establecer jerarquías culturales propias de acuerdo con la concepción descolonizada y anticapitalista, sobre la base del reconocimiento de las vanguardias artísticas y de los valores más distintivos de nuestra identidad.
- Unir los esfuerzos de los distintos organismos y organizaciones que participan e influyen en los procesos culturales para promover por diversas vías patrones de gusto de alto valor estético.
- ✓ Trabajar coherentemente para que las mejores producciones artísticas y literarias de Cuba y del mundo se conviertan en las más demandadas por nuestra población y crear entre nosotros un clima cultural auténticamente descolonizado.

Las instituciones culturales y la radio y la televisión debemos trabajar de conjunto para alcanzar resultados superiores en los siguientes aspectos:

- ✓ Construir, diseñar y proponer modelos culturales propios, en correspondencia con los valores y aspiraciones de nuestro sistema social, con el uso de códigos actualizados y atractivos.
- ✓ Acrecentar la participación de los artistas más destacados en la concepción y fijación de tales modelos, tomando encienta el criterio de jerarquía y el reconocimiento social de que gozan.
- ✓ Aprovechar especialmente el protagonismo y el compromiso de la vanguardia artística en la obra social y el desarrollo cultural del país.

- ✓ Reflejar el aporte de los diversos recursos humanos del sector: artistas, escritores, instructores de arte, promotores culturales, especialistas, docentes, investigadores, periodistas, etc.
- ✓ Utilizar programas de probada calidad y éxito, tanto de la radio como la televisión, para promover valores e intereses culturales en los diversos públicos.
- ✓ Encargar obras, tanto de las manifestaciones artísticas representadas en las diversas instituciones adscriptas al Ministerio de Cultura, como la radio y la televisión, para conseguir un impacto eficaz en los diferentes públicos y buscar formulas de coproducción entre ellas para llevarlas a cabo. Considerar no solo las necesidades coyunturales, sino también la utilidad de ir promoviendo y fijando modelos de calidad auténticos y perdurables.
- ✓ Reforzar los mecanismos necesarios para evitar condicionamientos temáticos provenientes de financiamientos externos para la generación de productos culturales.

Desmontar consciente y sistemáticamente los modelos culturales hegemónicos procedentes de los centros de poder, que privilegian el consumismo, la banalidad, la pérdida de capacidad de análisis y de compromiso y transformación social.

- ✓ Jerarquizar y promover intencionalmente producciones artísticas y literarias cubanas y extranjeras que se opongan a esa visión.
- ✓ Acompañar de análisis críticos toda mención a premios como los Oscar, los Grammmy, y otros eventos y mecanismos de legitimación de la industria cultural globalizada, así como la transmisión de materiales extranjeros que aborden esos asuntos, para propiciar que no sean asumidos mecánicamente como símbolos de calidad y modelos para la imitación.
- ✓ Evitar toda mención a la vida privada de los artistas del ámbito internacional, así como elementos económicos y comerciales referentes de calidad y éxito.
- ✓ Propiciar espacios de análisis y debate que se correspondan cada vez más con nuestro modelo de emancipación cultural.

Garantizar que tanto los espacios culturales como los mediáticos expresen la cultura en todas sus dimensiones.

- ✓ Promover lo mejor de la creación artística y literaria nacional e internacional.
- ✓ Considerar otras expresiones de identidad propias de las tradiciones, costumbres y características de las comunidades y los diversos grupos sociales.
- ✓ Abarcar las manifestaciones del patrimonio cultural Material e inmaterial.

- ✓ Mostrar la diversidad cultural del país y del mundo, con énfasis en las expresiones culturales de calidad menos favorecidas por los medios hegemónicos.
- ✓ Dar continuidad, desde el acceso a la enseñanza artística hasta la presencia en la imagen televisiva, a los temas relacionados con la diversidad racial, e correspondencia con las características de nuestra población y la política del país al respecto.

Asociar los resultados de los artistas y profesionales del sector al talento, el esfuerzo y la dedicación y la responsabilidad, a una trayectoria más que a un punto de llegada.

- ✓ Hacer énfasis en el esfuerzo personal, la formación académica, la separación y el aprovechamiento de las oportunidades educativas y culturales que brinda nuestra sociedad, como vías para el desarrollo del talento artístico.

Seleccionar y jerarquizar y promover adecuadamente los productos y expresiones provenientes de otras culturas, que se presentan en nuestro país, particularmente los de América latina y el Caribe, África y Asia.

- ✓ Tratar de manera diferenciada y privilegiada aquellos productos de alta calidad que están fuera de los circuitos comerciales y de promoción a través de los grandes medios de comunicación.
- ✓ Promover productos culturales, con énfasis en los audiovisuales, que satisfagan esta necesidad y programarlos de manera intencionada en los espacios que ofrezcan mayores posibilidades de aceptación por parte del público.
- ✓ Propiciar el acceso a productos audiovisuales norteamericanos y europeos que se aparten de la imagen que los sectores dominantes de esas sociedades privilegian.
- ✓ Evitar la concentración de estas escasas producciones solo en espacios especializados o vinculados a efemérides nacionales o de carácter coyuntural. Colocarlas en espacios y horarios que favorezcan su influencia en un público más amplio y consecuentemente, contribuyan a la modificación de los gustos.

Atender de manera especial del movimiento En Defensa de la Humanidad como espacio de legitimación e intercambio entre intelectuales y artistas cubanos y aquellos que en diversas latitudes se enfrentan al hegemonismo imperial.

Garantizar la concepción y promoción adecuada de los eventos del sistema de la cultura a través de diversas vías y aprovechando las nuevas tecnologías de la información.

Enaltecer el protagonismo de las comunidades, los aportes de las diversas colectividades que en ellas conviven y de los profesionales de la cultura que en ellas trabajan.

- ✓ Legitimar y jerarquizar lo mejor de cada territorio.
- ✓ Proteger las expresiones de cultura popular.

- ✓ Evitar visiones folkloristas y “fabricadas” de las localidades y sus habitantes.
- ✓ Garantizar que el trabajo cultural en la comunidad sea realizado por personas con la debida calificación para ello.
- ✓ Articular de la manera más auténtica lo local, lo nacional y lo universal.

Desarrollar, reconocer y mostrar lo mejor del movimiento de aficionados al arte en el país.

Estimular la superación sistemática de los instructores de arte.

Garantizar la capacitación permanente de los promotores culturales para la realización de su labor en las comunidades.

Fortalecer especialmente la atención a los públicos infantiles, adolescentes y juveniles, por lo que representan en sí mismos y por su influencia en los públicos adultos.

- ✓ Considerar las particularidades de cada etapa del desarrollo humano para el diseño y programación de las ofertas culturales.
- ✓ Seleccionar y promover adecuadamente lo mejor de la creación artística universal para esas edades.
- ✓ Proponer a estos públicos modelos en concordancia con nuestra identidad y trayectoria histórica y cultural.
- ✓ Estimular a través de diversos espacios la sensibilidad artística y los valores éticos y estéticos que nuestra sociedad difunde.
- ✓ Encargar y generar intencionalmente productos que pongan al alcance de estos públicos lo mejor de la creación artística del país.
- ✓ Atender con especial esmero la participación de niños, adolescentes y jóvenes en nuestra programación, tanto de las instituciones culturales como de la radio y la televisión, de tal modo que su imagen y representación correspondan con los preceptos expresados en este documento.
- ✓ Adecuar en el sistema institucional de la cultura la programación de la radio y la televisión todos los aspectos contenidos en este documento que resulte validos para esos segmentos poblacionales.

Promover una visión cultural de la recreación y la vida cotidiana.

- ✓ Ocupar los espacios de consumo cultural-recreativo con propuestas atractivas y de alta calidad artística; fomentar aquellos con acceso en moneda nacional, especialmente para los jóvenes.
- ✓ Desarrollar experiencias concretas, relacionadas con la vida cotidiana y portadoras de valores asociados a nuestra identidad cultural, que puedan funcionar como referentes para la población.

Fortalecer el desarrollo de la crítica artística y cultural.

- ✓ Diseñar y poner en práctica, de manera conjunta, acciones de capacitación para garantizar la formación de críticos y su inserción en los medios de comunicación.

- ✓ Aprovechar sus posibilidades para la comunicación con los propios artistas e intelectuales y su papel en la formación de públicos cada vez más activos y cultos.
- ✓ Jerarquizar la presencia de publicaciones y otro espacio de análisis y debate que estimulen el nivel apreciación y capacidad crítica de los diferentes públicos.

Conciliar entre las áreas correspondientes del ICRT y el sistema de la cultura, a través de las instituciones responsabilizadas con la política para cada manifestación, la selección del talento para los programas de alta audiencia y los especializados en temas críticos –culturales.

- ✓ Conciliar, con la debida antelación, entre la radio y la televisión, el Instituto Cubano de la Música y el Consejo Nacional de las Artes Escénicas, el talento para los programas y espectáculos variados y musicales de la televisión y las de mayor audiencia en las emisoras nacionales de radio.
- ✓ Priorizar en la difusión musical los géneros auténticamente cubanos y las unidades críticas incluidas en los catálogos de excelencia del Instituto cubano de la música.
- ✓ Coordinación entre el ICRT y el ICAIC lo relativo a la programación cinematográfica nacional, y en lo particular, lo concerniente a los espacios que mayor y mas positiva influencia pueden ejercer en niños y jóvenes, dado la compleja diversidad de las vías por las cuales circula el audiovisual en nuestro país.

Establecer la participación sistemática de los responsables de los programas de radio y la televisión y de las instituciones afines en el sistema de la cultura (ICM; CNAE; CNAP; ICL; ICAIC; CNPC; etc.) en consejos de dirección y otros espacios y actividades de sus respectivos organismos, para abordar asuntos de interés mutuo, con la contribución, n los posible de los creadores críticos más prestigiosos.

Tener en cuenta para la selección de los escenarios en los que se realizan producciones audiovisuales. Que le garantice el respeto a la sensibilidad del público en lo que respecta a las limitaciones económicas para el acceso a las instalaciones.

Evitar, por parte de animadores, conductores y artistas, la realización de convocatorias a espacios de programación cultural donde el pago sea en CUC. Garantizar en los espacios televisivos que informan sobre la actividad cultural un equilibrio entre la información y lo valorativo.

Planificar la realización de campañas y spots promocionales que actividades culturales en concordancia con las jerarquías establecidas por las instituciones del sistema de cultura y las posibilidades de transición a través de la radio y a la televisión.

Aprovechar al máximo las posibilidades de los medios de comunicación locales para difundir la cultura en cada territorio del país en concordancia con la política específica trazada al efecto.

Garantizar la existencia y circulación de soportes promocionales (carteleros, boletines, etc., tanto impresos, como electrónicos y audiovisuales) adecuado para la difusión de la programación y otros temas de interés cultural.

Utilizar, fomentar y encargar investigaciones sociales a especialistas de las instituciones de la cultura, los medios de comunicación y otros fines a los efectos de diseñar, dar seguimiento y evaluar las opciones culturales dirigidas a diversos públicos.

Fortalecer por ambos organismos la atención a la Facultad de Arte de los Medios de Comunicación Audiovisuales, del ISA.

Reorganizar los grupos de trabajo entre el MINCULT y el ICRT.

Favorecer el aporte de la UNEAC, AHS y el SNTC en todos estos procesos.

Todos estos aspectos, con base en la política cultural del país están a tono también con la propuesta de política de programación para la radio y la televisión cubana, principal instrumento de trabajo que rige la actividad creativa de ambos medios, sostiene en su letra el interés primordial en la defensa de la cultura y la identidad nacional, la participación en el proceso de formación y superación educacional, cultural, social, y político-ideológica de la población, la proyección de la realidad nacional e internacional, la formación de hábitos y gustos de elevado nivel estético en público de promoción del arte, la literatura y la cultura, como prácticas sanas para el desarrollo personal, la recreación y el esparcimiento.

2. OBJETIVOS ESTRATEGICOS DEL 2009 DE LA BIBLIOTECA PROVINCIAL “JULIO ANTONIO MELLA”:

Consta de 16 objetivos generales o estratégicos para el año en curso; los mismos coinciden en su mayoría con los planteados en la Estrategia Cultural de la institución para el trienio 2007-2009. Novedosos son los siguientes:

- Cumplir con el programa de eventos: XX Encuentro de Escritores Camagüeyanos, VII Taller Científico Bibliotecológico, V Taller Nacional de Narración Oral, 46 Aniversario de la Biblioteca y otros.
- Incrementar las acciones derivadas de las líneas de trabajo de la UNESCO(conservación, trabajo comunitario, trabajo con discapacitados, prisiones, con la tercera edad, en condiciones de desventaja social, trabajo con el medio ambiente, entre otras)
- Incrementar las acciones de prevención social (droga, sida, alcoholismo) y de programas tales como “Educa a tu hijo”, el trabajo en las prisiones y otros de la Batalla de Ideas.
- Fortalecer el trabajo bibliotecario con todos los Programas de la Revolución: universalización, trabajadores sociales, promotores culturales y otros.

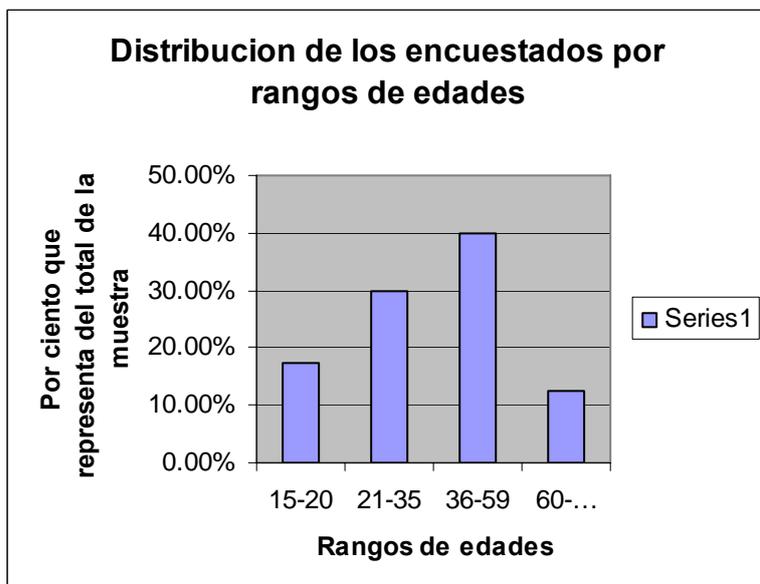
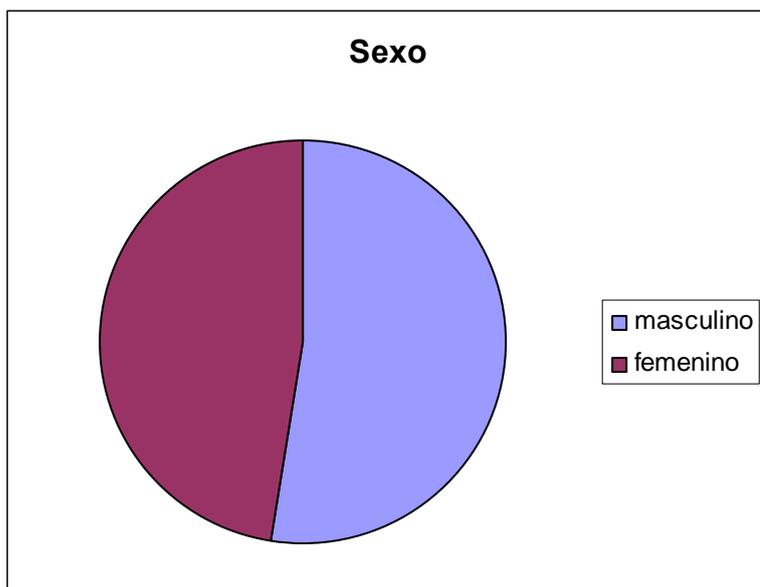
Áreas claves:

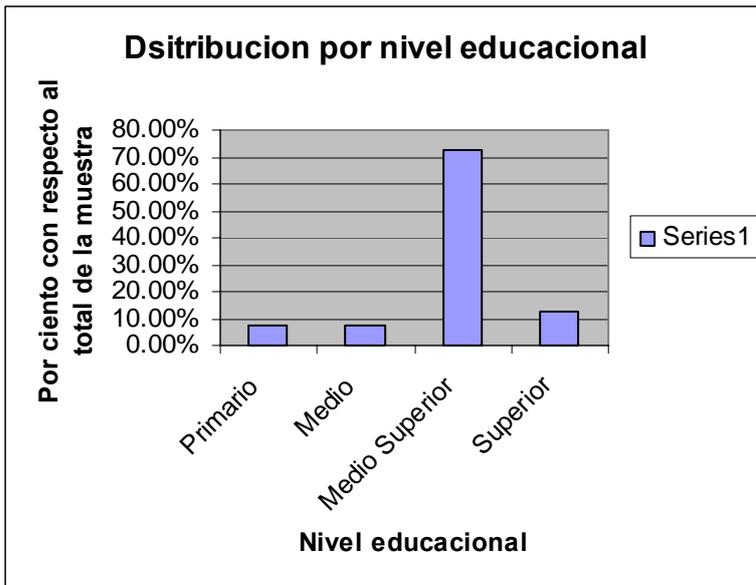
- Promoción de la lectura
- Patrimonio bibliográfico
- Programación comunicación y público
- Investigaciones
- Desarrollo del potencial humano
- Informatización
- Gestión institucional.

Anexo no. 4:

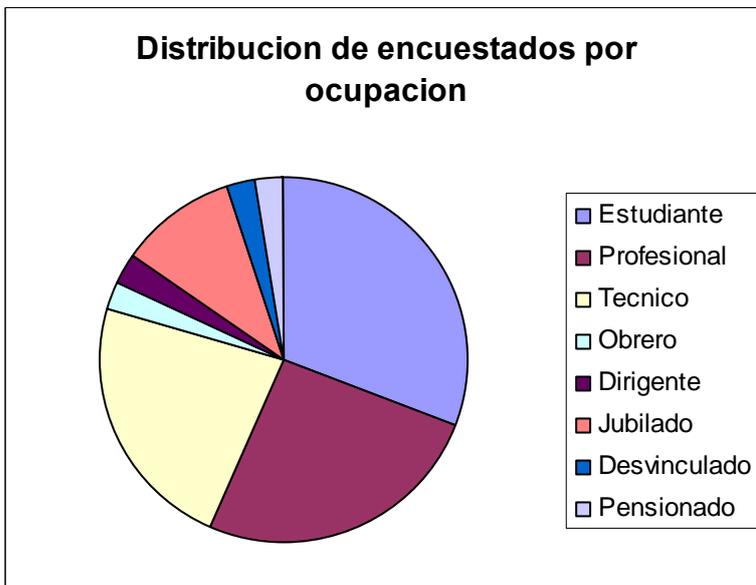
Gráficos que representan el comportamiento de los indicadores de las variables de tipo sociodemográficas y socioestructurales en la muestra encuestada:

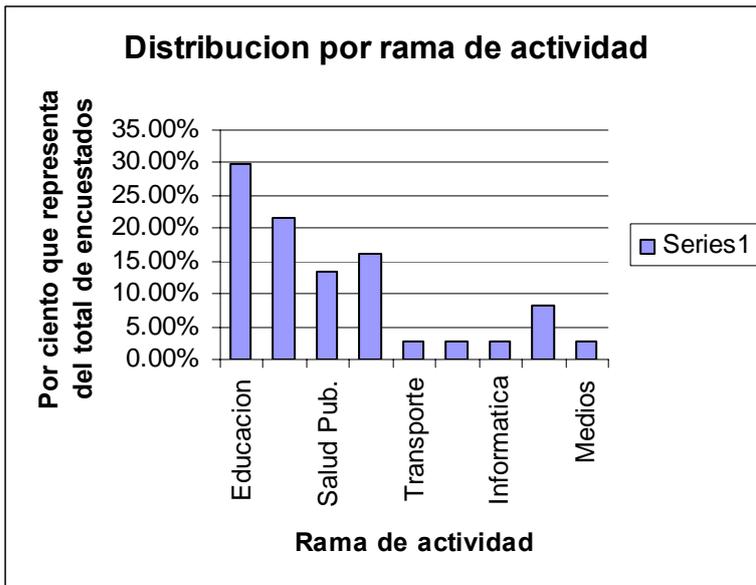
- Sociodemográficas:





- **Socioestructurales:**





Anexo No. 5:

Tabla de identificación de los sujetos encuestados y su relación con los indicadores sociodemográficos y socioestructurales:

<u>Identificación de sujetos</u>	<u>Sexo</u>	<u>Rango de edad</u>	<u>Nivel Educativo</u>	<u>Ocupación</u>	<u>Rama de actividad</u>	<u>Sector</u>	<u>Prácticas de consumo cultural</u>	<u>Bienes culturales</u>	<u>Prácticas culturales alternativas</u>	<u>Motivos de realización</u>
1	F	15-20	M.S	Estudiante	Cultura	Estatal	D,B,A,G,L	1,3,4	Φ,Ω	a,b,f,g,h
2	F	15-20	M.S	Estudiante	Cultura	Estatal	D,B,A,H,G	1,2,3,4,5,6,11,15	α	f,i
3	F	15-20	M.S	Estudiante	Educación	Estatal	C,J,L,M,F	1,2,3,4,5,6		a,b,f,h
4	F	15-20	M.S	Estudiante	Educación	Estatal	B,C,E,J,L	1,2,3,4,6,7,11,14	Φ,Ω	b
5	F	21-35	M.S	Estudiante	Educación	Estatal	B,D,F,J,A	1,2,3,4,5,6,7,8,12,13,14,15	Ω	b,d,e
6	F	21-35	M.S	Profesional	Cultura	Estatal	D,A,B,J,L	1,2,4,5,6,9	Φ,Ω	b,e
7	F	21-35	M.S	Estudiante	Educación	Estatal	D,B,J,C,E	1,2,4,5,6	Φ	a,b,c
8	F	21-35	M.S	Estudiante	Educación	Estatal	B,I,K,E,F	1,2,4,5,7		f
9	F	21-35	M.S	Profesional	Serv.Pobl.	Estatal	B,D,A,C,E	1,2,3,6,14	β, Ω	a,b,f
10	F	36-59	M.S	Técnico	Salud Púb.	Estatal	B,J,E,H,D	1,2,3,4,5,6,7,12,14	Ω	a,b,f,h
11	F	36-59	M.S	Profesional	Finanzas	Estatal	C,A,D,H,B	1,2,6,11	β, Ω	a,b,d,e,f,g,h,i
12	F	36-59	M.S	Técnico	Salud Púb.	Estatal	E,G,I,J,H	1,2,3,5,6,8	Φ	a,b,d,f,g,h,i
13	F	36-59	M.S	Profesional	Finanzas	Estatal	B,A,C,D,F	1,2,3,4,6,		f
14	F	36-59	S	Profesional	Finanzas		B,D,C,F,I	1,2,3		f
15	F	36-59	S	Técnico	Salud Púb.	Estatal	B,E,C,J,K	1,2,6		b
16	F	36-59	S	Técnico	Salud Púb.	Estatal	B,E,G,J,K	1,5		a,b,i
17	F	36-59	M.S	Jubilada	Serv.Pobl.		H,D,B,E,J	1,2,3,6		a,b,f,h,i
18	F	60-...	M.S	Pensionada			H,B,D,E,K	1,2,3,4,	Δ,Ω	a,b,d,e,f,h,i
19	F	60-...	P	Profesional	Cultura	Estatal	I,D,G,A,E	1,2,3,4,5,6,7,12		b,f
20	M	15-20	M.S	Profesional	Cultura	Estatal	A,C,D,,B,J	1,2,4,6,9,15	Δ,Ω	a,b,d,e,f,h,i
21	M	15-20	M				E,B,D,J,K	1,2,3,4,5,6,7,8	Φ,Δ	b,i

22	M	15-20	M.S	Técnico	Informática	Estatal	A,C,D,E,F	1,3,4,5,6,7,9,15	$\alpha\Phi\Delta$	a,b,f,g,i
23	M	21-35	M.S	Estudiante	Educación	Estatal	B,D,F,J,A	1,2,3,4,5,6,7,8,11,12,13,15	Ω	b,d,e,f
24	M	21-35	M.S		Serv.Pobl.	Estatal	B,D,E,K,J	1,2,3,4,5,6,7	Ω	f,g,h
25	M	21-35	M.S	Estudiante	Educación	Estatal	B,D,E,J	1,2,4,5,6,7,8,11	$\Phi\Delta$	a,b,d,e,f,g,h,i,j
26	M	21-35	M.S	Técnico	Cultura	Estatal	A,E,D,M,L	1,3,4,5,6,11,12	$\beta\Delta\Omega$	a,b,d,e,f,g,i,j
27	M	21-35	M.S	Estudiante	Educación	Estatal	E,B,D,F,J	1,2,6	$\alpha\Gamma\Omega$	a,b,d,e,f
28	M	21-35	M.S	Estudiante	Educación	Estatal	C,D,B,F,H	1,6	$\beta\Omega$	a,b
29	M	21-35	M.S	Estudiante	Educación	Estatal	B,C,E,F,G	1,2,6	$\alpha\Phi\Omega$	b,d,e,f,h,i
30	M	36-59	M.S	Cuenta Propia		Privado	B,M,L,J,D	1,2,3,4,5,6,7	Δ	h
31	M	36-59	M.S	Técnico	Seguridad y Protección	Estatal	B,D,J,G	1,2,3	Ω	b,d,f,h
32	M	36-59	M	Técnico	Cultura	Estatal	B,F,H,D,E	1,2		b,f,h
33	M	36-59	S	Técnico	Salud Púb.	Estatal	B,D,E,J,F	1,2,4	Φ	b,
34	M	36-59	M.S	Profesional	Serv. Pobl.	Estatal	B,D,E,K,N	1,2,4,6		b,f,h
35	M	36-59	M.S	Obrero	Educación	Estatal	E,B,A,N	1,2,4,5,6,11	$\alpha\Phi$	b,f,h
36	M	36-59	S	Dirigente	Medios Comunic.	Estatal	B,C,F,L,J	1,2,3,4,5,6,7,8,11,15		a,b,f,g,h
37	M	36-59	M.S	Profesional	Cultura	Mixto	D,K,E	1,2,3,4,5,6,7,12		b,f
38	M	60-...	P	Jubilado	Transporte	Estatal	F,B,H,D,C	1,2,3,10,14		a,b,f,h
39	M	60-...	P	Jubilado	Serv.Pobl.	Estatal	J,D,B,G,E	1,2,3,6,14	α	a,b,f,h,
40	M	60-...	M	Jubilado	Serv.Pobl.	Estatal	F,B,H,J,D	1,2,6,8,11	α	a,b,f,h

Leyenda:

F: Femenino

M: Masculino

M.S: Medio Superior

P: Primario

M: Medio

S: Superior

A: Pasear por la ciudad

B: Ver televisión

C: Leer libros

D: Oír música

E: Compartir con familiares y amigos

F: Leer revistas y periódicos

G: Hacer visitas

H: Oír radio

I: Ir a las tiendas a mirar o comprar

J: Ver películas

K: Salir a comer

L: Ir al teatro

M: Ir a galerías, museos

N: Otras.

1. Televisor

2. Radio

3. Grabadora

4. Discos, CD

5. Videos

6. Libros

7. Reproductora de CD

8. Esculturas

9. Atari, nintendo

10. Tocabiscos

11. Reproducciones de pinturas

12. Computadora

13. Pinturas originales

14. Muebles de estilo

15. Instrumentos musicales

α : Juegos de azar

β : Bibliotecas circulantes

Φ Bancos de video de todos los formatos

Δ: Reproducción de música

Ω: Dominó