

**¿HACIA UN NUEVO MAPA CULTURAL? PRÁCTICAS Y CONSUMOS CULTURALES EN MÉXICO.**

Víctor M. González Esparza (México).<sup>1</sup>

**Resumen.**

El ensayo es una aproximación a los cambios en el mapa cultural de México, más allá de las visiones centralistas predominantes. Aprovecha la *Encuesta Nacional de Hábitos, Prácticas y Consumos Culturales* de Conaculta del 2010, la cual plantea por primera vez datos representativos de cada uno de los estados de la república. A partir de estos datos plantea un *Índice de Participación Cultural* para propiciar la comparación y la reflexión sobre las características culturales del país.

**Palabras clave.**

Nuevo mapa cultural, Consumos culturales, Índice de Participación Cultural, México.

**Abstract.**

This essay is an approximation to changes in the cultural map of Mexico, which goes beyond the prevailing centralist visions. It utilizes the *National Survey of Habits, Practices and Cultural Consumptions*, Conaculta 2010, which raised for the first time representative data from each of the States of the Republic. It later provides an Index of Cultural Participation to promote comparison and reflection around the cultural characteristics of Mexico.

**Palabras clave.**

New cultural map, Cultural consumption, Index of Cultural Participation, Mexico.

## 1. Los usos del consumo.

### 1.1 Introducción

A fines de los años setenta del siglo pasado, Mary Douglas y Baron Isherwood iniciaron una reflexión sobre la relación entre cultura y economía a través del consumo que, no obstante el tiempo transcurrido, aún es pertinente. Más allá de las dudas sobre la sociedad de masas y del consumo, de la degradación de la cultura ante el espectáculo, los autores introdujeron una perspectiva que ampliaba las posibilidades del análisis cultural. Cito:

“La calumnia persigue al comercio y la culpa a la propiedad. La creciente ola de protesta contra la sociedad de consumo constituye el antecedente de este libro. El consumismo es condenado como una forma de voracidad, estupidez y falta de sensibilidad en los deseos. Cada mes un nuevo libro alza la voz contra los excesos del consumo y su despliegue vulgar. ¿Qué se puede hacer al respecto?”.<sup>2</sup>

Considerar al consumo como un elemento visible de la cultura, que le da sentido a la vida en sociedad, que nos ayuda a comprender su complejidad, y a las mercancías como una serie más o menos coherente de significados, “que podrán ser percibidos sólo por quienes conozcan el código y los escudriñen en busca de información”, representó la caída de un muro intelectual o la creación de un puente entre la antropología y la economía, entre cultura y sociedad, finalmente entre el arte y la vida. “Olvidémonos, continúan los autores, de que las mercancías sirven para comer, vestirse y protegerse. Olvidemos su utilidad e intentemos en cambio adoptar la idea de que las mercancías sirven para pensar; aprendamos a tratarlas como un medio no verbal de la facultad creativa del género humano.” Ahora bien, uno de los principales problemas de la vida social es que los significados sólo permanecen estáticos por breves momentos, de ahí que el consumo “es un proceso ritual cuya función primaria consiste en darle sentido al rudimentario flujo de los acontecimientos”.<sup>3</sup>

Darle sentido al flujo de los acontecimientos, de eso se trata. De ahí que adentrarnos en el mundo de los consumos culturales implique un esfuerzo por desentrañar algunas de las tendencias y diferencias sociales más amplias.

El tema de los consumos culturales y su relación con las diferencias sociales tiene en Pierre Bourdieu una fuente de inspiración permanente. Su obra *La distinción* nos advierte de pensar a la cultura, el gusto estético y los consumos culturales, como flotando en el aire sin referentes de diferenciación social. El universo de los bienes culturales proporciona posibilidades “casi inagotables” para la investigación de la distinción.

“Si entre todos los universos posibles no existe ninguno como el universo de los bienes de lujo y, entre éstos, de los bienes culturales, que parezca tan predispuesto para expresar las diferencias sociales, es porque *la relación de distinción se encuentra objetivamente inscrita en él* y se vuelve a activar, se sepa o no, se quiera o no, en cada acto de consumo... No se trata solamente de las afirmaciones de la diferencia que a porfía profesan escritores y artistas a medida que se afirma la autonomía del campo de producción cultural, sino a la intención inmanente a los propios objetos culturales”.<sup>4</sup>

Los consumos culturales poseen una carga social en el lenguaje, en el sistema de valores éticos y estético, que funcionan de manera automática para marcar la diferencia: culto-inculto, noble-vulgar, letrado-iletrado, reproducen las diferencias acumuladas en el capital cultural. En este sentido, “La ciencia del gusto y del consumo cultural (a la cual sin duda contribuyó Bourdieu), comienza por una transgresión que no tiene nada de estética: en efecto, anula la frontera sagrada que hace de la cultura legítima un universo separado, para descubrir las relaciones inteligibles que unen ‘elecciones’ en apariencia inconmensurables como las preferencias en materia de música y de cocina, de pintura y deporte, de literatura y peluquería”.<sup>5</sup>

La obra de Bourdieu es una de las más prolíficas e influyentes entre los científicos sociales del siglo XX,<sup>6</sup> quizá porque Bourdieu logró avanzar tanto teórica como concretamente en la superación de las tradicionales dicotomías que todavía hoy influyen metodológicamente

en las disciplinas sociales: objetividad vs. subjetividad, estructura vs. individuo, análisis concreto vs. teoría, etc.

Bourdieu trabajó diferentes temáticas en un proceso de construcción teórica permanente: su investigación sobre Argelia, la fotografía, el mundo académico francés, las políticas públicas de vivienda, la miseria del mundo de las clases bajas y el mundo del arte y la cultura, dan muestras del amplio espectro de intereses del autor. De este último destaca precisamente *El amor al arte, los museos y su público*, y *La distinción*, investigaciones en donde a través de grandes encuestas el autor muestra que la apreciación de obras de arte, el gusto, está construido socialmente en la interacción entre las estructuras sociales y las prácticas de los agentes, mediadas por el concepto de *habitus* como principio orientador de las acciones.

El concepto de *habitus*, tomado de la escolástica y en especial del estudio que realizara el historiador del arte Edwin Panofsky sobre las catedrales góticas, ofrece una alternativa a esquemas simplificados sobre la cultura, al ser definido “como un sistema de esquemas interiorizados que permiten engendrar todos los pensamientos, las percepciones y las acciones características de una cultura [...]”<sup>7</sup> *Habitus* es un concepto para cuestionar los determinismos sociales de “reglas”, “modelos” y “estructuras” y aceptar “el sentido del juego” en las estrategias de los agentes sociales o individuales.

El otro concepto es el de *campo* en donde ocurren los juegos, es decir en donde “se configuran las relaciones objetivas entre posiciones [...]”,<sup>8</sup> en donde ocurren las luchas por la conservación o la transformación de las fuerzas (o capitales) existentes, por lo que puede hablarse de un campo cultural o de significación en donde ocurren las “luchas culturales” que van prefigurando el mapa cultural. En este sentido, la investigación sobre prácticas y consumos ofrece la oportunidad para distinguir las diferentes fuerzas que están en juego, los principios que orientan las prácticas, así como también las determinaciones

estructurales que reproducen las desigualdades. De estas dos influencias principales, se desprenden los primeros estudios sobre prácticas y consumos culturales en México.

## **1.2 Los Consumos Culturales en México.**

El estudio pionero sobre el consumo cultural en México fue coordinado por Néstor García Canclini (1993), en donde se analizaron los temas que marcarían la agenda sobre el tema, además de que establecerían el tipo de conclusiones que serían recurrentes por estudios de este tipo. Por ejemplo, García Canclini esbozó las diferentes propuestas teóricas que hasta la fecha, junto con los trabajos de Jesús Martín Barbero, siguen siendo la “guía” para los estudiosos de las diferentes áreas sociales en toda Latinoamérica.<sup>9</sup> Al cuestionar la concepción naturalista o el valor de uso de los bienes de consumo, planteó los seis modelos teóricos más fructíferos en su momento y lanzó una definición sobre el consumo cultural: *como el conjunto de procesos (yo agregaría sociohistóricos, VMGE) de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica.*<sup>10</sup>

En el apartado sobre “Necesidades, consumo y modernización”, García Canclini señaló algunas contradicciones generadas por las políticas modernizadoras ante una estructura nacional históricamente consolidada, tales como la impugnación a la “distribución centralista de los bienes culturales y las desigualdades que fomenta en el acceso a los mismos.” Al mismo tiempo, señalaba un “giro conceptual” en las políticas gubernamentales que implicaba una profunda revisión a la integración posrevolucionaria, dado que el neoliberalismo hegemónico implicaba una reorganización privatizadora y selectiva de las prioridades. De ahí que, concluía García Canclini, “el estudio del consumo cultural aparece, así, como un lugar estratégico para repensar el tipo de sociedad que deseamos... Conocer lo que ocurre en los consumos es interrogarse sobre la eficacia de las

políticas, sobre el destino de lo que producimos entre todos, sobre las maneras y las proporciones en que participamos en la construcción social del sentido.”<sup>11</sup>

En este mismo estudio, García Canclini junto con Mabel Piccini elaboraron lo que sería las conclusiones prácticamente para todo estudio de este tipo, es decir, conclusiones que se han repetido constantemente: a) la poca correspondencia entre la infraestructura cultural y el crecimiento urbano; b) la baja utilización de los bienes culturales “clásicos” e incluso de las ofertas culturales tradicionales; c) procesos comunicacionales contradictorios en donde se genera “una homogenización y una diferenciación” más acentuadas que en pasado, y d) el repliegue hacia formas privadas de consumo cultural así como a la intensificación de las redes cotidianas de la vida familiar. Por lo que concluyen en sugerir análisis etnográficos de lo cotidiano a fin de “diseñar un *mapa cualitativo* de la vida cultural y de las prácticas simbólicas de la comunidad.”<sup>12</sup>

De ahí la sugerencia de Ana Rosas Mantecón (2002) y Guillermo Sunkel (2002 y 2004) en el sentido de profundizar en el análisis del acceso a los rituales vinculados a la cultura, o bien reconocer a los llamados “consumos culturales” como parte de un contexto más amplio y de un proceso socio histórico de construcción de nuevas categorías culturales o de grupos sociales.<sup>13</sup>

De principios de los años noventa del siglo pasado a la actualidad se han elaborado en México dos Encuestas nacionales (2004 y 2010), así como numerosos trabajos estatales y locales que, con algunas diferencias que posteriormente indicaremos, han terminado por concluir lo que los periodistas quieren oír: el bajo nivel de correspondencia entre la infraestructura y los desarrollos urbanos, y el bajo consumo de los servicios culturales “clásicos”, es decir del teatro, danza, orquestas sinfónicas, de la lectura, etc.

Sin embargo, me parece que entre la propuesta de analizar el consumo como un elemento relevante para comprender a la sociedad contemporánea, como “bueno para pensar”, a las

reiteradas conclusiones sobre el bajo “consumo cultural” existe un salto cualitativo que es necesario aclarar a fin de avanzar en los estudios. En primer lugar, habría que distinguir entre consumos culturales, lo cual implica efectivamente reconocer que se trata de procesos *socio-históricos* de apropiación y uso de bienes con valor simbólico, en donde por supuesto se encuentran los servicios culturales, así como los bienes artísticos y el mercado del arte, propios de las industrias culturales. Esta diferencia nos advierte del cambio en el patrón de consumo de estos bienes y servicios, en donde el cine y los espectáculos musicales masivos adquieren relevancia, pero también el consumo de bienes culturales desde los hogares en un proceso que se ha dado en llamar “conectividad digital” y que tiene que ver con procesos más amplios de la relación entre jóvenes y los medios de comunicación.<sup>14</sup>

He resaltado el carácter *socio-histórico* de los procesos ya que la perspectiva histórica poco ha sido considerada en estos análisis, además de que no le hemos otorgado el sentido a los bienes culturales “clásicos”, dado que los referimos sólo a partir de la primera instancia (generalmente las encuestas) y no de la relevancia histórica que representa, por ejemplo, lo que Raymon Williams llamó la “larga revolución”: es decir, la revolución cultural que significa la ampliación de los públicos lectores y de las artes. Por ello, es necesario encontrar los contextos que nos permitan reconstruir el valor de los consumos culturales para el análisis de la sociedad contemporánea.

La posibilidad de llevar a cabo este tipo de estudios permitirá no sólo sistematizar la información, sino ampliar la reflexión sobre las transformaciones de la sociedad mexicana de los últimos años. Por ello es importante incluir otras perspectivas, sobre todo desde las regiones en donde la infraestructura y los servicios culturales han tenido un avance significativo como parte de una transformación más amplia de las ciudades y de la sociedad mexicana.

Finalmente, existen un estudio más sobre las prácticas y los consumos culturales en México que habría que considerar. El análisis de la Encuesta de 2004 (patrocinada por el Conaculta y realizada por la UNAM) elaborado por Alfonso Castellanos Ribot, quien se centra en los datos a nivel nacional no obstante que la encuesta permitía referencias regionales.<sup>15</sup> Se trata de un estudio cuidadoso, una síntesis de la *Encuesta Nacional de Prácticas y Consumo Cultural* publicada por el Conaculta, en el que corrobora los patrones de asistencia, por ejemplo, a recintos culturales, así como de lectura y de uso de internet: jóvenes de mayor escolaridad y de mayores niveles de ingreso.<sup>16</sup> Patrones, por cierto, similares a los de otros países, incluso desarrollados.

¿Cuáles son entonces los alcances de estas encuestas? La pregunta sigue siendo, sin duda, pertinente. Sin embargo, la perspectiva cambia si comenzamos a pensar los consumos culturales más allá de las dicotomías tradicionales entre alta y baja cultura y los consideramos igualmente prácticas de la distinción y, en términos de participación, de reflexionar sobre la ciudadanía cultural en momentos de que nuevos obstáculos se presentan para el acceso y ampliación de los bienes y servicios culturales.

Quizá por ello es importante comenzar a pensar el sector en toda su amplitud, involucrando no sólo a los “intermediarios culturales” sino a los diferentes públicos, tanto de los servicios públicos como de las industrias culturales. Precisamente para conocer a estos públicos existe una herramienta poco aprovechada hasta el momento, se trata de la *Encuesta Nacional de Hábitos, Prácticas y Consumos Culturales 2010*,<sup>17</sup> patrocinada por el Conaculta, y que por primera vez nos permite acercarnos a la complejidad de los públicos del sector cultural en todo el país, dado que es la primera Encuesta de este tipo que tiene representatividad para todos los estados. De ahí que podemos hablar de un nuevo Mapa Cultural, como lo muestra el siguiente ejercicio sobre un índice de participación cultural.

## **2. Índice de Participación Cultural.**

La necesidad de conocer los alcances y las contradicciones de un amplio proceso de democratización de bienes y servicios culturales ha planteado diferentes posibilidades de análisis, especialmente a partir de las Encuestas de prácticas y consumos culturales. Recientemente, sin embargo, para el caso latinoamericano ha surgido una corriente de análisis que se ha concretado en el planteamiento de índices de consumo cultural que permiten un mayor grado de comparación nacional e internacional.<sup>18</sup>

De acuerdo con el Índice de Consumo Cultural elaborado por la Universidad Alberto Hurtado, de Chile, que además de ofrecer una excelente metodología para la elaboración de estos instrumentos permite una comparación internacional, la ubicación de México podría considerarse en una escala intermedia (V. Cuadro 1, Índice de Consumo Cultural, Europa, México y Chile), toda vez que está por arriba de España y en general cerca del promedio de la Unión Europea.

Más allá de los índices que para el tema en América latina están en construcción para una validación internacional, su análisis representa un ejercicio de comparación fundamental para el caso mexicano y que desde luego requiere de mayor reflexión sobre el proceso de democratización de los bienes y servicios culturales.

**Cuadro 1.** Índice de Consumo Cultural en Europa, México y Chile.

<b>P A I S</b>	<b>Índice de consumo cultural (ICC)</b>

Suecia	0,96
Dinamarca	0,95
Holanda	0,95
Luxemburgo	0,83
Finlandia	0,81
Estonia	0,78
República Checa	0,77
Inglaterra	0,72
Alemania	0,71
Letonia	0,69
Austria	0,62
Irlanda	0,60
Eslovaquia	0,60
Eslovenia	0,57
Francia	0,50
Bélgica	0,49
UE 27	0,48
México	0,38
Lituania	0,34
Italia	0,33
España	0,31
Hungría	0,31
Malta	0,24
Polonia	0,17
Grecia	0,11
Chipre	0,09
Rumania	0,06
Portugal	0,05
Bulgaria	0,04

Fuente: Pedro Güell, Rommy Morales y Tomás Peters, *Una canasta básica de consumo cultural para América Latina, Elementos metodológicos para el derecho a la participación cultural*, Chile, Universidad Alberti Hurtado, 2011, p. 120.

Para el caso mexicano, Ernesto Piedras coordinó la elaboración del Índice de Capacidad y Aprovechamiento Cultural de los Estados (ICACE), en el que privilegió información a partir de la infraestructura, de las industrias culturales y de los presupuestos federales transferidos a los estados (oferta), y puso en el mismo paquete elementos de la “demanda” a partir de la pregunta de si “Alguna vez...” de la Encuesta 2010. Dado que el índice es una mezcla en donde la infraestructura mantiene una gran centralización, los resultados finalmente reiteran y privilegian la concentración en el Distrito Federal.

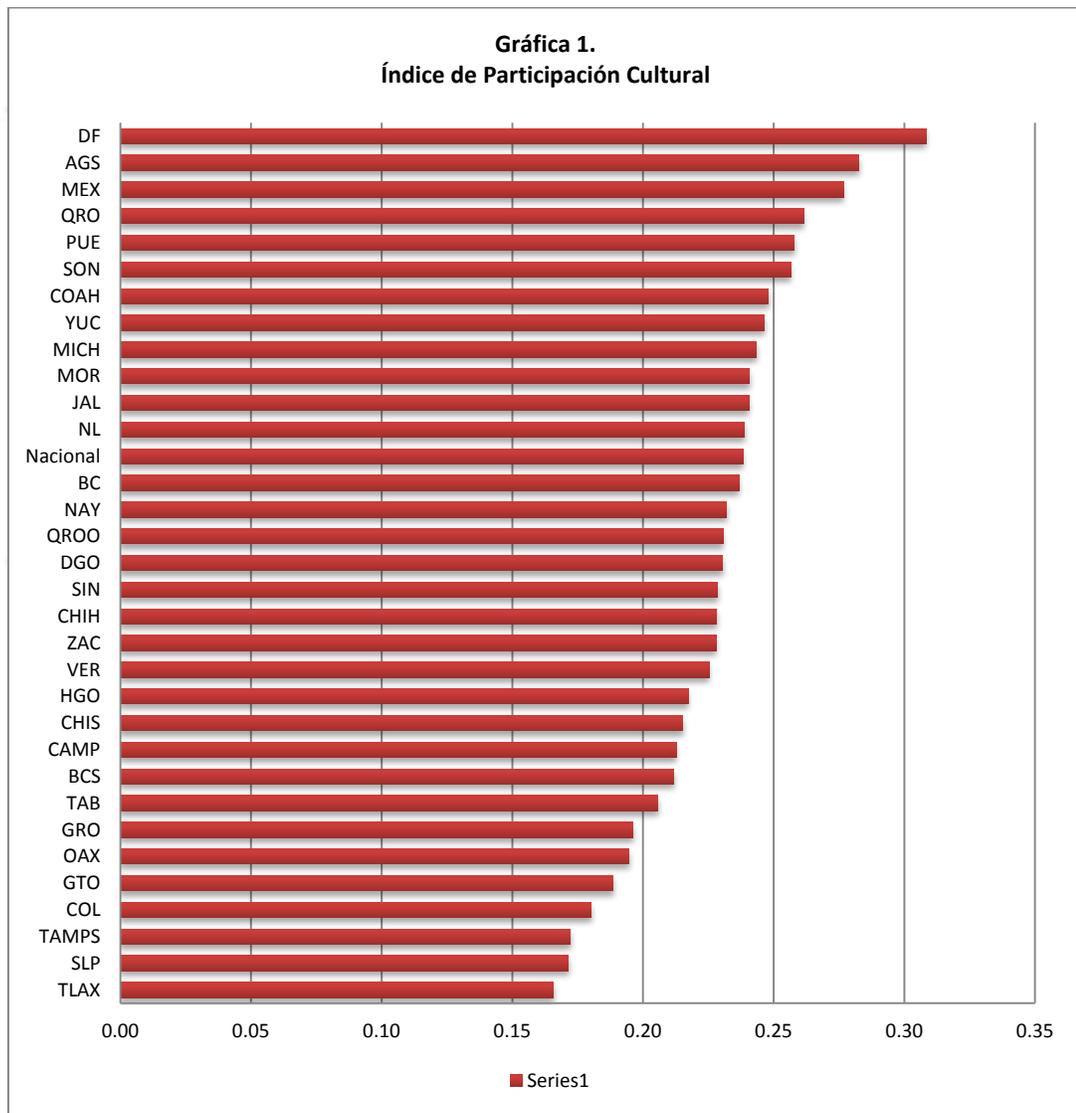
Sin embargo, un análisis más detallado de las prácticas y los consumos culturales permite plantear un Índice de Participación Cultural para el país, que privilegie efectivamente el consumo sobre diez variables seleccionadas. Índice de Participación Cultural. El objetivo de este Índice de participación Cultural es establecer de una sola mirada las características centrales de las diferentes regiones, en términos de prácticas y consumos culturales.

Las variables se escogieron a partir de la pregunta de “En los últimos doce meses ¿cuántas veces asistió...?”,<sup>19</sup> y no en términos generales de si alguna vez ha asistido, como aparece el dato del ICACE de Piedras. Es decir, se trata de una propuesta más acotada, lo cual permite comparaciones más específicas incluso a nivel internacional.<sup>20</sup>

Este nuevo Índice no tiene como propósito evaluar el desempeño de las regiones y los estados, sino señalar algunos indicadores que pueden contribuir a esclarecer algunos determinantes de los consumos y las prácticas culturales en el país y, en lo posible, contar con mejor información para la toma de decisiones.

Un primer punto que habría que señalar de este Índice es que las diferencias entre los estados y las regiones no son tan amplias, como se podría pensar tradicionalmente dado el centralismo. En el Índice de Piedras la desviación es muy amplia (de 67.1 puntos el indicador más bajo a 312), lo cual nos habla de que las diferentes variables utilizadas provocaron una mayor concentración básicamente en el Distrito Federal. El Índice de Participación Cultural, sin embargo, señala otro proceso, lo que aquí hemos llamado un nuevo Mapa Cultural en el país en donde las diferencias comienzan a acortarse.

**Gráfica 1:** Índice de Participación Cultural 2010,



Elaborado a partir de diez Prácticas y Consumos Culturales, Fuente: *Encuesta Nacional de Hábitos, Prácticas y Consumos Culturales, 2010*, Conaculta.

Más aún, si observamos el promedio de las regiones, la diferencia no es tan drástica, sin negar que las disparidades persisten.

**Cuadro 2. Índice de Participación Cultural por Regiones.**

Total	Noroeste	0.223
Total	Noreste	0.237
Total	Centro-occ	0.228
Total	Centro	0.242
Total	Sur	0.226
<b>Total Nacional</b>		<b>0.232</b>

Elaborado por VMGE.

El presupuesto para cultura influye pero no es determinante para explicar estas diferencias. Como puede observarse en la Gráfica 2, las prácticas y los consumos culturales no están directamente relacionados con el gasto per cápita en los estados, si bien algunos estados presentan correlación entre ambos índices, como es el caso de Aguascalientes y Quintana Roo.

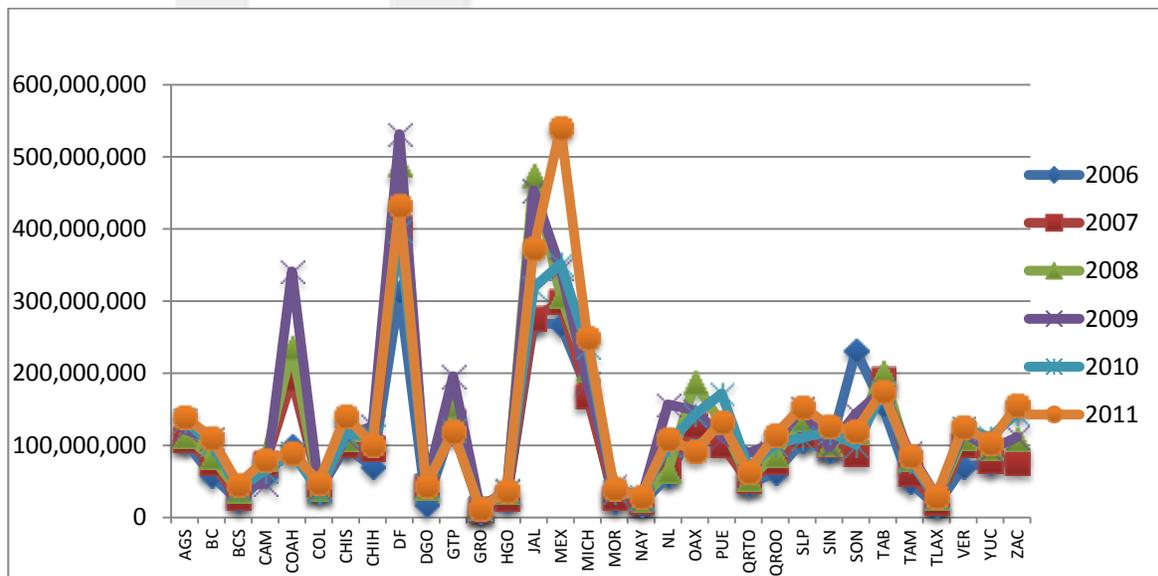
**Gráfica 2:** Gasto per cápita por estado en cultura, 2006-2011.



Fuente: Cálculo propio con base en los datos proporcionados por los estados al Portal de Transparencia, elaborado con apoyo de Enrique Jiménez.

Las aportaciones a los estados por parte de la Federación se han incrementado sustancialmente en los últimos años, fundamentalmente por los etiquetados por la Comisión de Cultura de la Cámara de Diputados; sin embargo tampoco es el único factor para explicar las divergencias en las prácticas y los consumos (v. Gráfica 3).

**Gráfica 3.** Aportaciones federales a los estados en cultura, 2006-2011.



Fuente: Conaculta.

Como veremos más adelante, existen otros determinantes para explicar las prácticas y los consumos de los mexicanos. Analizar directamente la Encuesta de Hábitos, Prácticas y Consumos Culturales de los mexicanos puede ayudarnos a entender la complejidad del tema.

### 3. Los consumos culturales en la práctica.

Existen diferentes maneras de analizar los consumos culturales, más aún diría que lo que nos interesa destacar tiene que ver con un concepto distinto: las “prácticas culturales”, que

se diferencia de los consumos desde el punto de vista de la *distinción*, de acuerdo a Bourdieu. Porque las prácticas culturales, más allá de los televidentes, cinéfilos e internautas, siguen una lógica de la diferenciación social en un consumo de lujo. Por ello me concentraré en dos actividades que me parecen altamente significativas: la lectura y la educación artística.

### **3.1 Los lectores.**

Las prácticas culturales más significativas tienen como paradigma a la lectura, desde luego por la idea de cultura involucrada a partir por lo menos de la invención de la imprenta, pero sobre todo porque la lectura tiene que ver con procesos de autoafirmación y autoconocimiento desde la creación del espacio privado y de la lectura en silencio. Por ello la lectura tiene que ver también con la democratización porque, en palabras de Michele Petit, nos hace estar mejor equipados “para resistir algunos procesos de marginación o ciertos mecanismos de opresión. Para elaborar o reconquistar una posición de sujeto, y no ser sólo objeto de los discursos de los otros.”<sup>21</sup>

Más allá de la reflexión sobre la “convergencia digital” y por supuesto las diferentes maneras de acercarse a la lectura, habría que reconocer lo que es importante para conservar, sin que ello descarte las posibilidades por ejemplo del internet. Por ello ante la pregunta de “¿Cuántos libros completos, que no estén relacionados con la escuela o con su profesión, ha leído en los últimos doce meses?”, seleccioné a los que han leído simplemente un libro o más, por el puro gusto de leer, por placer. El resultado es el siguiente.

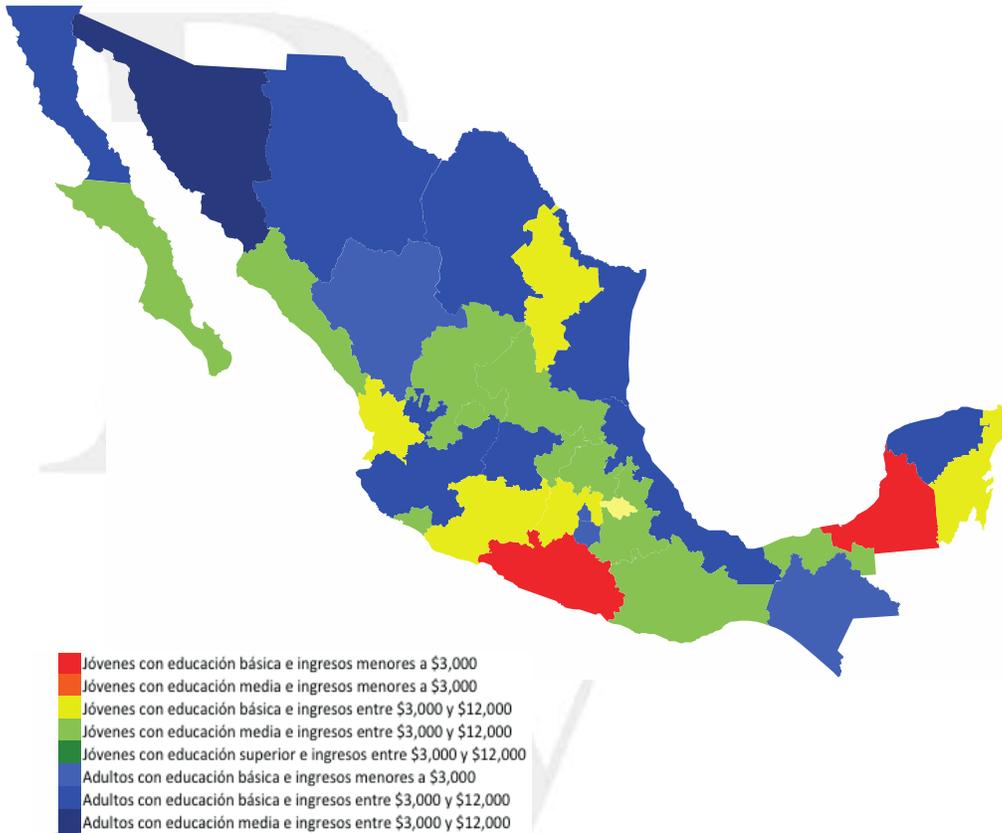
Primero hay que comenzar con el número de lectores en el país: 19.1 millones declararon haber leído al menos un libro por gusto (más allá de requerimientos de la profesión o de la escuela) en el último año; 13.5 millones declararon haber comprado libros en los últimos doce meses. Un mercado, para decirlo en esas palabras, nada despreciable. Con

perspectiva de género, son ligeramente más las mujeres lectoras que los hombres, aunque la diferencia es un poco más en el segmento de la educación básica y con ingresos medios (25.2 %, en comparación al 23.2 % de hombres).

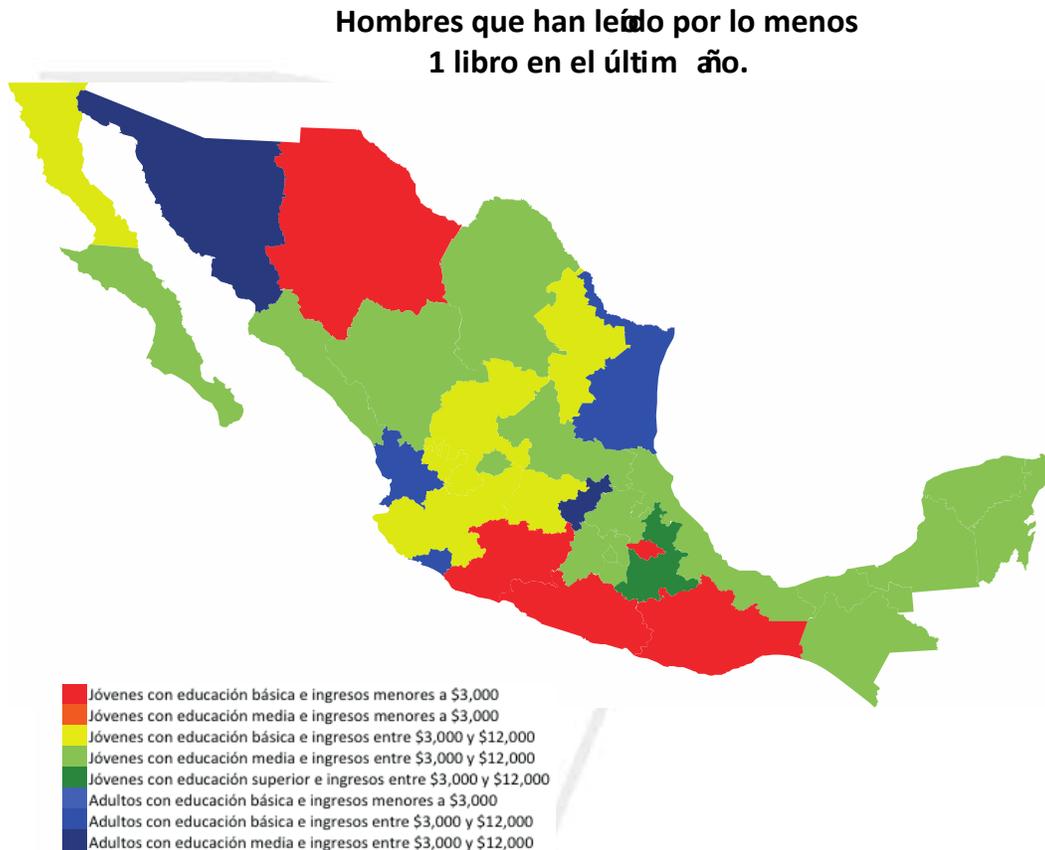
R  
y  
P

**Mapa 3:** Mujeres que han leído uno o más libros.

**Mujeres que han leído por lo menos  
1 libro en el último año.**



**Mapa 2:** Hombres que han leído uno o más libros.



Fuente: *Encuesta Nacional de Hábitos, Prácticas y Consumos Culturales 2010*, México CONACULTA. Tabulados propios derivados de la pregunta “¿Cuántos libros ha leído

Efectivamente, la retórica de la decadencia es engañosa, como lo comentara Fernando Escalante Gonzalbo en una amplia reflexión sobre las transformaciones del mundo de los libros y de la lectura, y en especial de las mediaciones que han entorpecido el acceso a la lectura.<sup>22</sup> Este autor distinguió, entre otras cosas, que no existía un lector genérico, sino diferentes públicos lectores (“habituales” y “ocasionales”, así como los no lectores), y que entre un quince y un veinte por ciento de la población eran “lectores habituales”: “Se ganaría algo –algo en claridad, al menos-, comenta Escalante Gonzalbo, si pudiera admitirse que los lectores habituales serán siempre una minoría. En el mejor de los casos,

un quince o un veinte por ciento de la población, y fragmentada además en grupos de aficiones distintas, donde cada quien leerá lo que le venga en gana. Aun así, continúa, esa minoría importa, y no es lo mismo que sea del dos, del cinco o del veinte por ciento, y lo deseable sería que fuese lo más grande posible.”<sup>23</sup>

Es de notar que aún entre estudiosos poco se han considerado los datos existentes, quizá la excepción es Gabriel Zaid quien utilizó las diferentes Encuestas (de lectura 2006, la de prácticas y consumos culturales 2004 y la ENIGH 2004) para mostrar lo poco que leen los universitarios.<sup>24</sup> Incluso, como veremos más adelante, dentro del grupo de jóvenes lectores efectivamente leen más los que cuentan con educación básica y media que los universitarios. Para comprender lo anterior, lo importante es analizar la información existente y partir de ella para la reflexión.

Frente a la idea común de que los jóvenes no leen, por lo que se han derivado una serie de conclusiones nostálgicas y hasta apocalípticas acerca de la desaparición del libro y de la civilización, los datos de la *Encuesta nacional de hábitos, prácticas y consumos culturales 2010* (*Encuesta 2010* en adelante) muestra un panorama distinto. Quizá no el deseable, pero tampoco nada despreciable.<sup>25</sup>

De acuerdo a esta Encuesta 2010, a nivel nacional, son precisamente los jóvenes (considerados aquí entre 13 y 30 años) el grupo mayoritario (53.2 %) de los que han leído más de un libro en el último año, más allá de los requerimientos. A nivel de segmentos, son especialmente los jóvenes varones, de educación media (bachillerato), y con ingresos de clase media los más lectores. Le siguen inmediatamente las mujeres adultas (de 31 a 60 años), con educación básica y con ingresos medios, lo cual en sí mismo nos habla de una generación previa a las jóvenes actuales de mujeres lectoras. Un tercer grupo es el de jóvenes mujeres, con educación e ingresos medios.

Por el contrario, resulta al menos sintomático de generaciones anteriores que el perfil más bajo digamos del “no lector” se encuentre entre los adultos mayores de 60 años (mujeres y hombres casi por igual), con educación superior pero con ingresos declarados menores a tres mil pesos.

Uno de los grandes beneficios de esta Encuesta 2010 para México es que puede analizarse a nivel regional (la de 2004 también era representativa a nivel regional pero no estatal, lo que tenía un margen de error mayor), pero también a nivel estatal, por lo que efectivamente por primera vez se puede realizar el mapa cultural del país. Para ello he tomado la regionalización utilizada por el Conaculta para comparar los diferentes perfiles de lectores.

En términos del número de lectores, la región Centro concentra el 45 % del total, le sigue Centro Occidente con el 20 % y el Sur con el 15 %, el Noreste el 12 % y el Noroeste el 8 %. Quizá el carácter “oligopólico” del mercado de libros tenga que ver con la distribución espacial de los lectores; sin embargo, como veremos a continuación, la consideración de los lectores a nivel regional abre posibilidades para el propio mercado pero también desde luego para las políticas culturales, antes incluso del salto digital.

Como mencioné anteriormente a nivel nacional, el mayor número de lectores se encuentra en los jóvenes (hombres y mujeres) de ingreso medio, con escolaridad media, así como también en las mujeres adultas con ingresos medios y educación básica. Este mismo patrón de prácticas lectoras lo encontramos tanto en el Noroeste como en el Sur, un fenómeno que llama la atención por las diferencias socioeconómicas entre una región y otra.

**Cuadros 3 y 4: Lectores en región Sur y Noroeste.**

		Educación Básica			Educación Media			Educación Superior				
		-3,000	3,001-12,000	12,000	-3,000	3,001-12,000	12,000	-3000	3,001-12,000	12000		
		<b>Noroeste</b>										
Hombres	Jóvenes	2.1%	5.5%	0.7%	1.2%	8.7%	1.5%	0.6%	3.4%	2.0%	25.6%	50.3%
	Adultos	2.3%	4.6%	0.6%	0.8%	6.0%	0.8%	0.1%	4.1%	2.0%	21.4%	
	AdultosMay	0.8%	1.7%	0.0%	0.0%	0.5%	0.0%	0.0%	0.2%	0.2%	3.3%	
Mujeres	Jóvenes	1.7%	5.4%	0.0%	0.5%	8.4%	1.0%	0.5%	3.8%	1.9%	23.3%	49.7%
	Adultos	3.1%	8.6%	0.2%	0.5%	6.6%	0.9%	0.2%	2.5%	0.7%	23.3%	
	AdultosMay	0.7%	1.5%	0.0%	0.0%	0.2%	0.1%	0.0%	0.1%	0.4%	3.1%	
		10.6%	27.4%	1.5%	3.0%	30.3%	4.4%	1.3%	14.1%	7.4%	100.0%	
		39.5%			37.7%			22.7%				
<b>Sur</b>												
Hombres	Jóvenes	3.8%	3.7%	0.2%	4.1%	9.2%	0.9%	1.1%	2.4%	1.6%	26.9%	48.9%
	Adultos	4.2%	4.1%	0.3%	1.6%	3.7%	0.6%	0.3%	3.1%	1.8%	19.7%	
	AdultosMay	1.2%	0.4%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.0%	0.1%	0.2%	2.3%	
Mujeres	Jóvenes	4.4%	4.3%	0.2%	5.3%	6.0%	0.5%	1.2%	4.0%	1.1%	27.2%	51.1%
	Adultos	4.5%	6.0%	0.2%	1.6%	3.6%	0.5%	1.2%	2.4%	2.3%	22.3%	
	AdultosMay	0.6%	0.5%	0.0%	0.0%	0.4%	0.1%	0.0%	0.1%	0.0%	1.6%	
		18.7%	18.9%	1.0%	12.8%	22.9%	2.7%	3.8%	12.1%	7.0%	100.0%	
		38.7%			38.4%			23.0%				

Fuente: Encuesta Nacional de Hábitos, Prácticas y Consumos Culturales 2010, México CONACULTA.

En la región Centro, el mayor número de lectores se encuentra entre los jóvenes (hombres y mujeres) con educación e ingresos medios, pero también en jóvenes mujeres con educación básica.

**Cuadro 5:** Lectores en región Centro.

		Educación Básica			Educación Media			Educación Superior				
		-3,000	3,001-12,000	12,000	-3,000	3,001-12,000	12,000	-3000	3,001-12,000	12000		
		<b>Centro</b>										
Hombres	Jóvenes	4.0%	4.6%	0.5%	2.8%	9.3%	1.1%	0.2%	3.3%	1.8%	27.6%	50.8%
	Adultos	4.2%	5.7%	0.1%	1.5%	4.3%	0.1%	0.6%	2.1%	2.4%	21.0%	
	AdultosMay	1.0%	0.4%	0.0%	0.0%	0.2%	0.1%	0.0%	0.3%	0.3%	2.2%	
Mujeres	Jóvenes	5.2%	5.7%	0.8%	2.2%	6.5%	0.9%	0.7%	2.7%	0.9%	25.6%	49.2%
	Adultos	5.1%	5.0%	0.4%	0.9%	5.0%	0.9%	0.3%	1.7%	1.5%	20.8%	
	AdultosMay	1.6%	0.3%	0.0%	0.0%	0.5%	0.0%	0.0%	0.3%	0.2%	2.8%	
		21.0%	21.6%	1.7%	7.4%	25.8%	3.1%	1.9%	10.4%	7.0%	100.0%	
		44.3%			36.3%			19.3%				

Fuente: Encuesta Nacional de Hábitos, Prácticas y Consumos Culturales 2010, México CONACULTA.

La región Centro Occidente tiene también un orden diferente de los tipos de lectores: Mujeres en primer lugar (jóvenes con educación e ingresos medios y adultas con educación básica e ingresos medios), y hombres jóvenes con educación e ingresos medios. Finalmente, el Noreste presenta un patrón especial: jóvenes (hombres y mujeres) y mujeres adultas con ingresos medios, pero todos con educación básica.

**Cuadro 6:** Lectores en región Centro-occidente.

Centro-occ		Educación Básica			Educación Media			Educación Superior				
		-3,000	3,001-12,000	12,000	-3,000	3,001-12,000	12,000	-3000	3,001-12,000	12000		
Hombres	Jóvenes	4.3%	7.4%	0.4%	2.1%	6.4%	1.3%	0.5%	3.2%	2.0%	27.6%	47.4%
	Adultos	3.0%	5.7%	0.4%	0.4%	2.7%	0.3%	0.5%	1.6%	3.0%	17.6%	
	Adultos May	0.5%	0.5%	0.2%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.4%	0.5%	2.3%	
Mujeres	Jóvenes	4.3%	6.9%	0.7%	2.1%	8.5%	1.7%	0.9%	2.8%	1.9%	29.7%	52.6%
	Adultos	4.0%	8.3%	0.2%	1.2%	4.3%	1.1%	0.0%	1.8%	0.8%	21.7%	
	Adultos May	0.4%	0.4%	0.0%	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.2%	
		16.5%	29.2%	1.9%	5.7%	22.2%	4.5%	1.9%	9.9%	8.2%	100.0%	
		47.5%			32.4%			20.0%				

Fuente: *Encuesta Nacional de Hábitos, Prácticas y Consumos Culturales 2010*, México CONACULTA.

En términos generales, los jóvenes con ingresos medios destacan, sobre todo con educación media y básica. El nivel educativo importa por supuesto y, tal y como lo anticipó Gabriel Zaid, los lectores desafortunadamente no están concentrados en el nivel universitario. Quizá el deseo de obtener un título como un reconocimiento, más que una oportunidad para seguir aprendiendo, pesa en este nivel. O bien, dada su consistencia, la variable que más impacta en el número de lectores es el nivel de ingresos más que el nivel educativo.

Lo anterior merece una explicación. La información que estamos utilizando, a diferencia del Capítulo anterior, tiene que ver con datos absolutos, es decir, cuántos son y dónde se encuentran los lectores, a diferencia del capítulo anterior que se utilizan datos relativos, es decir el porcentaje por ejemplo de universitarios que dice haber leído dentro de su propio segmento, entre universitarios, de ahí que esta última perspectiva privilegie a un segmento pequeño; en cambio los datos absolutos determinan su posición dentro del conjunto, lo cual quizá nos acerca a una participación o consumo efectivo.

Ante el reconocimiento de que hay un número significativo de lectores, la pregunta siguiente es sobre lo que leen. Las tres opciones que tuvieron mayor respuesta fueron: Novela, Superación personal y, de manera un tanto sorprendente, Historia; le siguen Cuento, Fenómenos paranormales (fantasmas, vampiros, etc.) y Cocina; y en la siguiente terna se encuentran libros para jóvenes, Poesía y Biografía. En gustos se rompen géneros, más aún si aceptamos que lo que importa es leer por placer.

### 3.1.1 Educación artística

Uno de los temas centrales de política cultural es sin duda la educación artística. En su más reciente libro, Guilles Lipovetsky junto con Jean Serroy, ante los riesgos de la desorientación en la sociedad del hiperconsumo, propusieron una vuelta de tuerca a la utopía a través de la cultura:

La política cultural que hay que promover, dicen Lipovetsky y Serroy,<sup>26</sup> no debe ser la que se pone al servicio de los creadores, de los artistas profesionales y de las vanguardias que subvenciona. Debe estar al servicio de la educación artística, a través de los conservatorios, las escuelas municipales de música y otras academias. A través igualmente de cursos artísticos en las escuelas que no sean los parientes pobres que son hoy, reducidos a opciones minúsculas que alejan de la práctica artística más de lo que acercan...<sup>27</sup>

A partir de esta utopía habría que construir buena parte de la política cultural para los próximos años.

Un primer análisis de las preguntas dedicadas a la educación en la Encuesta multicitada, nos advierte de las pocas personas que estudian una carrera artística, no obstante de que existe un interés creciente por hacerlo. El primer cuadro al respecto nos ofrece el panorama nacional del porcentaje de personas que estudian en la actualidad alguna disciplina artística por estado, o practican alguna actividad artística.

**Cuadro 8: Educación Artística en el país**

	Estudia o practica aspectos relacionados con la cultura y las artes										
	Estudios en letras	Ha escrito algo en su tiempo libre o en el último año	Estudios en Arqueología	Sabe tocar un instrumento	Estudios en música	Estudios en Danza	Estudios en Cine	Estudios en Teatro	Estudios en Artes Plásticas	Estudios en Artes Visuales	Practica una Actividad Artística
<b>Región Sur</b>											
CAMP	1.2	1.7	1	12.4	0.9	0.9	0.8	1.2	0.7	1	6.8
CHIS	1.9	3.4	0.9	17.6	1.7	2.2	1.4	1.9	2.2	11	17.6
QROO	2.6	3.8	3.1	13.3	2.2	3.3	3.2	4.7	3.6	1.5	12.2
TAB	1.8	6	0.5	13	1.1	1.5	1.2	0.5	0.6	1	10.1
VER	0.6	6.2	1.3	17.9	2.1	1.3	2.1	1	1.4	1	15.6
YUC	2.9	6.2	2.4	14.3	2	2.5	1.3	1.6	3	2.3	17.9
<b>Promedio</b>	<b>1.8</b>	<b>4.6</b>	<b>1.5</b>	<b>14.8</b>	<b>1.7</b>	<b>2.0</b>	<b>1.7</b>	<b>1.8</b>	<b>1.9</b>	<b>3.0</b>	<b>13.3</b>
<b>Promedio Nacional</b>	<b>1.3</b>	<b>5.6</b>	<b>1.3</b>	<b>15.9</b>	<b>1.5</b>	<b>2.2</b>	<b>1.5</b>	<b>1.3</b>	<b>2.1</b>	<b>1.6</b>	<b>14.4</b>
<b>Región Noroeste</b>											
BC	0.4	1.8	0.5	15.3	1.5	2.8	1.2	0.6	0.6	0.3	10.7
BCS	2.2	5.6	0.6	14.3	1.7	3.7	1.3	1.1	2.2	2.4	13.6
SIN	0.4	3.7	0.3	16.6	1.5	2.2	1.3	0.9	1.1	0.8	9.3
SON	0.4	6	0.6	12.5	0.4	2.2	1.2	1	0.6	0.4	13.3
<b>Promedio</b>	<b>0.9</b>	<b>4.3</b>	<b>0.5</b>	<b>14.7</b>	<b>1.3</b>	<b>2.7</b>	<b>1.3</b>	<b>0.9</b>	<b>1.1</b>	<b>1.0</b>	<b>11.7</b>
<b>Promedio Nacional</b>	<b>1.3</b>	<b>5.6</b>	<b>1.3</b>	<b>15.9</b>	<b>1.5</b>	<b>2.2</b>	<b>1.5</b>	<b>1.3</b>	<b>2.1</b>	<b>1.6</b>	<b>14.4</b>
<b>Región Centro</b>											
DF	1.7	8.4	2.6	16.2	1.7	4.6	2.6	2.4	4	3.3	15.8
GRO	1.8	4.6	0.5	15.8	1.1	0.8	0.4	1.1	1.4	0.7	11.7
HGO	0.8	4.8	0.9	12.2	1	1.2	2	1.4	1.8	0.6	10.2
MEX	1.9	7.8	2.1	19.7	1.1	2.3	1.4	1.3	2.1	2	15.9
MOR	1.9	5.8	1.6	18.5	2.2	1.9	1.6	1.4	2.7	1.8	15.9
OAX	0.3	2.8	0.5	19.2	1.1	2.4	1	1.5	1.1	0.4	17.3
PUE	0.9	5.2	1.1	12.2	2	1.3	1.3	0.8	2.5	2.1	13.9
TLAX	0.2	2.5	0.2	11.6	1.1	0.5	0.1	0.4	19.9	0.9	12.9
<b>Promedio</b>	<b>1.2</b>	<b>5.2</b>	<b>1.2</b>	<b>15.7</b>	<b>1.4</b>	<b>1.9</b>	<b>1.3</b>	<b>1.3</b>	<b>4.4</b>	<b>1.5</b>	<b>14.1</b>
<b>Promedio Nacional</b>	<b>1.3</b>	<b>5.6</b>	<b>1.3</b>	<b>15.9</b>	<b>1.5</b>	<b>2.2</b>	<b>1.5</b>	<b>1.3</b>	<b>2.1</b>	<b>1.6</b>	<b>14.4</b>
<b>Región Centro-Occidente</b>											
AGS	1.2	8.8	0.8	17.6	1.4	2.2	2	0.8	3.2	2.8	18.9
COL	3.4	4.9	1.6	15.7	1.7	1.4	1.8	1.1	3.1	2.5	16.4
GTO	1.3	6.3	0.4	12.8	0.6	1.9	0.7	0.4	2	1	14.1
JAL	1.4	4.2	1.9	21.9	3.6	2.9	1.3	2.3	2.9	2.3	23.7
MICH	0.7	4.8	0.8	12.6	1.5	2.6	1.5	1	1.2	0.9	13.3
NAY	2.7	4	1	13.1	2.7	2.4	2.4	2.2	2.9	1.1	21.9
QRO	1.1	8	1.4	16	2.9	1.9	1.7	1.8	4	1.5	7
SLP	0.7	4.8	0.3	10.8	1	0.4	0.6	1	1.5	0.5	11.4
ZAC	1.1	4.1	0.4	14.1	0.9	1.1	0.4	0.9	0.7	0.8	11.9
<b>Promedio</b>	<b>1.5</b>	<b>5.5</b>	<b>1.0</b>	<b>15.0</b>	<b>1.8</b>	<b>1.9</b>	<b>1.4</b>	<b>1.3</b>	<b>2.4</b>	<b>1.5</b>	<b>15.4</b>
<b>Promedio Nacional</b>	<b>1.3</b>	<b>5.6</b>	<b>1.3</b>	<b>15.9</b>	<b>1.5</b>	<b>2.2</b>	<b>1.5</b>	<b>1.3</b>	<b>2.1</b>	<b>1.6</b>	<b>14.4</b>
<b>Región Noreste</b>											
COAH	1.2	4.6	0.9	15.2	0.7	1.2	1.3	1.2	1.3	1.6	18.8
CHIH	3.8	8	2.6	21.2	4.1	4.6	4.2	3.9	5.1	4.3	12.6
DGO	0.6	3.8	0.4	12.2	0.2	0.8	1.4	0.9	1	1.1	8.7
NL	0.7	4.3	0.6	10.4	0.2	0.8	0.8	0.7	1.2	2.1	9.7
TAMPS	0.7	4.8	0.7	10.8	0.8	1.1	1.4	0.3	1	1.2	8.2
<b>Promedio</b>	<b>1.4</b>	<b>5.1</b>	<b>1.0</b>	<b>14.0</b>	<b>1.2</b>	<b>1.7</b>	<b>1.8</b>	<b>1.4</b>	<b>1.9</b>	<b>2.1</b>	<b>11.6</b>
<b>Promedio Nacional</b>	<b>1.3</b>	<b>5.6</b>	<b>1.3</b>	<b>15.9</b>	<b>1.5</b>	<b>2.2</b>	<b>1.5</b>	<b>1.3</b>	<b>2.1</b>	<b>1.6</b>	<b>14.4</b>

El promedio nacional de quienes practican una actividad es del 14.4%, siendo Jalisco (23.7), Aguascalientes (18.9%) y Coahuila (18.8%) los estados con mayor porcentaje al respecto. El promedio nacional de quienes declararon haber escrito algo en el último año

es del 5.6%, y sobresalen Aguascalientes (8.8%), y el Distrito Federal (8.4%) por tener el mayor número de personas que declararon ser escritores; el porcentaje de quienes declararon estudiar letras a nivel nacional es de sólo el 1.3%.

Ahora bien, en términos de quienes practican algún instrumento musical el promedio nacional es del 15.9%, de los más altos en términos de estas prácticas, y de los estados con mayor porcentaje son Jalisco, el Estado de México y Oaxaca; sin embargo, estudian música en el promedio nacional sólo el 1.5%.

El siguiente cuadro habla del interés por estudiar una disciplina artística igualmente por estados y con el promedio nacional. Habría que recordar que el porcentaje es en relación a la población de más de trece años en el país y que están representados en esta Encuesta (poco más de ochenta millones de personas). El reto, como se puede apreciar es, dado el interés por la educación artística de la población, incrementar al menos (el promedio varía de acuerdo a la disciplina) en diez veces más las posibilidades de que más jóvenes puedan tener opciones en educación artística, lo cual abre un nicho especial para las políticas culturales en el país.

De lo que gustaría estudiar a la población de más de 13 años en el país destaca en primer lugar música (con el 20.7 % nacional), danza (con el 13 %), cine, artes plásticas y visuales (con más del 12 % cada una de las disciplinas), lo cual puede ayudar a orientar la oferta educativa. Más allá del Distrito Federal, los estados que presentan porcentajes más altos de deseos por educarse artísticamente son: Tabasco, Baja California Sur, Morelos, Aguascalientes, y Chihuahua, estados por cierto representan a las diferentes regiones culturales del país y que podrían ser sede de proyectos de educación artística más ambiciosos.

Específicamente por disciplina se podría ordenar la demanda como sigue. En música, sobresalen Aguascalientes, Morelos, Nayarit, Tabasco y Baja California Sur; en Cine

destaca la demanda del Estado de México, Aguascalientes, el Distrito Federal, Quintana Roo y Morelos; en Artes Plásticas y Visuales sobresalen Morelos, Campeche, el Estado de México, Aguascalientes y Nayarit; y finalmente en Danza los estados con mayor demanda son: Aguascalientes, el Estado de México, Quintana Roo, Nayarit y Campeche.

Si la política cultural al futuro puede estar fundamentada en la educación artística, este tipo de información puede contribuir a diseñar, por ejemplo, las universidades de las artes del futuro.

**Cuadro 9: Le gustaría estudiar alguna disciplina artística.**

		Le gustaría estudiar						
		Arqueología	Música	Danza	Cine	Teatro	Artes Plásticas	Artes Visuales
<b>Región Sur</b>								
	CAMP	7.4	19.1	18.1	9.2	9.3	22.1	13.3
	CHIS	9.1	22.4	17.5	16.4	8.1	9.2	9.6
	QROO	9.6	25.5	19.6	15.1	9.3	16.9	9.3
	TAB	7.3	26.3	12.8	14	12.9	15.4	15.5
	VER	1.5	23.5	9	12	3.9	9.7	7.8
	YUC	5.1	20.3	12.4	7.8	8.5	10.7	14.4
	<b>Promedio</b>	6.7	22.9	14.9	12.4	8.7	14.0	11.7
	<b>Promedio Nacional</b>	6	20.7	13	12.9	7.1	12.9	12.6
<b>Región Noroeste</b>								
	BC	0.5	11.3	7.6	9.1	1.3	13.7	15.4
	BCS	6.8	25.3	11.5	13.7	8.2	10.9	11.6
	SIN	4.6	10.6	15.3	12.2	7.2	10	10.4
	SON	4.9	25	9.3	12.6	8	16.9	11.9
	<b>Promedio</b>	4.2	18.1	10.9	11.9	6.2	12.9	12.3
	<b>Promedio Nacional</b>	6	20.7	13	12.9	7.1	12.9	12.6
<b>Región Centro</b>								
	DF	6.8	22.1	15.7	18.6	8.9	14.6	17
	GRO	5.7	24.5	15	4.9	7.3	14.6	11.9
	HGO	3.4	18.5	6.8	7.2	9.7	3.7	10.1
	MEX	9.2	26.8	19.4	22.2	11.4	17.4	17.7
	MOR	2.9	29.1	15.3	16.6	13.2	18.3	18.1
	OAX	7.5	21.8	16.7	9.8	3.6	12.1	12.6
	PUE	9.5	19.9	14.8	8.6	5.3	13.2	11.7
	TLAX	3.7	15.5	10.5	11.7	5	15.6	11.8
	<b>Promedio</b>	6.1	22.3	14.3	12.5	8.1	13.7	13.9
	<b>Promedio Nacional</b>	6	20.7	13	12.9	7.1	12.9	12.6
<b>Región Centro-Occidente</b>								
	AGS	5.8	31.3	20	21.1	13.6	17	17.9
	COL	4.9	15.6	5.8	10.4	7.9	3.8	9.8
	GTO	3.6	15.7	8.3	5.4	2.6	14.6	10.8
	JAL	6.2	13.8	10.7	9.8	5.9	9.8	8.3
	MICH	6.4	23.7	10.2	15.2	7.8	14.8	12.6
	NAY	10.9	26.9	18.3	15.2	10.4	14.4	19.9
	QRO	6.1	18.7	10.4	18.5	6	8.5	11.8
	SLP	9.3	17.9	11.4	9.7	3.9	14.7	10.5
	ZAC	3	11.2	10.2	6.8	4.8	8.9	7.2
	<b>Promedio</b>	6.2	19.4	11.7	12.5	7.0	11.8	12.1
	<b>Promedio Nacional</b>	6	20.7	13	12.9	7.1	12.9	12.6
<b>Región Noreste</b>								
	COAH	1.5	19.7	6.4	12.5	9.2	10	13.2
	CHIH	7.3	26	7.3	11.5	9.5	13.2	13.4
	DGO	0.5	9.4	6.5	5	1.2	8.6	9.5
	NL	5.1	13.4	11.2	14.1	4.7	11.8	16.1
	TAMPS	2.5	18.4	12	9.1	2.6	8.5	6.7
	<b>Promedio</b>	3.4	17.4	8.7	10.4	5.4	10.4	11.8
	<b>Promedio Nacional</b>	6	20.7	13	12.9	7.1	12.9	12.6

### **Conclusiones generales.**

- 1 La metodología de este capítulo trata de precisar quiénes son y dónde están los practicantes y consumidores culturales, que declararon su participación no en términos de si “alguna vez”, sino en el último año previo a la encuesta;
- 2 A diferencia del uso de los resultados relativos, este tipo de información pretende adentrarse en el mundo de los participantes, es decir de los que sí realizan una actividad cultural, más allá del “no público” y de las proporciones con respecto a cada segmento, con el fin de orientar los servicios de calidad a quienes son los principales consumidores.
- 3 El mayor número de consumidores están en el cine y los conciertos de música en vivo (22 millones cada uno), seguidos de los usuarios del internet (20 millones) y lectores (19 millones).
- 4 Contrario a la opinión común, la lectura en este sentido está entre las principales prácticas culturales de los mexicanos, muy cercana a los consumos culturales de masas, a diferencia de otras prácticas; sobre esta argumentación el número de mujeres lectoras es ligeramente mayor que el de hombres.
- 5 El principal segmento de practicantes y consumidores culturales es el de jóvenes, con ingresos familiares entre 3 y 12 mil pesos, y con educación media y básica. El patrón es similar en todas las regiones y estados del país, con ligeros cambios.

- 6 La recomendación, habría que insistir en ello, es orientar las políticas culturales a este segmento juvenil, y diseñar proyectos de educación artística para atender la demanda existente.

---

<sup>1</sup> Doctor en Estudios Latinoamericanos por Tulane University, Maestro en Historia por el Instituto de Inv. Dr. José Ma. Luis Mora, y Lic. en Sociología por la UNAM. Profesionalmente se ha desempeñado como Director del Instituto Cultural de Aguascalientes, Director General del Centro Nacional de las Artes en Conaculta, actualmente es Director General de Difusión y Vinculación de la Universidad de Aguascalientes.

<sup>2</sup> Mary Douglas y Baron Isherwood, *El mundo de los bienes. Hacia una antropología del consumo*, Conaculta/Ed. Grijalbo, 1990, p.17.

<sup>3</sup> Mary Douglas y Baron Isherwood, *El mundo de los bienes... Op.cit.*, pp.77 y 80.

<sup>4</sup> Pierre Bourdieu, *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*, Ed Taurus, Reedicción 1991, p.223.

<sup>5</sup> Pierre Bourdieu, "Consumo Cultural", en *El sentido social del gusto, Elementos para una sociología de la cultura*, Buenos Aires (Argentina), Siglo XXI editores, 2010, p.239.

<sup>6</sup> Para una excelente exposición de la obra de Bourdieu puede verse el trabajo de Genaro Zalpa Ramírez, *Cultura y Acción Social. Teoría (s) de la cultura*, Universidad Autónoma de Aguascalientes, 2011, pp.110-128. En general la propuesta del autor es un tributo a Bourdieu.

<sup>7</sup> Pierre Bourdieu, en el postfacio al libro de Panofsky, citado por Genaro Zalpa, *Cultura y Acción social...*, p.119.

<sup>8</sup> Genaro Zalpa, *Cultura y Acción social... op.cit.*, pp.126-128.

<sup>9</sup> Héctor Gómez Vargas, "Figuras del Pensar. Los estudios sobre el Consumo Cultural en América Latina y la organización del Campo Académico de la Comunicación en México" en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, Época II, Volumen XII/Número 23/Junio 2006, pp.9-43.

<sup>10</sup> García Canclini, Néstor, *El Consumo Cultural en México*, CONACULTA 1993, p.34.

<sup>11</sup> García Canclini, *Ibid.*, p.42.

<sup>12</sup> García Canclini, *op.cit.*, p.78.

<sup>13</sup> Mantecón, Ana Rosas, "Los estudios sobre consumo cultural en México", en Daniel Mato (coord.), *Estudios y Otras Prácticas Intelectuales Latinoamericanas en Cultura y Poder*, CLACSO/CEAP/FACES, Universidad central de Venezuela, 2002. Sunkel, Guillermo, "Una mirada otra. La cultura desde el consumo", en Daniel Mato (Coord.), *Estudios y Otras Prácticas Intelectuales Latinoamericanas en Cultura y Poder*, CLACSO/CEAP/FACES, Universidad Central de Venezuela, 2002, pp.287-294; y "El consumo cultural en la investigación en comunicaciones en América Latina", en *Contornos*, Signo y Pensamiento 45, Vol. XXIII, julio-diciembre, 2004; y el clásico: Sunkel, Guillermo, (coord.) *El consumo cultural en América latina*, Convenio Andrés Bello, 1999.

<sup>14</sup> Para un estudio específico de estos cambios v. Héctor Gómez Vargas, *Jóvenes, mundos mediáticos y ambientes culturales. Los tiempos del tiempo: la ciudad, biografías mediáticas y entornos familiares*, Universidad Iberoamericana León, 2010, CD-Rom.

<sup>15</sup> Alfonso Castellanos Ribot, "Las Estadísticas básicas de la cultura en México", en *Cultura Mexicana: revisión y prospectiva*, Francisco Toledo, Enrique Florescano y José Woldenberg (Coordinadores), Ed. Taurus, 2008, pp.365-400.

<sup>16</sup> Alfonso Castellanos, "Las estadísticas...", *op.cit.*, pp.371-372, 378 y

<sup>17</sup> Los resultados difundidos por el propio Conaculta, estado por estado y en general, pueden consultarse en: [http://www.conaculta.gob.mx/encuesta\\_nacional.php](http://www.conaculta.gob.mx/encuesta_nacional.php) El estudio que presento parte del análisis de la encuesta a partir de tabulados propios.

<sup>18</sup> Pedro Güell, Rommy Morales y Tomás Peters, *Una canasta básica de consumo cultural para América Latina. Elementos metodológicos para el derecho a la participación cultural*, Santiago de Chile, Ed. Universidad Alberto Hurtado, 2011.

<sup>19</sup> Salvo en el caso del cine, que especifica "En los últimos tres meses..."

<sup>20</sup> Las variables seleccionadas para este Índice son las siguientes, referidas a preguntas específicas de la *Encuesta de Hábitos, Prácticas y Consumos del 2010*:

1. P. 2 En los últimos tres meses ¿cuántas veces fue al cine?
2. P. 13 En los últimos 12 meses, ¿cuántas veces asistió a un espectáculo de danza?
3. P. 24 (...) concierto de música o presentación de música en vivo?
4. P. 43 (...) a una obra de teatro?
5. P.55 (...) zonas arqueológicas?
6. P.66 (...) a un museo?
7. P.73 (...) a una biblioteca?
8. P. 83ª ¿Cuántos libros completos, que no estén relacionados con la escuela o con su profesión, ha leído en los últimos doce meses?
9. P.96 (...) a una exposición de artes plásticas?
10. P. 104 (...) a una exposición de artes visuales?
11. P.109 (...) a centros culturales?
12. P.129 ¿Usted usa internet?

Gasto público en cultura per cápita en los estados.

<sup>21</sup>Michele Petite, *Lecturas: del espacio íntimo al espacio público*, Fondo de Cultura Económica, 1ª reimp., 2004, p.104.

<sup>22</sup> Fernando Escalante Gonzalbo, *A la sombra de los libros. Lectura, mercado y vida pública*, El Colegio de México, 2007.

<sup>23</sup> Fernando Escalante Gonzalbo, *A la sombra...*, pp.140, 184 y 342-343. El autor presenta varios cálculos sobre los lectores habituales: por ejemplo, cuando habla sobre la primera mediación que es la familia y la escuela, comenta que “sólo una de cada veinte personas –con seguridad menos- puede contrastar las novedades que se anuncian como obras maestras de la literatura, la crítica o la historia, con un conjunto de lecturas previas”, p.154.

<sup>24</sup> Gabriel Zaid, “La lectura como fracaso del sistema educativo”, *Letras Libres*, Noviembre 2006.

<sup>25</sup> Un tema sobre el que reflexiona Escalante Gonzalbo es sobre la mediación “oligopólica” del mercado del libro, un tema que lamentablemente no vino a remediar la ley del libro.

<sup>26</sup>Guillem Lipovetsky y Jean Serroy, *La cultura-mundo*, Anagrama, 2010, en especial “La cultura-mundo como civilización” (Capítulo 4).

<sup>27</sup>Lipovetsky y Serroy, *op.cit.*, p.203.