

CULTURA Y DESARROLLO HUMANO
Aportes para la discusión

De las Políticas a los Ciudadanos





De las Políticas a los Ciudadanos

Una reflexión crítica sobre los supuestos y definiciones
que asumen las políticas culturales para conceptualizar
sus acciones de desarrollo cultural

Rosalía Winocur



CULTURA Y DESARROLLO HUMANO
Aportes para la discusión

CULTURA Y DESARROLLO HUMANO. Aportes para la discusión

De las Políticas a los Ciudadanos

Una reflexión crítica sobre los supuestos y definiciones que asumen las políticas culturales para conceptualizar sus acciones de desarrollo cultural.

Rosalía Winocur

Copyright © 2010. Todos los derechos están reservados.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo - PNUD

Av. Presidente Masaryk 29, piso 9
Col. Chapultepec Morales, CP. 11575, México, DF.

Diseño Gráfico e impresión: © arte i diseño 2010.

Agradecimientos

Esta serie de estudios ha sido coordinada por la Unidad de Sociedad Civil bajo la supervisión del Director del Área de Gobernabilidad Democrática, Diego Antoni, y el apoyo de Paola Gómez. El trabajo no hubiese sido posible sin el liderazgo de Cristina Martín; los aportes y el seguimiento de Flor María Ramírez; y el trabajo logístico-administrativo de Laura Patricia Morales.

Publicado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo en el marco del Proyecto 00060565, Fortalecimiento y construcción de políticas culturales equitativas y diversas en el Distrito Federal.

El análisis y las recomendaciones aquí expresadas, no reflejan necesariamente las opiniones del PNUD, de su Junta Ejecutiva o de sus Estados Miembros, ni de la institución que ha patrocinado su publicación.

Ni esta publicación ni parte de ella pueden ser reproducidas, almacenadas, mediante cualquier sistema o transmitidas, en cualquier forma o por cualquier medio, sea éste electrónico, mecánico, de fotocopiado, de grabado o de otro tipo, sin el permiso previo de PNUD México.

Este proyecto se implementa gracias al apoyo de la Fundación Cultural de la Ciudad de México y la Secretaría de Cultura del Gobierno del Distrito Federal.

ÍNDICE

Introducción	5
1. Supuestos y definiciones sobre la cultura	8
2. Supuestos y definiciones sobre el derecho a la cultura	17
3. Supuestos y definiciones sobre el consumo cultural	20
4. Supuestos y definiciones sobre el tiempo libre	24
5. Supuestos y definiciones sobre la participación	29
Conclusiones	33
Bibliografía	27
Documentos Consultados	38
Referencias	39







INTRODUCCIÓN

El interés surgido durante las últimas décadas por los temas culturales en América Latina, vinculado a una nueva concepción del desarrollo que le otorga un valor estratégico a la cultura, se ha reflejado en la realización de diversas encuestas nacionales que muestran diferentes prácticas de consumo cultural asociadas a los perfiles socio-demográficos de cada ciudad o región y a las preocupantes desigualdades en el acceso y disfrute de los bienes y servicios culturales.¹ Por ejemplo en México, se dispone de la *Encuesta Nacional de Prácticas y Consumos Culturales 2004*, realizada por Conaculta (2004:185).²

Sin dejar de reconocer el aporte fundamental de las encuestas citadas, en el sentido de que mapean las prácticas de consumo cultural de diversos grupos socio-culturales y nos dan cuenta de las enormes desigualdades que existen en la distribución y el acceso de los bienes culturales, coincidimos con Chaves y Speroni (2006:49) y Wortman (2006:66), que no nos explican cuáles son los significados de esas prácticas para quiénes las ejercen en el contexto de sus modos de vida e imaginarios identitarios:

Saber cuántas personas leen diarios, cuál es su preferencia de noticias, cuántas horas están expuestos a la TV o si asisten más a fiestas religiosas o barriales, no nos permite inferir los sentidos que los actores le dan al diario, la noticia, la TV o la fiesta. La encuesta mide el resultado de algo, nada dice del proceso de producción de ese resultado (2006: 49).

Ninguna de las encuestas mencionadas, a excepción de la realizada en Uruguay ("Primer Informe Nacional sobre Consumo Cultural e Imaginarios" 2002), se pregunta tampoco por las representaciones sobre la cultura y el tiempo libre que sustentan los modos de practicar, consumir y valorar la cultura, ni por las condiciones de apropiación de los bienes culturales, ni por la manera como los ciudadanos perciben y valoran la oferta cultural. Asumen de manera implícita que conceptos fundamentales como cultura, consumo, tiempo libre, participación y derecho tienen el mismo significado para todos los individuos y grupos sociales, aunque sus prácticas culturales sean diferentes. Y eso no sólo tiene consecuencias para la construcción de indicadores y la elaboración de los instrumentos de indagación, sino para la interpretación y análisis de los datos. De suerte que la larga cadena de "sobreentendidos" y los sesgos que estos provocan, se trasladan al diseño de las políticas culturales:

Observamos (en las encuestas) la presencia de ciertas experiencias y objetos relevados y no otros. La decisión del qué se mira, construye un dato y no otro, posibilita una información y no otra, visibiliza determinadas prácticas y no otras. (Chaves y Speroni, 2006:52).

Y obviamente esto se refleja en el diseño de las preguntas y de las opciones para responder: "Las 'respuestas' a 'preguntas' hechas por los encuestadores no resultan siempre tales en verdad, sino enunciados hechos en marcos conceptuales diversos que a veces erróneamente son interpretadas por los analistas como respuestas a sus preguntas sobre la base de significados compartidos" (Krotz y Winocur, 2006). En consecuencia, los datos de las encuestas sobre consumo cultural reúnen la doble cualidad de su fortaleza representativa a nivel local, regional o nacional, y de su fragilidad interpretativa para reconstruir las necesidades culturales de los ciudadanos ubicados en las diversas realidades representadas en las muestras:

Los propios datos de una encuesta son insinuaciones, resultados frágiles, en los que están involucrados las selecciones intencionadas de su diseño, el significado azaroso de las percepciones de los entrevistados, e inclusive, las motivaciones desconocidas que orientan sus respuestas. Una encuesta es un bosquejo muy preliminar, que sin embargo permite rastrear algunas tendencias (Rey, 2002).

Estimamos que la falta de interrogantes acerca de las representaciones que diversos grupos tienen sobre la cultura y sus prácticas, se ha convertido en un obstáculo conceptual y político para seguir avanzando en el diagnóstico de las realidades culturales de los ciudadanos latinoamericanos. Difícilmente podremos cumplir con el mandato de la UNESCO del reconocimiento de la diversidad que contempla las necesidades de distintos grupos socio-culturales, ampliando su estructura de oportunidades y el margen de libertad para ejercerlas, si no sabemos cuáles son esas necesidades, o lo que es más preocupante, las hemos definido *a priori* sobre la base de suponer que todos los ciudadanos se sienten identificados o interpelados por la filosofía y las acciones de nuestras políticas culturales.

En la perspectiva planteada, asumir la tarea de reconstruir las realidades culturales de los habitantes del Distrito Federal (DF) en el contexto de los imaginarios y prácticas de vida en común, implica preguntarse cuáles son las representaciones³ sobre cultura, consumo, derecho, tiempo libre y participación, que facilitan o inhiben su participación en actividades culturales, su capacidad de creación, y su reconocimiento de la cultura como un derecho. En el marco de las preocupaciones señaladas, este documento se plantea los siguientes objetivos:



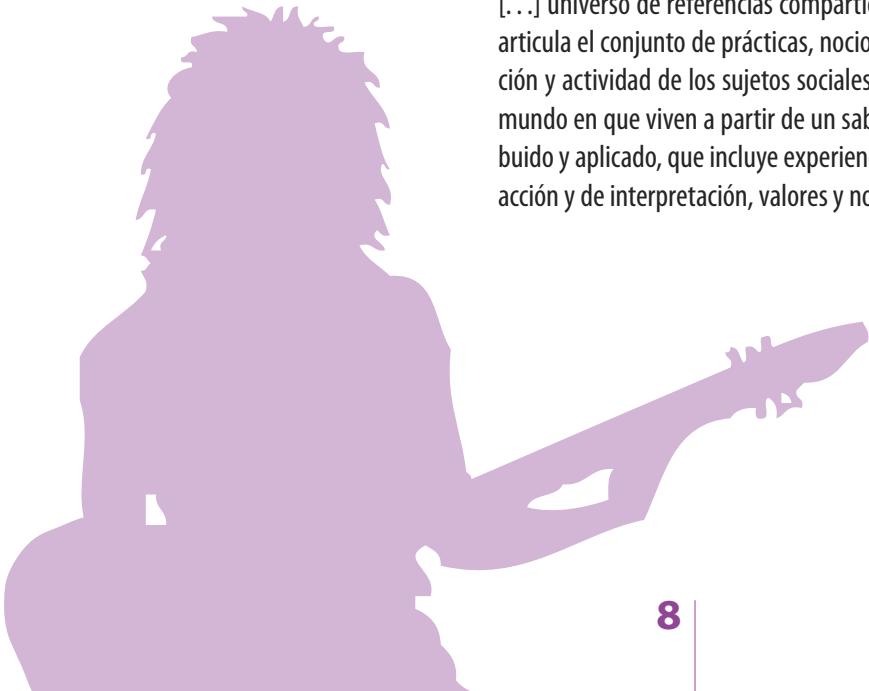
- 1) Revisar críticamente los supuestos que orientan la mayoría de las encuestas sobre prácticas de consumo y participación cultural en América Latina, que de alguna manera actúan como sentido común incorporado no sólo en el diseño de los estudios y diagnósticos sino en el diseño de las políticas culturales.
- 2) Desarrollar un marco conceptual y un conjunto de hipótesis que orienten posteriormente la elaboración de indicadores y el diseño teórico-metodológico de un instrumento para indagar las prácticas y representaciones culturales de los habitantes de la Ciudad de México, a partir de recuperar la perspectiva de los ciudadanos en la definición, apropiación y valorización de esas realidades.



1. Los SUPUESTOS Y DEFINICIONES SOBRE LA CULTURA

Respecto a la cultura, en general las encuestas y las políticas asumen la definición dada por la UNESCO, como la diversidad de los modos en que se organiza la convivencia entre las personas así como las imágenes e ideas mediante las cuales la sociedad se representa las formas en que convive y quiere convivir (*Informe Mundial de Cultura, 2000-2001*). Pero sus objetivos, variables e indicadores no reflejan los compromisos teóricos de pronunciarse radicalmente a favor de la diversidad, porque se presentan divorciados de las realidades culturales que intentan reconstruir.

En el enfoque teórico metodológico que vamos a privilegiar en esta propuesta, cuando hablamos de diversidad no nos referimos sólo a la constatación de las diferencias empíricas en los modos de practicar y apropiarse de la cultura (revelamiento de prácticas y preferencias de consumo cultural), sino a la *construcción teórica que asigna a la recuperación de la perspectiva de los sujetos un papel fundamental en la explicación de la realidad cultural*. Recuperar el punto de vista de los actores implica no sólo indagar el parecer de los ciudadanos sobre sus gustos y hábitos de consumo, sino reconstruir el sentido de esos gustos y hábitos de consumo dentro del:



[...] universo de referencias compartido –no siempre verbalizable– que subyace y articula el conjunto de prácticas, nociones y sentidos organizados por la interpretación y actividad de los sujetos sociales [...] donde los sujetos tornan inteligibles el mundo en que viven a partir de un saber compartido aunque desigualmente distribuido y aplicado, que incluye experiencias, necesidades, posición social, modelos de acción y de interpretación, valores y normas, etcétera. (Guber 1991: 73-75).



De ahí que con la palabra cultura puede ocurrir algo parecido que con las palabras democracia o participación (Krotz y Winocur, 2007). Las encuestas asumen que todos los ciudadanos comparten la misma definición, le asignan el mismo sentido, o la valorizan de igual forma y no se preocupan por indagar la variedad de significados que pueden denotar la cultura en distintas realidades socio-culturales.

Este trabajo no tiene la intención de discutir las diversas nociones de cultura que subyacen en la discusión académica y en las políticas, programas y estudios sobre consumo y participación cultural en la Ciudad de México y en América Latina. No obstante, no podemos eludir la cuestión de la definición en la medida que compromete la orientación de la propuesta de diagnóstico sobre las representaciones y prácticas culturales de los habitantes del DF. Es difícil renunciar a la concepción amplia de cultura referida a los diversos modos de convivencia propuesta por la UNESCO sin traicionar el espíritu que anima la perspectiva del desarrollo humano. Pero si no hacemos un esfuerzo de precisión de lo que entendemos por cultura cuando hablamos de políticas culturales por una parte, y de prácticas y representaciones culturales de los ciudadanos, por otra, corremos el riesgo de que se diluyan los objetivos del diagnóstico.

El desafío consiste, pues, en delimitar los espacios físicos y simbólicos de los ciudadanos objeto de prácticas, de representaciones y de políticas culturales, pero situándolos para su indagación, comprensión y análisis en el ámbito más amplio de la cultura concebida como “la práctica y el imaginario de la vida en común” (Informe de Desarrollo Humano en Chile 2002).

Para los fines de este trabajo entenderemos como la realidad cultural de un individuo o de un grupo, al espacio constituido por: a) la disponibilidad y la calidad de la oferta cultural, b) los recursos simbólicos, físicos y materiales para apropiarse de la misma; y c) el margen de libertad para ejercerlos, entendido como la mayor o menor capacidad de los ciudadanos de seleccionar lo que más les conviene según sus necesidades, ampliando y potenciando permanentemente la estructura de oportunidades individual y grupal.

En el caso concreto de la Ciudad de México, la oferta cultural está integrada por los múltiples programas y acciones de diversas instituciones como el Gobierno de la Ciudad de México, las Delegaciones Políticas, el Gobierno Federal, las fundaciones, los sindicatos, los partidos políticos, las ONG, las organizaciones vecinales y los centros comunitarios, que de manera formal o informal, brindan y promueven espacios culturales de participación, creación y recreación.

Cuando hablamos de apropiación nos referimos al conjunto de procesos socio-culturales que intervienen en el uso, la socialización y la significación de los bienes y servicios culturales en diversos grupos socio-culturales. Si adecuamos la definición de Thompson (1998:66), que fue concebida originalmente para los mensajes mediáticos, para pensar nuestras realidades culturales, podríamos compartir con él la idea de que: apropiarse de un bien cultural consiste en tomar su contenido significativo y hacerlo propio. Cuando nos apropiamos de un mensaje lo adaptamos a nuestras vidas y a los contextos en que vivimos, un proceso que algunas veces tiene lugar sin esfuerzo, y otras supone un esfuerzo consciente.

La estructura de oportunidades y el margen de libertad de un sujeto, están inscritas en principio en los modos de vida de su grupo socio-cultural, entendidos como “el conjunto de las prácticas que cada persona realiza y el significado que le atribuye en escenarios tales como: la familia, el consumo, el tiempo libre, la religiosidad, la amistad, el consumo televisivo y cultural, y la autoimagen identitaria. El conjunto de estas visiones configura una determinada manera de ver y de vivir la vida” (*Informe de desarrollo Humano Chile 2002:21*). En principio quiere decir que estos modos de vida tenderán a organizar subjetivamente la reproducción de las representaciones sobre cultura, derecho y participación que los sujetos admitan implícita o explícitamente como válidas y aceptables dentro de su universo simbólico de pertenencia, pero no necesariamente clausurarán las posibilidades de ampliarlas y modificarlas para conseguir un mayor aprovechamiento o mejoramiento de la estructura de oportunidades disponibles, y en consecuencia, un mayor margen de libertad para ejercerlas. Esto último dependerá de la manera como se combinen en la experiencia individual del sujeto sus condiciones sociales de existencia con su proyecto personal de vida. La siguiente reflexión incluida en la sinopsis final del *Informe de Desarrollo en Chile 2002*, nos parece altamente significativa al respecto:

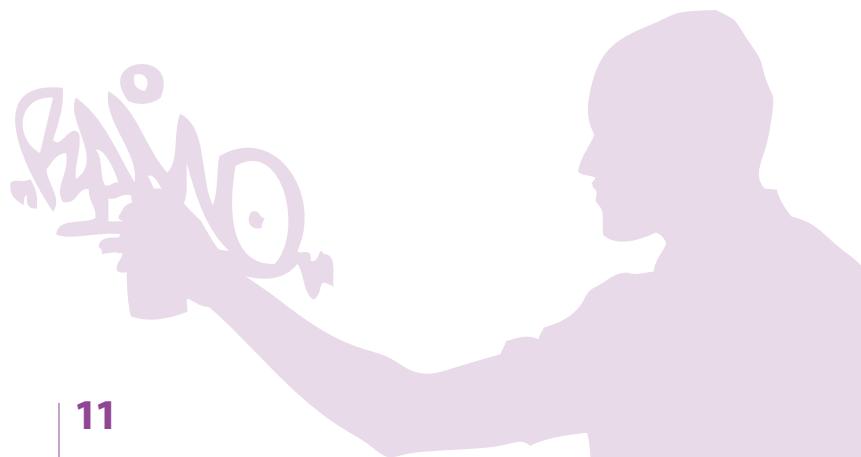
Esto es, el proceso mediante el cual las personas toman distancia de las tradiciones heredadas y afirman el derecho a definir por su cuenta y riesgo lo que quieren ser. Pero esa tarea no puede realizarla cada uno solo. Es el conjunto de la sociedad el que proporciona las legitimaciones, relaciones y recursos que la hacen posible. Se trata pues de un fenómeno cultural. En el Chile actual, los cambios en la convivencia social amplían las opciones de las personas para que desarrollen su individualidad. Sin embargo, de acuerdo a los estudios realizados, existe un acceso desigual a los objetos, símbolos, vínculos y valores que aporta la sociedad al proceso de individualización. Las diferentes capacidades individuales para la autorrealización constituyen una de las más relevantes y menos analizadas desigualdades sociales. Así, por ejemplo, casi dos tercios de los entrevistados de estrato bajo creen que el rumbo de su vida no depende de ellos (Sinopsis, Informe de Desarrollo Humano Chile 2002).



De acuerdo a lo expuesto la exploración de las realidades culturales de los habitantes de la Ciudad de México desde la perspectiva de la diversidad implica explorar la representación que tienen los ciudadanos sobre la cultura como variable explicativa fundamental de sus realidades culturales. Hipotéticamente, podemos asumir la existencia de varias representaciones sobre la cultura *que forman parte del sentido común* y que tomaremos como punto de partida para la indagación propuesta:

La cultura asociada a las bellas artes

Es la idea de cultura tradicionalmente asociada a las bellas artes, la buena educación y el refinamiento del espíritu, ideas que anteponen la belleza como valor trascendente. La “alta cultura” ha sido signo de distinción entre grupos y clases sociales. Esa asociación entre cultura y espíritu, estaba unida a la dinámica misma del poder en las sociedades: tenían voz y mando quien dominaba las formas de la civilización, entre las que se contaban la letra escrita, la música culta, las artes plásticas, la arquitectura y el teatro (Cuaderno PNUD, 2009: 22). Esta representación asocia “lo culto” con las obras de arte, las exposiciones, los museos, el teatro, los ciclos de cine arte, los conciertos, la danza, la ópera, el arte contemporáneo, el arte digital, etcétera, como estilo de consumo, y como distinción en el sentido de Bourdieu (1988). La distinción requiere que la identidad de clase que se expresa en el habitus, como conjunto de disposiciones y actitudes heredadas y practicadas que se manifiestan en la formación del gusto, no sólo esté clara para los que la ostentan sino para los que no la ostentan, u ostentan otros gustos. La “cultura” en este sentido puede ser percibida por los sectores de menores recursos como algo que no está destinado para ellos, porque no poseen las cualidades ni habilidades para desenvolverse exitosamente, por ejemplo en la valoración de una obra de arte, o en la práctica de una disciplina como la pintura o la música.



La cultura asociada al saber

Es la representación que supone que los más cultos son los que más saben, los que más educación universitaria tienen, o mayor formación enclopédica. Esta representación de la cultura es hegemónica entre los sectores populares, y designa desde el punto de vista simbólico la idea de que el progreso y la movilidad social dependen del nivel de escolaridad alcanzado. En las representaciones que los ciudadanos tienen sobre la cultura, sobre todo en los sectores de menores ingresos, históricamente las políticas del Estado de Bienestar han tenido una incidencia fundamental. Recordemos que estas políticas impulsaban como estrategia de desarrollo la generalización de la educación en todos los niveles. Estrategia que hizo sentido en el imaginario social como parte de la ideología del progreso. Los que triunfaban eran los que alcanzaban mayores niveles de educación. De esa forma quedó establecido idealmente que la clase de cultura requerida para asegurarse un lugar en el mundo de los privilegiados era la cultura que ofrecía la escuela en sus contenidos curriculares básicos como español, matemáticas o ciencias naturales, y no en las actividades especiales, o extra escolares, o complementarias, como música, artes plásticas, teatro o expresión corporal. Fue la misma escuela la encargada de ratificar en el imaginario popular lo que era esencial y lo que era complementario para cultivarse. Nadie valora del mismo modo obtener un 10 en matemáticas que en música. A la inversa, y siguiendo con la misma relación entre capital simbólico y estructura de oportunidades, una familia de clase media o alta puede decidir enviar a sus hijos a escuelas que privilegien el arte, el juego y la creatividad por encima de los contenidos tradicionales, porque observa aptitudes artísticas en sus hijos, o espera que las desarrolle, o simplemente lo asume como una propuesta pedagógica que le permitirá a su hijos triunfar en cualquier campo intelectual y profesional.





La cultura asociada a la “buena educación”

Es la representación que, por una parte, designa rituales de cortesía para relacionarse socialmente, como el saludo, pedir las cosas por favor, observar “buenos modales” en la mesa, o tener tratos de deferencia para las mujeres, los niños, los ancianos, los discapacitados o las embarazadas, y, por otra, con ciertas normas de urbanidad que regulan el cuidado del medio ambiente, el uso de los espacios públicos y la convivencia entre vecinos. Suele decirse de las personas que no observan o trasgreden estas normas y rituales, que son “incultos” o “no tienen cultura”. También es una idea recurrente para explicar las conductas “desviadas”, particularmente en el caso de los jóvenes que delinquen, o realizan actos “vandálicos” o “improperios” de forma individual o grupal. De esta forma, la cultura también adquiere una marca de clase, cuando el sentido común acepta sólo ciertos rituales de cortesía y normas de urbanidad como válidos para todos los grupos sociales que primero se legitimaron como propios de los modales de las clases pudientes.

La cultura asociada a diversos modos de vida de distintos grupos étnicos o religiosos, minorías sexuales, sectores marginales, migrantes o extranjeros

Esta representación, más allá del relativismo antropológico que la sustenta, es una idea de sentido común que los medios de comunicación han contribuido a legitimar a partir de mostrar diversas realidades socio-culturales extrañas en los noticiarios, series, películas y documentales. Pero esta idea de cultura, a diferencia del enfoque antropológico, no está exenta de prejuicios y estigmatizaciones hacia los otros diferentes:

El extranjero más amable que nos habita cotidianamente es el salvaje en estado puro que nos presenta Discovery Channel en sus programas sobre grupos indígenas y culturas africanas, orientales o asiáticas, exóticas, lejanas, inaccesibles, incontaminadas. Éste es el único extranjero con el que compartimos a gusto la mesa y la sala de mirar televisión. El otro distante, “el invasor absoluto, que engendra más temor que el vecino que agrede” (Duby, 1995:60), se ha desmarcado de sus nichos habituales en las narrativas mediáticas para transitar de la categoría del “buen salvaje” que nos proyectaba Discovery Channel en sus programas sobre culturas exóticas, al peligroso inmigrante de la nota roja. Éste dejó de ser el buen salvaje desde que abandonó los confines de su mundo de danzas rituales y conjuros mágicos

y se convirtió en un mal salvaje, incivilizado en nuestras sociedades occidentales. Aunque en Estados Unidos y Europa son una realidad concreta, los que los vuelve amenazadores no es su presencia en las calles, sino su inquietante visita en nuestra salita de ver la televisión (Winocur, 2008:34).

Pero también, como bien lo expresa Silverstone, los medios pueden ayudar a asimilar a los otros mediante el borramiento de sus identidades, volviéndolos aceptables en nuestros propios marcos culturales de comprensión de las diferencias:

La tecnología puede aniquilar la distancia del modo contrario. Puede acercar demasiado al otro, a tal punto que nos impida reconocer la diferencia. El entrelazamiento de imágenes globales; la apropiación de las culturas para nuestros propios planes, [...] la expectativa de que si tuviera la más mínima oportunidad, el mundo sería exactamente igual a nosotros [...] Y aún las imágenes documentales de otros mundos tienen que ajustarse a nuestros preconceptos. [...] La familiaridad tecnológicamente inducida tal vez no alimente el desprecio, pero es posible que nutra la indiferencia. Si las cosas están demasiado cercas no las vemos. En ese aspecto la tecnología también puede aislar y aniquilar al Otro. Y sin el Otro estamos perdidos (Silverstone, 2004: 219-220).

La cultura asociada a ciertos patrones de comportamientos negativos o positivos con una evidente carga moral

Esta representación suele expresarse como “la cultura del vicio o de la virtud”, “la cultura del trabajo o de la vagancia”, “la cultura del consumo o de la austeridad”, “la cultura de honestidad o de la corrupción”. Son definiciones cuyos sentidos están situados en las realidades que designan y no se utilizan más allá de ellas. Por ejemplo, la cultura de la corrupción refiere a la descripción de un conjunto de acciones encadenadas por la complicidad de quienes corrompen y de quienes son corrompidos en ciertas situaciones de la vida cotidiana donde todos nos reconocemos porque estamos involucrados de alguna forma, y que suele asumirse con cierto fatalismo como parte de una identidad colectiva: “es que así somos”, “es que así nos educamos”, “es parte de nuestra cultura”. Asimismo estas representaciones sobre la cultura, comportan una alta carga de prejuicios sobre “los otros”, y a menudo se expresan en discursos y/o acciones discriminatorias y estigmatizadores de grupos étnicos, minorías sexuales, colectividades extranjeras o grupos de jóvenes. “Huelen mal porque comen cosas extrañas, o son sucios porque tienen una cultura de bañarse poco”.



La cultura vinculada a ciertos modos de vida que se consideran antagónicos

Por ejemplo, la cultura del campo vs la cultura de la ciudad, o la cultura de los “chilangos” vs la cultura del interior o de provincia, también referida a ciertos modos de ser asociados con las identidades regionales. O la cultura de la colonia vs la de los edificios de interés social. Estas definiciones, al igual que las que refieren a los grupos étnicos o minorías sexuales, por lo general incluyen una carga valorativa, peyorativa en algunos casos y nostálgica en otros. Suele decirse que “los del campo” o “los de la sierra”, son más ingenuos o simples que los de la ciudad, o al revés, que los del campo son más “puros”, menos “mañosos” y “corrompidos” que los de la ciudad; y que los que viven en las colonias tradicionales son más solidarios y cooperativos que los que viven en edificios nuevos de departamentos; etcétera.

Un ciudadano puede sostener diversas concepciones sobre la cultura sin que éstas le provoquen un conflicto de sentido. Lo anterior puede explicarse porque las definiciones de cultura con las que se maneja en la vida cotidiana están situadas dentro de determinados contextos de sentido. Del conjunto de representaciones sobre la cultura que maneja un ciudadano existen algunas más valorizadas que otras, esto dependerá, por una parte, del capital simbólico del grupo socio-cultural de pertenencia; y, por otra, de los contextos de sentido dónde se expresen como prácticas o discursos. Podemos suponer que a mayor capital simbólico y cultural, un ciudadano valorizará más ciertas actividades de consumo y creación cultural asociadas con las bellas artes, y, en consecuencia, destinará una mayor cantidad de tiempo y recursos económicos a practicarlas. A la inversa, un ciudadano con menor capital simbólico y cultural, valorizará menos dichas actividades y destinará menos tiempo y recursos para practicarlas. También es posible suponer que en un mismo grupo social, ciertas prácticas y representaciones en algunos contextos sean valorizadas y en otros no. Por ejemplo, un ciudadano puede valorar positivamente las acciones del gobierno para preservar las tradiciones de su comunidad o localidad, pero puede desvalorizarlas si un hijo se manifiesta interesado en participar de actividades asociadas a las mismas, por pensar que le quita tiempo para otras actividades más productivas. Y esto incide directamente sobre el tema de la participación. Como veremos después, ciertas representaciones sobre la cultura pueden incentivar la participación en actividades culturales, y otras pueden inhibirla o descalificarla.

Lo anterior sugiere desde el punto de vista metodológico que no sólo es necesario explorar las diversas representaciones de cultura, sino cuáles son esos contextos de sentido dentro del universo simbólico de cada grupo social, y de qué forma esos contextos de sentido traducen y resignifican los discursos que abordan el tema de la cultura, implícita o explícitamente, desde diversos programas del gobierno.

Los ciudadanos del DF son objeto de políticas culturales que tienen como propósitos básicos:

- 1) Preservar y difundir sus prácticas y tradiciones.
- 2) Organizar exposiciones y presentar espectáculos en los zócalos de las Delegaciones y en el Centro Histórico.
- 3) Brindar una diversidad de cursos y talleres en las Casas de la Cultura ubicadas en cada Delegación.
- 4) Ofrecer espacios institucionalizados y consagrados de reproducción, y circulación de la cultura, como museos, galerías de arte, exposiciones de libros y de arte.
- 5) Generar espacios alternativos e informales de creación para los jóvenes como el Tianguis del Chopo, medios alternativos; y más recientemente la radio, *Código DF, radio cultural en línea* (*Chilanguía, 2008*).

No podemos asumir que esta oferta tan diversa, variable y desigualmente distribuida, sea percibida y valorizada de la misma forma. Como bien lo expresa Thompson:

El significado que un mensaje posea para un individuo dependerá en cierta medida de la estructura que él o ella utilice para interpretarlo [...] al interpretar las formas simbólicas, los individuos las incorporan dentro de su propia comprensión de sí mismos y de los otros. Las utilizan como vehículo para reflejarse a sí mismos y a los otros, como base para reflexionar sobre sí mismos, sobre los otros y sobre el mundo al cual pertenecen (1998:66).

Como hemos señalado, muchas personas realizan prácticas que son definidas por ellos como culturales, como por ejemplo, tener buenos modales o estudiar para alcanzar cierto nivel de escolaridad, que no son reconocidas como prácticas culturales por las políticas y los organismos encargados de promover y difundir la cultura. Y a la inversa, muchos de los usos y costumbres de algunos grupos, que sí son definidas como culturales por las políticas –como consumir ciertos alimentos, vestir determinadas prendas, o hablar la lengua nativa–, pueden no ser reconocidas de la misma forma por quienes las practican, simplemente porque son parte de la vida cotidiana y no requieren de ninguna definición. Cualquiera de las dos situaciones suele provocar desencuentros de significados y expectativas entre quienes se encargan de instrumentar las políticas culturales y sus destinatarios, aunque estos desencuentros nunca se expliciten, y más bien se manifiesten sintomáticamente en rechazo o indiferencia.



2. Los SUPUESTOS Y DEFINICIONES SOBRE EL DERECHO A LA CULTURA

En muchas de las encuestas de consumo cultural, se asume implícitamente que todos los ciudadanos pueden reconocer a la cultura como un derecho aunque no tengan condiciones ni oportunidades para exigirlo. En el mismo sentido, se presupone que hay una identificación entre lo que los programas culturales ofrecen y los deseos y expectativas de los ciudadanos acerca de los servicios y bienes culturales, de forma que el problema de la falta de respuestas o el mal aprovechamiento de esos recursos se diagnostica como resultado de la falta de información y de las inequidades en la distribución y en el acceso.

El derecho a la participación en la cultura, "es indisolublemente el derecho a la participación en la cultura propia y, por lo tanto, un derecho a la diversidad. Preservar lo propio implica, además, la atribución de adecuar los productos y tendencias del desarrollo mundial a las necesidades y valores propios. Por estos motivos se vuelve cada vez más central el desarrollo de derechos culturales que reconozcan de manera genuina en la esfera pública la diversidad cultural". (Informe Mundial sobre Cultura 2000-2001). Pero el derecho a la cultura también pasa por el derecho a exigir y a disponer de una oferta cultural de calidad amplia y suficiente para desarrollar las capacidades que permitan ampliar la estructura de oportunidades de las diversas realidades culturales de los habitantes del DF. Si retomamos la definición dada en el segundo apartado sobre las realidades culturales, podríamos entender de manera más acotada *el derecho a la cultura como:*

- El derecho de los ciudadanos a disponer y a exigir una oferta cultural de calidad, variable, y suficiente que contemple no sólo los valores que se han legitimado como universales de la cultura, sino los valores propios.
- El derecho de todos los ciudadanos a obtener un reconocimiento (propio y de los otros) de sus recursos simbólicos, físicos y materiales (con sus potencialidades y limitaciones) y a exigir una ampliación de los mismos con miras a apropiarse creativamente de la oferta cultural disponible.
- Y el derecho a exigir y disponer de recursos y opciones educativas, digitales e informativas, formales e informales, que les permitan incrementar desde el punto de vista objetivo y subjetivo, la estructura de oportunidades individual y grupal.

Sin embargo, en la percepción y valoración que muchos ciudadanos tienen acerca de su realidad social y cultural, puede que la cultura no sea un derecho reconocido ni exigible, y por lo tanto no forme parte de lo que cabe esperar como parte de la realización personal, o de las obligaciones del Estado hacia los individuos y comunidades. De ahí que la primera tarea que sugiere la conceptualización que proponemos para el reconocimiento de la cultura como un derecho, es indagar si efectivamente existe ese reconocimiento y quiénes lo asumen de esa forma. A diferencia del reconocimiento casi unánime de que la educación es un derecho fundamental (Gutiérrez y Winocur, 2006), podemos suponer razonablemente que el derecho a la cultura no es reconocido del mismo modo por la mayoría de los ciudadanos.

La principal dificultad para reconocer a la cultura como un derecho radica, como observamos en el apartado anterior, en las representaciones que prevalecen sobre la cultura en el imaginario social y en los usos cotidianos. Si la representación dominante de la cultura se asocia con la educación, y a la otra cultura, la de los emprendimientos creativos, se la considera algo accesorio y no indispensable para el bienestar y el desarrollo individual, entonces el derecho reconocido plenamente se vincula con la escuela y sus posibilidades de movilidad social. Esto nos lleva a pensar hipotéticamente que la fuerte representación de la cultura asociada a la educación actúa como un factor inhibidor del reconocimiento de otras actividades culturales.

También podríamos asumir que para que algo pueda ser visualizado y apropiado como un derecho no es suficiente que el Estado lo proclame, necesita ser reconocido primero como algo significativo y socialmente relevante desde el punto de vista del imaginario del grupo acerca de su identidad y de su condición socio-cultural:

Entendido de este modo el estudio del imaginario está en la base de toda política cultural que se considere coincidente con los deseos y necesidades de grupos localizados. Este estudio implica la identificación de las unidades invariables de imagen que predominan en un grupo y en su articulación con las unidades de imagen producidas por ese grupo de manera localmente determinada (Coelho, 2000:283).





Tener representaciones desvalorizadas sobre la cultura como algo suplementario o prescindible, o como algo que no está destinado para los más pobres porque no poseen las cualidades ni habilidades para desenvolverse exitosamente, por ejemplo en la valoración de una obra de arte, o en la práctica de una disciplina como la pintura o la música, puede incidir en su descalificación como un derecho exigible, y en la falta de visualización del margen de libertad para ejercerla.

Otro factor que puede inhibir la comprensión de la cultura como un derecho es una zona de ambigüedad en los discursos oficiales, los políticos y en los medios al referirse a la cultura en muchos sentidos, que se suma a una zona de ambigüedad en la vida cotidiana, provocada por la coexistencia de diferentes representaciones sobre la cultura. En ese sentido, es probable que la palabra cultura, al igual que la palabra participación, se haya vaciado de sentido, por una parte porque es denotada en múltiples contextos de sentidos distintos, y por otra, porque los ciudadanos perciben –por el uso reiterado en los discursos oficiales de políticos y funcionarios–, que son palabras apropiadas por los políticos y del gobierno, que ya no les pertenecen ni designan nada que tenga que ver con su vida cotidiana.

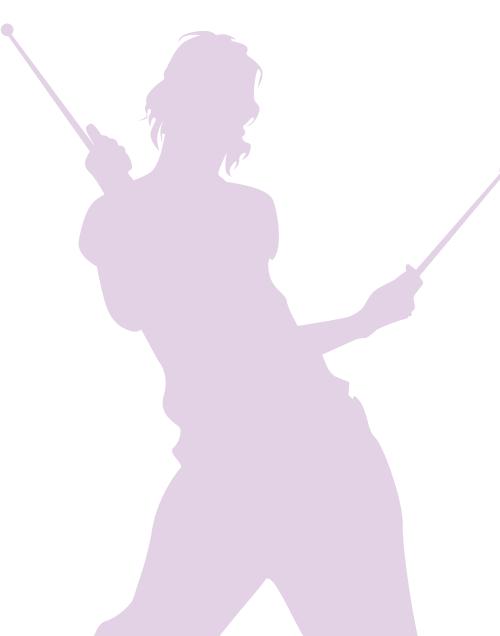
Por último, como bien lo señala el *Informe de Desarrollo Humano de Chile 2002*, la creciente mercantilización de los bienes culturales y el auge de una “cultura del consumo”, la preeminencia de una “cultura de la imagen” y la consiguiente estetización de la vida diaria, la masificación de bienes y símbolos producida por la “industria cultural” y el “consumo cultural”, la creciente informatización mediante las nuevas tecnologías de información y comunicación, dificultan el reconocimiento de la cultura como un derecho al tener un impacto tan hegemónico en el consumo cotidiano.



3. Los SUPUESTOS Y DEFINICIONES SOBRE EL CONSUMO CULTURAL

En la mayoría de las encuestas citadas se piensa el consumo como un repertorio de hábitos y preferencias en relación con la lectura de libros, diarios y revistas, asistencia al teatro, museos, exposiciones, conciertos y recitales,⁴ o como consumo “massmediático” respecto a la televisión, la radio, el video, la música; o consumo de las TIC (Internet, celular, IPOD, etcétera). En el mismo sentido también se formula una contraposición entre la idea de la exposición a los medios, “como equivalente a “estar frente” a ellos, y la idea de participación, como equivalente de las actividades asociadas al “compromiso ciudadano” (Chaves y Speroni, 2006:51), y a las celebraciones comunitarias.

Como lo han demostrado diversos especialistas del tema (Appadurai, 2001, García Canclini, 2005; Rosas Mantecón, 2008; Douglas, 1990, Sunkel 2006), el consumo es un proceso de construcción de sentido inscrito en la vida cotidiana y en el universo simbólico de pertenencia de diferentes grupos socio-culturales. No todos los grupos consumen lo mismo ni de la misma forma, ni en los mismos espacios ni con los mismos significados. El consumo es la clave de la *distinción* (Bourdieu, 1988) frente a los otros. A través del consumo decimos lo que somos y también lo que no somos. Los gustos y los estilos de consumir, tienen profundas raíces en el *habitus*, como expresión práctica y simbólica de la cultura de cada grupo social:



Sería falaz separar producción y consumo. Consumir es una manera específica de producir. No se fabrica ningún objeto concreto, pero se constituyen representaciones sobre los objetos. El visitante del mall hace más que “salir de compras”. Usa los productos como símbolos, sea para representarse a sí mismo ante los otros (“tengo buen gusto”), sea para afirmarse en su identidad (“me lo merezco”). Y, en esa forma de emplear los productos dados, el consumidor les atribuye una interpretación y un sentido que nunca son idénticos a los que propuso el productor (Chartier, 1996). Por lo tanto, habría que ver el consumo como una “producción de sentidos” que contribuye, a su manera, a darle significación a la vida cotidiana de las personas. (Sinopsis Informe Desarrollo Humano Chile, 2004).



En el sentido expuesto las prácticas culturales siempre están situadas en espacios y tiempos dentro y fuera de la casa, reales y virtuales, con una profunda carga simbólica. De ahí que la familia no es la sumatoria de los consumos individuales de sus miembros sino un ámbito constitutivo de sentido atravesado por lógicas de poder, de género y diferencias generacionales:

Las relaciones que la definen (a la familia), los mitos, los relatos y valores que la sostienen, los conflictos o las crisis que la amenazan, brindan uno de los ambientes sociales básicos donde los individuos se debaten, día por día, con los problemas de la vida cotidiana. Así cuando el consumo de medios se realiza en la familia, ello ocurre en una situación social compleja donde se expresan (a través de los variados subsistemas de relaciones conyugales, parentales o fraternales y a través de las relaciones que los miembros de las familias mantienen entre sí y con el mundo exterior) diferentes pautas de cohesión y disgregación, de autoridad y sumisión, de libertad y constreñimiento (Silverstone, 1996:64).

El consumo sirve para pensar, sostiene García Canclini (1995:41) recreando a Mary Douglas, y con ello hace referencia a que no existe un solo acto de consumo, por modesto o sumptuoso que sea, que no lleve implícito un universo de sentidos. Sentidos que lógicamente cambian de una cultura a otra, e incluso de un grupo social a otro, lo que en ciertas culturas puede considerarse un derroche, en otras adquiere sentido ritual. El consumo también está vinculado al capital cultural de distintos grupos (Bourdieu, 1988), determinadas adquisiciones, como la de una obra de arte, en algunos segmentos sociales constituyen un símbolo de estatus o de apreciación estética, y en otros ni siquiera forman parte del repertorio de objetos apreciados, es decir, que valga la pena tener aunque no se pueda comprar.

El consumo también puede entenderse como un proceso ritual (Douglas e Isherwood, 1990), en el sentido que comprar, utilizar, adornar, o distribuir los objetos tanto en los espacios públicos como en los privados ayudan a establecer un cierto orden y control sobre el flujo de significados, a "distinguir" unos espacios de otros y a explicar y testimoniar porque las cosas deben ser de una forma y no de otra en distintas momentos y realidades culturales e históricas. Y también, como señala Martín Barbero, [...] 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 (1987:231).

En el caso de la indagación del consumo de los medios de comunicación, el ámbito doméstico no puede considerarse un simple escenario sino un espacio constitutivo del sentido del consumo. Las variaciones de significado atribuidas a los medios no sólo dependen de las posiciones de los productores y las subjetividades de los consumidores, sino también de los contextos de utilización. "Los medios de comunicación no se consumen en espacios insensibles a las variaciones, sino en teatros, salones privados, quioscos de té y transportes urbanos subterráneos, y cada uno de estos espacios refracta el significado del medio de comunicación a través de la experiencia del consumo. Muy pocas veces se consume un medio de comunicación particular independientemente de los demás" (Dickey, 2006).

Una dificultad adicional para indagar los consumos culturales es que muchos ciudadanos no asumen como una práctica cultural sus hábitos y preferencias de exposición a los medios, sobre todo a los medios electrónicos, sino que las conciben como espacios de entretenimiento y reservan la distinción cultural para la asistencia a un concierto, una obra de teatro o a un museo. Esto puede explicarse en parte porque la palabra consumo en el sentido común tiene una carga valorativa negativa. Es equivalente a "consumismo" que se asocia con gastos y comportamientos superfluos.

En ese sentido se plantea una paradoja interesante de explorar. Como indica la *Encuesta Nacional de Prácticas y Consumos Culturales* (Conaculta, 2004), la actividad que más se practica en el tiempo libre cotidiano es el consumo de televisión, radio y video, y no obstante podría ser la que menos se valoriza como actividad cultural. Y esto puede llevar a otras paradojas significativas, como que mientras "menos cultural" sea un producto audiovisual "más entretenido" resulte, y a la inversa, mientras "más cultural" sea un producto, "menos entretenido" resulte. Y esta percepción puede trasladarse a la radio y a la televisión públicas, que son identificadas como "culturales" para las élites, y a los medios privados, como Televisa y T.V. Azteca, que son identificados como de entretenimiento para todas las familias. Y, en el mismo sentido, puede existir una representación que asocie "lo cultural con lo gratuito", y a la inversa, el entretenimiento con lo que se paga, por ejemplo la asistencia a un espectáculo, la televisión por cable o la renta de un DVD.





La misma ambivalencia puede presentarse respecto al consumo de productos extranjeros como series, comics, telenovelas, que pueden ser calificados como enlatados, culebrones, etcétera, pero que tácitamente son aceptados y disfrutados. Y esto nos plantea desde el punto de vista metodológico, por una parte, la necesidad de indagar la distancia entre discurso y práctica, entre valores normativos que condenan, censuran o descalifican ciertas prácticas de consumo en el tiempo libre y apropiaciones que los desmienten; y por otra, la conveniencia de utilizar la palabra consumo en nuestra exploración de las prácticas culturales. Tal vez sea pertinente atender la sugerencia del genial pensador de la vida cotidiana, Michel de Certeau, 1990:

A la palabra “consumidor” marcada por un prejuicio social cuyo sentido no es muy claro, la sustituyo por la palabra practicante y me intereso en el uso que estos practicantes hacen del espacio urbano construido, de los sistemas de productos originados por el supermercado, o de los relatos y las leyendas distribuidas por su periódico habitual (1990).



4. Los SUPUESTOS Y DEFINICIONES SOBRE EL TIEMPO LIBRE

En relación con el tema del tiempo libre se asume que todos los ciudadanos conciben y valoran el tiempo libre de la misma forma, y las distinciones que suelen hacerse se refieren a dos tipos: la primera define al tiempo libre como oposición al tiempo de trabajo y/o estudio, y, la segunda diferencia las actividades que se practican en el tiempo libre fuera de la casa, de las que se practican en el hogar. En el caso de la *Encuesta de Colombia 2007*, el tiempo libre se define como: "acciones que no obedecen a una necesidad externa o a una obligación. Se hacen por gusto y no por obligación o remuneración económica" Y, lo contrario de tiempo libre como: "actividades generadas por necesidad u obligación: trabajar, hacer cuidados personales (comer, dormir, bañarse), estudiar; arreglar y mantener el hogar; cocinar, transportarse, cuidar enfermos y adultos mayores, buscar trabajo, cuidar los niños". Estas definiciones de tiempo libre además presuponen que las personas tienen perfectamente diferenciados el tiempo libre del tiempo de trabajo, y que dentro de su tiempo libre también diferencian claramente el tiempo libre de obligaciones domésticas y familiares y el tiempo libre para descansar, mirar televisión, salir a comer con la familia, ir al teatro o asistir a una clase de cerámica, o a un curso de computación. En la práctica, como veremos más abajo, todos esos tiempos están traslapados, sobre todo en el caso de las mujeres.

Existen estudios que demuestran que no todos los ciudadanos comparten las mismas representaciones sobre el ocio, el entretenimiento y el tiempo libre (Appadurai, 2001, Mc Pheil, 2005, Winocur, 2002), ni tampoco sobre sus contrarios: el tiempo de trabajo o de estudio. Tampoco efectúan las mismas prácticas en el tiempo libre ni lo distribuyen de la misma forma. Para muchos ciudadanos pertenecientes a los sectores de menores ingresos de la población del DF, tiempo libre no es equivalente a tiempo de ocio.

El tiempo libre puede ser concebido como todo el tiempo restante fuera del horario del trabajo y que puede ser aprovechado para hacer trabajos a destajo que complementen los ingresos familiares, labores domésticas, arreglos en la vivienda, compromisos comunitarios vinculados a la iglesia, los grupos de autoayuda o la organización de fiestas tradicionales, o la asistencia a cursos que mejoren sus ventajas competitivas en la escuela, el trabajo o la comunidad, como inglés o computación. A diferencia de otros grupos sociales, el *ocio* tiene una carga peyorativa, es el tiempo que practican "los vagos", los que "no tienen nada que hacer".⁵



Fuera del trabajo, también se reconoce un tiempo de descanso, pero éste se asocia básicamente con el consumo de la televisión, mirar películas, organizar o asistir a fiestas familiares, practicar un deporte, ir al tianguis, al centro comercial o salir a comer afuera. El tiempo de ocio, tan valorizado en los sectores medios y altos para el cuidado del cuerpo y la mente, la recreación, la participación en diversos talleres y cursos (yoga, teatro, música, cerámica, expresión corporal, pilates, danzas, etcétera), la práctica de deportes, la lectura de novelas, o la asistencia a espectáculos, museos, exposiciones de arte y presentaciones de libros, suele ser considerado un tiempo inútil y desaprovechado entre los sectores bajos y medios bajos.⁶

No obstante lo anterior, en los grupos de menores ingresos podrían advertirse diferencias significativas en su apreciación del tiempo libre entre hombres y mujeres y en diferentes grupos de edad. Es muy probable que los jóvenes estén mucho más abiertos a valorizar los espacios de participación en actividades culturales destinados para ellos, aunque existan códigos familiares que las censuren. Y en general, podríamos asumir esta hipótesis para todos los ciudadanos independientemente de su pertenencia socio cultural, en el sentido de que las variables sexo y edad pueden ser determinantes para marcar representaciones diferenciadas sobre la cultura y la participación en actividades culturales.

Una investigación muy interesante sobre el tiempo libre de hombres y mujeres en la Ciudad de México, muestra otro aspecto que nos parece clave para considerar en la elaboración de indicadores. El estudio demuestra que en la vida cotidiana las mujeres y hombres no tienen tan diferenciado el tiempo libre del tiempo de trabajo, particularmente esto es evidente en el caso de las mujeres. Realidad que además acentúa la incorporación de las nuevas tecnologías de información y comunicación en el hogar.



Frente a la dicotomía tiempo libre-trabajo asalariado, no aparece en el caso de las mujeres el tiempo libre de obligaciones o residual y reporta, a diferencia de los varones, mayor cantidad de tiempos indiferenciados, traslapados, empalmados, concatenados o simultáneos, sin delimitación clara. Revela no sólo la inexistencia de la dicotomía tiempo libre-trabajo, sino un mayor dinamismo en las relaciones femeninas con el tiempo libremente elegido [...] .Las mujeres concedan una jerarquía menor al tiempo libremente elegido y una mayor atención al trabajo doméstico y al cuidado de los demás como manifestación de adecuación al *habitus de género* que se le ha asignado a lo largo de la historia [...] Con lo anterior se constata una vez más, que no hay linealidad ni oposición binaria entre tiempo libre y trabajo, ya que hay pocos tiempos lineales ni totalmente libres o totalmente obligatorios, sobretodo en el caso de las mujeres entrevistadas que tienden puentes constantes entre ambos sin delimitarlos como libres o como no libres. En el caso de los varones, se registran más cortes temporales como evidencia de una mayor capacidad culturalmente adquirida por alinear tiempos –separar, terminar o cortar– aunque no quiere decir que no existan ciertos niveles de promiscuidad en los tiempos masculinos, como muestra la imagen del espectro (Mc Phail Fanger: 2006:399).

El tiempo libre también está segmentando y desigualmente distribuido, y en ello intervienen lógicas de clase, de género, y diferencias generacionales. Los pobres tienen mucho menos tiempo libre que los ricos, y las mujeres tienen menos tiempo libre que los hombres, y los adultos menos que los jóvenes. Pero a su vez los jóvenes y los adultos mayores tienen más tiempo libre pero menos recursos económicos para invertir. Es cierto que el tema del tiempo efectivo se ha convertido en una variable relativa en todos los grupos sociales de la Ciudad de México por las dimensiones que ha adquirido la ciudad, el tráfico, la conflictividad social (plantones y manifestaciones), y el tiempo necesario para trasladarse, no obstante esta realidad, los sectores de menores recursos la padecen especialmente. Como usan el transporte público y viven muy alejados de sus centros de trabajo el tiempo de traslado se les duplica, por lo general trabajan jornadas extenuantes, en trabajos mal remunerados y poco gratificantes. Pero esto no se debe sólo a las condiciones objetivas de existencia, sino a la manera como estas condiciones han favorecido en la subjetividad del individuo ciertas representaciones sobre las maneras de usar y aprovechar el tiempo libre, como veíamos más arriba.



En el caso de muchas mujeres, especialmente entre las más pobres, a lo anterior se suma la denominada doble jornada de trabajo (llegan a su casas y continúan trabajando en labores domésticas). En el caso de los jóvenes, a lo anterior se suma la falta de oportunidades laborales y la criminalización de su presencia en las calles. Y en el caso de los adultos mayores, a lo anterior se suma la escasez de ofertas culturales, sus deterioradas condiciones de salud, la dependencia de los familiares para poder trasladarse, y en muchos casos, la falta de autonomía para tomar decisiones.

La incorporación de las TIC en el hogar ha propiciado cambios sustantivos en las prácticas de consumo cultural y en la representación sobre el ocio, y esto también puede arrojar diferencias significativas en la apreciación de la cultura a nivel social y generacional. Quienes tienen acceso a Internet pueden diversificar sus opciones de consumo cultural y entretenimiento y ampliar su capital cultural sin salir de la casa lo cual refuerza otras desigualdades en el acceso a los bienes culturales.

Por último, cualquier indagación sobre las realidades culturales de los habitantes del DF no puede desconocer la creciente importancia de las NTIC en la vida personal, social, política, y académica de los jóvenes que está transformando los modos tradicionales de organización y participación, no necesariamente en la dirección de desaparecer o de ser reemplazados, sino en la ampliación de sus posibilidades o en la modificación de sus sentidos (Winocur, 2006). La red contiene todo lo que en las culturas juveniles se ha vuelto relevante y significativo de exhibir y compartir con los otros:

La información actual es uno de los valores fundamentales del consumo audiovisual y digital de los jóvenes [...]. Los jóvenes construyen redes de intercambio conversacional. Hacen de la información un objeto de relación cotidiana con los otros. En esos relatos, editados y reescritos con material de sus imaginarios tecnológicos, los jóvenes afirman su identidad social y cultural [...]. La información posibilita la relación social con los pares. Y eso, en las culturas juveniles, tiene el más alto sentido simbólico (Cabrera Paz, 2001: 60-61).

Hasta principios de los noventa el material simbólico básico de muchas prácticas culturales de los jóvenes lo proporcionaban el cine y la televisión, ahora Internet, el IPOD y el teléfono celular no sólo han incrementado considerablemente los temas y espacios de sociabilidad y entretenimiento, sino que también ha cambiado la naturaleza del intercambio social y cultural, ya no sólo se comparte información sino nuevas experiencias de interacción social, competencias y habilidades para socializar y manipular la red (Winocur, 2006).

Las comunidades virtuales, las redes sociales on line y el celular, se han legitimado, como nuevas formas de inclusión social. En el fondo se trata de una batalla por forjar una identidad cuyo signo más distintivo es garantizar la inclusión y el reconocimiento en el mundo de sus vínculos sociales. La clave que explica lo trascendente que se ha vuelto estar visible, radica en lo amenazadora que resulta la invisibilidad. En términos de visibilidad social lo que no puede ser visto en los medios o subido a la red no existe, y eso lo saben muy bien los movimientos sociales y políticos, las minorías étnicas y sexuales, los grupos musicales y por supuesto los jóvenes (Winocur, 2009).

La globalización económica ha irrumpido trayendo consigo nuevos retos a la generación de políticas culturales. Las nuevas tecnologías han permitido el empoderamiento de los individuos y los ha convertido en creadores y emisores, superando la condición de mero receptor del pasado. A su vez, los efectos son contrastantes mientras que las nuevas tecnologías acortan las distancias, también generan nuevas exclusiones y estratificaciones. Por otra parte, la globalización ha erosionado el protagonismo de los estados como articuladores de la actividad cultural. Actualmente, participan de la cultura diversos actores de tipo transnacional: empresas, fundaciones, ONGs y el individuo mismo sin necesidad de intermediación del estado. Esto nuevos escenario están caracterizados a su vez por el movimiento continuo y creciente de personas mediante la migración. Si bien este fenómeno enriquece la vida de las ciudades, al producir nuevas reconfiguraciones identitarias también impone frenos a la libertad cultural de los que llegan.

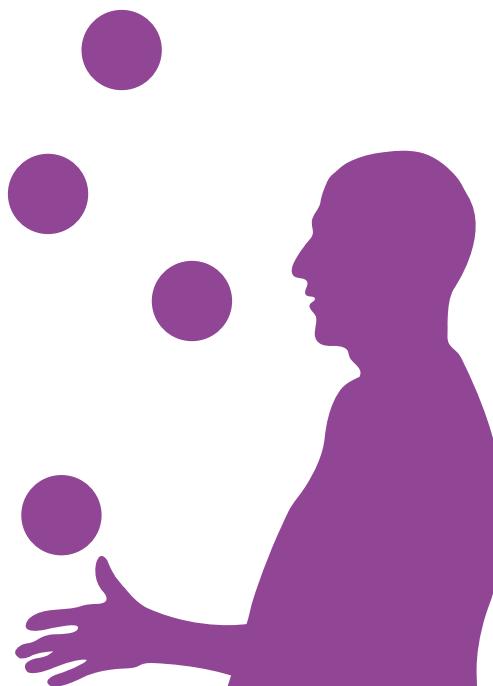




5. Los SUPUESTOS Y DEFINICIONES ACERCA DE LA PARTICIPACIÓN

Estimular o lograr la participación de los ciudadanos, objetivo tan caro y ansiado no sólo de las políticas culturales sino de cualquier política pública en el seno de la democracia, en todas las encuestas revisadas se da por establecido su sentido. De ese modo, por una parte, se asume que todos *los sujetos comparten el mismo significado* acerca de lo que se entiende por participación, y, además, diferencian claramente el ámbito de la participación cultural de otros ámbitos de la participación comunitaria, política, vecinal, festiva, religiosa, grupal, etcétera. Por otra, se presume que la *participación es producto de una decisión individual, voluntaria y reflexiva*, lo cual implica que todos los sujetos *siempre tienen la opción de escoger* si participan o no. Y, por último, que *la participación es intrínsecamente democrática e involucra algún grado de inclusión* en la toma de decisiones de un grupo. En esa lógica, si la participación es intrínsecamente democrática, entonces el problema de la falta de respuesta, o la indiferencia frente a la convocatoria de los programas de promoción de la cultura se diagnostica como lesiva de la democracia, y no como un desencuentro de definiciones y expectativas sobre el hecho de participar. Por eso los ciudadanos siempre salen reprobados en las encuestas. (Krotz y Winocur, 2007; Winocur y Gutiérrez, 2007).

Por su parte, los procesos de evaluación que emprenden los programas de promoción social y cultural, suelen caracterizarse por dos tendencias cuando califican la participación de sus públicos: una egocéntrica y otra etnocéntrica. La primera se expresa en la queja depositada en varias instancias del trabajo que se expresa como la falta de interés de los públicos, y/o la ausencia de apoyos institucionales, por las dificultades prácticas o los objetivos no cumplidos. Esta tendencia egocéntrica revela una dificultad para tomar distancia del proceso y entender las condiciones objetivas y subjetivas que favorecen o entorpecen la participación, independientemente de la implicación personal y las buenas intenciones de los promotores.



La otra tendencia, que denominamos etnocéntrica, se caracteriza por la ausencia de interrogantes sobre el nosotros y los otros. Rara vez en esos procesos se introducen las preguntas acerca de “quiénes somos”, “a qué venimos”, “a quién representamos” o “cuáles son nuestras intenciones” desde la perspectiva de los otros, porque se supone (de manera consciente o inconsciente) que los significados de los objetivos y actividades son transparentes, sobre todo si éstas son exitosas. Del mismo modo, y a partir de los mismos supuestos, se asume que se sabe lo que significan las prácticas e intenciones de los otros (destinatarios diversos de nuestras acciones) para acercarse (o no acercarse), para participar (o no hacerlo) en los espacios y actividades compartidas. Una de las consecuencias evidentes de estos supuestos que están incorporados en el sentido común, es que los promotores culturales tienden a trabajar con “aquellos que se les parecen”, y no me refiero necesariamente a quiénes se les parecen desde el punto de vista socio cultural, sino a quienes en el trabajo se les parecen empáticamente, porque participan y se interesan en las actividades propuestas, y tienden a rechazar a quiénes “no se les parecen”, poniéndoles etiquetas de desinteresados, apáticos, poco comprometidos, etcétera.

Algunos estudios han demostrado (Gutiérrez y Winocur, 2006), que la baja participación registrada en una encuesta no implica necesariamente que las personas no participen o no valoren la participación, sino que, más bien, que no reconocen en las preguntas sus propias formas de participar y/o las formas legítimas de participación en distintos contextos socio-culturales. Asimismo, el diseño de las preguntas en las encuestas aísla la indagación sobre las formas de participación del conjunto de las actividades cotidianas propias de una localidad donde normalmente se organiza la sociabilidad y, de ese modo, separa acciones que en la práctica están vinculadas en la vida cotidiana. Parece conveniente preguntarse desde la perspectiva de diversos actores sociales, ¿qué significa participar?: ¿Asistir a un taller de pintura o a uno de inglés en la Casa de la Cultura de la Delegación?; ¿Votar en las elecciones o en una encuesta de Televisa?, ¿Concurrir a una marcha para condenar la inseguridad o mirar el noticario desde comedor de la casa donde transmiten la marcha?, ¿Asistir a una reunión de condóminos o a una de alcohólicos anónimos?, ¿Organizar la fiesta de la Santa Patrona del pueblo o concurrir a un espectáculo del Zócalo?



Un mismo grupo o sujeto pueden dar definiciones distintas de la participación dependiendo a qué instancia o situación nos estemos refiriendo o él interprete que les estamos solicitando en la encuesta. Aun en el caso de que la pregunta establezca claramente que lo estamos interrogando sobre su participación en actividades culturales, no dirá lo mismo si le pedimos que se sitúe en su localidad,⁷ y le hacemos referencia a la organización de eventos comunitarios,⁸ que si le pedimos su opinión sobre los espacios que organiza o promueve el gobierno del DF, el gobierno federal, o delegacional.

Las modalidades de participación en diferentes realidades socio culturales pueden estar atravesadas por distintas representaciones de lo público, lo privado, y lo colectivo. Según la *Encuesta Nacional de Prácticas y Consumos Culturales* (Conaculta, 2004), reunirse con amigos y familiares es la segunda actividad más practicada y valorada en el tiempo libre de todos los sectores sociales del DF (39.4%), pero esta actividad en algunos casos puede limitarse a una reunión con los parientes más cercanos en un restaurante o en el interior de la vivienda, y en otros casos puede ampliarse a una reunión en las aceras o en las calles de la colonia con baile y música con la familia extensa que incluye no sólo a los familiares, sino también a los compadres y a los vecinos. Y, obviamente, en la perspectiva planteada en este trabajo, los dos tipos de eventos familiares pueden tener impactos diferentes en la reconstrucción del sentido de la participación en el contexto de sus realidades culturales. De la encuesta ya citada del Conaculta 2004, y de la *Encuesta Nacional de la Juventud* (2005), se deduce que la familia y los pares son los referentes más importantes para compartir el tiempo libre. Y esto puede ser un factor que inhibía la participación en actividades culturales organizadas desde las instituciones de promoción de la cultura si la familia no se siente convocada.

Por otra parte, en muchas localidades pequeñas la distinción entre lo público y lo privado no suele estar diferenciada en el sentido clásico. Es probable que si las preguntas de una encuesta establecen un marco de diferenciación entre actos públicos y privados donde todos los eventos de origen familiar son considerados de carácter privado y familiar, la trascendencia e implicaciones culturales de una fiesta con la familia “extensa” pasarán inadvertidas. El encuestador simplemente no la tomará en cuenta porque dentro de sus opciones no está encuadrada como un acto de participación cultural y, además, los propios pobladores tampoco la definirán en esos términos. En muchas colonias populares y localidades semi-rurales en el DF, la participación se define como un acto de cooperación en diversas

formas de sociabilidad y pertenencia en la localidad (asociaciones de vecinos, de padres, de autoayuda, religiosas, comunitarias, etcétera): *cooperar* es tomar parte de un evento colectivo con alta significación simbólica en la comunidad aportando algo concreto, ya sea trabajo, dinero o bienes, para poder esperar reciprocidad en otra ocasión.

Muchos ciudadanos realizan prácticas cotidianas, festivas y ceremoniales de preservación de su cultura que no necesariamente son reconocidas como tales por ellos. Algunas de ellas son definidas como religiosas, sobre todo cuando tienen un carácter ritual de reproducción anual en ciertas épocas o días establecidos del año, y otras no admiten definición porque forman parte de la vida de todos los días, como la lengua, el vestido o la preparación de la comida, lo cual las vuelve invisibles como objeto de reflexión para quienes las practican. Esto explica por qué algunas prácticas de participación no son reconocidas como tales en el discurso aunque los sujetos las lleven a cabo cotidianamente. No obstante, en muchos pueblos y colonias del DF, estas prácticas son sistemáticamente tratadas y exhibidas como parte de la identidad barrial por sus habitantes y reforzadas por el gobierno del DF, porque contribuyen a la economía local o a posicionar la imagen de la ciudad para los turistas. En estos casos la identidad constitutiva que define estas realidades culturales, implica un proceso de negociación de sentido entre las definiciones que proponen los antropólogos, intelectuales y trabajadores del ámbito de la cultura y las maneras como los habitantes de las colonias, o de los pueblos expresan sus modos de vida.



También podríamos asumir hipotéticamente que el mayor reconocimiento de una identidad barrial y/o comunitaria, favorece la participación colectiva en actividades culturales para preservarlas, y a la inversa, una menor cohesión de esa identidad, inhibe la participación individual en actividades colectivas. Asimismo, ciertas representaciones sobre la cultura pueden incentivar la participación en actividades culturales, y otras pueden inhibirla o descalificarla. En los grupos sociales de menores ingresos, la representación de la cultura como preservación de su identidad y de sus tradiciones puede incentivarlos a participar en actividades destinadas a ese fin, y en otros puede provocar indiferencia.



A MODO DE CONCLUSIÓN UNA PROPUESTA DE ESTUDIO

El valor de la cultura y su contribución al desarrollo hoy son irrefutables, pero su vinculación práctica y simbólica y su traducción en políticas culturales es un proceso complejo y muchas veces contradictorio, de construcción cotidiana en espacios diversos, públicos y privados, que tiene que plantearse como estrategia fundamental el estudio y reconocimiento de la diversidad antes de tomar cualquier decisión concerniente a las políticas culturales. Difícilmente, pueden hacerse generalizaciones respecto a los significados y prácticas culturales de los ciudadanos, de ahí que se vislumbra como un reto apremiante lograr una mejor comprensión de sus realidades socio-culturales, a fin de que la gestión de la cultura promueva el respeto de la libertad cultural y represente a esa diversidad de voces. Esto implica no sólo una preocupación sobre el acceso de bienes y servicios culturales, sino también el reconocimiento de rationalidades culturales no convencionales, muchas veces contradictorias con la rationalidad que proponen explícita o implícitamente las políticas culturales.



En la perspectiva planteada, asumir la tarea de reconstruir las realidades culturales de los habitantes del DF en el contexto de los imaginarios y prácticas de vida en común, implica preguntarse cuáles son las representaciones que tienen los ciudadanos sobre la cultura, el derecho, el consumo, el tiempo libre y la participación, que facilitan o inhiben sus posibilidades creativas, y su reconocimiento de la cultura como un derecho. Para poder llevar a cabo esta indagación es necesario diseñar instrumentos cualitativos que trasciendan la mera compilación de hábitos, prácticas y preferencias de consumo, para poder reconstruir los significados de dichas prácticas situadas en diversos contextos de sentido individuales, grupales y sociales. Lo anterior sugiere, desde el punto de vista metodológico, atender las siguientes consideraciones:

- 1) Recuperar la perspectiva de los ciudadanos en la definición y valoración de sus realidades culturales. Esto implica diseñar un instrumento de indagación y análisis que no sólo releve los hábitos y preferencias de consumo cultural y mediático, sino que estimule la reflexión de las personas acerca de sus prácticas de consumo cultural en diversos ámbitos privados y públicos de su vida personal y social.
- 2) Explorar no sólo las diversas representaciones de cultura, participación, tiempo libre, consumo y derecho, sino en qué contextos de sentido (individuales, familiares, colectivos, privados o públicos, mediáticos o virtuales) se expresan dentro del universo simbólico de cada grupo social, y de qué forma dichas representaciones traducen y resignifican los discursos que abordan el tema de la cultura, implícita o explícitamente, desde diversos programas de promoción y desarrollo cultural. En el sentido expuesto, no pareciera ser de mucha utilidad clasificar registros de participación en acciones que se presentan de manera abstracta, fuera del contexto donde ocurrieron o aisladas de la experiencia concreta del sujeto y sus redes sociales.
- 3) Involucrar en el proceso de evaluación a todos los actores que intervienen en los programas de desarrollo cultural (promotores, gestores, productores, participantes, etcétera) desde el comienzo, es decir desde el diseño de la estrategia metodológica (que incluye las condiciones, tiempos y ámbitos donde ésta se realizará), hasta la sistematización de sus resultados. Esto implica que las herramientas para la evaluación no deben divorciarse de las prácticas cotidianas de los protagonistas, tanto en sus formas como en sus contenidos, y que es necesario indagar la distancia entre discurso y práctica, entre valores normativos que condenan, censuran o descalifican ciertas prácticas de consumo en el tiempo libre y apropiaciones que los desmienten. Hay que buscar formas novedosas que nos permitan recuperar la experiencia de los actores, sin violentar su naturaleza (que es cambiante, heterogénea, y contradictoria), ni imponerle una definición previa de lo que se espera de ella en términos ideales.
- 4) Por último, cualquier indagación sobre las realidades culturales de los habitantes de la Ciudad de México, no puede desconocer la creciente importancia de las tecnologías de información y comunicación en la vida personal, social y política de los ciudadanos que están generando nuevas posibilidades, pero también nuevas desigualdades en el acceso a los bienes culturales.



BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

Achugar, Hugo, Rapetti, Sandra, Dominzain, Susana, Radacovich, Rosario *Imaginarios y consumo cultural. Primer Informe Nacional sobre consumo cultural e imaginarios. Uruguay 2002*. Universidad de la República, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Editorial Trilce. Montevideo 2003.

Appadurai, Arjun (1991) La vida social de las cosas. *Perspectiva cultural de las mercancías*, Grijalbo/Conaculta, México.

Appadurai, Arjun (2001) *La modernidad desbordada*, FCE, Buenos Aires.

Bourdieu, Pierre (1988) *La distinción*. Taurus, Barcelona.

Cabrera Paz, J. (2001) "Náufragos y navegantes en territorios hipermediales: experiencias psicosociales y prácticas culturales en la apropiación del Internet en jóvenes escolares", Marcelo Bonilla y Gilles Cliche (editores) *Internet y Sociedad en América Latina y el Caribe*. FLACSO Ecuador/IDRC.

Coelho, Teixeira: (2000) *Diccionario crítico de política cultural: cultura e imaginario*, Conaculta, Iteso, Guadalajara.

Chaves Mariana y Speroni Mariana (2006) "Con sumo cuidado: dilemas de las encuestas de consumos culturales", en Revista *Observatorio*. N° 4. Dossier consumos culturales. Observatorio de Industrias culturales de la Ciudad de Buenos Aires (OIC). Gobierno de Buenos Aires, Ministerio de Producción.

Chilanguía. *La Ciudad de la Cultura* (2008). N° 9, Septiembre de 2008.

De Certeau, Michel (1996) *La invención de lo cotidiano. Artes de Hacer*. Universidad Iberoamericana, México.

Dickey, Sara (2006) "La antropología y sus contribuciones al estudio de los medios de comunicación"en Revista *Antropológicas*, Noviembre 5. Se puede consultar en:

<http://antropologicas.wordpress.com/2006/11/05/la-antropologia-y-sus-contribuciones-al-estudio-de-los-medios-de-comunicacion/>

- Douglas M. y Isherwood B. (1990) *El mundo de los bienes. Hacia una antropología del consumo*, Grijalbo-CNCA, México.
- García Canclini, Néstor (1995) *Consumidores y ciudadanos*, Grijalbo, México.
- Guber, Rosana (2004) *El salvaje metropolitano. Reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo*. Paidós, Buenos Aires.
- Gutiérrez Roberto y Rosalía Winocur (2006). *Estudio cualitativo sobre las modalidades civiles y políticas de participación en el Distrito Federal*. Instituto Electoral del Distrito Federal. Coautoría Roberto Gutiérrez.
- Jodelet, Denise (1984) "La representación social: fenómenos, conceptos y teoría", en S. Moscovici, *Psicología Social II. Pensamiento y vida social. Psicología social y problemas sociales*. Paidós, Barcelona.
- Krotz Esteban y Winocur Rosalía (2007). "Democracia, participación y cultura ciudadana: discursos normativos homogéneos versus prácticas y representaciones heterogéneas" en *Estudios Sociológicos*, COLMEX, México, N° 73. Vol. XXV, enero-abril, Pp.187-218.
- Martín Barbero,(1987) *De los medios a las mediaciones*, Editorial Gustavo Gilli, Barcelona.
- Mc Phail Fanger, Elsie (2006). *Voy atropellando tiempos: género y tiempo libre*. México, Universidad Autónoma Metropolitana, Ciudad de México.
- Mantecón Ana Rosas (2008) "Definir el consumo cultural". Texto inédito.
- Rey, Germán (2002) *Las vetas de la Cultura. Una lectura de la encuesta nacional de la Cultura de Colombia*. CAB.
- Rey, Germán (2002) Cultura y desarrollo humano: Unas relaciones que se trasladan. Pensar Iberoamérica: Revista de Cultura recuperada en: www.oei.es/pensariberoamerica/ric00a04.htm
- Rey, Germán (2007), Industrias culturales, creatividad y desarrollo, AECID, Colombia.



Silverstone, Roger (1996) *Televisión y vida cotidiana*, Amorrortu, Buenos Aires.

Sunkel, Guillermo (2002) "Una mirada otra. La cultura desde el consumo". En: Daniel Mato (coord.): *Estudios y Otras Prácticas Intelectuales Latinoamericanas en Cultura y Poder*. Caracas: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO) y CEAP, FACES, Universidad Central de Venezuela.

Sunkel Guillermo (2006) *El consumo cultural en América Latina*, Convenio Andrés Bello, 2da. Edición ampliada y revisada. Bogotá.

Thompson, John B. (1998) *Los media y la modernidad*, Paidós Comunicación, Barcelona.

Winocur, Rosalía (2002) *Ciudadanos mediáticos. La construcción de lo público en la radio*. Editorial Gedisa, Barcelona.

Winocur, Rosalía (2006). "Internet en la vida cotidiana de los jóvenes" en *Revista Mexicana de Sociología*, Año 68, N° 3, Julio-septiembre, IIS. UNAM. Ciudad de México. Pp. 551-580.

Winocur Rosalía y Gutiérrez Roberto (2007) "La construcción cultural de la política. Su relevancia en el análisis de la participación política", en Héctor Tejera, Laura Valladares y Scott Robinson (coordinadores). UAM/Porrúa. Pp. 41-83.

Winocur, Rosalía (2008) "Los extranjeros que nos habitan cotidianamente, algunas imágenes del extrañamiento" en Néstor García Canclini *Los extranjeros en la tecnología y en la cultura*, Editorial Ariel/Fundación Telefónica, Madrid (en prensa).

Winocur, Rosalía (2009) *Robinson Crusoe ya tiene celular. La conexión como espacio de control de la incertidumbre*. Siglo XXI editores, México.

Wortman, Ana (2006) "Cultura y nuevas tecnologías: dimensiones para repensar la investigación en consumos culturales desde las ciencias sociales". Revista *Observatorio*. N° 4. Dossier consumos culturales. Observatorio de Industrias culturales de la Ciudad de Buenos Aires (OIC). Gobierno de Buenos Aires, Ministerio de Producción.

DOCUMENTOS CONSULTADOS

Desarrollo Humano en Chile 2002. PNUD. <http://www.desarrollohumano.cl/informes/inf2002/pres.pdf>

Consumo Cultural de la Ciudad de Buenos Aires. Encuesta noviembre de 2004. Dirección General del Libro y Promoción de la Lectura. Subsecretaría de Patrimonio Cultural. Subsecretaría de Cultura y Fundación Diagonal Sur.

Consumos culturales. Sistema Nacional de Consumos Culturales. Agosto de 2005. Secretaría de Medios de Comunicación. Jefatura de Gabinete de Ministros. Presidencia de la Nación. www.consumosculturales.gov.ar

Encuesta Nacional de Práctica y Consumo Cultural, México 2004. Disponible en:
http://sic.gob.mx/ficha.php?estado_id=0&table=centrodoc&table_id=3

Encuesta de Consumo Cultural 2007. Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas, Colombia. Disponible en:
<http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/eccultulral/InfoResultadosECC.pdf>

Encuesta sobre consumo cultural y uso del tiempo libre. Instituto Nacional de Estadísticas. Chile-INE. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. CNCA. Gobierno de Chile, 2004 y 2005.

Encuesta Nacional de la Juventud 2005, Instituto Nacional de la Juventud, México. Se encuentra disponible en:
http://sic.gob.mx/ficha.php?estado_id=0&table=centrodoc&table_id=245

Estudio de los impactos sociales del cambio de horario entre la población Mexicana. Secretaría de Energía/IISUNAM/UAM, Coord. Dr. Pablo Mulás. México, 2000. Puede consultarse en:
<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/644/64406207.pdf>

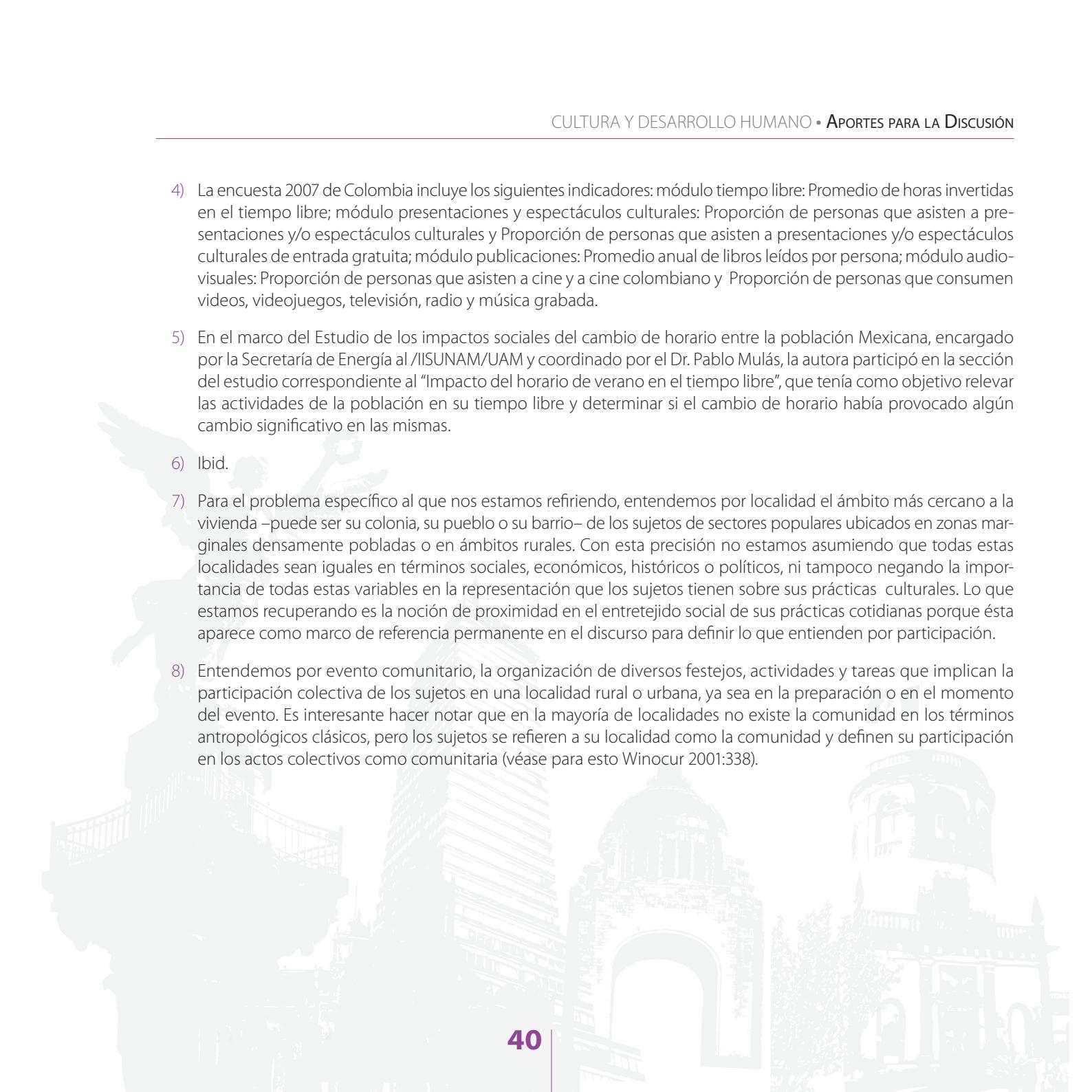
Imaginarios y Consumo Cultural. Primer Informe nacional sobre consumo y comportamiento cultural. Universidad de la República de Uruguay, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Editorial Trilce, 2002.

Informe Mundial sobre Cultura 2000-2001 Diversidad cultural, conflicto y pluralismo. Centro UNESCO de Montevideo. Puede consultarse en: <http://www.unesco.org.uy/centro-montevideo/informecultura.pdf>



REFERENCIAS

- 1) Podemos destacar en Chile las Encuestas de Consumo Cultural y Uso del tiempo libre 2004 y 2005, que se planteaban como objetivos obtener "Información fundamental para la elaboración de políticas culturales regionales que permitan considerar la diversidad y las particularidades"; en Uruguay el Primer Informe Nacional sobre Consumo Cultural e Imaginarios" (2002) que señalaba como propósito "Aproximarse a una realidad cultural –el consumo– poco conocida [...] y a partir de su reconceptualización tomar en cuenta las dinámicas propias que adoptan la localización y deslocalización en arraigo o no de los trayectos culturales" (Achugar, et al 2002); en Argentina, las dos Encuestas de Consumo Cultural de la Ciudad de Buenos Aires, (2004). En una de ellas el propósito general se relacionaba con "identificar comportamientos y expectativas de los ciudadanos en aspectos ligados a sus actividades genéricamente denominadas culturales para alinear las políticas con dichas aspiraciones ciudadanas" (2004:3), y en la segunda se procuraba "contar con información confiable, a fin de generar políticas que garanticen el cambio cultural, como parte del proceso de despegue y reactivación que ha puesto en marcha el Gobierno Nacional" (2005:7). Y, la más reciente en Colombia, "La Encuesta de Consumo Cultural 2007", la última disponible, que indica como objetivo general: "Caracterizar prácticas y escenarios de consumo de bienes y servicios culturales de la población de 5 años y más residente en las cabeceras municipales del país", y como objetivos particulares: "1. Construir una línea de base sobre prácticas y escenarios de consumo cultural, 2. Caracterizar preferencias del uso del tiempo libre y consumo cultural, 3. Identificar el acceso a bienes y servicios culturales, 4. Identificar motivos para el no consumo de bienes y servicios culturales, 5. Producir información pertinente, actualizada y confiable para la gestión y evaluación de políticas, planes, programas, proyectos y actividades tanto públicas como privadas relacionadas con el consumo cultural y el uso del tiempo libre".
- 2) Esta encuesta estableció como objetivos "Conocer la frecuencia del uso y la evaluación que los mexicanos hacen de la infraestructura cultural en el país, así como de las prácticas de consumo de bienes culturales", y "realizar la medición de las percepciones y valoraciones con respecto a la cultura y de la participación de los mexicanos en este ámbito" (2004:185).
- 3) En el enfoque dado a este trabajo entendemos a las representaciones sociales en la perspectiva de la psicología social como: "Imágenes que condensan un conjunto de significados; sistemas de referencia que nos permiten interpretar lo que nos sucede, e incluso dar un sentido a lo inesperado, categorías que sirven para clasificar las circunstancias, los fenómenos y a los individuos con quienes tenemos algo que ver, teorías que permiten establecer hechos sobre ellos" (Jodelet, 1986:472). "[...] una manera de interpretar y de pensar nuestra realidad cotidiana, una forma de conocimiento social. Y correlativamente, la actividad mental desplegada por individuos y grupos a fin de fijar su posición en relación con situaciones, acontecimientos, objetos y comunicaciones que les conciernen. Lo social interviene ahí de varias maneras: a través del contexto concreto en que se sitúan los individuos y los grupos; a través de la comunicación que se establece entre ellos; a través de los marcos de aprehension que proporciona su bagaje cultural; a través de los códigos, valores e ideologías relacionadas con las posiciones y pertenencias sociales específicas" (Ibid: 473).

- 
- 4) La encuesta 2007 de Colombia incluye los siguientes indicadores: módulo tiempo libre: Promedio de horas invertidas en el tiempo libre; módulo presentaciones y espectáculos culturales: Proporción de personas que asisten a presentaciones y/o espectáculos culturales y Proporción de personas que asisten a presentaciones y/o espectáculos culturales de entrada gratuita; módulo publicaciones: Promedio anual de libros leídos por persona; módulo audiovisuales: Proporción de personas que asisten a cine y a cine colombiano y Proporción de personas que consumen videos, videojuegos, televisión, radio y música grabada.
 - 5) En el marco del Estudio de los impactos sociales del cambio de horario entre la población Mexicana, encargado por la Secretaría de Energía al /IISUNAM/UAM y coordinado por el Dr. Pablo Mulás, la autora participó en la sección del estudio correspondiente al “Impacto del horario de verano en el tiempo libre”, que tenía como objetivo relevar las actividades de la población en su tiempo libre y determinar si el cambio de horario había provocado algún cambio significativo en las mismas.
 - 6) Ibid.
 - 7) Para el problema específico al que nos estamos refiriendo, entendemos por localidad el ámbito más cercano a la vivienda –puede ser su colonia, su pueblo o su barrio– de los sujetos de sectores populares ubicados en zonas marginadas densamente pobladas o en ámbitos rurales. Con esta precisión no estamos asumiendo que todas estas localidades sean iguales en términos sociales, económicos, históricos o políticos, ni tampoco negando la importancia de todas estas variables en la representación que los sujetos tienen sobre sus prácticas culturales. Lo que estamos recuperando es la noción de proximidad en el entrelazado social de sus prácticas cotidianas porque ésta aparece como marco de referencia permanente en el discurso para definir lo que entienden por participación.
 - 8) Entendemos por evento comunitario, la organización de diversos festejos, actividades y tareas que implican la participación colectiva de los sujetos en una localidad rural o urbana, ya sea en la preparación o en el momento del evento. Es interesante hacer notar que en la mayoría de localidades no existe la comunidad en los términos antropológicos clásicos, pero los sujetos se refieren a su localidad como la comunidad y definen su participación en los actos colectivos como comunitaria (véase para esto Winocur 2001:338).



De las Políticas a los Ciudadanos

