

**Universidad Autónoma del Estado de Morelos**  
**Facultad de Arquitectura**  
Maestría en Estudios Territoriales, Paisaje y Patrimonio

**“Los museos y centros culturales, su impacto en la configuración y uso del espacio territorial en Cuernavaca”.**

Tesis

Que para obtener el grado de  
Maestro en Estudios Territoriales, Paisaje y Patrimonio

Presenta:

**José Axel Salgado Ramírez**

Comité tutorial:

Dr. Alfonso Valenzuela Aguilera (Director)

Dr. Juan Carlos Domínguez Domingo

Dr. Francisco Salvador Granados Saucedo

Cuernavaca, Morelos; 2019.



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL  
ESTADO DE MORELOS

# “Los museos y centros culturales, su impacto en la configuración y uso del espacio territorial en Cuernavaca”.

MAESTRÍA EN ESTUDIOS TERRITORIALES PAISAJE Y PATRIMONIO

José Axel Salgado Ramírez  
DIRECTOR DE TESIS:  
Dr. Alfonso Valenzuela Aguilera



FACULTAD DE ARQUITECTURA  
CUERNAVACA, MORELOS; OTOÑO INVIERNO 2019

CDC LOS CHOCOLATES  
LA CAROLINA



CC ACADEMIA BENNING  
LA ESTACIÓN



MUSEO MORELENSE  
—DE ARTE  
CONTEMPORANEO  
JUAN SORIANO  
AMATITLAN

OTOÑO-INVIERNO 2019

## **Agradecimientos**

Gracias a mis padres Andrea Ramírez y Jesús Salgado por su apoyo incondicional.

A mi hermana Susana

A los catedráticos de la maestría en Estudios Territoriales Paisaje y Patrimonio por su aportación teórica y metodológica para la elaboración de esta investigación  
A mi director de Tesis Dr. Alfonso Valenzuela Aguilera por su orientación y constante supervisión en el desarrollo de esta tesis

A los participantes que accedieron a las entrevistas que son parte de esta investigación

## INDICE

### CAPITULO 1 ANTECEDENTES

CULTURA Y GLOBALIZACIÓN, LOS HIJOS DEL CAPITALISMO EN EL S.XX .....	5
ALGUNAS GENERALIZACIONES SOBRE LA CULTURA EN EL TERRITORIO.....	6
LOS ESPACIOS PARA LA CULTURA EN EL TERRITORIO Y LA CIUDAD GLOBAL DEL SIGLO XX AL XXI (EL PASO DE LA CIUDAD MAQUINA A LA CIUDAD OBJETO DE CONSUMO).....	8
LA CULTURA Y EL CONSUMO CULTURAL EN MEXICO EN LAS ÚLTIMAS DÉCADAS.....	9
LA CULTURA Y SUS ESPACIOS DE PRODUCCIÓN Y CONSUMO EN MÉXICO.....	10

### CAPITULO 2 MARCO TEÓRICO

LA RELACIÓN ENTRE LOS ESPACIOS CULTURALES Y EL TERRITORIO.....	15
EL ESPACIO CULTURAL DESDE LA DIMENSIÓN SOCIAL DEL TERRITORIO.....	16
EL ESPACIO CULTURAL DESDE LA DIMENSIÓN ECONÓMICA DEL TERRITORIO.....	17
EL ESPACIO CULTURAL DESDE LA DIMENSIÓN POLÍTICA DEL TERRITORIO.....	18
EL ESPACIO CULTURAL DESDE LA DIMENSIÓN CULTURAL DEL TERRITORIO.....	19
EL ESPACIO CULTURAL DESDE LA PRODUCCIÓN DEL ESPACIO.....	20
LA TRIALECTICA DEL ESPACIO DE HENRI LEFEBVRE.....	22
DEL ESPACIO ABSOLUTO AL ESPACIO ABSTRACTO DE HENRI LEFEBVRE.....	25
EL ESPACIO TERRITORIAL Y SU APROPIACIÓN.....	26
LOS ESTUDIOS CULTURALES.....	27
DESARROLLO TEÓRICO DE LOS ESTUDIOS CULTURALES Y TEÓRIAS EN MÉXICO.....	27
ALGUNOS EJES TEORICOS DE LOS ESTUDIOS CULTURALES.....	29
ALGUNAS LINEAS DE PENSAMIENTO DE LOS ESTUDIOS CULTURALES EN MÉXICO.....	30
EMPALME TEÓRICO ENTRE EL CONSUMO CULTURAL Y LOS ESTUDIOS CULTURALES.....	31
EL CONSUMO CULTURAL Y SUS DESPLAZAMIENTOS TEORICO METODOLÓGICOS.....	31
ALGUNAS CONCEPTUALIZACIONES DEL CONSUMO CULTURAL.....	33
ALGUNAS LINEAS DE INVESTIGACIÓN SOBRE CONSUMO CULTURAL.....	36
CONSUMO CULTURAL Y ENTRETENIMIENTO, DE LA ESTETICA DE LO DISTANTE A LA ESTETICA DE LO CERCANO.....	38
ESPACIO PARA EL TIEMPO LIBRE, EL CONSUMO DESDE EL OCIO.....	39
CONSUMO Y CONSUMO CULTURAL, LA PROPUESTA TEORICA DE NESTOR GARCIA CANCLINI.....	41
DEL ESPACIO PARA EL CONSUMO CULTURAL HACIA LA APROPIACION DEL ESPACIO TERRITORIAL.....	46
DEL CONSUMO CULTURAL A LAS PRACTICAS CULTURALES.....	47

### CAPITULO 3 METODOLOGÍA

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN.....	54
PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN.....	56
OBJETIVO GENERAL.....	57
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	57
RESULTADOS.....	75
BIBLIOGRAFÍA.....	77

# CAPITULO 1 ANTECEDENTES

## Estableciendo un territorio

### CULTURA Y GLOBALIZACIÓN, LOS HIJOS DEL CAPITALISMO EN EL S.XX

La globalización se debe entender desde los procesos territoriales articulados en el constructo social espacio tiempo al que corresponde la función dicotómica inherente a la producción, esto es capital y trabajo. En la actualidad esa función dicotómica está siendo anquilosada en parte por el libre mercado que ha traspasado los límites territoriales y de operación económica de las ciudades locales. Si entendemos el territorio como un espacio homogéneo determinado por aspectos históricos, políticos, geográficos, culturales, se puede decir que en cuanto a la cuestión regional de los años sesenta y setenta del siglo XX esta se asociaba a desigualdades de crecimiento de los espacios sub-nacionales y los debates teórico políticos giraban en torno a la acumulación del capital aunado a la dinámica del proceso de industrialización y en ese contexto los enfoques Keynesianos eran la piedra angular para sostener las relaciones centro-periferia esto desde la intervención del estado quien mediante el incremento de la deuda publica generaba inversiones en el sector industrial así como el sector energético, infraestructura vial, cultural etc. En el actual mundo globalizado las relaciones económicas están enmarcadas por la función dicotómica endógeno exógeno, en donde la ciudad se muestra hacia el resto del territorio para generar nuevas inversiones. Lo anterior provoca por un lado transformaciones cuantitativas en la conformación del capital local y global, por otro lado, transformaciones en lo cualitativo, es decir en la producción cultural y de consumo.

En ese sentido Salzman habla del consumo generalizado un tanto homogéneo, por ejemplo menciona que los nómades tuareg del Sahara han interrumpido una migración para no perderse el último programa de la serie "dallas" del último tercio del siglo XX, vemos las mismas noticias, escuchamos la misma música, vestimos los mismos jeans, comemos las mismas hamburguesas, tomamos las mismas gaseosas y hasta fumamos los mismos cigarrillos, esto dice refleja el consumo material y simbólico que entrañan las prácticas consumistas de esos productos. Coca cola, Mickey Mouse y Mcdonalds, son los hijos del capitalismo, constructores de los nuevos hitos del consumo defenestran toda diferencia de clase o nacionalidad, desde Disney trazan el eje que articulara la conformación de los valores de las nuevas generaciones. El precio de la modernidad para unos, colonialismo para otros, quienes le llaman "imperialismo cultural", (Huber, 2002). Así subordinan a la periferia, con el discurso gutural del pato Donald, discurso fragmentado, misterioso, desconcertante y que hábilmente oscila entre la ira y la ternura. Las multinacionales juegan el rol del que tiene la respuesta, y nos la ofrecen en un sorbo de soda o en una mordida de hamburguesa, así dimensionan la vida social y cultural, formulando nuevos artilugios para adormecernos al primer sorbo de "Pepsi" o a la primera mordida de una Mcdonalds, nos muestran la otra realidad desde el poder de las imágenes, desde la pantalla de la televisión la dialéctica de lo

de adentro y lo de afuera se replantea el ser y el no ser, incluso el pertenecer; estos ya son objeto del consumo, y el ser es objeto del rating en tanto cifra.

Pero lo descrito anteriormente es el escenario que muestra varios espacios de interpretación por ejemplo de acuerdo a Huber existen respuestas culturales más activas como la glocalización, que resulta de la interacción entre lo local y lo global, o términos como “desterritorialización”, “diáspora” o “transnacionalización”, términos que redimensionan significados como cultura o identidad. (Huber, 2002)

### **ALGUNAS GENERALIZACIONES SOBRE LA CULTURA EN EL TERRITORIO**

La importancia de la existencia de espacios para la cultura enfocados a la difusión de actividades creativas y producción artística, radica en que son espacios donde se produce la vida comunitaria desde las interacciones entre los sujetos.

En ese sentido para Sosa Velásquez hay un elemento sustancial para entender el territorio, visto en cuanto a su dimensión social, y es que este se configura a partir de la estructuración de grupos humanos (Sosa Velásquez, 2012). De acuerdo a lo anterior en México los espacios culturales que proveía el estado eran vistos como elementos que reestructuraban el tejido social, pero con la privatización de espacios públicos y el cambio de la vida comunal a una vida privada individualizada; se ha generado el debilitamiento del tejido social y de la vida social (García Canclini y Piedras Fera, 2006). Actualmente se puede decir que el modelo económico neoliberal ha tenido un efecto en los espacios de la comunidad y los ha transformado. Además de los efectos en el espacio, están los efectos en la cultura; los cuales están en constante transformación, y que se puede constatar en los significados y símbolos; es ahí en donde radica el núcleo orgánico de la cultura.

Después de la desintegración del modelo político económico Keynesiano, donde era notable la acción del estado; se implementó entonces en América Latina el modelo económico neoliberal, lo cual significó la disminución de la acción del estado en políticas públicas y en la planeación del desarrollo territorial, dejando en mayor medida la acción del mercado (empresas la mayoría transnacionales) a los procesos de administración y planificación del territorio, entrando de esa manera al mercado global. Lo anterior trajo consigo la descentralización, dándole más poder de injerencia a las empresas privadas que a las comunidades locales. (Carlos A. de Mattos, 2010). “la gobernanza busca crecimiento económico y cohesión social, sin embargo, solo se logra el primero”. (Carlos A. de Mattos, 2010).

En el ámbito cultural se observan los efectos de las políticas económicas globales de acuerdo a los estudios realizados por Rosas M. “El resultado de estas políticas ha sido doble. En primer lugar, el Estado aminoró su presencia en el campo de la cultura, notoriamente en el cine y la televisión pública, que sufrieron recortes presupuestarios de importancia. También lo hizo en el campo de los museos: a diferencia de lo que sucedía en las décadas de 1960 y 1970, cuando el 80% de los

museos eran oficiales, ahora aproximadamente sólo 15% pertenece a los institutos nacionales de Antropología e Historia y de Bellas Artes.

En segundo término, se fomentaron modos de gestión empresariales, con la participación de empresas privadas que vienen compitiendo con el Estado en la producción de bienes culturales” Rosas, (2003)

Lo descrito anteriormente derivado también del abandono del estado en la planificación urbana, tiene efectos en la imagen de la ciudad ya que se percibe, insegura y con deterioro en su infraestructura.

Para lograr la cohesión social, así como el rescate de espacios públicos en deterioro se ha tomado a la cultura como eje de transformación urbana desde la década de los 90 a finales del siglo XX en América Latina. “En los últimos 10 años el Banco Interamericano de Desarrollo invirtió US\$ 630 millones para rehabilitar áreas urbanas centrales en América Latina (46 operaciones), y US\$ 102 millones en turismo cultural (23 operaciones)” (Cuenín 2009).

En el contexto de la globalización, en México han surgido equipamientos orientados a la creación de branding territorial, como el museo Soumaya o el museo Jumex; por otra parte en el ámbito local, espacios culturales desde un esquema de revitalización urbana en barrios marginados, como ejemplos en la ciudad de Mexico se encuentran el faro de oriente en Iztapalapa, el faro milpa alta de Miacatlan o el faro Tláhuac por mencionar algunos, como se ha descrito anteriormente, en México a finales del siglo XX y principios del siglo XXI como resultado de la descentralización, la cultura institucional es dirigida también por la iniciativa privada e incluso por la comunidad en general. Siguiendo con el contexto local, el Pronapred en Cuernavaca, Morelos; realizó trabajo de mejoramiento de espacios urbanos con el remozamiento del entorno del mercado público en la colonia La Carolina, a través de la entonces Secretaria de Cultura del Estado de Morelos se han creado espacios culturales en barrios urbanos enfocados a fortalecer el tejido social como el caso del centro de desarrollo comunitario los Chocolates en la colonia Carolina o la Academia de música Benning, en los patios de la antigua estación del ferrocarril, aunados a estos proyectos, como una estrategia de recuperación de espacios públicos de Cuernavaca y buscando posicionar como atractivo turístico a nivel nacional e internacional, este corredor cultural en Morelos; se observa en Cuernavaca la revitalización del ahora centro cultural Teopanzolco y la construcción del museo morelense de arte contemporáneo Juan Soriano en la colonia Amatitlán.

¿Porque la cultura? Algunas justificaciones a mediados y finales del siglo XX:

Malraux (ministro de cultura francés): él se refiere a una concepción kantiana del arte como «comunicación universal sin concepto» en aras de convertirlo, en un sustituto de la religión en la primera mitad del siglo XX.

Después, en el último tercio del siglo XX, Según un informe preparado para el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), la recuperación de los centros históricos en América Latina se justifica de la siguiente manera: En los países de ALC [América Latina y el Caribe], gran parte de la *riqueza cultural* se concentra en los centros históricos de las ciudades. Sin embargo, y casi sin excepción, la mayoría de estos centros han sido afectados negativamente por *procesos de deterioro* que ponen en riesgo la preservación del legado histórico cultural que dichos centros albergan. Así, las ciudades comienzan a perder un recurso valioso que, *preservado y explotado* adecuadamente, puede contribuir a la calidad de vida de sus ciudadanos. (Cuenín, 2009)

### **LOS ESPACIOS PARA LA CULTURA EN EL TERRITORIO Y LA CIUDAD GLOBAL DEL SIGLO XX AL XXI (EL PASO DE LA CIUDAD MAQUINA A LA CIUDAD OBJETO DE CONSUMO)**

La ciudad puede estar conformada por un esquema ofertado por lo local, nacional, regional y mundial, a su vez las ciudades tienen una actividad predominante, esta puede ser política, económica o cultural (Ianni 1999). En la actualidad la cultura se ha convertido en un eje principal de la planificación urbana ya que puede en un caso extremo reactivar la economía de un territorio, además de mejorar la imagen de la ciudad hacia otros países estableciendo con ellos una red de flujo económico, orientado a fortalecer el modelo globalizado de hacer ciudad, ejemplos hay de sobra y desde hace más de dos décadas; por mencionar algunos está el museo Guggenheim en New York, el centro nacional de arte y cultura George Pompidou en Francia, o el auditorio Newcastle en Inglaterra. Por otro lado, el museo en la ciudad global podría tener un efecto muy particular en lo social, como es el caso del MACBA en Barcelona.

“La construcción del Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona (Macba), diseñado por el arquitecto Richard Meier, en la estela de la olimpiada a mediados de la década de 1990, era parte del Plan del Área de Rehabilitación Integral (ARI) del barrio degradado del Raval. Además de derribar numerosos edificios patrimoniales, el edificio del museo –un enorme cubo blanco– desentonaba con su ambiente, y, como observan algunos críticos, simboliza la limpieza social que el ARI promovía. El plan buscaba la “rehabilitación laboral de la población excluida” como parte de la estrategia de “mejorar las condiciones de vida en el distrito, afrontando prioritariamente las bolsas de marginación y de pobreza” (sobre todo de migrantes indocumentados) y la inseguridad del Raval, pero su verdadero objetivo era sustituir a la población marginal “por otros de mayor poder adquisitivo y cambiar así la imagen del barrio [...] Mejorar las condiciones de vida en el distrito no significa expresamente que los residentes vayan a vivir mejor, sino que serán aún más marginados, pero en otras zonas en donde no influyan tanto en la imagen para la ciudad” (Yudice, 2007). En lo anterior subyace lo mencionado por Octavio Ianni (1999 pp. 51, 52, 56) en donde menciona los efectos del crecimiento de la ciudad global la cual adquiere las características de otras ciudades con las que establece vínculos económicos y en donde como resultado de esa dinámica global se hace presente lo que Ianni llama la “subclase”, en donde algunas características de esta



es el desempleo y por consecuencia carecen de recursos para la salud y la educación, además de la falta de recursos sociales económicos y culturales para poder resolver las necesidades de las que carecen, además de que los países hegemónicos son influenciados por algunas características de los países del tercer mundo las cuales se reflejan en lo social, lo económico, lo político y cultural. Algunos buscan un paralelismo entre la especulación urbana o la segregación espacial y cultural en la ciudad global, con la estrategia de planeación urbana para el crecimiento económico de las ciudades, que utiliza a la cultura desde varios ángulos, por ejemplo, desde la revitalización de centros históricos, desde la intervención en espacios degradados para su posterior recuperación como espacios culturales y también desde las industrias creativas, “el posicionamiento de la cultura como estrategia de planeamiento urbano está asociado al paso de la ciudad máquina a la ciudad objeto de consumo”. (Duque, 2015; cita a Arantes, 2000). Además de que la ciudad modifica su dinámica productiva ha establecido conexiones para el flujo de capital nacional y transnacional mediante acelerados procesos de inversión para ofertarse con otras ciudades incluso ostentarse como nuevos atractivos turísticos y ser más competitivas; lo que provoca entre otros aspectos, el incremento de capital golondrino y de especulación en el sector económico; aunado a las nuevas formas de consumo de la población. “Los procesos de desindustrialización y de reestructuración, sumados a los cambios en la composición tecnológica de la producción, al aumento de la movilidad del capital y a los nuevos productos y mercados, provocaron la pérdida de las ventajas competitivas de los otrora centros industriales, dando lugar a una nueva relación entre las ciudades, determinada básicamente por la necesidad de competir entre sí como centros financieros, de consumo y de entretenimiento para atraer y fijar un capital que es cada vez más volátil”. (Duque, 2015; cita a Harvey, 1989). De acuerdo a Isabel Duque “En este marco de competitividad y tercerización de la economía, las ciudades han encontrado en la cultura un campo de infinitas posibilidades”. (Duque, (2015).

Desde lo anterior se puede decir que la urbanización de las ciudades tiene un nuevo mecanismo mediante el cual se busca integrar todos los estilos de vida en una ciudad, extendiéndose a la zona rural, en donde la urbanización además de ser física, desde la implementación de infraestructura, también es psicológica, incluso toca el imaginario de los individuos, la tecnología se hace presente en cada espacio del territorio, así como el intercambio de los esquemas políticos, económicos, sociales y culturales es decir la ciudad global.

## **LA CULTURA Y EL CONSUMO CULTURAL EN MEXICO EN LAS ULTIMAS DECADAS**

Néstor García Canclini habla de los cambios demográficos y urbanos en México del siglo XX, menciona que en el año 1900 el 10.5 % de la población vivía en ciudades en la actualidad se habla de aproximadamente un 75 %. En el caso de la ciudad de México la cifra era de 1,664,921 habitantes en 1940, para el año de 1960 la cifra era de casi 5,000,000 y al comenzar el siglo XXI se superaron los 20,000,000. Lo anterior significa un cambio significativo para las ciudades, además del efecto en el

desarrollo cultural del país. Siguiendo a García Canclini en relación a la cultura en México, las artesanías y fiestas campesinas continúan realizándose en muchas partes del territorio, pero como resultado de la tercera revolución industrial la principal fuente de información y entretenimiento para los públicos urbanos es la producción industrial de cultura y su comunicación masiva. Por otra parte, se habla de los efectos de la globalización en la cultura y los procesos como la transculturación, bilingüismo, y trilingüismo (español, inglés, lengua indígena) por ejemplo en estados unidos las producciones culturales en literatura videos y canciones por citar algunos se relacionan imágenes como pirámides o la virgen de Guadalupe con emblemas del rock y el rap.

La composición en la estructura cultural está vinculada con el crecimiento educativo, para Canclini se pasó de una sociedad compuesta por diversas comunidades indígenas a una estructura en su mayoría urbana en ese sentido, en lo que respecta a la educación en México en 1950 la cifra era de 3,000,000 de alumnos de primaria, esta cantidad creció a 15,000,000 tres décadas más tarde, por otra parte, la cantidad de alumnos en educación superior creció de 29,000 a más de 120,000 finalizando el mismo segmento de tiempo. No obstante, lo anterior la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) situó a México en el penúltimo lugar de sus países miembros, argumentando que ese rezago es por la poca inversión en educación por alumno.

Pero México se ha modernizado y no es por la agricultura sino por el creciente número de industrias de automóviles, petroquímicas, industria textil y turística, y en ese sentido la industrialización de la cultura ocupa un lugar primordial, incluso se habla de que el sector cultural tiene un nivel de importancia mayor que la construcción y el sector agropecuario para el crecimiento de la economía. (García Canclini, 2005 pp. 18-19).

De acuerdo a lo anterior se puede decir que es tal la importancia del sector cultural que los estudios culturales y de consumo cultural se abordan desde diversas líneas de investigación. “Conocer el patrimonio histórico y sus usos se ha vuelto tan significativo como estudiar los medios masivos, el consumo cultural, las migraciones y la reubicación de México en las redes transnacionales”. (García Canclini, 2005 pp. 19).

### **Estableciendo un lugar**

## **LA CULTURA Y SUS ESPACIOS DE PRODUCCIÓN Y CONSUMO EN MÉXICO**

Aunque la inversión en cultura se ha incrementado en las ciudades destacando la construcción y rehabilitación de espacios destinándose a museos y centros culturales no queda claro porque la participación ciudadana en el caso de la ciudad de México y otros estados apenas es notoria, según un artículo de Xanath Lastiri especialistas argumentan que las industrias creativas en México aportan a la economía un 7.3 por ciento, si a ese porcentaje se le suma el 1.7 de turismo cultural

se obtiene un total de 9 por ciento, esta cifra es superior al 8.1 que aporta la industria de la construcción. En ese escenario la cultura en México aporta el 2.7 por ciento del PIB, siguiendo el artículo de Lastiri, analistas económicos señalan que en países como Canadá la cultura aporta el 3.1 del PIB, mientras que en Estados Unidos, Australia o España se aporta un 4.3, 2.5 y 4.0 por ciento del PIB respectivamente.

“El especialista explicó que la producción de dicho sector se divide en: industrias base, que aportan en promedio el 3.27 por ciento de lo que genera el sector; las Industrias interdependientes con una aportación del 1.41 por ciento; las industrias parcialmente relacionadas dan 0.57 por ciento; las industrias no dedicadas con el 0.45 por ciento y la economía sombra con el 1 por ciento” (Lastiri, 2015). En ese sentido según lo mencionado en el artículo se observa que no hay políticas culturales, y según Ernesto Piedras, con datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi) menciona que México no cuenta con una política fiscal para la cultura.

Siguiendo con las cifras parece que el monto destinado a la cultura deberá ser más robusto pues además de que el presupuesto parece disminuir, en el caso del centro histórico de la ciudad de México, su patrimonio cultural está invadido por el comercio ilegal “De acuerdo con el Proyecto de Presupuesto de Egresos de la Federación (PEF) 2016, el próximo año se prevé un gasto de 5 mil 34 millones de pesos, es decir un mil 949 millones 129 mil un pesos menos que lo presupuestado en el año anterior (...) En 2015, Conaculta recibió 7 mil 292 millones 741 mil 506 pesos que sumado a lo que recibieron los organismos que se añadirían a la Secretaría de Cultura da un total de 14 mil 459 millones 620 mil 779 pesos, pues cada uno del monto de los rubros fue de 7 mil 166 millones 879 mil 273 pesos” (Lastiri, 2015).

Analistas del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi) informaron que el gasto de los hogares por adquirir bienes y servicios culturales ascendió a 122,269 millones de pesos (3.8 por ciento de su gasto total) “La encuesta indicó también que los hogares destinaron 24.8 por ciento para ingresar a sitios y eventos culturales, mientras que el 6.7 por ciento lo gastaron por concepto de cuota o cooperación por asistir a cursos y talleres culturales. También se registró que la asistencia a sitios y eventos culturales equivale en promedio a 389 veces la capacidad del Estadio Azteca” (Lastiri, 2015).

Estas cifras llaman la atención si las contrastamos con lo que verdaderamente consume la población es decir si nos centramos exclusivamente en la asistencia a Museos o Centros Culturales, por ejemplo, el artículo de Ochoa Sandy menciona la creciente infraestructura museística atribuyendo la participación ciudadana a las visitas escolares, su hipótesis hace alusión a que la escuela es el motor de la visita a los museos.

Entonces ¿porque tantos museos? Siguiendo a Ochoa Sandy “Lo que ha sucedido a lo largo del siglo XX es, sin exageración, una explosión de museos a lo ancho de

la República. La cifra de 38 museos durante la primera década del siglo llegó a 1,058 para 2002, según el reporte del Sistema de Información Cultural del Conaculta, para un promedio de 11.08 museos por año, casi uno por mes, a lo largo de nueve décadas. Los hay de todo tipo: nacionales, estatales, regionales, comunitarios, de sitio, públicos, privados; y de cualquier temática: antropología, arte virreinal y del siglo XIX, arte moderno y contemporáneo, ciencia, momias, economía, figuras de cera, vidrio, plumas y de lo increíble” (Ochoa, 2010).

Según Ochoa cada estado tiene al menos 5 museos y las cifras fluctúan de 5 a 18 museos por estado en algunos estados como Zacatecas, Michoacán, Nuevo León, Durango, Veracruz, Morelos y Guerrero se habla de 34 a 41 museos. Lo interesante es al cotejar las cifras y menciona el ejemplo de la ciudad de México, que es la ciudad con más museos en el país, pero al mismo tiempo ocupaba el décimo lugar en número de habitantes por museo. “Es decir, atiende a menos personas por museo que Colima, Nayarit o Yucatán, que figuran en la lista de los siete estados con más equipamiento museístico por número de habitantes. Al mismo tiempo y como se sabe, muchos de los museos de la capital cuentan con la mejor infraestructura, tienen los más completos programas de exposiciones, los más altos índices de visitantes y el reconocimiento internacional. En tanto, los museos de Colima, Nayarit y Baja California Sur estarían en posibilidades de desarrollar programas de exposiciones con mayores contenidos locales, estatales y regionales”. (Ochoa, 2010)

Llama la atención el caso del estado de Morelos y Durango. “Morelos tiene una superficie de 4,893 kilómetros cuadrados y Durango de 123,444. A pesar de la diferencia en extensión geográfica, las dos entidades tienen más o menos el mismo número de municipios: Morelos 33 y Durango 39. También una población similar, incluso mayor en Morelos, que es 25 veces más pequeño que Durango. Para 2005, Morelos tenía 1,612,899 habitantes y Durango 1,509,117. Sin embargo, Durango tiene 6,009 poblaciones y Morelos 1,357. La población de Durango está seis veces más extendida que la población de Morelos, aunque no tanto. En Durango, casi dos terceras partes de la población, el 63.6%, se localizan en tres municipios: Durango (526,659 habitantes), Gómez Palacio (304,515) y Lerdo (129,191), los dos últimos cercanos entre sí. En Morelos, mientras tanto, 42.8% de la población, menos de la mitad, se concentra en los municipios de Cuernavaca (349,102), Jiutepec (181,317) y Cuautla (160,285)”. (Ochoa, 2010).

Aun así, menciona que la distancia sigue siendo una variable. El 36.4% de la población de Durango, que se localiza en 36 municipios y 6,009 localidades, tendría que desplazarse más para beneficiarse de las exposiciones de los tres principales municipios. En Morelos, una población mayor, el 57.2% que reside en 30 municipios y 1,037 localidades, tendría que desplazarse menos distancia para llegar a Cuernavaca, Jiutepec y Cuautla. Y un hecho adicional: la vecindad. La integración del sur de la Ciudad de México con el norte de Morelos, junto al flujo constante por razones de trabajo y descanso, ofrece a los morelenses del norte el acceso a los

recintos culturales y artísticos del sur de la capital, y a los capitalinos el acceso a municipios morelenses con atractivo cultural (Ochoa, 2010).

Pero si la distancia pareciera una dificultad para no ir a los espacios hechos para la cultura, Rosas Mantecón habla de cierto tipo de barreras que dificultan el acceso a los espacios culturales, dice que en el caso de la ciudad de México los museos por ejemplo se están rezagando geográficamente frente al actual crecimiento urbano, por otro lado, al no tener una cuidadosa planificación estos servicios culturales en su mayoría no se han descentralizado, lo que significa una dificultad de acceso para los habitantes que residen lejos del centro, podríamos decir que esto favorece el incremento del transporte público o incluso la producción de vehículos además de la diferencia de valores culturales entre los habitantes del centro y los de la periferia, “las actitudes culturales del centro urbano han sido siempre distintas de las de los suburbios y no parece que estas diferencias se aminoren” (Harvey, 1977 pp. 83).

Ese desmesurado crecimiento urbano está creando nuevas formas del uso del espacio territorial y también barreras “como el congestionamiento vehicular, la violencia y el comercio informal en las calles, que, junto con el mayor peso de los medios como la televisión y la radio en el tiempo libre de los habitantes, favorecen la desarticulación de muchos espacios tradicionales de encuentro colectivo y alimentan una creciente segregación social y espacial” (Rosas, 2003 pp. 143).

Rosas habla de una fuerza creciente de las industrias culturales y de la cultura a domicilio cuya fuerza reside en los medios de la comunicación. Las redes sociales son ahora espacios para el consumo y desde ahí se producen también incluso nuevos valores culturales. No obstante, lo anterior se deben seguir haciendo estudios en el ámbito del consumo cultural y espacios para el arte que permitan hacer una cuidadosa planificación para la ubicación de equipamientos culturales aunque tal vez no sea la actividad más importante de gran parte de la población del país; por ejemplo, según las cifras elaboradas por el diario “reforma” en un estudio de la ciudad de México, mientras que los museos más concurridos tienen un millón y cuarto de visitantes por año las audiencias de radio y televisión son más de un 80% de la población de la ciudad de México estas cifras son rebasadas por un 90% de la población que tiene como su principal actividad ver televisión.

La primera investigación sobre público de museos en América latina fue realizada por Arturo Monzón en el INAH en la década de los cincuenta y aunque no se le dio la continuidad necesaria en ese tiempo podría ser un referente para los estudios posteriores, en la actualidad se ha visto un interés creciente por seguir desarrollando estudios de consumo cultural desde diversos enfoques. Néstor García Canclini se ha enfocado en construir análisis sobre consumo cultural en México, por ejemplo, en su libro “consumidores y ciudadanos, conflictos multiculturales de la globalización” el concepto de consumo es el centro del análisis teórico, desde ahí se abordan otros conceptos como la globalización y el neoliberalismo que resultan ser el eje en torno al cual giran las políticas económicas en la actualidad. En el

capítulo 1 “el consumo sirve para pensar” Canclini propone una definición de consumo “el consumo es el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos” (García Canclini, 1995 pp. 42-43) en ese sentido haciendo referencia a la cita Canclini menciona que el consumo es el lugar donde se cierra el ciclo para la expansión del capital, el cual inicia al generar productos mediante lo cual también se reproduce la fuerza del trabajo. De acuerdo a lo anterior la reproducción de la fuerza del trabajo para Henri Lefebvre se encuentra contenida en lo que él llama el espacio social, ese espacio social en esencia contiene 1. Las relaciones sociales de reproducción (relaciones biofisiológicas, la familia) y 2. Las relaciones de producción (división del trabajo y su organización), estos dos conjuntos dan lugar a la reproducción social, después con el advenimiento del capitalismo son tres los niveles relacionados entre sí: 1. Reproducción biológica (la familia) 2. Reproducción de la fuerza de trabajo (clase obrera) 3. Reproducción de las relaciones sociales de producción, es decir las relaciones inherentes a la sociedad capitalista en ese sentido el espacio para Lefebvre se estudia de acuerdo a lo que corresponde a cada una de las tres. En las ciudades el dominio de la división social de trabajo sobre la división técnica habilita tanto la reproducción de la fuerza de trabajo y la reproducción de las relaciones de producción y dándoles acceso principalmente al mercado de los bienes de consumo (Lefebvre, 1974). En la actualidad se ha incrementado el interés por parte del estado en la producción de espacios para el consumo cultural, García Canclini define el consumo cultural como “el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica” (García Canclini, 1999 pp. 42)

El consumo cultural y estudios culturales son fundamentales para comprender a la sociedad actual, y su relación con el espacio y el tiempo, es decir; de qué manera se configuran los nuevos espacios para la cultura y su posterior consumo, en ese sentido por ejemplo también se han observado algunas contradicciones en relación a lo que se consume y el modo para acceder al producto, es decir donde se compra, por ejemplo en la encuesta nacional de prácticas y consumos culturales - encargada por el Conaculta a la Unidad de Estudios sobre la Opinión del instituto de investigaciones sociales de la UNAM – llama la atención que después de la televisión y la radio, la música grabada es lo más difundido pero el 70.3% de los compradores busca discos piratas. (García Canclini, 2005 pp. 19-20). En ese contexto se observa la producción de nuevos espacios para el consumo, se ha pasado del espacio público al espacio virtual individualizado y de la obtención del producto para el consumo en un espacio formal a su obtención en un espacio informal, en este punto García, plantea la paradoja de que, aunque la cultura es vista como un “recurso” de planeación urbana para el crecimiento económico de las ciudades, parece que hay sectores que la ven como un “desecho” lo cual está relacionado con la subordinación de las industrias culturales a los lineamientos comerciales de las políticas hegemónicas neoliberales, como en el caso de permitir

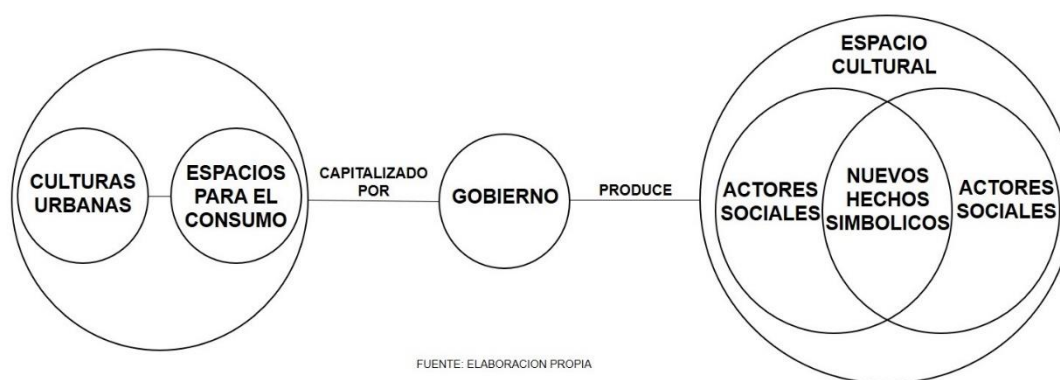
la construcción de Hoteles centros comerciales o campos de golf en zonas arqueológicas, lo anterior, si se permitieran las innovaciones legales a Conaculta; situaciones así suceden cuando se dejan las políticas culturales completamente en manos de actores empresariales, en ese sentido ya alguna vez el escritor Carlos Monsiváis se refirió a Televisa como un aparato que se está convirtiendo en la Secretaria de Educación Pública de México.

## Ocupando el nicho

# CAPITULO 2 MARCO TEORICO

## LA RELACIÓN ENTRE LOS ESPACIOS CULTURALES Y EL TERRITORIO

Hay una relación inherente entre los estudios culturales con los espacios culturales y su impacto en la configuración y uso del espacio territorial; en el municipio de Cuernavaca, Morelos de acuerdo a lo observado en campo también se articulan procesos de transformación territorial desde la cultura, esto se debe por un lado a que la cohesión de las culturas urbanas también genera espacios para el consumo cultural, este hecho ha sido capitalizado por el gobierno para invertir en la construcción de espacios culturales, por otro lado los actores que intervienen en esos espacios tienen una relación directa con la cultura que va desde la producción y consumo de artes plásticas y visuales hasta la gestión y promoción cultural, a su vez la interacción entre estos actores modifica las prácticas cotidianas de la población de Cuernavaca estableciendo nuevos hechos simbólicos en las dimensiones política, social, económica y cultural del territorio. El propósito de esta investigación es conocer cuál es la relación entre prácticas culturales y cohesión social, en donde el sentido de apropiación espacial es un elemento importante para dar forma a la relación entre las prácticas culturales y la cohesión social entre los sujetos que interactúan directa o indirectamente con los espacios culturales y como esta relación influye en la configuración del espacio territorial de los barrios urbanos en donde están presentes esos espacios culturales.



FUENTE: ELABORACION PROPIA



Lo descrito en el esquema anterior corresponde a lo observado en los espacios culturales producidos; ubicados en 3 barrios de Cuernavaca Morelos; 2 de esos barrios son estigmatizados por la inseguridad, uno es el Centro de Desarrollo Comunitario Los Chocolates ubicado en el barrio La Carolina, el otro caso de estudio es la Academia de Música Benning, ubicada en el Barrio La estación. El otro barrio urbano es donde se encuentra el Museo Morelense de Arte Contemporáneo Juan Soriano, este barrio en su origen tiene otras características que lo apartan del estigma de los otros dos barrios urbanos mencionados anteriormente.

En el esquema -realizado desde un nivel empírico en las primeras visitas y pláticas informales en los espacios culturales- sobresale el primer nivel de análisis teórico, me refiero a “la producción del espacio” que será abordado en el mapa conceptual de esta investigación.

## Revisión de la literatura

### **EL ESPACIO CULTURAL DESDE LA DIMENSIÓN SOCIAL DEL TERRITORIO**

Para Sosa hay un elemento sustancial para entender el territorio visto en cuanto a su dimensión social, y es que este se configura a partir de la estructuración de grupos humanos, resultado de las relaciones que se establecen a través de negociaciones económicas; procesos donde existe el poblamiento, desplazamiento, búsqueda y reafirmación de identidades, que entrañan conflictos en esa búsqueda natural de alcanzar el orden social en el territorio; dice que la configuración social al mismo tiempo que se apropia del territorio se hace más compleja cuando todos esos grupos humanos establecen relaciones para satisfacer sus necesidades y construir sus identidades lo cual se logra desde diferentes perspectivas como la económica la política la ecológica y la simbólica.

Es desde ese primer planteamiento descrito por Sosa, en donde se entiende la necesidad de los grupos sociales por construir su identidad desde la perspectiva simbólica, ahora, en ese sentido se puede establecer un vínculo retorico entre un espacio cultural y la dimensión social donde se inserta la idea de crear los espacios culturales con la finalidad de exaltar los símbolos de una población y así reforzar su sentido de pertenencia ya sea desde una noción institucional o como elemento generador de unión social en una localidad como es el caso de los centros culturales comunitarios en donde la participación de los habitantes de la comunidad es la clave para el mantenimiento de dicho espacio cultural, estableciendo así mecanismos de apropiación de su entorno desde el reconocimiento y reforzamiento de su identidad a través del centro cultural y las actividades culturales que sirven para articular la cohesión social de la comunidad.

“La forma de organización comunitaria, cuyo desarrollo y consolidación ha estado marcada por las reivindicaciones y luchas por la tierra” (Barrios, 2007 pp. 140), “por identidades étnicas y formas de apropiación histórica del territorio y sus elementos, constituye un factor de primer orden para entender el territorio. Y es que, como parte



del tejido social del territorio, la comunidad expresa un conjunto de hábitos y vínculos que revelan cierta calidad en la configuración del territorio mismo” (Jara, 2009 pp. 34).

Aunque por un lado se establecen vínculos sociales a través del espacio cultural por ejemplo en el caso específico del museo visto como el que divulga y resguarda la historia, también por otro lado, cuando los espacios museísticos son instrumentos del marketing territorial, en el actual escenario globalizado se observan efectos en el tejido social, que para ser precisos dichos efectos como los económicos terminan por fragmentar y desplazar a las poblaciones, provocando también una transformación en la morfología y uso del espacio territorial, y es que aunado a esto cabe mencionar que la división social está presente desde que el museo se convirtió en un acto de consumo en lugar de ser un acto relacionado con la estética que divulga un discurso artístico “los museos traicionan, en los menores detalles de su morfología y de su organización, su verdadera función, que es la de reforzar en unos el sentimiento de pertenencia y en otros el sentimiento de la exclusión. Todo, en esos templos cívicos en donde la sociedad burguesa deposita lo más sagrado que posee, es decir las reliquias heredadas de un pasado que no es el suyo, en esos lugares sagrados del arte, donde algunos elegidos acuden a alimentar una fe de virtuosos mientras que conformistas y falsos devotos van a complementar un ritual de clase (...) todo contribuye a indicar que el mundo del arte se opone al mundo de la vida cotidiana” (Bourdieu, 1971 pp. 73-74).

## **EL ESPACIO CULTURAL DESDE LA DIMENSIÓN ECONÓMICA DEL TERRITORIO**

Desde el planteamiento de Sosa la dimensión económica del territorio se refiere al modo de producción, menciona también aspectos inherentes a este, como intercambio, distribución y consumo las cuales son indispensables para la conformación de la sociedad desde la dimensión económica; además de los factores políticos sociales y culturales. Siguiendo el análisis explica que para el entendimiento del modelo económico es necesario adentrarse en la estructura de la propiedad privada, estatal, comunal o colectiva sobre los medios de producción; ahora bien, partiendo de ese planteamiento se comprende que los centros culturales una vez que se insertan en el territorio tienen la particularidad de estar dentro de varios esquemas económicos, que menciona Sosa, ya sea desde la propiedad privada, estatal, o comunal (como el ejemplo abordado en el espacio cultural desde la dimensión social). En ese sentido por ejemplo los museos y su relación con la reactivación de la economía de un espacio territorial han sido objeto de estudio, desde 1974 Peacock y Godfrey (Peacock y Godfrey, 1974) hicieron estudios enfocados a esa dualidad entre el museo y su economía surgiendo lo que se le conoce como la economía de los museos en el entendido que desde el ámbito interno del museo existe la función de producción como parte del andamiaje de la economía al interior del museo. Por el lado del museo y su efecto en la economía

del territorio se habla del marketing territorial y como se ha observado con ejemplos contundentes como el caso Guggenheim en New York, el centro nacional de arte y cultura George Pompidou en Francia o más reciente el museo Guggenheim de Bilbao del arquitecto Frank Gehry, sirven si, para detonar el atractivo de la ciudad, para recuperar espacios públicos y también más actualmente dentro de esquemas de liberación económica para propiciar especulación urbana. De esto en el plano de la museología surge lo que se denomina museos estrella que en esencia corresponden a un concepto de diseño arquitectónico conceptualizado desde el marketing, con la finalidad de construir más que un edificio una marca en donde el arquitecto también se convierte en una especie de estrella del espectáculo, en ese sentido se observa que hacer arquitectura museística desde el consumo del contexto de la globalización económica tiene un efecto también en la concepción estética en la percepción de la sociedad y en la configuración del territorio desde el incremento del costo del suelo por efecto lógico de una construcción de un museo estrella por ejemplo el museo Guggenheim de Barcelona que además es símbolo de poder económico de un territorio.

“Los museos estrella pueden comercializarse interna o externamente de dos maneras. Una gran parte de su renta proviene de los ingresos obtenidos de las librerías y los restaurantes. Estos museos tienen también una gran influencia en la vida local, porque los turistas también gastan dinero en muchos bienes y servicios que no están relacionados con el museo, como, por ejemplo, la habitación del hotel”. (Bruno Frey –la economía del arte-).

“Mientras que baja el grado de plusvalor global formado y realizado en la industria, crece el grado de plusvalor formado y realizado en la especulación y mediante la construcción inmobiliaria. El segundo circuito suplanta al principal” (Lefebvre, 1970, pp. 212, 165).

## **EL ESPACIO CULTURAL DESDE LA DIMENSIÓN POLÍTICA DEL TERRITORIO**

La dimensión política del territorio para Sosa se refiere a ejercer el poder, desde esa idea es que de manera natural intervienen las dinámicas inherentes a los procesos sociales y económicos para poseer el territorio, en la actualidad la dimensión política rebasa a la ciencia política de la antigüedad en donde el estado se vinculaba al territorio desde la relación jurídica. La perspectiva que aborda Sosa en la dimensión política del territorio es desde las relaciones de poder en un espacio social que tiende a territorializar desde las dinámicas en el esquema político. Partiendo del planteamiento de Sosa entonces se comprende que, en la actualidad en un modelo de globalización económica, para lograr el ejercicio de poder en un territorio es necesario mantener un control en los medios de producción, ahora, si desde aquí el planteamiento se dirige a los centros culturales se concibe la idea de gestionar la economía interna de ese espacio cultural mediante políticas que permitan ofertar a

dicho espacio como un producto, también como instrumento para la especulación urbana y que además sea atractivo para los intereses de una política que desde la visión de los tecnócratas desde la institucionalidad se ocupa más en lo cuantitativo, lo que genera para una minoría que en las verdaderas necesidades sociales. Lo anterior para mantener su hegemonía económica. “Por consiguiente, es útil que nos volvamos hacia la riqueza terrenal de la economía política clásica para elucidar la naturaleza de la renta, ya que el planteamiento neoclásico, que es elegante y muy útil para ciertos objetivos, en este caso oculta algunas de las más importantes cuestiones técnicas y éticas relacionadas con la renta tal como funciona en el mercado del suelo urbano” (Harvey, David. 1977 - Urbanismo y desigualdad social).

También por otro lado el estado desde las políticas públicas controla el espacio territorial y en ese sentido también a los centros culturales, como se ha observado en algunos casos son pieza clave para que el estado elabore nuevos planes de urbanización de la ciudad con la intención de mejorar la imagen urbana. La dimensión política reestructura desde el estado, aunque obedeciendo el esquema económico globalizado que impera en la actualidad. Es así que los centros culturales se convierten desde la política global en monumentos del poder. “Mediante tales políticas públicas se controlan diversas dimensiones relacionadas con el territorio (el subsuelo, la tierra, las fuentes de agua, etc.). Dicho control se realiza directamente por medio de planes e instituciones específicas o de actores (empresas, organizaciones no gubernamentales, asociaciones ciudadanas) a quienes se ha cedido su manejo, aprovechamiento y control. Es el caso de los municipios y los gobiernos locales que, siendo entidades que surgen a partir de la división político-administrativa, constituyen una manifestación de la delimitación, articulación y control del territorio y lo territorial, es decir, una forma de gobernabilidad sobre un territorio dado”. Sosa Velásquez (2012. pp.88).

El espacio cultural se inscribe en la dimensión política del territorio desde que se gestiona su inserción en el territorio hasta que se convierte en instrumento para ejercer el poder desde la demostración de hegemonía económica, siendo el centro cultural en algunos casos un elemento o un artefacto más del atractivo turístico de un territorio.

## **EL ESPACIO CULTURAL DESDE LA DIMENSIÓN CULTURAL DEL TERRITORIO**

Sosa se refiere a la dimensión cultural del territorio como la manera de apropiarse de un territorio desde los símbolos ya que el territorio entraña una carga simbólica también resultado de los acontecimientos históricos, y es desde esos hechos históricos además de los políticos, económicos, y simbólicos que se reafirma el sentido del ser, desde esa idea del ser de Sosa Velásquez se puede decir que un centro cultural es un espacio que refuerza esa búsqueda del ser a través de los

símbolos que encuentra en ese espacio, ya sea como contenedor de signos desde los objetos o como objeto arquitectónico que desde el concepto hasta su composición arquitectónica encuentra un discurso formal cargado de simbolismos que establecen un diálogo con el usuario en el encuentro con su identidad. "... por reunir al conjunto de la historia de México, otorga una carga ideológica muy fuerte a la tesis de "lo propio", equivalente a encontrar en el museo nacional el significado preciso de la palabra patria. A partir de aquí entra de lleno al terreno de la museología. La unión de lo científico con lo museográfico (la unión entre idea positiva de la historia e idea mítica) y, en gran parte, la síntesis de la historia con la arqueología y su representación visual supuso, en varios niveles, inconscientes-conscientes, la composición de un discurso en imágenes representativas de "ser". (Morales M. Luis G., 1994).

El espacio cultural reafirma su carácter cultural desde la estructura social, que es quien lo sugiere al mismo tiempo es quien se apropia de él o incluso se excluye cuando se percibe a dicho espacio cultural como una necesidad creada para una élite en lugar de ser una necesidad de la búsqueda del ser. "La estadística revela que el acceso a las obras culturales es el privilegio de la clase culta. Pero ese privilegio tiene todas las apariencias de la legitimidad, puesto que los únicos excluidos son los que se excluyen. Dado que nada es más accesible que un museo y que los obstáculos económicos apreciables en otros ámbitos son allí escasos, al parecer se justificaría invocar la desigualdad natural de las "necesidades culturales". Sin embargo, el carácter autodestructivo de esta ideología salta a la vista: ¿qué son esas necesidades que no podrían existir en estado virtual ya que, en esta materia, la intención sólo existe como tal si se realiza y se realiza si existe? Hablar de "necesidades culturales" sin recordar que, a diferencia de las "necesidades primarias", son el producto de la educación, es disimular que las desigualdades frente a las obras culturales son un aspecto de las desigualdades frente a la escuela, que crea la necesidad cultural al mismo tiempo que da y define los medios para satisfacerla". (Bourdieu, 2010 pp. 43).

El espacio cultural desde la dimensión cultural del territorio establece un nexo que va del discurso simbólico a la estructura económica política y social, hasta el vínculo entre el patrimonio y el sujeto, necesariamente se encuentran en ese proceso los ejercicios de poder que obedecen a mantener la hegemonía de un territorio como parte del mismo reforzamiento de la identidad social. esto habla de una constante apropiación de símbolos a través del tiempo que mediante la cultura se definen como parte de la reconstrucción territorial desde los componentes simbólicos de la cultura y sus inherentes aspectos económicos políticos y sociales.

## **EL ESPACIO CULTURAL DESDE LA PRODUCCIÓN DEL ESPACIO**

Las dimensiones del territorio están delimitadas en el continuum espacio tiempo, en donde, así como la materialidad es inmanente al territorio, lo abstracto es inmanente al espacio, sin embargo, el espacio en su dinámica multidimensional puede tener

un efecto en la conformación de un sistema o de un todo cuando se piensa en el cómo mediación, es decir que no tiene punto de inicio ni de llegada; “El espacio no sería ni un punto de partida (mental y social a la vez, como en la hipótesis filosófica), ni un punto de llegada (un producto social o el punto de reunión de los productos), sino un intermediario en todas las acepciones de ese vocablo, es decir, un procedimiento y un instrumento, un medio y una mediación” (Lefebvre, 1976 pp. 30-31), En ese sentido el espacio es racionalizado y funcional, se convierte en un instrumento, es parte de una estrategia abstracta proyectada desde la imposición ideológica que vincula al espacio a la reproducción de la fuerza del trabajo desde el consumo. Por esta razón Lefebvre dice que el espacio ya no se puede concebir como pasivo, se debe pensar el espacio no solo desde la matemática, la geometría, o la teoría euclidiana, que únicamente moldean y planifican desde la técnica económica que aglomera y fragmenta, en ese entonces los debates sobre el espacio pasaban de lo físico matemático a lo cosmológico y de lo macro espacial a lo micro espacial desde un enfoque cuantitativo sin detenerse en crear el andamiaje conceptual y metodológico que mitigara la idea confusa de la espacialidad. Lefebvre hace énfasis en salir de esa confusión desde la idea del espacio social y el tiempo social, no como hechos de la naturaleza, pero tampoco hechos de la cultura, en esa idea su planteamiento es considerar como productos al espacio social, y el tiempo social; no como objetos tangibles de creación artesanal, más bien como resultado de la acción de la sociedad sobre la naturaleza, es decir el espacio como producto no es designado “objeto cualquiera” es en realidad resultado de un conjunto de interacciones o retroacciones, así también, el espacio interviene en la producción es decir en el campo laboral, en la circulación de materia prima, conformándose en ese proceso la dialéctica del espacio como producto-productor, como también ficticio-real, material-social, inmediato-mediato, conexión-separación, etc. Aunado a lo anterior va ligando a su vez lo mental, lo cultural, lo social y lo histórico estableciendo de este modo una historia del espacio, en donde se pasa del descubrimiento a la creación poniéndose de manifiesto por un lado la génesis de carácter evolutiva del espacio y por otro la lógica de simultaneidad, esto en el sentido de que cualquier dispositivo espacial reposa sobre el pensamiento y lo material. Lo complejo según Lefebvre es que no hay una relación directa y transparente entre el modo de producción y su espacio, solo hay desfases, así entonces la producción en la ciudad de un nuevo espacio arquitectónico implica un efecto en lo cultural, pero también en lo económico. “Con una jerarquización estricta: espacios residenciales, espacios comerciales, espacios de ocio, espacios para marginales, etc. Gobierna una curiosa lógica de este espacio que la anuda ilusoriamente a la informatización. Y que oculta bajo su homogeneidad las relaciones «reales» y los conflictos” (Lefebvre, 1974 pp. 58), en este punto Lefebvre hace énfasis en la relación antagónica entre el territorio lo urbano y lo arquitectónico.

Desde el espacio arquitectónico también como espacio cultural se construyen otras realidades, se conforman nuevas prácticas, se confronta lo social y lo político, en el espacio arquitectónico se producen nuevas espacialidades, nuevos hechos simbólicos, es la antítesis de lo exterior, donde ocurre lo microsocio; el espacio donde se construye un lugar desde el pertenecer, hecho que ocurre únicamente desde lo afectivo entre el sujeto, lo físico y el espacio social desde las vivencias en

el espacio-tiempo, así también se produce el espacio, desde los movimientos planificados en el espacio arquitectónico donde se mueve el campo social. “En el espacio teatral, la música, los coros, las máscaras, las gradas convergen con el lenguaje y los actores. Un acto espacial supera (momentáneamente) los conflictos, incluso si no los resuelve; permite el paso de la preocupación cotidiana al gozo colectivo” (Lefebvre, 1974 pp. 58).

Por otra parte, el espacio arquitectónico como espacio cultural sacralizado es apariencia, podría ocultar realidades desde las voluntades del poder o del saber, desde sus elementos de transición, funcionales y formales conforman los símbolos para una lectura sensible de lo proyectado, que es consecutivamente habitado, vivido; es aquí la lectura desde lo sensorial, la semiótica arquitectónica produce nuevos significados desde la temporalidad de sus ritmos secuenciales texturizados, pero es, en el espacio social donde estriba lo afectivo con sus distancias ignotas y polimorfos apropiándose de lo vivido en el espacio arquitectónico, decantándose sinergias cíclicas en el producto productor, dialécticas incognoscibles; lleno y vacío, dentro y fuera, ocupan los tres momentos de la espacialidad mencionados por Lefebvre: lo percibido lo concebido y lo vivido.

### **LA TRIALECTICA DEL ESPACIO DE HENRI LEFEBVRE**

Para interpretar la realidad social Lefebvre se opuso al idealismo filosófico -quien concibe al espíritu como principio de la realidad- y encontró en el materialismo dialéctico la base de su pensamiento, para el materialismo dialéctico las ideas tienen su origen en lo físico es decir en lo material, de esta manera la conciencia deriva de su relación con lo material, a su vez esta idea dista mucho del materialismo mecanicista, quien entiende la realidad desde la mecánica y sus nociones de materia y movimiento, en el materialismo dialéctico lo material es independiente al ser, a la conciencia y lo espiritual, a su vez el materialismo dialéctico evita que se considere al conocimiento como terminado y fijo es decir se debe pensar en la causa y efecto o contenido y forma, en esa idea se observa como Lefebvre se inspira en Bachelard quien dice en su libro “la poética del espacio” que un organismo no es autónomo de la concha en la que vive, por eso para Lefebvre la producción del espacio y el producto son inseparables, desde esa perspectiva es que cada sociedad produce un espacio que está por encima o que desplaza a otro espacio producido en otro tiempo en un mismo lugar; para llegar a este punto Lefebvre pasa de la dialéctica a la trialectica, esto para enfatizar la importancia de la teoría unitaria de los campos que se han estudiado por separado, esos campos son: el espacio físico (la naturaleza, lo construido), el espacio mental (lo mental, lo abstracto, el espacio geométrico) y el espacio social (lo vivido, lo emotivo), estas tres realidades espaciales deben ser estudiadas en una misma unidad, para de esta manera poder comprender el espacio, como una realidad, si bien abstracta pero que se vive y que es dinámica en el tiempo, y es que el espacio en tanto producción requiere una práctica y por tal motivo aunque es abstracto es inmanente al movimiento “El punto de partida de la abstracción no está en el pensamiento, sino en la actividad práctica;

los caracteres esenciales de la percepción sensible no pueden ser correctamente deducidos de un análisis de pensamiento, sino de un análisis de la actividad productiva y del producto. La abstracción es una potencialidad práctica” (Lefebvre, 1971 pp. 133).

Lejos del dualismo de la filosofía tradicional, es decir objeto y sujeto, lo mental (res cogitans) y lo material o extenso (res extensa) de Descartes, o el ego y el no ego de los kantianos y neokantianos; Lefebvre introduce al estudio del espacio una triada conceptual: lo percibido, lo concebido y lo vivido; donde para empezar a comprenderlo se remite al “cuerpo” argumentando que la relación de un sujeto con el espacio implica la relación con su propio cuerpo y viceversa, entonces desde esa analogía; la práctica social, supone el uso del cuerpo desde lo sensorial, lo percibido estriba en un sentido psicológico; a su vez las representaciones del cuerpo eclosionan de la ciencia y la técnica guiadas por una ideología; en esta analogía se habla del conocimiento médico y su relación al cuerpo humano; y en el caso de lo vivido es más complejo porque interviene lo cultural y los simbolismos que le son inherentes. Por tal razón lo percibido, lo concebido y lo vivido se entremezclan, es así como el sujeto pasa de una instancia a otra de manera inconsciente, pero también es algo que tiende a imponerse, como en un tiempo resulta notorio el hecho de que la representación del espacio, domino al espacio de representación estructurado a base de símbolos y dogmas religiosos; fue así, desde el uso de la perspectiva como representación del espacio en el Renacimiento, que se transformaron las prácticas sociales y la relación campo y ciudad. Pero al ser las representaciones del espacio integradoras de un conocimiento tecnificado y de una ideología política resultan incoherentes a los sujetos, por tal motivo los espacios de representación no se dejan someter a las reglas que emergen de la geometrización del espacio.

Lefebvre hace énfasis en concebir el espacio como un producto social, menciona que desde este enfoque el conocimiento que se tenga del espacio se puede explicar el proceso de producción, en este punto la teoría debe estructurar las conceptualizaciones del espacio como un fenómeno en forma diacrónica, al interior del objeto de estudio y no solo desde la superficie lo cual se observa es complejo dado que cada área de conocimiento aporta su idea a la comprensión del espacio, que como el menciona y se abordara más adelante en un principio fue natural o absoluto antes de ser histórico y abstracto.

La producción del espacio entraña un modo de producción, característico de cada ciudad y de cada espacio social; es decir; la importancia del espacio social en este punto es que contiene en su interior a 1. Las relaciones sociales de reproducción (relaciones biofisiológicas, la familia) y 2. Las relaciones de producción (división del trabajo y su organización), estos dos conjuntos dan lugar a la reproducción social, después con el advenimiento del capitalismo son tres los niveles relacionados entre sí: 1. Reproducción biológica (la familia) 2. Reproducción de la fuerza de trabajo (clase obrera) 3. Reproducción de las relaciones sociales de producción, es decir

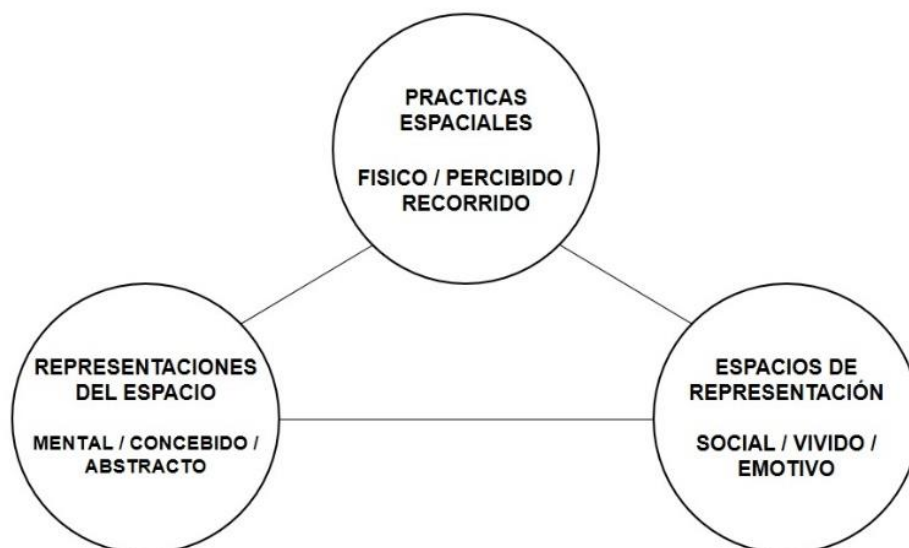
las relaciones inherentes a la sociedad capitalista; en ese sentido el espacio para Lefebvre se estudia de acuerdo a lo que corresponde a cada una de las tres, por su parte la producción y reproducción son inseparables es decir la división del trabajo tiene un efecto en la estructura familiar, a su vez la estructura familiar incide en la división o fuerza del trabajo, lo que hace más complejo al espacio social es que en el también coexisten las representaciones simbólicas, significados y significantes; desde lo masculino y lo femenino en el espacio social surgen los procesos de codificación y decodificación de los símbolos y de las acciones.

En este punto se observa el efecto entre lo percibido y lo abstracto con lo vivido, por tal motivo se debe conocer como coexisten las tres instancias espaciales mencionadas anteriormente que Lefebvre describe de la siguiente manera:

“(a) *La práctica espacial*, que engloba producción y reproducción, lugares específicos y conjuntos espaciales propios de cada formación social; practica que asegura la continuidad en el seno de una relativa cohesión. Por lo que concierne al espacio social y a la relación con el espacio de cada miembro de una sociedad determinada, esta cohesión implica a la vez un nivel de *competencia* y un grado específico de *performance*.

(b) *Las representaciones del espacio*, que se vinculan a las relaciones de producción, al «orden» que imponen y, de ese modo, a los conocimientos, signos, códigos y relaciones «frontales».

(c) *Los espacios de representación*, que expresan (con o sin codificación) simbolismos complejos ligados al lado clandestino y subterráneo de la vida social, pero también al arte (que eventualmente podría definirse no como código del espacio, sino como código de los espacios de representación)”. (Lefebvre, 1974 pp. 92).



FUENTE: ELABORACION PROPIA



## DEL ESPACIO ABSOLUTO AL ESPACIO ABSTRACTO DE HENRI LEFEBVRE

Lefebvre desde el método regresivo progresivo se refiere a que si hay un proceso productivo del espacio, entonces hay una historia; se observa a través de la historia el paso de un modo de producción a otro, en donde el efecto de las relaciones sociales de producción trastocan el espacio y lo modifican constantemente; a su vez cada modo de producción ha producido su propio espacio; su espacio apropiado; que resulta del paso de un modo de producción a otro, como ha sucedido; del primitivismo al esclavismo, al feudalismo, al capitalismo; pero lo importante en ese punto para Lefebvre es el renacimiento porque es en ese periodo histórico donde se termina de formar el código que se ha desarrollado desde la ciudad griega y romana; es decir; el espacio vivido es un espacio dominado, apropiado por las personas, pero después las clases dominantes lo codifican, lo racionalizan, piensan que lo ordenan y lo transforman mediante planos y proyectos; desde el código se intenta descifrar la realidad y así decodificar la ciudad, pasando del código al mensaje, es cuando surgen los discursos y realidades adecuadas a esos códigos. El código no es la ciudad, más bien articula o sugiere mensajes en la estructura de sus sintagmas y polisemias, de tal manera que un elemento en el espacio se subordina o se ordena con respecto a otro; la puerta se subordina a la fachada, las avenidas, las calles las plazas se ordenan alrededor de la arquitectura del poder religioso o político de las instituciones. Por tal razón para Lefebvre la historia del espacio debe estudiar los códigos, los modos de producción, cada sociedad, y sus espacios, así como sus procesos productivos. El proceso histórico de la producción del espacio para Lefebvre tiene su origen en el espacio absoluto, son los espacios que conservan rasgos de la naturaleza; es el espacio natural antes de ser poblado, las características del espacio absoluto se modificaron mediante las ceremonias del poder político y religioso, en el espacio absoluto se asentaron las dinámicas sociopolíticas y los que construyeron no eran propietarios de lo que construían. El espacio absoluto no desapareció, perpetuo su existencia a través de la historia, es un resto del espacio histórico; el espacio histórico emerge de la instauración del espacio hegemónico en el espacio natural arrebatado de la naturaleza a semejanza de una catedral; es cuando la historicidad rompe la naturalidad y se erige en sus ruinas el espacio de la acumulación; de las riquezas y sus recursos como el conocimiento, técnicas producción artística, símbolos. En este periodo histórico el trabajo se independizó de la idea de la reproducción que perpetuaba la vida social, pero únicamente para ser capturado por la abstracción, espacio abstracto. El espacio abstracto 107

## **EL ESPACIO TERRITORIAL Y SU APROPIACION**

El territorio eclosiona entre dialécticas evolutivas y simultaneidades de carácter ontogenético y filogenético, de orden diacrónico y sincrónico; es decir, en este punto su comprensión oscila entre la interpretación longitudinal de estructuras espaciales a través del tiempo y entre la interpretación transversal interna de una particular estructura espacial en cada época; en donde además los procesos de producción obedecen a las estructuras de organización del espacio de cada sociedad, esto en la actualidad global comprende la carente homogeneización y los continuos desfases en la conformación del espacio tiempo; debido a los complejos procesos que surgen entre lo social, lo político, lo económico y lo cultural, en ese sentido también se desarrollan diferentes espacialidades, además de nuevas formas de relaciones sociales, de producción y de consumo que resultan de los cambiantes modos de dominación y apropiación del espacio en el territorio.

El consumo cultural y las prácticas culturales en tanto lugares que propician la interacción de grupos sociales para la apropiación de los productos y actividades, también establecen mediante lo vivencial de esas interacciones un vínculo con el sentido de apropiación espacial.

El espacio territorial está enmarcado por los encuentros de vivencias a través de lo otro, de lo igual; entre lo que ocurre y lo que no ocurre, entre lo transitorio del no lugar, al lugar ya personalizado y apropiado, en ese sentido la apropiación espacial ocupa un gran campo epistemológico para su comprensión. “El concepto de apropiación es uno de los más importantes que nos hayan podido legar siglos de reflexión filosófica. La acción de los grupos humanos sobre el medio material y natural tiene dos modalidades, dos atributos: la dominación y la apropiación. Deberían ir juntas, pero a menudo se separan. La dominación sobre la Naturaleza material, resultado de operaciones técnicas, arrasa esta Naturaleza permitiendo a las sociedades sustituirla por sus productos. La apropiación no arrasa, sino que transforma la Naturaleza -el cuerpo y la vida biológica, el tiempo y el espacio dados- en bienes humanos. La apropiación es la meta, el sentido, la finalidad de la vida social”. (Lefebvre. 1971)

## LOS ESTUDIOS CULTURALES

Los estudios culturales son un campo de investigación de orden interdisciplinario desde donde se analizan las formas de producción o creación de significados los cuales son difundidos en la sociedad. Esta forma de pensamiento encuentra sus antecedentes en Europa del siglo XIX donde se da un debate sobre la cultura, el cual se pensaba como instrumento para reorganizar a la sociedad que se había visto afectada por el maquinismo, surge al identificar dos aspectos, uno es al cuestionarse como se encontraba social, cultural y políticamente Inglaterra después de la segunda guerra mundial y el otro es la corriente de investigación denominada cultura y civilización.

En América Latina la marca de lo político a partir de los años treinta ha sido marxista y se institucionalizo en 1959 con la revolución cubana y los movimientos revolucionarios de los sesenta y setenta. Estos movimientos formaron la narrativa que sitúa a América latina en una dimensión de unidad, ocupándose esta de la relación entre cultura y política. Lo cultural en los movimientos revolucionarios de Latinoamérica configura lo político y lo literario es así como se establece una sinapsis entre “política revolucionaria” y “producción artística”

## DESARROLLO TEORICO DE LOS ESTUDIOS CULTURALES Y TEÓRIAS EN MÉXICO

La formación de los estudios culturales en América latina es a base de una constante retroalimentación entre los diferentes grupos de la sociedad civil, se mencionan tres importantes momentos en el desarrollo de los estudios culturales en Latinoamérica:

**1. La tradición ensayística latinoamericana de los siglos XIX y XX.** En Latinoamérica los estudios culturales se originan en la rica tradición ensayística que según Alicia Ríos sirvió entre los siglos XIX y XX para debatir sobre “cuestiones de lo nacional y lo continental, lo rural y lo urbano, la tradición contra la modernidad, memoria e identidad, subjetividad y ciudadanía y sobre el papel de los intelectuales y las instituciones en la formación de discursos y de prácticas sociales culturales y políticas” (Szurmuk / Mckee, 2009. pp.12 Cita a Ríos, 2004).

Las líneas de pensamiento de los estudios culturales son por citar algunos: la identidad latinoamericana, las idiosincrasias que distinguen la cultura latinoamericana de la europea o la estadounidense, la diferencia racial y el mestizaje, la transculturación y la heterogeneidad, la modernidad entre otros.

**2. La recepción de los textos de la escuela de Frankfurt del centro para estudios culturales contemporáneos de Birmingham y los del posestructuralismo francés.** Los estudios culturales han sido cuestionados por su carácter cosmopolita, y que tienen una tradición propia anterior a los modelos de estudios culturales que surgieron en la academia norteamericana, aquí es importante mencionar que los críticos que a menudo se citan como culturalistas

“avant la lettre” – Carlos Altamirano, Carlos Monsivais, Renato Ortiz, Beatriz Sarlo, entre otros – trabajaron con modelos de análisis cultural europeos primordialmente los de la escuela de Frankfurt, el centro para estudios contemporáneos de Birmingham, ( y el posestructuralismo francés los cuales llegaron en diferentes momentos en América latina y estados unidos (es decir que no llegaron a América latina por medio de la academia estadounidense).

La apropiación, traducción y reformulación de las teorías de la cultura que surgieron en Europa de la posguerra especialmente **las teorías de la escuela de Frankfurt** (Theodor Adorno, Walter Benjamin, Max Horkheimer) **el nuevo marxismo** (Louis Althusser, Antonio Gramsci), **los estudios culturales británicos** (Raymond Williams, Richard Hoggart, Stuart Hall) y el **posestructuralismo francés** (Michael Foucault, Jacques Lacan) al igual que otros **intelectuales franceses** como Roland Barthes, Michel de Certeau, Gilles Deleuze y Pierre Bourdieu. A diferencia del enfoque que se da a las obras de arte de la cultura letrada los estudios culturales se centran en la articulación formal de la cultura “baja” popular y masiva.

**3. la relación vertical (sur-sur) con desarrollos intelectuales y proyectos acabados de otras áreas geográficas como los estudios del subalterno y el poscolonialismo.** Dentro de los estudios culturales se consideran fundamentales dos campos: el poscolonialismo y los estudios del subalterno. Edward Said en su libro *Orientalismo* (1978) elabora un discurso que sirvan para conocer más ambos campos desde el concepto Gramsciano de hegemonía. A grandes rasgos lo **poscolonial** surge en la academia estadounidense, es una rama de los estudios culturales y recopila textos que surgen de observaciones en África, Asia, Caribe y América Latina los cuales fueron empleados en universidades estadounidenses y funcionan como materia prima para que intelectuales del tercer mundo educados en instituciones de elite de primer mundo elaboren teorías combinando enseñanzas de las escuelas de Birmingham y del posestructuralismo francés. Lo **subalterno** surge como un trabajo colectivo de historiadores de línea gramsciana en el sudeste asiático, encontrando una nueva lectura entre la relación hegemonía y subalternidad. El subalternismo tuvo importancia en los estudios literarios y la historia del arte con un enfoque en la expresión indígena y el género del testimonio sobre todo en el área andina y Centroamérica.

**4. El desarrollo de una agenda de investigación en estudios culturales latinoamericanos en Estado Unidos y la participación importante de académicos latinoamericanos que trabajan en las universidades mexicanas y estadounidenses.** Los estudios culturales latinoamericanos son organizados desde la academia estadounidense, articulándose a su vez con los estudios culturales anglófilos, el posestructuralismo francés, el poscolonialismo, el subalterno, y otros cauces teóricos locales que surgen de movimientos de derechos civiles de los años 60. Los estudios latinoamericanos como disciplina académica de la Latin American Studies Association, tienen una enorme preocupación imperialista y anticomunista que se vio reflejada en la política de estados unidos durante la guerra fría,

planteando la forma de percibir la cultura como un medio de control hegemónico y de resistencia. (Szurmuk / Mckee, 2009).

## **ALGUNOS EJES TEORICOS DE LOS ESTUDIOS CULTURALES**

**A. El multiculturalismo.** Cuestiona el carácter de homogeneidad que buscan las culturas dominantes, además de interesarse en la semantización de las fronteras culturales y en definir los umbrales desde donde se construyen las diferencias. Desde un punto de vista multicultural Charles Taylor el eje central de la disputa social y cultural es la lucha por el reconocimiento criticando los pensamientos monoculturales y los valores universales al mismo tiempo. Por otro lado, MacLoren afirma que el multiculturalismo expresa una crítica radical a las relaciones de poder y concluye que la historia cultural es una historia de poder. Para Zizek el multiculturalismo es la forma ideal para la estructura ideológica del capitalismo global, ya que desde lo global se trata a la cultura local como un colonizador trata al colonizado, es decir como nativos (Valenzuela, 2003).

**B. El posmodernismo.** Surge cuestionando el continuismo y los mapas cognitivos de la modernidad, los posmodernistas tienen una perspectiva que va de lo progresista a lo conservador los cuales se insertan en los campos artísticos y académicos, además incluye en esas perspectivas los estilos arquitectónicos y diferentes pensamientos socioculturales. El posmodernismo además de ser considerado como modernidad incompleta (se subrayan mecanismos de jerarquización social donde poseen relevancia perspectivas críticas a la posmodernidad como las de Jürgen Habermas, o Frederic Jameson por citar algunos) o como fragmentación y particularismo social y cultural (donde se cuestionan las ideas de sociedad estructurada, metarrelatos y perspectivas teleológicas de la historia, además de la sustitución de la idea de sociedad por tribus y comunidades emocionales donde se encuentran autores como Jean Francois Lyotard, Daniel Bell o Michel Mafesoli) es definido también como hibridación o sincretismo cultural y destaca la visión de Néstor García Canclini quien construye la noción de hibridación como un concepto social que dista de su origen biológico, menciona que la palabra es versátil pues se refiere a las mezclas clásicas, esos entrelazamientos entre lo tradicional y lo moderno, y entre lo culto, lo popular y lo masivo. Finalmente se encuentran perspectivas que critican a la modernidad evidenciando sus efectos devastadores en lo ecológico, social y cultural.

**C. El poscolonialismo.** La tesis que estructura la teoría poscolonialista, se apoya en la idea de identificar lo que es esencial para que se de la relación entre conocimiento y política o cuestiones políticas y culturales en lo que se refiere a su estudio es el entendido de que en el discurso cultural y en el intercambio en el interior de una cultura lo que circula no son las “verdades” sino sus representaciones, lo anterior aun es un tema pendiente. En ese sentido la importancia de sistematizar esas representaciones para conocer cómo se elabora el pensamiento y los imaginarios de nuestras realidades, lo que somos y como lo

representamos. La teoría poscolonialista está entre la dialéctica marxismo-  
posestructuralismo y posmodernismo. Con los textos de Spivac se avanzó en los  
estudios sobre subalternidad lo mismo en campos disciplinarios como en el de las  
representaciones sociales, mas allá de sus limitaciones en el poscolonialismo  
prevalece la idea de que las sociedades poscoloniales están sujetas a diversas  
formas de dominación y entre sus temas centrales destacan el esclavismo, la  
migración, supresión de los otros y otras, resistencia a la colonización, las formas  
de construcción y las representaciones de las diferencias, la raza, relaciones de  
género o como es la respuesta a las influencias de los discursos de la Europa  
imperial (Valenzuela, 2003).

### **ALGUNAS LINEAS DE PENSAMIENTO DE LOS ESTUDIOS CULTURALES EN MÉXICO**

El estado mexicano ha fomentado la producción cultural desde la época de José  
Vasconcelos, así mismo la cultura en México está fuertemente promovida por  
programas educativos, becas, premios, publicaciones, etc. Esto se ha logrado  
mediante instituciones como el INAH, FONDO DE CULTURA ECONOMICA,  
INSTITUTO NACIONAL DE BELLAS ARTES, CONSEJO NACIONAL PARA LA  
CULTURA Y LAS ARTES, por mencionar algunos. Por otra parte, ese apoyo  
gubernamental depende del ámbito político que deviene en casos de censura,  
amiguismo, nepotismo, hasta discriminación, etc. Aunque el apoyo a la cultura es  
de corte nacionalista, se han insertado en la academia y en la administración de la  
cultura en México un número significativo de intelectuales exiliados a los que México  
dio asilo durante los sesentas y los setentas. Esto posibilitó la creación de trabajos  
de investigación en estudios culturales de parte de algunos intelectuales extranjeros  
como es el caso de Néstor García Canclini y Jesús Martín Barbero, - argentino y  
español respectivamente - que a su vez eran colegas de Carlos Monsivais y José  
Manuel Valenzuela Arce. Surgen de lo anterior dos líneas de pensamiento: hibridez  
y mediaciones.

**A. La hibridez** es un término desarrollado por García Canclini que además de  
reflejar la heterogeneidad multitemporal (cruces socioculturales en que lo tradicional  
y lo moderno se mezclan) lo cual entretiene la producción cultural latinoamericana  
contemporánea, también plantea la imposibilidad de comprender las expresiones  
cultas, populares y masivas como categorías discretas de producción cultural. La  
noción de hibridación adquiere poder explicativo si se le sitúa en relaciones  
estructurales de causalidad y también como recurso hermenéutico cuando se alude  
a relaciones de sentido. Para los dos conceptos anteriores se debe articular  
hibridaciones con conceptos como modernidad-modernización-modernismo,  
diferencia-desigualdad, heterogeneidad multitemporal, reconversión (termino  
tomado de la economía para abordar las estrategias de hibridación entre las clases  
cultas y populares).

**B. La mediación** es un término que desarrolla Martin Barbero, la cual conceptualiza el papel de la recepción y demanda de las personas en la determinación del contenido del producto cultural de los medios masivos. Barbero afirma que el público latinoamericano no es una víctima pasiva de la propaganda mediática de las industrias culturales sino un interlocutor con los productos culturales. Su teoría la ocupa en lecturas sobre los melodramas latinoamericanos y las industrias de las telenovelas, emplea otro concepto elaborado por el mismo llamado “**mapa nocturno**” el cual se basa en releer la cultura no desde la producción sino desde el consumo, este es un terreno menos conocido, es ahí donde se elaboran mapas nocturnos desde esa oscuridad se guía a los críticos. Otras categorías de pensamiento son las vinculadas a la alta cultura y la cultura popular en el caso de Carlos Monsivais, en el caso de José Manuel Valenzuela Arce se desarrollan los términos cultura fronteriza y cultura popular urbana. (Valenzuela, 2003).

## **EMPALME TEÓRICO ENTRE EL CONSUMO CULTURAL Y LOS ESTUDIOS CULTURALES**

La crítica cultural es la forma tradicional de los estudios culturales, de manera general es donde se aplican metodologías y teorías multidisciplinares a la crítica de la producción y consumo de la cultura, es definida también como parte de un proyecto político para cuestionar jerarquías culturales y sociales, además de cuestionar los mecanismos de comunicación y manipulación ideológica. Se puede decir que mediante la crítica cultural empieza el empalme teórico entre el consumo cultural y los estudios culturales. Lo mencionado anteriormente es una visión que conforma programas de estudio con la finalidad de formar investigadores, profesores y lectores que buscan perspectivas críticas para el cambio social basándose en las líneas teóricas como la escuela de Birmingham, el posestructuralismo francés, la escuela Frankfurt, etc. También se introducen metodologías disciplinarias para formar a los estudiantes y que a su vez puedan entrevistar informantes, revisar archivos, seguir los procesos de conformación de nueva comunicación cultural generada por los medios masivos, además de analizar hábitos de consumo cultural.

## **EL CONSUMO CULTURAL Y SUS DESPLAZAMIENTOS TEORICO METODOLOGICOS**

El estudio del consumo cultural es un reto teórico y metodológico según Guillermo Sunkel, (Sunkel, 2006) teórico porque no existe un modelo que explique las causas y como se van desarrollando los procesos del consumo cultural, en el entendido que en estos procesos intervienen aspectos económicos políticos y simbólicos. Es un reto metodológico porque no existe un mapa conceptual que permita abordarlo en la investigación empírica, por tal razón el estudio del consumo cultural debe disociarse de la pugna entre lo cuantitativo y cualitativo para crear un andamiaje en la metodología de investigación que de oportunidad a que los dos métodos se unifiquen en la mayoría de los casos. Para comprender a las sociedades actuales

se ha considerado el estudio del consumo cultural, esto se logró desde la inserción teórica de los estudios culturales británicos. Guillermo Sunkel, en el libro “el consumo cultural en América latina, construcción teórica y líneas de investigación” habla en su introducción de dos desplazamientos teórico metodológicos en la investigación británica sobre consumo cultural, el primero va de la construcción discursiva del lector al proceso de decodificación, es decir se buscaba conocer las estructuras textuales que hacen los sujetos a través del consumo cinematográfico, televisión, publicidad o textos de prensa, a partir de ese estudio surge el estudio sobre lectores reales y su inherente proceso de decodificación, en ese sentido Stuart Hall establece que la comunicación esta distorsionada sistemáticamente; argumentando que los estados de la codificación y la decodificación se relacionan aunque en esencia no son idénticos, aun así debe existir un grado de reciprocidad entre ambos, ya que de lo contrario no habría comunicación. En ese sentido Hall propuso tres estados de decodificación el primero es la “lectura dominante”, es decir cuando el espectador le da un sentido literal al significado del programa televisivo; el segundo es la “lectura negociada”, es decir el televidente aunque acepta la posición legítima del código dominante, termina por adaptar la lectura a su condición social; la tercera es la “lectura oposicional” en esta modalidad el televidente hace una decodificación del mensaje televisivo en un sentido totalmente opuesto a la lectura ofrecida por el comunicador. Desde lo propuesto por Hall Dave Morley en su estudio “the nationwide audience” inicia un estudio empírico sobre el proceso de decodificación, en su estudio, Morley utilizó técnicas cualitativas para poder adentrarse en las interpretaciones que la audiencia hace de un programa de televisivo. En esta primera parte los estudios británicos empiezan a elaborar un andamiaje de una estructura metodológica para la investigación de las causas y efectos de que intervienen en la relación codificación y decodificación entre los que hacen televisión y las audiencias. Desde lo descrito anteriormente se dan otras posibilidades de estudio que podrían orientarnos a una construcción sistemática, diacrónica y sincrónica del análisis semiótico de los espacios desde donde se comunica, en el entendido de que las imágenes y los espacios tienen influencia extrasensorial y que además de comunicar imágenes se plantean diversas realidades que a su vez se filtran en el sujeto influyendo en sus actos incluso antes de clasificar esas emociones, desde un enfoque fenomenológico la imagen es antes que el pensamiento y tiene un poder de comunicación sobrenatural “el hombre es mudo es la imagen la que habla. Porque es evidente que la imagen sola puede sostenerse al mismo paso que la naturaleza”. (Bachelard Gaston, cita a Boris Pasternak. Pp. 139).

El segundo desplazamiento teórico metodológico es el que va del proceso de decodificación al análisis del consumo, Morley destaca en este ámbito analizando la actividad de ver televisión dentro del núcleo familiar en donde examina que esta actividad se rige por normas, la importancia de su estudio radica en la composición teórico metodológica de la conocida “etnografía de audiencias” de acuerdo a lo anterior los estudios británicos sobre el consumo cultural que se situados en los



años 70 y 80 son el eje teórico en el que se apoyaron los estudios de consumo cultural en estados unidos y Latinoamérica. (Sunkel, 2006)

En América latina también se habla de dos desplazamientos teórico metodológicos en los estudios de consumo cultural. El primero va del estudio del mensaje como estructura ideológica a la recepción crítica. Destaca en este ámbito el interés por el análisis ideológico de los mensajes, el cual se ve reflejado en los trabajos de Armand y Michelle Mattelart acerca de los medios de comunicación en Chile los cuales son abordados desde una perspectiva marxista estructuralista. Estos análisis ideológicos del mensaje son desplazados después por una línea de investigación radicalmente opuesta conocida como recepción crítica, en ese sentido Valerio Fuenzalida propone a los padres y educadores a ser más críticos para poder enseñar a los niños a ver televisión desde una posición autocrítica. Desde lo anterior Guillermo Orozco ha desarrollado una línea de investigación que va orientada a establecer que el núcleo de la recepción crítica está vinculado al hecho de ser capaces de tomar distancia de los medios y sus mensajes de esta manera los sujetos logran ser más reflexivos, críticos, independientes y creativos.

El segundo desplazamiento teórico metodológico va de las culturas populares al consumo. Debido a la importancia que ocupaba la cultura popular en la comunicación y cultura en los años 80 Martin Barbero establece que la comunicación se debe articular desde lo popular y establece la relación entre lo masivo y lo popular desde la perspectiva histórica es decir el paso de las culturas tradicionales a las populares en las sociedades modernas para conocer el lugar de los sujetos en esas transformaciones, Barbero concluye que no existe una hegemonía total debido a la identidad de las culturas populares las cuales se resisten ante la dominación activando su memoria histórica. Esa resistencia, replica, complicidad de las culturas populares se presentaban en diversidad de hipótesis. García Canclini, afirmaba que el estudio de lo popular se debe articular desde la investigación del consumo, desde ese enfoque sostiene que los mensajes hegemónicos interactúan con los códigos perceptivos y hábitos de los sujetos generando como el bricoleur -del que habla Levi Strauss, la persona que hace con lo que tiene o puede disponer, el hombre hace desde lo que ya existe- otros sistemas. (Sunkel, 2006)

## **ALGUNAS CONCEPTUALIZACIONES DEL CONSUMO CULTURAL**

Hay tres factores detectados en los desplazamientos teórico metodológicos que son fundamentales para resolver los retos de la investigación sobre consumo cultural, el primero es el agotamiento del análisis estructural de los textos de la cultura de masas, el segundo es que se reconoce que hay un desconocimiento sobre lo que ocurre del lado de los públicos y el tercero es de que una política cultural democrática requiere superar las formulaciones dirigistas y vincular demandas reales hacia los diferentes segmentos poblacionales. (Sunkel, 2006)

Además de los factores mencionados anteriormente, la conceptualización del consumo cultural como objeto de investigación ha requerido un análisis teórico, es decir ampliar la noción de consumo, para lo cual es necesario replantearse su significado, de esta forma se ha empezado a descartar la noción conductista del consumo, la cual se refiere al consumo como la relación entre necesidades y los bienes que son creados para satisfacerlas, en ese sentido Néstor García Canclini afirma que ello tendría como resultado erradicar la idea naturalista de las necesidades, lo anterior significa que se tiene que reconocer que estas necesidades son construidas socialmente. También se habla de manera consensada de darle una dimensión económica a la definición de consumo, esto significa que el consumo es un espacio de reproducción de la fuerza del trabajo y un requisito para la expansión del capital. García Canclini se desplaza entre varias conceptualizaciones del consumo, ya sea como el lugar donde se compite por la apropiación de un producto social, o como diferenciación social y distinción simbólica entre los grupos; como un sistema de integración y comunicación, como proceso de objetivación de deseos; y como proceso ritual finalmente afirma que, aunque esos conceptos explican aspectos del consumo ninguno es autónomo. La argumentación de García Canclini se extiende hasta la ambivalencia que entraña la problemática de los consumos culturales; la primera es delimitar el consumo cultural como practica específica, la delimitación se justifica por la parcial independencia de los campos artísticos y culturales en la modernidad. Por otra parte, el consumo cultural se constituye como practica específica por el carácter particular de los bienes culturales, desde esa posición afirma que los productos culturales tienen un valor simbólico que está por encima de su valor de uso (o de cambio).

Martin Barbero llega al concepto de consumo desde la crítica al mediacentrismo, y su andamiaje conceptual acerca de las mediaciones. Barbero establece tres aspectos nodales; el primero es la concepción no reproductivista del consumo para lograr la reivindicación de las prácticas de la vida cotidiana del sector popular esas prácticas en lugar de ser vistas como actividades de reproducción de la fuerza del trabajo son entonces actividades que llenan de sentido su vida, es así como Barbero define al consumo como producción de sentido. El segundo es el consumo como dimensión constitutiva, es decir, se otorga a los procesos de comunicación la connotación de espacios donde se constituyen identidades y se conforman comunidades. El tercero es la necesidad de un cambio epistemológico y metodológico del consumo, para esto se modifica el núcleo ideológico del proceso de comunicación separando los “efectos” y la teoría de los “usos y gratificaciones”. Desde lo anterior se identifica una estructura ideológica en el proceso de comunicación que radica en los modos de operación e intercambio; en esencia se plantea un elemento de mediación entre la lógica del sistema productivo y las lógicas de los usos sociales de los productos comunicativos, esa forma de mediación es el *género*. Martin Barbero parte desde el género para proponer una metodología de investigación que estudia la telenovela. Para Martin Barbero las mediaciones son un lugar que nos sirve para comprender la interacción entre dos

espacios: la producción y recepción, desde lo anterior afirma que la televisión además de producir lo que le ordenan los poderes facticos o el sistema industrial y comercial también produce de acuerdo a las exigencias del andamiaje cultural y modos de ver. Las mediaciones son esos “lugares” donde se desarrollan prácticas cotidianas que estructuran los usos sociales de la comunicación, estas se articulan en la familia, la vecindad, la amistad, el tiempo social y la competencia cultural.

Del concepto de mediaciones de Martin Barbero se entreteje un andamiaje conceptual para la investigación del consumo cultural desde los productos comunicativos, Guillermo Orozco concretiza el esquema conceptual de Martin Barbero y propone el modelo de “mediación múltiple” el cual desde la dialéctica de la recepción articula las mediaciones institucionales, tecnológicas, individuales, situacionales que intervienen en el proceso de recepción televisiva, este proceso es aun contradictorio y necesitado de fundamentación epistemológica y metodológica que le permita construir ese conjunto de mediaciones y acciones que configuran su complejidad. (Sunkel, 2006)

En otro estudio propuesto en Brasil, María Inmacolata Vasallo y sus colaboradoras, realizaron un estudio desde las mediaciones propuesta por Orozco, lo anterior para hacer operativo el concepto y según ellas para contribuir a la metodología propuesta por Martin Barbero. En su investigación las autoras trabajan desde cuatro mediaciones: la familiar, la subjetividad, el género ficcional, y la videotécnica. Estas mediaciones tienen diferencias en sus “niveles”: estructurales, institucionales, individuales, y técnicos; en sus “fuentes”: clase social, familia, sujeto y forma, en sus “discursos”: sintácticos, semánticos, pragmáticos; y en sus “lugares”: sus temporalidades y espacialidades, en el proceso de comunicación. Las mediaciones. De acuerdo a lo anterior se puede considerar que se han elaborado conceptualizaciones una vez detectados tres factores –agotamiento del análisis estructural de textos de la cultura de masas, desconocimiento de lo que pasa del lado de los públicos, y la percepción de que una política democrática requiere superar formulas dirigistas y vincular lo global con las demandas reales enfocada a los diferentes segmentos de población- que se ubican en el núcleo del tema del consumo cultural. Los constantes cambios sociales derivados de los procesos económicos y políticos y sus respectivos efectos seguirán creando nuevos escenarios que propiciarán el hecho de repensar y proponer nuevas conceptualizaciones del consumo cultural, así como de líneas de investigación con sus propuestas epistemológicas y metodológicas. En ese sentido se han desarrollado líneas de investigación sobre consumos culturales que a continuación se presentan. (Sunkel, 2006)

## ALGUNAS LINEAS DE INVESTIGACIÓN SOBRE CONSUMO CULTURAL

El estudio de los consumos culturales tiene variedad de líneas de investigación que hacen del consumo cultural como concepto con un entramado polisémico, se mencionan 5 líneas de investigación con sus respectivos aportes metodológicos.

1. Las encuestas de consumo cultural: el desconocimiento de lo que ocurre del lado de los públicos propicio esta línea de investigación a principios de los noventa. El objetivo principal era la producción de datos básicos sobre quienes asisten a espectáculos y quienes se quedan en casa a ver televisión, además de que escuchan o leen los públicos. Este proyecto es de carácter comparativo ya que destaca el estudio de consumo cultural que se realizó a fines de los ochenta y principios de los noventa en Buenos Aires, Santiago de Chile, Sao Paulo, y México a través del grupo de políticas culturales de Claeso. Las preguntas eran sobre comportamiento, y actitudes frente a medios de comunicación como prensa, radio, televisión, video y cine; además de música y libros; por otro lado, se indagaba en las preferencias de la alta cultura como Ballet, opera y conciertos. Este volumen incluye el estudio de Antonio Arantes sobre consumo cultural en Sao Paulo, su estudio establece una relación entre consumo de productos de la industria cultural y construcción social del tiempo libre.

El estudio de Arantes plantea la hipótesis de que esos bienes y servicios son recursos con los que se construyen relaciones sociales y estilos de vida. Este tipo de línea de investigación construido desde la encuesta ha servido para articular reflexiones desde donde se articulan pensamientos de orden multidisciplinar ya que la encuesta de acuerdo al tipo de pregunta tiene la capacidad de mostrar acercamientos a los aspectos sociodemográficos y entrelazarse con otras ramas del pensamiento científico.

2. Consumo de medios: la televisión es un objeto de análisis esencial, alrededor de la televisión surgen preguntas clásicas ¿Qué ven los televidentes? ¿Cuándo ven? ¿Cuánto ven? Estas preguntas han cambiado por otras como ¿Cómo ven televisión los televidentes? ¿para que lo ven? ¿Por qué lo ven? ¿Qué se produce de lo que ven? ¿Qué mediaciones se ponen en juego? A partir de esas preguntas Martin Barbero establece la noción de mediaciones que después Orozco abordaría desde la idea de “mediaciones múltiples” lo que a su vez propicio nuevas investigaciones por ejemplo el interés de vincular la interacción de las audiencias con algunos géneros programáticos, otro ejemplo es el interés por los contextos en los que se desarrollan las prácticas de consumo televisivo o el abordaje concreto de audiencias muy específicas que por la diferencia de edad, genero, y posición socioeconómica son más sensitivas a la televisión.

3. La reorganización de los consumos culturales: en esta línea de investigación destaca el estudio de Néstor García Canclini sobre las nuevas formas de ver el cine,

partiendo de las nuevas tecnologías en la comunicación. La pregunta en esta investigación es por los cambios en los modos de ver cine debido al paso de la sala a la exhibición doméstica. García Canclini destaca el aprendizaje del espectador que va del proceso de adaptación a la sala para después aprender a disfrutar del cine en casa. Con su estudio propone la reorganización de los consumos culturales donde destaca el consumo doméstico. En esa línea de investigación Ana Rosas Mantecón resalta el modelo multiplex en los centros comerciales en donde hay muchos espacios de exhibición y pocas películas exhibidas. En ese sentido Ana Wortman plantea la relación cine público poniendo de manifiesto un nuevo tipo de salas, situadas en espacios variados de consumo.

4. Apropriación del arte y del patrimonio: esta línea de investigación se refiere a la falta de conocimiento respecto a los gustos origen de clase y nivel educacional de los que asisten y no asisten a museos, galerías, salas de teatro y de concierto, esta se realizó en Argentina dirigida por Rita Eder. En esta línea de investigación también resaltan los estudios de Ana Rosas Mantecón sobre los públicos del Templo Mayor donde revela que el público entrevistado tiene una imagen idealizada de los mexicanos esto a pesar del guion museográfico desmitificador.

5. Consumo e identidades sociales esta línea de investigación plantea la relación entre procesos de consumo y la formación de las identidades sociales. García Canclini establece una relación entre proceso de fragmentación de las identidades nacionales con la conformación de un nuevo tipo de identidades de consumidores, es lo que llama un deseo de comunidad el cual no se deposita en grupos religiosos ni deportivos, tampoco generacionales, más bien son comunidades donde opera el gusto simbólico o como “comunidades interpretativas de consumidores” esto es, grupos de personas que comparten gustos de ciertos bienes como los gastronómicos, deportivos, musicales que les aportan identidades compartidas. En ese sentido Martín Barbero hace un análisis de la iglesia electrónica destacando el hecho de que los medios de comunicación hacen mágica la experiencia cotidiana de la gente. Por otro lado; Ana Wortman en “pensar las clases medias” hace un estudio de las culturas de Buenos Aires, las cuales permanecen despiertas sin importar la crisis social permanente.

En este punto parece importante destacar el andamiaje teórico que se construye desde la noción del consumo cultural y como desde el espacio social se construyen también mediante la búsqueda de espacio tiempo nuevos símbolos y se hace comunidad desde el uso y el consumo del tiempo libre, en ese sentido a continuación se presentan algunos aportes de Barbero, Arantes y Canclini

## **CONSUMO CULTURAL Y ENTRETENIMIENTO, DE LA ESTETICA DE LO DISTANTE A LA ESTETICA DE LO CERCANO**

El estudio de la recepción y el consumo de acuerdo a lo expuesto por Martin Barbero se va construyendo desde varios ejes que se van entrelazando entre sí, el andamiaje simbólico de lo comunicacional, este continua su entramado conceptual desde el pensamiento sociológico y antropológico. Se ha puesto atención al proceso de recepción en América latina, y el lugar de receptor sociológicamente analizado es el de dominación siendo este nodal en el proceso de recepción; desde esa perspectiva surge un desplazamiento metodológico que va de la comunicación como proceso de dominación a la dominación como proceso de comunicación.

En el actual espacio territorial de las ciudades globales emergen estos actos de dominación, también esto ha existido en otros espacios y tiempo atrás, lo anterior entendido como dialéctica dominante - dominado produce nuevas prácticas cotidianas, Martin Barbero menciona que en esa dinámica se dimensiona la complicidad y también la resistencia y la réplica los cuales producen otras formas de hacer y entender la cultura. Con lo anterior se puede decir que los procesos sociales encuentran espacios y tiempos en donde se codifica y decodifica la información. Martin Barbero habla de la necesidad de investigar los usos populares de lo masivo, y es que se sabe que las clases populares construyen también otras realidades, donde se traslapa lo plural en tensiones y posiciones creadas por la dinámica friccionante de los micro poderes que construyen y deconstruyen el tejido social fluctuante en acciones casuales y causales que resultan en discursos opuestos a los procesos homogeneizantes de la repetición consumista.

La otra realidad tiene su modo de hacer (Levi Strauss) es así como va conformando su modo de percibir, lo que a su vez influye en su modo de producir el espacio social y la cultura en el territorio. En esa dinámica podemos situar lo que Martín Barbero llama “mediaciones” definidos estos como escenarios familiares, sociales, y culturales. En la familia interviene la proximidad de la televisión desde ahí se bifurcan dos formas de interpretación: la simulación de contacto y la retórica de lo directo. En la simulación de contacto el eje es la función “fática”, en el espacio familiar la lógica visual depende de la lógica del contacto que desde la expresión oral coloquial del animador –presentador crea la atmosfera de cercanía, por su parte el presentador animador más que transmitir información convierte a la familia en su interlocutor, transportándola de lo cotidiano al espectáculo.

La retórica de lo directo se desplaza sobre el eje de la proximidad es decir a través de la televisión se establece la cercanía con la audiencia; mientras que el cine se circunscribe en la estética de lo distante es la disertación del espacio mágico, la televisión en cambio comunica la estética de lo cercano, del espacio cotidiano que discurre en fragmentos de tiempo al que se ajusta la televisión en tiempos y formas repetitivas; Martín Barbero le llama la estética de la repetición es decir del espacio-tiempo que se estructura desde el fragmento de la serie, que al repetirse va

conformando unidades de medida, cantidades y fuerzas ociosas en el “tiempo libre” que alargan la fuerza del trabajo desde los tiempos de constantes repeticiones de segmentos televisivos en el ocio, mediante el cual se complementa un ciclo sistematizado casa-familia-trabajo, publico-familia-privado y gobierno-familia-empresa.

Desde lo anterior se ha cuestionado la exclusión de la televisión en las políticas culturales; pero, aunque no se le considera cultura por su poca demanda de intelecto, según Yuri M. Lotman si lo es como cultura textualizada, porque apela al sentido y al goce desde los géneros como mediación. Así como la cultura se instala en el goce y los sentidos, también el consumo se instala desde la apropiación de los sentidos y va produciendo el sentido.

La telenovela entonces se instala en el espacio familiar produciendo un sentido de pertenencia desde los otros que producen un espacio de consumo para lo familiar, la confrontación de estos espacios articula mapas diversos de organización del tiempo y del espacio, así como de sus significados. Por otra parte, desde la producción del sentido se articula una confrontación de poderes, es decir el poder del consumidor, frente al poder de un sistema, por una parte, desde el poder que se otorga o retoma el televidente al contar lo visto y proponer una trama opcional a la que es actuada y por otra parte el poder que se brinda al espacio del espectáculo de entrar en espacio cotidiano del televidente. Pero la poca demanda de intelecto, así como de la calidad de la programación proviene de la dictadura del “raiting” que ha orquestado los vacíos del espacio cultural de calidad, dichos vacíos son los que produce la farándula y el espectáculo.

### **ESPACIO PARA EL TIEMPO LIBRE, EL CONSUMO DESDE EL OCIO**

El trabajo de Augusto Arantes “Horas hurtadas, consumo cultural y entretenimiento en la ciudad de Sao Paulo” habla de la articulación entre consumo de productos de la industria cultural y la construcción social del llamado tiempo libre.

Al igual que la identidad, el espacio y el tiempo se construyen desde el consumo, desde ese enfoque se han elaborado estudios sobre el papel de la mujer en el “ocio” el tiempo libre desde lo social y el género han rebasado a la sociología del ocio ya que las diferencias entre hombres y mujeres al ejercer prácticas cotidianas que estructuran el tiempo libre son abismales; el principal factor a manera de hipótesis es la concepción flexible de la mujer hacia el tiempo, el segundo es la presión social como influencia sobre el tiempo libre femenino. Se habla que las mujeres conciben el tiempo con menos rigidez que los hombres “hay indicios de que en la actualidad la percepción del tiempo esta “feminizándose”, con rapidez, para todos, varones y mujeres; es decir, volviéndose menos polarizado (trabajo en la calle / ocio en casa), más flexible y capaz de admitir un mayor número de actividades simultaneas” (Arantes, 2006). También menciona el hecho de que en la actualidad en gran medida la mayor parte de la producción depende del trabajo masculino y femenino (incluso infantil en muchos casos) esto sucede en horas fragmentadas y se conjuga

con las tareas domésticas femeninas y masculinas cabe destacar en este punto que el espacio doméstico condensa cada vez más las actividades de tipo económicamente productivas, a esto David Harvey lo denomina “compressed”.

El tiempo libre está sujeto a las presiones sociales, de ideología y de cultura, las cuales afectan a hombres y en un grado significativo a las mujeres y su integración a las actividades del ocio en particular el deporte y otras prácticas que se desarrollan en el espacio público, un ejemplo de esto es la poderosa construcción ideológica de “pareja feliz” la cual obliga a las mujeres a buscar compañía masculina para acudir a espacios públicos.

Lo anterior se refiere a que esa construcción ideológica es en realidad una forma de articular la oferta de bienes y de servicios de ocio, mediante condicionantes de género y su relación con el espacio.

El estudio de Arantes pone énfasis en tres aspectos: 1. La organización simbólica del tiempo (trabajo / ocio: semana / fin de semana. 2. Las articulaciones entre consumo y ocio y las relaciones de género y generacionales. 3. Entre domesticidad y uso de espacios e instalaciones públicas.

El estudio de Arantes concluye con la idea de que la construcción social del tiempo libre resulta de la interacción de múltiples variables que se modulan entre ellas. También enfatiza que al parecer no existe una correspondencia muy definida entre las diferencias de género y tendencia a privilegiar la dimensión doméstica o pública del espacio social. desde lo anterior no siempre es acertada o cierta la correlación “hombre: calle; mujer: casa.

En relación a los jóvenes concluye que este sector tiene una preferencia elevada en cuanto a participar en actividades de ocio. Menciona que los jóvenes invierten más que los viejos en infraestructura de aparatos domésticos como de sonido, televisor y video, que representan la condición para acceder al consumo de diversos bienes culturales. Pero lo anterior no significa que únicamente son los jóvenes quienes más participan. El estudio anterior pone de manifiesto que las actividades analizadas como cine, espectáculo, música en vivo, actividades en el barrio por mencionar algunos son socialmente intersticiales. Esto es por que suceden en intervalos de tiempo que deben ser ajustados a la jerarquía de tiempo e ingresos económicos derivados de la actividad del trabajo y tampoco significa que estas actividades sean ordenadas por y para la producción “es decir al tiempo que admito que la segmentación del tiempo se dé principalmente en función del trabajo (como practica social efectiva) y de la producción (como marco estructural más amplio), y que la inserción en el proceso productivo restrinja el acceso de los sujetos a recursos básicos del punto de vista del consumo cultural (tales como información y equipos más allá de la disponibilidad de tiempo propiamente dicha), los datos presentados parecen confirmar que ese factor por sí solo no genera segmentos socialmente homogéneos del punto de vista de estilos de vida, gustos y practicas preferenciales en el uso del tiempo libre” (Arantes, 2006).



Es por lo anterior que para entender la estructura social además del uso de su tiempo libre es necesario involucrar las variables de género y edad pues de estas variables surgen elementos cuantitativos y cualitativos para comprender la dinámica de grupos y de espacios domésticos que son los nodos desde donde se construyen las realidades que enmarcan y dan vida al espacio territorial que se resiste a ser homogeneizado.

## **CONSUMO Y CONSUMO CULTURAL, LA PROPUESTA TEORICA DE NESTOR GARCIA CANCLINI**

García Canclini menciona que tal vez fue México el primer país donde se realizó un estudio sobre público de museos, pero que ese trabajo no tuvo continuidad. Sin embargo de alguna manera se realizan algunos sondeos cuantitativos con fines empresariales y de mercado. En las instancias de gobierno no existe un ordenamiento bien sistematizado de las estadísticas culturales ni sobre consumo cultural. García Canclini se pregunta porque México teniendo una infraestructura electrónica de las más desarrolladas no cuenta con información sobre la circulación de los productos culturales. Para conocer los efectos de las acciones del estado y la iniciativa privada estos estudios son necesarios además para conocer las demandas y necesidades de la población.

Existe además de lo mencionado anteriormente aspectos teóricos que presentan obstáculos para avanzar en el estudio del consumo cultural. En ese sentido se habla de la distorsión de la sociedad de consumo sobre la experiencia artística. Otro ejemplo es la relación que pone la clase media y popular entre consumo y gastos suntuarios y dispendio. La crítica aristocrática coincide con la crítica de los especialistas en cultura tradicional poniendo al consumo como el espacio aprovechado por los poderes políticos y económicos mediante el cual se manipula a las masas y las distraen de sus necesidades básicas. De acuerdo a lo anterior se plantea la confusión entre consumo y consumismo lo cual ha obstaculizado el tratamiento correcto de los estudios sobre consumo cultural. Para esto es necesario poder entender que significa consumo y consumo cultural. García Canclini aborda el problema del consumo desde la teoría de autores como Pierre Bourdieu, Mary Douglas y Michel de Certeau, menciona que el principal problema de la masificación de los consumos no es la homogenización, más bien es la interacción entre grupos sociales distantes que se encuentra en una trama comunicacional segmentada. En el actual esquema global las redes de comercialización tienen ofertas que se relacionan con hábitos y gustos dispares. Es decir, frente a la crítica que se hace a las industrias culturales de homogenizar a los públicos lo que en realidad se encuentra es una población fragmentada en cuanto a sus gustos.

Los economistas incluso han elaborado argumentaciones psicológicas sobre lo que ambiciona la humanidad que los especialistas desechan por considerarlas anquilosadas. Los profesionales de las ciencias sociales como antropólogos, sociólogos y psicólogos hacen interpretaciones y estudios desde lo cualitativo sin

considerar la estructura del mercado ni el concepto macroeconómico. Aunque todo lo anterior influye la pregunta que plantea García Canclini es fundamental ¿Cómo se van a encarar los problemas en este campo, si hay muy pocos investigadores especializados en el consumo? Para empezar a responder la pregunta García Canclini propone atender las teorías más significativas sobre el consumo y señalar sus principales obstáculos y enfatizar que las construcciones de los modelos teóricos -para entender el consumo- más elaborados tienen su núcleo conceptual en la crítica de dos nociones: la de necesidades y la de los bienes. Por otro lado, destaca la importancia de defenestrar la concepción naturalista de las necesidades ya que incluso la necesidad biológica de comer está regulada por las prácticas culturales.

Antes de enumerar los seis modelos teóricos del concepto de consumo presentados por García Canclini, el mismo propone una definición inicial: “podemos definir inicialmente el consumo como el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos” (García Canclini, 2006).

### **Modelo 1: el consumo es el lugar de reproducción de la fuerza de trabajo y de expansión de capital.**

Según lo explica García Canclini, en este modelo no es la demanda la que propicia la oferta de los productos y su distribución, tampoco lo son las necesidades individuales ni colectivas; las necesidades básicas de los trabajadores ya sea comer descansar y las formas de consumirlas en realidad son organizadas por las estrategias mercantiles de los grupos hegemónicos, mediante la publicidad que incita a consumir y por el modelo económico capitalista que busca incrementar sus ganancias. Así se puede explicar por qué ciertos artículos, al aparecer en el mercado se convierten en artículos de primera necesidad, por ejemplo, el televisor, radio, ropa, etc.

### **Modelo 2: el consumo es el lugar donde las clases y los grupos compiten por la apropiación del producto social.**

Desde la mirada de los productores y de la reproducción del capital cuando incrementa el consumo es porque hay mayor interés de lucro; pero desde el ámbito del consumidor cuando aumentan los productos, es porque el incremento en la demanda de estos es mayor. En el primer modelo se veía al consumo desde las imposiciones de la hegemonía en este segundo modelo se considera al consumo como un escenario de disputas por aquello que la misma sociedad produce y por las formas de uso que se le dará al objeto producido. Reconocer este escenario ha contribuido a la creación por parte de los políticos de mecanismos de demandas con respecto a la apropiación de los bienes (agrupaciones de consumidores, luchas por salarios indirectos, etc.). además, sobreestimar este nivel en los conflictos sociales –por la dimensión unilateral de algunos movimientos o por la reducción homogénea de salarios impuesta por el neoliberalismo- lleva a perder de vista el traslape entre consumo y producción.

### **Modelo 3: el consumo como lugar de diferenciación social y distinción simbólica entre los grupos.**

En este modelo el consumo es visto como el lugar en donde se crean las diferencias sociales. Entre mayor es la masificación de bienes generados, mayores son las diferencias y no tanto por el número de objetos que posean los individuos, sino por la forma en que se utilizan esos bienes, ya sea educación, alimentos, televisión, etc. Aquí se habla de la forma de convertir a los objetos consumidos en signos además de conocer en el caso de las clases bajas los procesos significantes por encima de las interacciones materiales como se observa en los gastos suntuarios de sus fiestas populares. Estudios de Pierre Bourdieu han revelado que para ocultar las diferencias por las posesiones económicas se ha buscado justificar la distinción social por los gustos que separan a unos de otros. Finalmente, tanto en clases hegemónicas como en clases populares el consumo entraña lo que se entiende como necesidades, si son definidas como indispensables para la supervivencia. Las diferencias económicas hacen que las clases populares dependan más de lo material, al experimentarlo como necesidad, pero su distancia de los grupos hegemónicos radica más en las diferencias simbólicas.

### **Modelo 4: el consumo como sistema de integración y comunicación.**

En el modelo anterior el consumo era visto como separador de clases, por ejemplo, en México, los que gustan de música clásica y los que prefieren películas de la India María, pero existen otros bienes como lo indica García Canclini, con los que sí se pueden vincular todas las clases, ya sea a través de gustos en común como el que se tiene hacia las tortillas, el mole, algún mural de Diego Rivera esto puede ser con diferente grado de apropiación, por esta razón el consumo puede servir como escenario de integración y comunicación. Lo anterior se confirma observando las prácticas cotidianas de todas las clases sociales, por ejemplo, reunirse para ir a comer, salir en grupo al cine o ir a conocer alguna plaza comercial, son comportamientos de consumo que favorecen la integración social. También existen significados que diferencian a los poseedores, si su valor es admitido por quienes no los tienen, por esa razón consumir es intercambiar significados. Luisa Leonini afirma que “a través de las cosas es posible mantener y crear las relaciones entre las personas, dar un sentido y un orden al ambiente en el cual vivimos”, eso lo demostró al estudiar a los que pasaron por un asalto en su casa y encontrar que lo afectaba igual o más que la pérdida económica, la de su inviolabilidad, y seguridad, es por ello que adquirir objetos idénticos no reparaba el daño completamente, es por esa razón que en la jerarquía de bienes sustraídos, colocaban en el lugar más alto de importancia, los que representaban su identidad personal y grupal dejando muy abajo los de mayor valor de uso y de cambio. Otra investigación efectuada en España, una familia cuyos integrantes no fumaban, tenían una colección de ceniceros de diferentes formas tamaños y colores, ¿Por qué disponer de una colección de ceniceros en donde nadie los utiliza? Los entrevistados definieron de la siguiente manera el sentido que les atribuían: “tenemos muchos parientes y como

nuestra casa la asocian a los ceniceros, sabrán siempre que regalarnos para mostrarnos su afecto”. Los ceniceros se habían convertido en un patrón de valores de cambio afectivo. Esto puede ser más evidente en el consumo de ropa de música y del espacio urbano. A través de la forma de vestir nos presentamos a los demás, así nos identifican mediante la información que les damos a través de la vestimenta, también los centros comerciales representan un intercambio de signos y distinciones.

### **Modelo 5: el consumo como escenario de objetivación de los deseos.**

Así como hemos construido culturalmente nuestras necesidades, también actuamos desde los deseos sin objeto o desde los impulsos, que no se orientan a la posesión de objetos precisos, o a la relación con personas determinadas, como se ejemplifico en los estudios de robos de objetos y en quienes coleccionaban ceniceros. El deseo es insaciable, las comidas satisfacen la necesidad de alimentarse, pero no el deseo de comer, el cual se vincula más que con el valor material de los alimentos, con el sentido simbólico de los rituales en que se ingieren los alimentos. Lo mismo se afirma del deseo sexual y de otros que se manifiestan en las formas sociales en que se mueven. Por esta razón el deseo no debe ser ignorado al estudiar las formas de consumo.

### **Modelo 6: el consumo como proceso ritual.**

En este modelo García Canclini explica que los rituales son creados por la sociedad al no soportar por tiempos prolongados la irrupción errática del deseo ni la consecuente incertidumbre de los significados. También dice que los rituales intentan organizar las satisfacciones que los bienes proporcionan a los deseos siendo además coherentes con las lógicas de producción y uso de los mismos bienes, buscando garantizar la continuidad del orden social. Douglas e Isherwood indican que los rituales “sirven para contener el curso de los significados”. pero los objetos materiales son utilizados para preservar y establecer sentidos a los rituales, en ese sentido es que a esos bienes materiales se les llama “accesorios rituales” y al consumo como “un proceso ritual cuya función primaria consiste en darle sentido al rudimentario flujo de los acontecimientos”. Aunque por un lado se satisfacen las necesidades y deseos, el hecho de apropiarse de los objetos es cargarlos de significados. “los bienes ayudan a jerarquizar los actos y configurar su sentido: las mercancías sirvan para pensar”.

### **Consumo cultural desde la perspectiva de García Canclini**

Aunque ninguno de los seis modelos de consumo son autónomos aún no se han establecido los principios teóricos y metodológicos para combinarlos entre ellos. García Canclini explica que se puede separar lo que sucede con ciertos bienes para llamarlo consumo cultural, y lo justifica teórica y metodológicamente a la independencia de los campos artísticos e intelectuales. Por ejemplo, menciona que desde el renacimiento se mueven con cierta autonomía el arte, la literatura o la

ciencia, esto es debido a que se libraron del control religioso o político. Con el tiempo se formaron públicos especializados en el arte y literatura –debido a la influencia de la burguesía, sectores medios y educación- en donde las obras que producen esos sectores son consagradas por méritos estéticos. Por esta razón existen circuitos independientes para la producción de ese tipo de bienes.

Los productos culturales tienen valores de uso y de cambio y aunque por un lado algunos pueden contribuir a la expansión del capital por otro lado los valores simbólicos están por encima del valor utilitario y mercantil. García Canclini pone el ejemplo de un automóvil que en esencia se utiliza para transportarse, en este caso el automóvil guarda aspectos culturales; pero ese mismo automóvil adquiere otros símbolos cuando se utiliza para una exposición de arte contemporáneo o un performance, en este caso lo cultural, lo simbólico, y estético predominan sobre lo utilitario y mercantil. Otros productos que poseen cierta autonomía son la radio, televisión y el cine, esto es debido a los elementos culturales simbólicos y estéticos que se integran en los procesos de generación y consumo. Los consumidores toman en cuenta el discurso simbólico de los programas que consumen de tal manera que cuando un programa carece de ese discurso pierde legitimidad ante los públicos y la crítica especializada. En ese sentido se dice que existen grupos de consumidores con formación en la historia de cada campo cultural –estos campos pueden ser ciencia, literatura, arte, incluyendo telenovelas o artesanías- en donde su consumo está regido por un conjunto aprendido de especificaciones culturales.

De acuerdo a lo anterior García Canclini establece una definición para el consumo cultural: “por tanto, es posible definir la particularidad del consumo cultural como el conjunto de procesos de apropiación y usos de producto en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica”.

“Esta definición permite incluir en el ámbito peculiar del consumo cultural no solo los bienes con mayor autonomía: el conocimiento universitario, las artes que circulan en museos, salas de concierto y teatros. También abarca aquellos productos muy condicionados por sus implicaciones mercantiles (los programas de televisión) o por la dependencia de un sistema religioso (las artesanías y las danzas indígenas), pero cuya elaboración y cuyo consumo requieren un entrenamiento prolongado en estructuras simbólicas de relativa independencia” (García Canclini, 2006).

## DEL ESPACIO PARA EL CONSUMO CULTURAL HACIA LA APROPIACION DEL ESPACIO TERRITORIAL

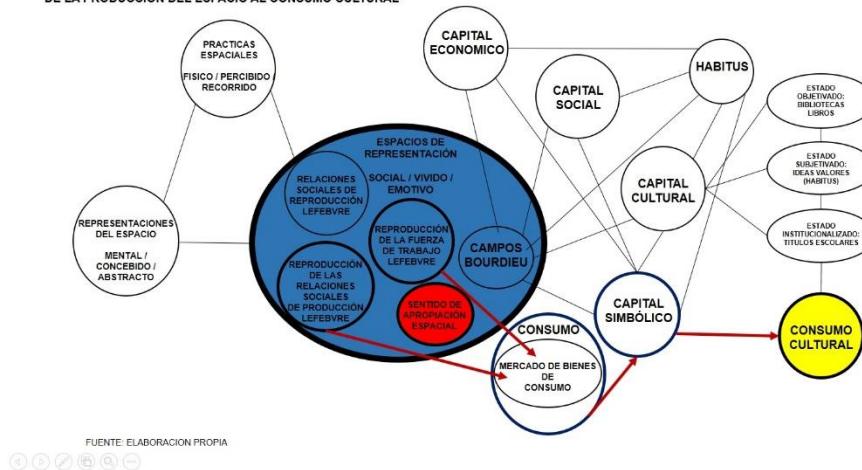
ACTORES	PROBLEMA: Prácticas culturales y apropiación del espacio cultural para la cohesión social de barrios urbanos				
	INTERESES SOBRE EL PROBLEMA	PROBLEMAS PERCIBIDOS	RECURSOS Y MANDATOS	INTERESES SOBRE EL PROYECTO	CONFLICTOS O COOPERACIÓN POTENCIALES
Comunidad del barrio en general	Disminuir la percepción de inseguridad mediante la participación de la comunidad en actividades culturales. (talleres de artes y oficios)	La comunidad según encuesta de PRONAPRED: 64.3% no asiste a museos o centros culturales y 70.2% no realiza actividades artísticas o culturales (polígono 3).	Programa sectorial de la Secretaría de Cultura 2013-2018, Morelos. Reglamento interior de la Secretaría de Cultura, Municipal y Estatal. Plan estatal de desarrollo, Morelos.	Establecer los mecanismos de acción desde la cultura para mejorar la imagen del barrio.	Intereses opuestos en cuanto a propuestas de actividades culturales entre el gobierno y la Comunidad. (faltan talleres de oficios)
Políticos	Mejorar el tejido social en el Municipio de Cuernavaca y el Estado de Morelos.	No se realizarán algunas promesas que hicieron los políticos a la comunidad. (se prometerían algunos talleres de oficios y no se cumplirán)	Programa sectorial de la Secretaría de Cultura 2013-2018, Morelos. Reglamento interior de la Secretaría de Cultura, Municipal y Estatal. Plan estatal de desarrollo, Morelos.	Los políticos buscan la participación de la comunidad en general para que exista una verdadera apropiación del espacio cultural.	Los políticos no conocen la estructura de la comunidad, no se dio seguimiento a lo trabajado por el gestor cultural.
Gestores culturales	Promover actividades culturales desde los centros culturales al interior de los barrios, también para personas ajenas al barrio.	A falta de políticas culturales en el Municipio y Estado, no hay acuerdos con el gobierno.	Programa sectorial de la Secretaría de Cultura 2013-2018, Morelos. Reglamento interior de la Secretaría de Cultura, Municipal y Estatal. Plan estatal de desarrollo, Morelos.	Que se de seguimiento a lo trabajado con la comunidad desde antes de la participación del gobierno.	Falta de acuerdos entre los gestores culturales y el gobierno.
Comunidad artística	Dar a conocer su trabajo como artistas en los talleres de artes de los centros culturales.	No saben comunicar su trabajo ya que utilizan un lenguaje con anglicismos o de elite, en un barrio que utiliza un lenguaje muy particular.	Programa sectorial de la Secretaría de Cultura 2013-2018, Morelos. Reglamento interior de la Secretaría de Cultura, Municipal y Estatal. Plan estatal de desarrollo, Morelos.	Generar un vínculo con la comunidad por medio del arte.	Inadecuada forma de promover su trabajo.
Iniciativa privada	Dar a conocer su producto, interés económico de venta.	Instrumentos musicales y artísticos de costos muy elevados (cursos de fotografía en la Carolina y de música en la Estación).	No hay políticas culturales.	Buscar vincularse con las instituciones para vender sus instrumentos musicales o artísticos.	El gobierno gestiona recursos para la compra de los instrumentos musicales de la Academia de música en el Barrio la Estación

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Hasta este punto el eje de la investigación fue desde los estudios culturales y consumo cultural, de acuerdo a lo observado en campo propuse un cuadro de actores; después al analizar la dinámica entre los actores sociales con la teoría consultada desde Lefebvre y Sosa Velazquez ubiqué el sentido de apropiación en el espacio social.

“Son esos sujetos o actores sociales –propios o ajenos a un territorio– quienes, desde sus representaciones del territorio, están en constante búsqueda por proyectarlo, por hacerlo parte de su cohesión, o entran en constante confrontación y disputa por construirlo, apropiárselo y controlarlo”. (Sosa. 2012)

HENRI LEFEBVRE / PIERRE BOURDIEU  
DE LA PRODUCCION DEL ESPACIO AL CONSUMO CULTURAL



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

## **DEL CONSUMO CULTURAL A LAS PRACTICAS CULTURALES**

Como se ha mencionado anteriormente en los desplazamientos teórico metodológicos explicados por Sunkel se han detectado factores que son fundamentales para resolver los intersticios en la investigación sobre el consumo cultural, esos factores son primero el agotamiento del análisis estructural de los textos de la cultura de masas, el segundo es que se reconoce que hay un desconocimiento sobre lo que ocurre del lado de los públicos y el tercero es de que una política cultural democrática requiere superar las formulaciones dirigistas y vincular demandas reales hacia los diferentes segmentos poblacionales. (Sunkel, 2006)

Además de esos factores y de acuerdo a lo abordado en este estudio, en las investigaciones de Barbero, Arantes y Canclini, se puede observar que la conceptualización sobre consumo cultural como objeto de investigación es todavía muy imprecisa debido los constantes cambios sociales, en donde incide lo político y lo económico, por tal motivo se requiere replantearse el significado del consumo cultural constantemente proponiendo nuevas líneas de investigación con sus respectivas propuestas epistemológicas y metodológicas.

El consumo cultural ha servido como eje teórico y hasta este punto permite conocer la relación del consumo cultural con la estructura social. ....

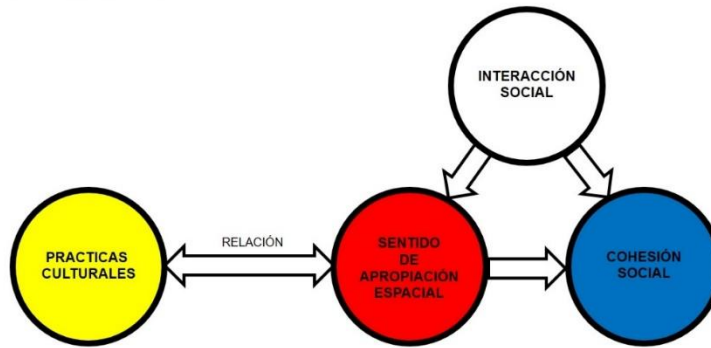
Lefebvre y Bourdieu

En otras investigaciones como la realizada por Peters Nuñez se habla de la definición inconclusa y de las debilidades empíricas de los estudios sobre consumo cultural (Peters, 2010).

.....

Revisando el mapa conceptual que guía esta investigación he modificado el objeto de estudio, revisando la literatura de Bourdieu, encontré que las prácticas culturales individuales y colectivas son resultado de la dialéctica entre los campos y el habitus, desde esa perspectiva modifiqué mi objeto de estudio, quedando de la siguiente manera:

## OBJETO DE INVESTIGACIÓN



FUENTE: ELABORACION PROPIA

## EL ESPACIO URBANO EN MORELOS A PRINCIPIOS DEL SIGLO XX

Después de la revolución armada se percibía desolación en el territorio morelense, incluso la población había disminuido considerablemente, el abandono se apoderó de las calles del estado, se encontraban paralizadas las actividades como el comercio, agricultura e industria; el trabajo parecía inexistente, por esta razón, así como la percepción de inseguridad la gente emigró hacia otros territorios; era necesaria la reconstrucción. En 1920 al ser nombrado Gobernador constitucional



del Estado de Morelos, José G. Parrés se ocupó del reparto agrario que quedo establecido en la Constitución de 1917, se repartieron 100 mil hectáreas de tierras aptas para el cultivo en el estado, así mismo se fundaron 46 escuelas y se otorgó una pensión a los familiares de los revolucionarios. Un punto notable es la regularización de más de cuarenta asentamientos irregulares. Pero esto no trajo calma al estado incluso existía inestabilidad política situación que llevo al desconocimiento de Parres en 1923 por el jefe militar Genovevo de la O. La situación se complicó con algunos brotes de la rebelión cristera en las zonas de Palpan, Coatlán del Río, Cacahuamilpa, Tetlama, Miacatlán y Puente de Ixtla en el estado de Morelos. Durante la segunda mitad de los años veinte figuraron en la gubernatura del estado Ambrosio Lapuente y Carlos Lavín, cuando Lavín convoco a elecciones en abril de 1930 resulto electo Vicente Estrada Cajigal y al final de ese mismo año se promulgo la Constitución Política del Estado de Morelos. Desde el inicio de la década de los 30's entre otras se incrementó la partida destinada a obras públicas, fue así como la reconstrucción también fue notoria en Cuautla y Yautepec, el mejoramiento urbano fue una de las prioridades, fue alrededor de 1931 que se hizo realidad la carretera que va de Cuernavaca a Tepoztlán así como el camino que conectaba a Jiutepec con la carretera a Cuautla cabe resaltar que en muchas de estas obras fue notoria la presencia del poder federal además del poder local. La transformación del espacio urbano no fue inmediata, pero la inversión en mejoramiento del estado por esos años ha tenido un efecto con el paso del tiempo. (Urcino, 2004 pp.85).

Los gastos para el mejoramiento urbano del Estado fueron en diferentes rubros “la verdad es que, desde principios de esa década, se intentaba revertir esta triste realidad; por eso a grosso modo, de enero a mediados de mayo de 1931, las erogaciones estatales en carreteras y obras públicas alcanzaron la cifra de 3 mil 320.42 pesos (probablemente sin considerar mano de obra. El resto de sus gastos se destinó a los siguientes rubros: en mobiliario y equipo de oficina, 1 mil 227.98 pesos; propaganda para el fomento al turismo, 270 pesos; y espectáculos culturales, solamente 73 pesos” (Urcino, 2004 pp.85).

En ese sentido la inversión en obra pública fue de gran importancia no solo en nuevas construcciones o trazo y pavimentación de caminos también lo fue en el abastecimiento de agua potable a una parte del territorio morelense en Cuernavaca incluso los lavaderos públicos fueron demolidos argumentando que ya se contaba con el servicio de agua potable, con todas las obras realizadas en ese entonces la prensa local ponía al estado de Morelos como un ejemplo para otros estados, el espacio urbano estaba transformándose y crecía por la inversión en obra pública alcanzando espacios rurales como por ejemplo Ahuacatitlán y Chipitlán en donde se introdujo red telefónica y obra hidráulica.

## **EL ESPACIO PARA EL TURISMO EN MORELOS A PRINCIPIOS DEL SIGLO XX**

“El turismo en México es un producto genuino de la Revolución” Alberto J. Pani (Madero, 2005)

La reconstrucción del espacio territorial de la nación estaba latente después del movimiento armado, era prioridad para el gobierno mexicano reestablecer la relación comercial con Estados Unidos; relación que se había deteriorado durante la revolución armada, fue así como el presidente en turno Álvaro Obregón brindó el apoyo solicitado por la cámara de comercio para empezar las gestiones mediante las cuales se buscaba recuperar la interacción comercial entre ambos países, (Mateos, 2006). En ese entonces a nivel nacional se pensó en el turismo como un espacio, que, desde sus pilares en la cultura y sus medios físico y natural, podría alcanzar la estabilidad financiera a nivel internacional, fue así como desde una visión empresarial se empezó a revalorar lo hecho en México, esto fue desde un eje del estado que articulaba el fortalecimiento de la identidad nacional, por esta razón las actividades culturales tradicionales como la elaboración de artesanías, bailes y música adquirirían un nuevo valor en tanto que los sitios arqueológicos daban la oportunidad de encontrar nuevas lecturas a su monumentalidad estereotómica.

Alberto J. Pani enfatizaba la parte empresarial inherente al turismo y su efecto de ambas partes en el territorio nacional, por esta razón hablaba de mejorar los servicios de los que depende la actividad turística entre los más importantes los hoteles, restaurantes, líneas de ferrocarril y carreteras, en lo que respecta al ámbito legal el turista ocupó un lugar hasta 1926, esto cuando se reformó la ley de migración de 1908 integrándose la categoría de turista, de esta manera se podían otorgar cartas de identidad a los turistas, expedidas en los consulados. (Mateos, 2006).

De acuerdo a lo anterior el turismo fue uno de los pilares para el desarrollo del estado de Morelos en el primer tercio del siglo XX, ya desde ese entonces la prensa local consideraba a la ciudad de Cuernavaca como la “meca del turismo”. Las autoridades mostraban interés en incrementar el turismo, se intensificó la promoción y se colocaron letreros incluso en automóviles mencionando lo atractivo y fértil de la ciudad, en ese entonces la Laguna de Tequesquitengo fue uno de los objetivos en materia turística, el plan del gobierno fue la creación de un balneario junto al lago para generar atracción turística, y se mandaron hacer los estudios correspondientes para dicho proyecto. Se registraron en el periódico oficial del estado de Morelos un número importante de visitantes al inicio de la década de los 30's, una de las características que resalta de la mayoría de esos visitantes, es que eran trabajadores de empresas las cuales eventualmente organizaban excursiones para sus trabajadores y sus familias, entre las empresas más notables estaban: América Photo y la Fábrica de Cerillos la Imperial, las cifras que se tienen registradas en abril de 1931 son de 48 mil 523 personas quienes llegaron en 8 mil 523 automóviles, uno de los factores que tuvo mucho que ver para alcanzar estas cifras fueron las fiestas de la semana santa y las vacaciones de primavera que se otorgaron a un número significativo de empleados. (Urcino, 2004 pp. 90-91)

Desde entonces el turismo significó una palanca para el crecimiento económico del estado y se empezó a potencializar esta actividad, las características geográficas y climáticas del estado empezaron a ser del gusto de muchos de sus visitantes, lo cual se vio reflejado en el incremento de la actividad turística.

Los manantiales y ríos del estado de Morelos fueron uno de los principales atractivos, entre estos se encontraban los que el gobierno federal declaró propiedad de la nación hacia finales de 1931, algunos de ellos son: los manantiales Fundición, los cuales se localizaban en el cuadrante derecho pertenecientes al cauce del río Amacuzac, en el municipio de Jojutla del estado de Morelos y los manantiales de El Salto, Tetecalita en el municipio de Jiutepec, en ese sentido también se habilitaron para las actividades de esparcimiento áreas tanto rurales como urbanas de la mano de mejoramiento de caminos que conducían a esos destinos en las afueras de la ciudad de Cuernavaca, como la carretera que conectaba con las grutas de Cacahuamilpa y que dentro de su recorrido los turistas podían visitar otros lugares muy atractivos como Coatlán del río, Mazatepec, Miacatlán, Tetecala y otras localidades a los alrededores, en Cuernavaca el pueblo conocido como El Salto (San Antón) se consideró como centro histórico, lo que significó inversión en infraestructura para mejorar su imagen urbana desde la introducción de servicios como agua potable, luz y delineamiento de calles; todas estas mejoras en el espacio urbano y rural de Morelos generó que se empezara a incrementar el número de turistas incluyendo personalidades de la política y del mundo artístico nacional e internacional (Urcino, 2004 pp. 91-92)

El embajador estadounidense en México Dwight Morrow en una carta escrita a su amigo le explica detalladamente un camino a Cuernavaca:

“La orilla del camino estaba cubierta de flores silvestres, largos tallos de salvia azul morado, siempre hay indios en el camino, algunos montando pequeños burros grises, bajitos y sencillos[...] los hombres usan un sarape de alegres colores y las mujeres, un rebozo, que sirve como canasta de mercado y como porta-bebé, el aire es suave y el clima, semi-tropical”. (Mateos, 2006 pp37 cita a Amhersts College Archives)

Una vez nombrado embajador en 1927 Morrow se dedicó en gran parte a reestablecer la relación económica entre Estados Unidos y México desde la cultura y la política, era notorio su interés por la artesanía, arquitectura, el contexto social y artístico acercándose incluso a personalidades del arte mexicano como Diego Rivera y Frida Kahlo”. (Mateos, 2006)

Otro ejemplo de la creciente actividad en Cuernavaca es la documentada en Morelos Nuevo, Periódico Oficial del estado de Morelos del 27 de agosto de 1933

“El domingo pasado, entre un nutrido número de distinguidas personas de la capital de la República y del extranjero, notamos la presencia hasta de 6 gobernadores de los diversos estados, estando entre otros el profesor Manuel Páez, actual

Gobernador de Sinaloa, el Senador Carlos Riva Palacios, el doctor Baltasar Izaguirre Rojo y algunas personas más que por falta de espacio sentimos mucho no mencionarlas”. (Urcino, 2004 pp. 93 cita Morelos Nuevo, agosto 27 de 1933).

Además de las personalidades mencionadas un punto a destacar son las cifras documentadas en el periódico oficial del estado de Morelos y citadas por Urcino Viedma:

“En lo que se refiere al número de turistas que concurrían a la entidad, el Departamento de Turismo informó que, durante el mes de agosto de 1933, por la carretera nacional México Acapulco entraron 9 mil 159 automóviles que transportaron a 61 mil 159 visitantes, mientras que por la carretera México-Cuautla se introdujeron 5 mil 425 automóviles con 42 mil 850 personas, lo que arrojaba un total de 104 mil excursionistas, tanto nacionales como extranjeros. Estas cifras mensuales resultaban infinitamente superiores a las consignadas para cualquiera de las afluencias citadas en los meses de 1931”. (Urcino, 2004 pp. 93 cita Morelos Nuevo, septiembre 3 de 1933). Para el mes de octubre se documentó un aforo de 94 mil personas, se dice que 54 mil 230 de esas personas entraron por la carretera México - Acapulco y 39 mil 530 ingresaron por la carretera México – Cuautla, los lugares más visitados fueron el paseo de el Salto y el parque de la Revolución; algo que llama la atención es que las cifras anteriores fueron superadas para el mes de noviembre y fue por razones de índole cultural, es decir, parece que la tradición conocida como “día de los difuntos” fue un factor determinante para que se incrementara el número de visitantes a Cuernavaca.

## **EL ESPACIO PARA LA CULTURA EN MORELOS A PRINCIPIOS DEL SIGLO XX**

El espacio social se recomponía desde las expresiones culturales y artísticas, destacando como principal actividad pictórica apoyada por el gobierno el muralismo, en donde eran los principales exponentes a nivel nacional algunos artistas como José Clemente Orozco, Diego Rivera, David Alfaro Siqueiros, el Doctor Atl, Juan O’Gorman, Jorge González Camarena y José Chávez Morado, entre otros, (Urcino, 2004 pp. 98)

“En lo que se refiere a la obra plasmada en Cuernavaca, a fines de 1929, el embajador norteamericano en nuestro país, Dwight W. Morrow, invitó al pintor Diego Rivera para la elaboración de un mural que decoraría una parte de los interiores del Palacio de Cortés, lo que se convertiría en una galería de más de cuatro metros de altura y treinta y dos metros de longitud; en pago a dicho trabajo Rivera recibiría la cantidad de 12 mil dólares. En palabras del embajador, dicho mural era un regalo del gobierno de Estados Unidos al pueblo mexicano y morelense y el tema debería tener sentido histórico. Pese a tener iniciados sus murales en el Palacio Nacional, Diego Rivera emprendió su labor pictórica en el Palacio de Cortés al iniciar el año de 1930 para concluir justo el día de los festejos de la independencia (15 de septiembre) de ese mismo año. Durante ese lapso fincó su estancia en la ciudad de

Cuernavaca, específicamente en la casa que la familia Morrow tenía en esta ciudad”. (Urcino, 2004 pp. 98)

# CAPITULO 3 METODOLOGIA

## METODOLOGIA:

### Proceso de colección de datos y técnicas de análisis de datos

#### METODOLOGIA DE INVESTIGACION APLICADA AL PRESENTE ESTUDIO

La metodología de investigación aplicada a este estudio es mediante un diseño flexible desde el estilo de investigación cualitativa, se aplicará la tradición de estudio de casos en el entendido de que este tipo de investigación es abordada desde los estudios descriptivos, también llamados estudios de observación, estos estudios son entendidos como aquellos donde se recolecta información, sin cambiar el entorno (es decir, no hay manipulación por parte del investigador a diferencia de los estudios experimentales). Se han realizado aproximadamente 30 entrevistas entre los tres estudios de caso.

Los participantes conformaron una muestra de 10 entrevistados por cada estudio de caso.

La selección de la muestra está enfocada a las personas que están interactuando con los espacios culturales, por tal motivo entre los sujetos a entrevistar se encuentran los que trabajan en la dirección del espacio cultural, a los que imparten un taller, los asistentes a talleres y a la comunidad; conformando así un bloque de 10 participantes por espacio cultural.

El instrumento aplicado, es la entrevista semiestructurada a profundidad; mediante una guía ordenada de acuerdo a las áreas generales del objeto de estudio.

La unidad de análisis son las experiencias de los que interactúan directa o indirectamente con el espacio cultural.

Las entrevistas se desarrollaron en el interior de cada espacio cultural y en el interior del barrio urbano.

la triangulación es una estrategia que se ha seguido en esta investigación para aumentar la credibilidad, calidad de datos y la confianza, por tal motivo se ha considerado: 1 un análisis integrado sistematizado de los datos obtenidos en diferente tiempo y espacio. 2 se han observado el objeto de estudio desde diferentes perspectivas teóricas.

El análisis de datos se logró en un primer momento desde la transcripción de las entrevistas grabadas para posteriormente analizar los datos de las entrevistas de manera sistematizada.

La investigación se apoya desde un mapa conceptual que conforma varios niveles de análisis: la producción del espacio desde la teoría de Henri Lefebvre y la teoría de los campos de Pierre Bourdieu, una vez desarrollados estos conceptos se

articularon los elementos que conforman el objeto de estudio; es decir la relación entre las prácticas culturales con la cohesión social mediante la apropiación de espacio y la interacción social en los espacios culturales de los barrios urbanos analizados.

A continuación, se presenta el resumen del diseño de investigación cualitativa que será utilizado para esta investigación.

## **DISEÑO DE INVESTIGACIÓN CUALITATIVA METODO FLEXIBLE**

### **PROPÓSITOS**

**Tema:** espacios culturales, espacio territorial

**Problema:** Conocer la relación entre prácticas culturales y apropiación espacial por parte de los sujetos que interactúan en los espacios culturales y como esta relación influye en la cohesión social y la configuración del espacio territorial de los barrios urbanos en donde están presentes esos recintos culturales.

**Justificación:** Debido a la definición inconclusa y las debilidades empíricas de los estudios sobre consumo cultural, resulta importante establecer otras reflexiones sobre el efecto del consumo cultural en otras áreas del campo social, de esta manera se pueden aportar elementos conceptuales que pueden ayudar a precisar la definición sobre consumo cultural y poder ampliar la comprensión de la realidad empírica sobre estudios de consumo cultural.

De acuerdo a lo observado en campo, la dinámica social se hace más compleja en el momento de la interacción entre los espacios culturales con los actores sociales, estos hechos configuran el territorio en su dimensión política, económica, social y cultural; generándose nuevos territorios o territorialidades en donde la apropiación simbólica y cultural de los espacios es parte de ese proceso de acción colectiva.

En mi investigación se quiere conocer cuál es la relación entre prácticas culturales y cohesión social, en donde el sentido de apropiación espacial es un elemento importante para dar forma a la cohesión social entre los sujetos que interactúan directa o indirectamente con los espacios culturales y como esta relación influye en la configuración del espacio territorial de los barrios urbanos en donde están presentes esos espacios culturales.

Considero que desde las prácticas culturales se puede lograr cohesión social entre los sujetos de diferentes barrios urbanos, otro aporte a destacar es en lo social, ya que esta investigación ayuda a conocer desde lo micros social ciertas características

de los barrios urbanos y sus habitantes, sus símbolos, saber cómo los habitantes de cada barrio urbano han modificado sus prácticas cotidianas desde su relación con el espacio cultural, cómo; y en quienes se va desarrollando el sentido de apropiación del espacio y una vez apropiado el espacio, como se da la construcción del lugar y el efecto de estos elementos en el territorio dado que este se entiende que emerge desde la estructuración de grupos humanos, espero en lo teórico y metodológico lograr aportar desde la aproximación al funcionamiento entre el espacio, con la apropiación, el habitus y las prácticas culturales.

**Propósitos prácticos:** conocer las dinámicas sociales con respecto a los espacios culturales

**Propósitos teóricos:** enriquecimiento conceptual entre la teoría de la producción del espacio y la teoría del consumo cultural

**Propósitos personales:** aportación de un estudio como parte de los objetivos académicos de la institución

## **CONTEXTO CONCEPTUAL**

**Investigaciones realizadas:** observación en campo, encuesta exploratoria y conversaciones informales a los visitantes de espacios culturales

**Estado del arte:** líneas de investigación sobre consumo cultural y su relación con el territorio y procesos de apropiación: Rita Eder, Apropiación del arte y patrimonio. García Canclini, Consumo e identidades sociales. Ana Wortman, pensar las clases medias.

**Ergonomía (conocimientos surgidos de estudios piloto o de investigación anteriores):** mediante las entrevistas a los actores de los espacios culturales he podido conocer los problemas y patrones en el espacio social y la interacción de la comunidad con los espacios culturales, lo que me permitió establecer los objetivos a estudiar, posteriormente hacer la selección de muestra para poder recoger los datos y analizarlos

**Mapa conceptual:** producción del espacio, capital cultural, capital simbólico, consumo cultural, apropiación del espacio

**Función del contexto:** ampliar el andamiaje conceptual que se puede relacionar con la teoría del consumo cultural

## **PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN**

¿los museos y centros culturales ubicados en barrios urbanos contribuyen a la cohesión social?



## **OBJETIVO GENERAL**

Conocer el impacto de los museos y centros culturales en la configuración del espacio territorial en Cuernavaca desde la relación entre prácticas culturales, apropiación del espacio y cohesión social.

## **OBJETIVOS ESPECIFICOS**

Analizar los antecedentes económicos, sociales, demográficos y políticos que existen en relación a los espacios culturales y su efecto en el espacio territorial y las dinámicas de consumo cultural.

Conocer las prácticas culturales de la comunidad de los barrios urbanos donde se encuentran los espacios culturales.

Sistematizar la información obtenida de las entrevistas para conocer el proceso de apropiación de los espacios culturales estudiados.

## **EL MÉTODO**

**Estilo:** investigación cualitativa

**Tradición:** estudios de casos

**Presentación del investigador:** estudiante de maestría

**Técnicas:** observación en campo, cuaderno de notas, conversaciones informales, entrevistas grabadas, encuestas, fotografías

**Análisis:** grabaciones, codificación (abierto, axial y selectivo)

**Unidad de análisis:** comunidad de barrios urbanos, visitantes de espacios culturales

**Muestra:** aleatoria / estratificada

**Ética:** confidencialidad de datos, conservar el anonimato de informantes y entrevistados

## **CRITERIOS DE CALIDAD**

**Credibilidad:** trabajo en campo, triangulación, control de director y tutores

**Generalidad:** en el interior de los barrios urbanos

**Seguridad:** datos obtenidos de manera organizada y estructurada, se pueden revisar datos y resultados

**Confirmabilidad:** subjetividad de los entrevistados, observación de campo, análisis de datos e interpretación del investigador

**Contribuciones:** su contribución es al enriquecimiento del bagaje conceptual entre las teorías de consumo cultural y la producción del espacio, que pueden servir para comprender la transformación urbana desde la cultura y los inherentes aspectos sociales que toca, además de ser un antecedente para futuras investigaciones.

## TECNICAS DE INVESTIGACIÓN

He trabajado con las siguientes técnicas de investigación en campo en los barrios la carolina y la estación.

### Observación de campo:



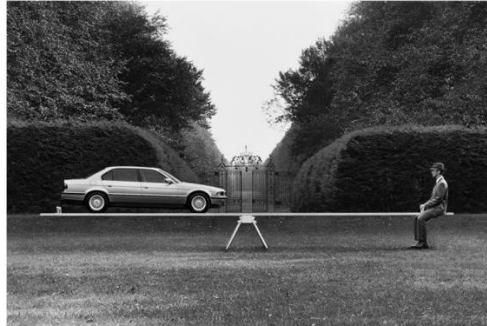
Las observaciones de campo contribuyeron a conocer los actores que intervienen en el objeto de estudio; también a conocer los detalles más significativos en la dinámica social por ejemplo como es la comunicación entre los actores y las dificultades para tener acuerdos entre ellos.

### Las entrevistas:



Son una herramienta metodológica que tienen la finalidad de obtener información, las entrevistas se constituyeron en un eje estratégico que me permitió conocer e interpretar la experiencia de los actores y como se estructura la dinámica social frente a los acontecimientos y su relación con el fenómeno estudiado.

### **Conversaciones informales:**



Esta técnica permitió ampliar la información porque más que el registro de varios acontecimientos se centra en las expresiones desde la emoción y el verdadero sentir del emisor, esto permite obtener datos desde un enfoque cualitativo.

### **Reflexividad:**



Esta técnica de investigación resulto ser una guía para identificar experiencias y aprendizajes, también mediante el balance entre lo ideal y la realidad buscar elementos teóricos que me acerquen a reconocer el contexto, las causas, y los efectos que intervienen en el proceso de investigación, mediante la autoconciencia,

análisis crítico, síntesis, evaluación; el objetivo de esta técnica es salvaguardar la congruencia metodológica.

### Cuadro de actores:

El cuadro de actores de acuerdo a lo observado en campo en el centro de desarrollo comunitario los chocolates, la academia de musica Benning y el museo Juan Soriano se compone de los siguientes elementos:

ACTORES	PROBLEMA: Prácticas culturales y apropiación del espacio cultural para la cohesión social de barrios urbanos				
	INTERESES SOBRE EL PROBLEMA	PROBLEMAS PERCIBIDOS	RECURSOS Y MANDATOS	INTERESES SOBRE EL PROYECTO	CONFLICTOS O COOPERACIÓN POTENCIALES
Comunidad del barrio en general	Disminuir la percepción de inseguridad mediante la participación de la comunidad en actividades culturales. (talleres de artes y oficios)	La comunidad según encuesta de PRONAPRED: 64.3% no asiste a museos o centros culturales y 76.2% no realiza actividades artísticas o culturales (polígono 3)	Programa sectorial de la Secretaría de Cultura 2013-2018, Morelos. Reglamento interior de la Secretaría de Cultura, Municipal y Estatal. Plan estatal de desarrollo, Morelos.	Establecer los mecanismos de acción desde la cultura para mejorar la imagen del barrio.	Intereses opuestos en cuanto a propuestas de actividades culturales entre el gobierno y la Comunidad. (faltan talleres de oficios)
Políticos	Mejorar el tejido social en el Municipio de Cuernavaca y el Estado de Morelos.	No se realizaron algunas promesas que hicieron los políticos a la comunidad (se prometieron algunos talleres de oficios y no se cumplirán)	Programa sectorial de la Secretaría de Cultura 2013-2018, Morelos. Reglamento interior de la Secretaría de Cultura, Municipal y Estatal. Plan estatal de desarrollo, Morelos.	Los políticos buscan la participación de la comunidad en general para que exista una verdadera apropiación del espacio cultural.	Los políticos no conocen la estructura de la comunidad, no se dio seguimiento a lo trabajado por el gestor cultural.
Gestores culturales	Promover actividades culturales desde los centros culturales al interior de los barrios, también para personas ajenas al barrio.	A falta de políticas culturales en el Municipio y Estado, no hay acuerdos con el gobierno.	Programa sectorial de la Secretaría de Cultura 2013-2018, Morelos. Reglamento interior de la Secretaría de Cultura, Municipal y Estatal. Plan estatal de desarrollo, Morelos.	Que se desegimiento a lo trabajado con la comunidad desde antes de la participación del gobierno.	Falta de acuerdos entre los gestores culturales y el gobierno.
Comunidad artística	Dar a conocer su trabajo como artistas en los talleres de artes de los centros culturales.	No saben comunicar su trabajo ya que utilizan un lenguaje con anglicismos o de elite, en un barrio que utiliza un lenguaje muy particular.	Programa sectorial de la Secretaría de Cultura 2013-2018, Morelos. Reglamento interior de la Secretaría de Cultura, Municipal y Estatal. Plan estatal de desarrollo, Morelos.	Generar un vínculo con la comunidad por medio del arte.	Inadecuada forma de promover su trabajo.
Iniciativa privada	Dar a conocer su producto, interes económico de venta.	Instrumentos musicales y artísticos de costos muy elevados (cursos de fotografía en la Carolina y de música en la Estación.	No hay políticas culturales.	Buscar vincularse con las instituciones para vender sus instrumentos musicales o artísticos	El gobierno gestiona recursos para la compra de los instrumentos musicales de la Academia de música en el Barrio la Estación

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

De acuerdo al cuadro de actores he analizado la dialéctica espacio - actores y espacio social - espacio arquitectónico, después me centre en la trialectica de Henri Lefebvre para abordar el espacio social y poder llegar al capital cultural propuesto por Pierre Bordieu, desde lo anterior elabore los siguientes esquemas:

## EL GESTOR CULTURAL Discurso: sentido de pertenencia Galo Ibarra.

La Carolina. (la gestión desde grupos no institucionalizados)  
ENTREVISTA DE CAMPO (FRAGMENTO).

...Nos reuníamos donde se reunían todos los cuates a vender artesanía... ahí empezamos a conocer a gente como kristos Lazama, el trébol artistas urbanos... los nietos de María Sabina que han trascendido con el tiempo... esto me acarca mas a la música pero también con ellos empezó a conocer gente como Cisco Jiménez... Jorge Gali que era fotógrafo... Ricardo Ariza que hacia sus pininos como escritor...  
...Con el tiempo nos cambiamos de espacio y tomamos las escaleras del "moreletes"... no sabíamos que estábamos coincidiendo con movimientos como el zapatista y algunos otros... Con Violeta Vázquez Rojas Jorge Gali Fernando Gorceales el "brother" camilo Soberanes, kristos, algunos otros tomamos la decisión de empezar hacer ya cosas, no sabíamos cómo se llamaba lo que estábamos haciendo, pero en ese momento estábamos haciendo gestión cultural justamente...  
...enfocados por iniciativa de violeta decidimos hacer una revista contracultural que se llama "mestizaje"... yo me involucré más en la gestión para hacer un evento y presentar esta revista y socializarla lo más posible... nosotros ya habíamos sacado un cartel en donde estábamos presentando a kristos como trova rock... Ricardo Ariza iba leer unos textos... yo tenía un banda de punk...  
...no habíamos contemplado que estuvieran tantos grupos... cuando ellos se dan cuenta que iba ver esta presentación en una plaza pública (plaza de armas) me llamaron por teléfono y me dijeron oye queremos tocar (...) yo les decía a los de las bandas oigan, pero no hay para pagarles ni besitos ni nada y me dijeron no nosotros llevamos nuestro equipo y tocamos nos interesa estar en esto...  
cuando nos dimos cuenta la plaza estaba llena de gente que fue a ver tanto la presentación de la revista como a los grupos como una pequeña exposición fotográfica que pusimos con algunas fotos de Jorge Gali algunas piezas de arte que nos prestó Cisco y Johanan a los artesanos que también aprovecharon para vender en la plaza de armas...  
era importante que lo hicieramos en el "moreletes" justamente para contrarrestar todo lo que se estaba hablando mal de nosotros entonces fue demostrar socialmente que si... éramos unos vagos con una iniciativa artística y cultural muy clara y que con el tiempo se volvió importante después que el moreletes se volvió una especie de institución... ya han pasado 24 años de este primer evento grande coincidimos en que fue una especie de escuela para todos nosotros como un laboratorio donde todos aprendimos de todos... la mezcla de gente era impresionante estaba ahí tanto el hijo del Dr. Raúl como el cuate que cuidaba la puerta en algún lugar o los artesanos mismos los punks los patinetos metaleros... todo eso se unía en un solo espacio.

Tito Quiroz.

La Estación.  
(la gestión desde grupos institucionalizados)  
ENTREVISTA morelos.Gob.mx (FRAGMENTO).

En 2015, Tito Quiroz Águila recibió el Premio Nacional de la Juventud, después de esto, Elena Cepeda lo contactó para dar una plática en los albergues que tiene el DIF y motivar a los jóvenes, ya que él creció en un albergue y salió adelante.  
"Yo no sabía quién me estaba trayendo, sino hasta que después que llegué a Morelos me di cuenta de que quién me invitó fue la esposa del Gobernador", relató Tito Quiroz, quien ha logrado cambiar la vida de varios jóvenes a través de la música.  
"Soy mexicano, creo en mi gente, creo en mis jóvenes y creo que podemos hacer una diferencia (...). estamos buscando transformar la vida, no venimos a menos, venimos a cambiar Patios de la Estación mi corazón está aquí", expresó.  
El proyecto ya existe, ya funciona, en Baja California, por ejemplo, logró disminuir la reincidencia delictiva.  
"Es a través del amor y del servicio que hacemos una diferencia. Nos conocieron porque disminuimos por primera vez un cárcel, el 70 por ciento en Baja California por primera vez en el mundo, a través de las artes, y lo único que hicimos fue enseñar a los jóvenes a través de la música", detalló.



## EL GESTOR CULTURAL SURGE DE LA COHESION DE LA CULTURA URBANA Y SU ACTIVIDAD INFLUYE EN LA CULTURA Y EN EL ESPACIO SOCIAL.

"La cohesión de las culturas nacionales y urbanas fue generada y sostenida, en parte, gracias a que las artes cultas y populares proporcionaban iconografías particulares como expresión de identidades locales". García Canclini. 1995. Pág. 86. Consumidores y Ciudadanos, conflictos multiculturales de la globalización. Editorial Grijalbo S.A. de C.V

La cultura: "pertenencia comunitaria y contraste con los otros" (2004:114). García Canclini (2004) "Diferentes, desiguales o desconectados". En: REVISTA CIDOB D'AFERS INTERNACIONALS 66-67. Representaciones e interculturalidad.

Los gestores: "están modificando las reglas influyendo en la cultura desde el modelo económico actual, en donde la conducta humana es "domesticada, regular, rutinaria, monótona e inflexible...ahora los seres humanos han sido reciclados... en forma de consumidores". Zygmunt Bauman, La cultura indisciplinada e imposible de controlar, en "Vida Líquida", pp. 80

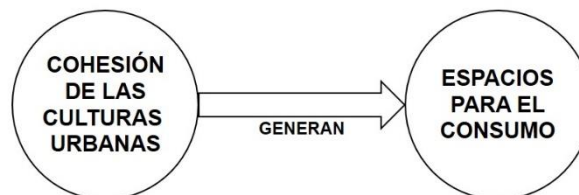
Consumo Cultural " el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica" (García Canclini, 1999:42). (1999) "El consumo cultural: una propuesta teórica". En: Guillermo Sunkel (coord.): (El Consumo Cultural en América Latina. Colombia. Convenio Andrés Bello.

legitimación del espacio:

El geógrafo francés René Maximy, menciona que "...las actividades culturales en la calle, son un gesto de autogestión por parte de sus habitantes" (En Monnet, 1999:180). Monnet, Jérôme. (1999) *Ville et pouvoir en Amérique. Les forms de l'autorité*. L'Harmattan Ed. Paris.

"El concepto de espacio liga lo mental y lo cultural, lo social y lo Histórico". (Lefebvre H. 1974. La producción del espacio. Capitán Swing Libros, S. L. Pág. 57).

## EL GESTOR CULTURAL





## EL ESTADO

Discurso político: rescatar el tejido social desde la cultura

### CDC los chocolates. Barrio La Carolina

Durante su intervención, el representante de la SEDATU, Didier Jiménez, resaltó que el programa HÁBITAT busca contribuir a mejorar la calidad de la seguridad ciudadana, preferentemente de la población en condición de marginación. Con esta obra, en Morelos arranca el Programa de Recuperación de Espacios Públicos, rehabilitando áreas en condiciones de deterioro, abandono o inseguridad, para propiciar una convivencia armónica de la comunidad.

Por su parte, Rosario Robles reconoció el trabajo del gobernador Graco Ramírez para rescatar la comunidad y recuperar el tejido social a partir de estos centros de desarrollo comunitarios y de la intervención urbana, por lo que aseguró: "Para mí estar aquí es muy valioso y muy importante, porque demuestra que esta es la vía, este es el camino para la paz, un camino en el que todos nos demos la mano, un camino en el que podamos reconstruir esos espacios de cohesión social que tanta falta hacen al país".

el gobernador del estado de Morelos, Graco Ramírez, quien estuvo acompañado de la titular de la Secretaría de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano (Sedatu), Rosario Robles, comentó: "Yo quiero decirles que este lugar va a ser un lugar donde los hijos nuestros, de La Carolina, de San Antón, que van a venir acá, por supuesto, es territorio para todos el Centro Comunitario Chocolates, está abierto para todos los jóvenes de la parte Bellavista, Altavista, La Carolina y San Antón, vamos a aprender a convivir con otra manera de ver las cosas y de hacer las cosas, este es territorio de paz."

### Academia de Música Benning Barrio La Estación

El Mandatario aseguró que la vida de los pequeños que están dentro de un círculo de pobreza y violencia es difícil por la falta de oportunidades, pero a través del lenguaje de la música los pequeños tienen más posibilidades de salir, de romper paradigmas y luchar por sus sueños, "más de uno será exitoso, estos son los momentos por lo que creo que valió la pena cada momento para llegar al Gobierno".



## EL ESTADO TIENE PODER SOBRE EL ESPACIO, TOMA A LA CULTURA COMO RECURSO POLITICO Y COMO ECONOMICO.

### Poder del estado sobre el espacio:

"Las luchas por el espacio (...) más cruciales tienen por apuesta última la política del Estado, que posee un inmenso poder sobre el espacio gracias a su capacidad de manejar el mercado del suelo, la vivienda y, también, en gran medida, el trabajo y la escuela. Así (...) llevó a cabo una verdadera construcción política del espacio, en la medida que favoreció la construcción de grupos homogéneos con fundamento espacial...". Bourdieu (1993:124). BOURDIEU, PIERRE. *La miseria del mundo*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 1993

### La cultura como recurso político:

"El recurso de la cultura sustenta la performatividad en cuanto lógica fundamental de la vida social hoy" (Yúdice, 2002: 43). George Yúdice, *El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global*, Editorial Gedisa, Barcelona, p. 43.

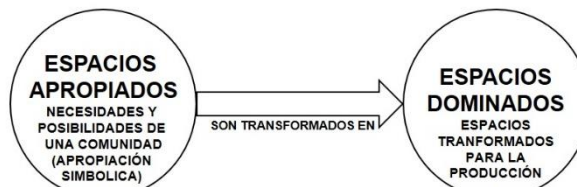
### La cultura como recurso económico:

"...la gestión, la conservación, el acceso, la distribución y la inversión" (Yúdice, 2002: 13). George Yúdice, *El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global*, Editorial Gedisa, Barcelona,

### Relación socio-espacial opresiva: (consumo generalizado)

"Al haberse convertido en político, el espacio social se encuentra por una parte centralizado y fijado en una centralidad política, y por otra especializado y parcelado. El Estado determina y solidifica los centros de decisión. Al mismo tiempo el espacio se distribuye en periferias jerarquizadas en relación a los centros, se atomiza. La colonización, que como la producción industrial y el consumo estaba en otros tiempos localizada, se hace general. Alrededor de los centros sólo hay espacios sometidos, explotados y dependientes: espacios neocoloniales". (Lefebvre, *La Survie du capitalisme*. 1976:84-85)

## EL ESTADO



- los *espacios apropiados*, utilizados para servir las necesidades y posibilidades de una comunidad, espacios que posibilitarían una "apropiación" simbólica y de identidad además de funcional, apropiación que sólo puede tener inicio en el "lugar", en tanto lo local, lo cotidiano de cada individuo, y
- los *espacios dominados*, espacios transformados y dominados que son habitualmente cerrados, utilitarios y funcionales: pensados para controlar procesos naturales y sociales para la producción.

(Lefebvre H. 1974. La producción del espacio. Capitán Swing Libros, S. L. Pág. 211-216)



## LA ARQUITECTURA (COMO RECURSO POLÍTICO)

Discurso: estético compuesto por signos, articula movimientos y sensaciones



CDC LOS CHOCOLATES, LA CAROLINA



ACADEMIA DE MUSICA BENNING, LA ESTACIÓN



### La arquitectura es un producto social, producto de una ideología:

"El funcionamiento social y político de una obra monumental cruza los diversos «sistemas» y «subsistemas», códigos y subcódigos que constituyen e instituyen esta sociedad. Desborda los códigos y subcódigos, e implica de ese modo una supercodificación que tiende hacia la presencia omnicomprensiva". (Lefebvre H. 1974. La producción del espacio. Capitán Swing Libros, S. L. Pág. 264)

"En y por la obra en el espacio, la practica social vence los limites de otras «practicas significantes», de otras artes, incluidos los llamados textos literarios; tiene lugar un consenso, un acuerdo profundo". (Lefebvre H. 1974. La producción del espacio. Capitán Swing Libros, S. L. Pág. 264)

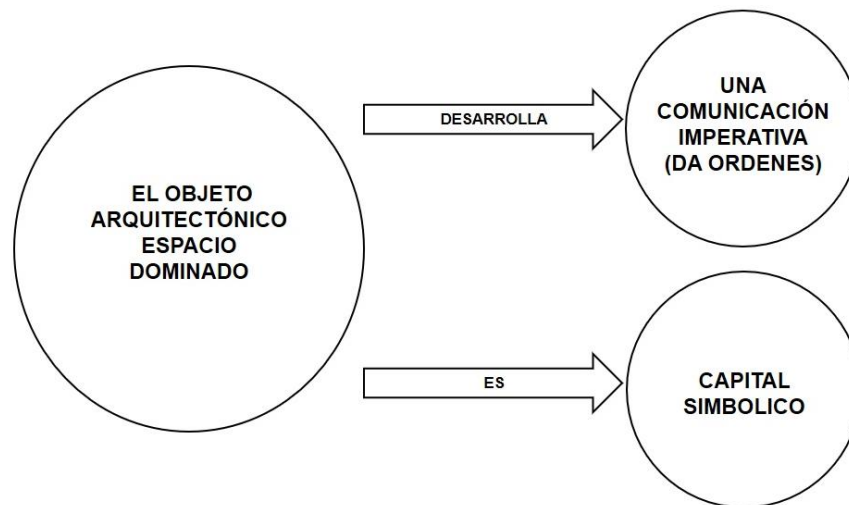
"Un acto espacial supera (momentaneamente) los conflictos, incluso si no los resuelve; permite el paso de la preocupacion cotidiana al gozo colectivo". (Lefebvre H. 1974. La producción del espacio. Capitán Swing Libros, S. L. Pág. 264)

### La arquitectura, códigos y capital simbólico:

"El razonamiento arquitectónico es psicagógico: con una suave violencia (aunque no me dé cuenta de ella), se me inclina a **seguir las instrucciones** del arquitecto, el cual no solamente señala las funciones, sino que las promueve e induce (en el mismo sentido en que hablamos de persuasión oculta, de inducción psicológica, da estimulación erótica)". (Eco Humberto. 1974. La estructura ausente. Lumen S.A. pp. 286)

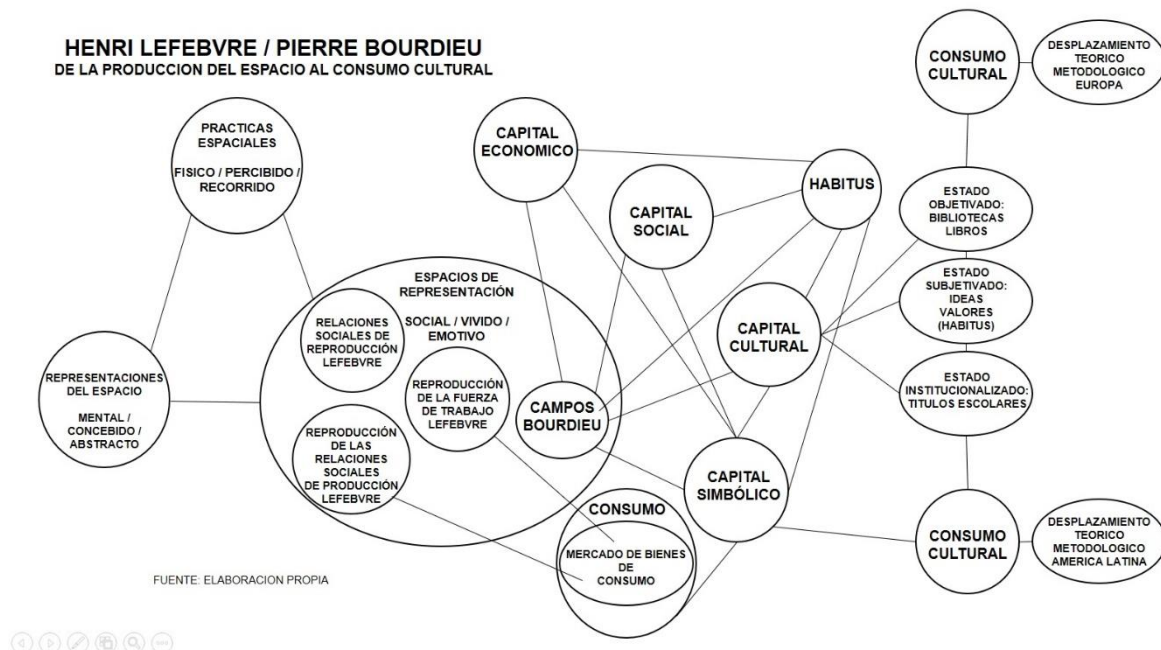
"Por las mismas razones que ejemplifica la reciente historia de Barcelona, los sectores del conocimiento y el patrimonio histórico, la vitalidad y fermento de la producción cultural, la arquitectura de firma y el cultivo de juicios estéticos peculiares se han convertido en poderosos elementos constitutivos del empresarismo urbano en muchos lugares (en particular en Europa). Se trata de acumular marcas de distinción y capital simbólico colectivo en un mundo altamente competitivo". (Harvey David. 2012. Ciudades rebeldes Del derecho de la ciudad a la revolución urbana. Ediciones Akal S.A. Pp. 159.)

## LA ARQUITECTURA



FUENTE: ELABORACION PROPIA

El análisis anterior lo contextualice en los conceptos teóricos de Henri Lefebvre y Pierre Bourdieu, la producción del espacio y campo; habitus y capital, respectivamente, elabore otro diagrama más amplio en donde teniendo el antecedente de la producción del espacio de Henri Lefebvre logre hacer una sinapsis con los conceptos de campo, habitus y capital de Pierre Bourdieu y llegar al eje de mi investigación: el consumo cultural, desde donde logre construir mi objeto de investigación, el cual se enfoca en conocer el grado de relación entre las prácticas culturales y cohesión social, siendo un elemento importante la apropiación del espacio.







"El consumo no se puede considerar, por tanto, como un simple deseo de propiedad de objetos, sino como una organización manipulada de la función significante que transforma al objeto en un signo, el consumo pasa a ser una actividad sistemática de uso expresivo e identificativo de signos. De hecho al consumir se juega y se manipula los signos, se acumula, se cambia y se distribuye los objetos, pero en este uso el objeto y signo acaban obteniendo todo el poder, acaban absorbiendo toda la fuerza de lo social. La lógica del consumo es una lógica de manipulación de signos y no puede ser reducida a la funcionalidad de los objetos. Consumir significa, sobre todo, intercambiar significados sociales y culturales y los bienes/signo que teóricamente son el medio de intercambio se acaban convirtiendo en el fin último de la interacción social".

(BAUDRILLARD JEAN. 1970. LA SOCIEDAD DE CONSUMO, Sus mitos, sus estructuras. Pp. 31).



Consumo Cultural " el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica"

(García Canclini, 1999:42). "El consumo cultural: una propuesta teórica". En: Guillermo Sunkel (coord.). (El Consumo Cultural en América Latina. Colombia: Convenio Andrés Bello.





CONSUMO CULTURAL ACTUALMENTE  
BARRIO LA CAROLINA, CUERNAVACA



**CENTRO DE  
DESARROLLO  
COMUNITARIO LOS  
CHOCOLATES.  
46 MILLONES DE  
PESOS.**

El equipamiento se adapta al barrio, no al contrario. Evitar la sacralización del CDC, para que exista la apropiación del mismo.

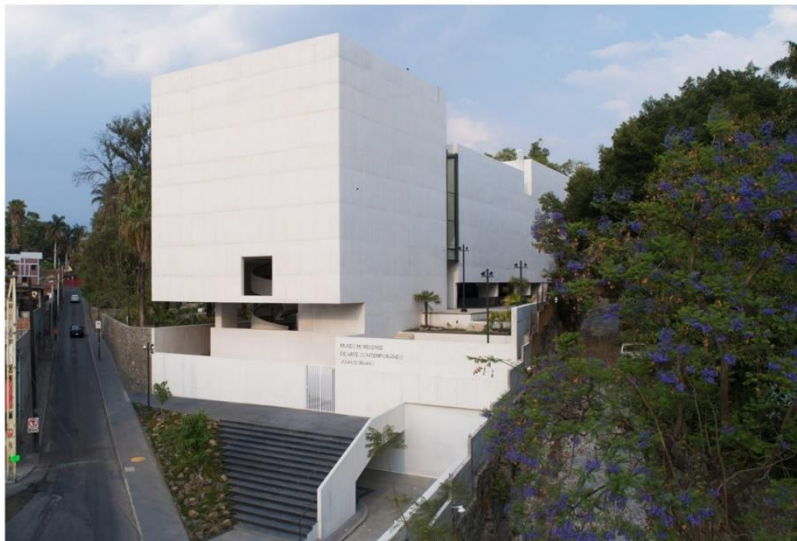




**CONSUMO CULTURAL ACTUALMENTE  
BARRIO LA ESTACIÓN, CUERNAVACA**



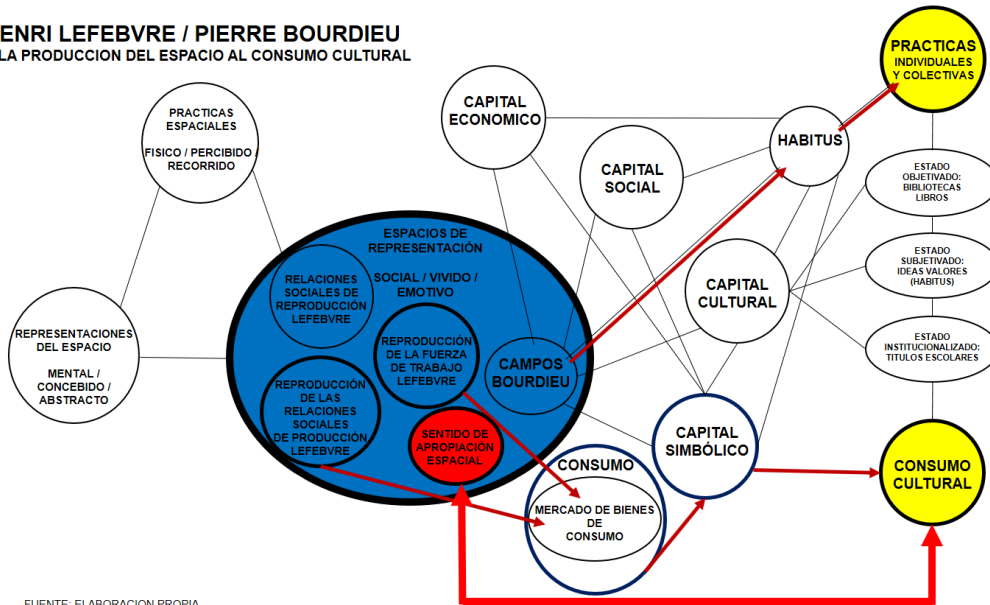
**CENTRO  
CULTURAL  
LA ESTACIÓN.  
24 MILLONES DE  
PESOS.**



**MUSEO  
MORELENSE DE  
ARTE  
CONTEMPORANEO  
JUAN SORIANO  
Colonia Amatlán  
300 MILLONES DE  
PESOS.**

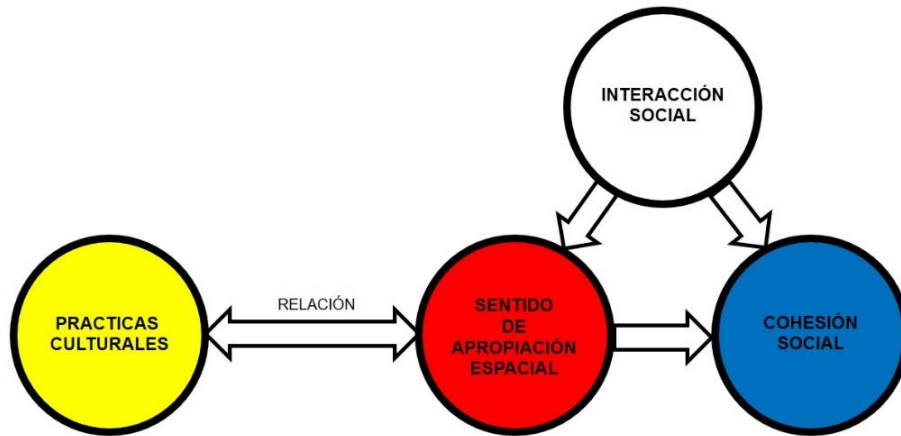
Activar Windows  
Ve a Configuración para activar Windows.

**HENRI LEFEBVRE / PIERRE BOURDIEU**  
**DE LA PRODUCCION DEL ESPACIO AL CONSUMO CULTURAL**



FUENTE: ELABORACION PROPIA

## OBJETO DE INVESTIGACIÓN



FUENTE: ELABORACION PROPIA

**Antes de modificar mi objeto de estudio tenía elaborada esta encuesta para conocer el grado de relación entre consumo cultural y apropiación espacial en los espacios culturales:**

ENCUESTA ESPACIOS CULTURALES		 UAEM MAESTRIA EN ESTUDIOS TERRITORIALES PAISAJE Y PATRIMONIO FACULTAD DE ARQUITECTURA		FOLIO:
ASPECTOS SOCIODEMOGRAFICOS				
1 ¿Actualmente eres residente del Barrio?	( ) 1 Si ( ) 2 No (No levantar encuesta)	1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 ¿Cuántos años llevas viviendo en el Barrio?	( ) Años viviendo en el Barrio	2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 SEXO	( ) 1 Hombre ( ) 2 Mujer	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4 EDAD	<input type="text"/> Años	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5 ¿En que estado de México naciste?	( ) 1 Morelos ( ) 2 Otro ¿Cual? _____	5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6 Nacionalidad	( ) 1 Mexicano (a) ( ) 2 Extranjero ¿Cual? _____	6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7 Nivel de estudios	( ) 1 primaria ( ) 2 secundaria ( ) 3 bachillerato ( ) 4 licenciatura trunca ( ) 5 licenciatura (título)	7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8 Estado civil	( ) 1 Soltero (a) ( ) 2 Casado (a)	8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9 ¿Cual es tu situación laboral actual?	( ) 1 tiempo completo ( ) 2 medio tiempo ( ) 3 desempleado ( ) 4 estudiante ( ) 5 retirado	9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10 ¿Con cuales de los siguientes servicios cuenta la zona donde vives?	( ) 1 agua potable ( ) 2 alumbrado público ( ) 3 calles pavimentadas ( ) 4 drenaje ( ) 5 mercado ( ) 6 teléfono público ( ) 7 vigilancia	10	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11 ¿Con cual de las siguientes características cuenta la casa donde vives?	( ) 1 agua potable ( ) 2 luz eléctrica ( ) 3 baño ( ) 4 piso de tierra ( ) 5 piso de concreto ( ) 6 muros de tabique ( ) 7 losa de lamina ( ) 8 losa de concreto	11	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12 ¿En qué tipo de vivienda vives?	( ) 1 casa propia ( ) 2 Casa rentada ( ) 3 depto. propio ( ) 4 depto rentado ( ) 5 cuarto rentado	12	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

CONSUMO DE BIENES Y SERVICIOS CULTURALES				
13 ¿En los últimos 12 meses has asistido al Cine?	( ) 1 Si ( ) 2 No	13	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14 ¿En los últimos 12 meses has visto Películas en internet?	( ) 1 Si ( ) 2 No	14	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15 ¿En los últimos 12 meses has usado Internet?	( ) 1 Si ( ) 2 No	15	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16 ¿En los últimos 12 meses has asistido a exposiciones de artes visuales? (pintura, foto, escultura etc.)	( ) 1 Si ( ) 2 No	16	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17 ¿En los últimos 12 meses has asistido a conciertos o recitales en vivo?	( ) 1 Si ( ) 2 No	17	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18 ¿En los últimos 12 meses has asistido a espectáculos de Danza?	( ) 1 Si ( ) 2 No	18	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19 ¿Escuchas música por opción propia?	( ) 1 Si ( ) 2 No	19	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20 ¿En los últimos 12 meses has asistido a obras de teatro?	( ) 1 Si ( ) 2 No	20	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21 ¿En los últimos 12 meses has visitado alguna zona arqueológica?	( ) 1 Si ( ) 2 No	21	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22 ¿En los últimos 12 meses has visitado algún museo? (de bellas artes, de ciencias, histórico, etc.)	( ) 1 Si ( ) 2 No	22	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23 ¿En los últimos 12 meses has visitado alguna biblioteca? (a consultar libros)	( ) 1 Si ( ) 2 No	23	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24 ¿En la última semana has escuchado radio por opción propia?	( ) 1 Si ( ) 2 No	24	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25 ¿En los últimos 12 meses has leído algún libro? (sin contar libros de texto o manuales de estudio)	( ) 1 Si ( ) 2 No	25	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26 ¿En los últimos 12 meses has leído alguna revista?	( ) 1 Si ( ) 2 No	26	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27 ¿En la última semana has leído algún periódico?	( ) 1 Si ( ) 2 No	27	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



ENCUESTA ESPACIOS CULTURALES	 UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS	UAEM MAESTRIA EN ESTUDIOS TERRITORIALES PAISAJE Y PATRIMONIO FACULTAD DE ARQUITECTURA	FOLIO:
SENTIDO DE APROPIACIÓN ESPACIAL (SIMBÓLICO) (APEGO / siento el espacio cultural como algo propio)			
28 ¿Sientes que el centro cultural de tu barrio es una parte de ti?	( ) 1 Si ( ) 2 No	28	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
29 ¿Te sientes apegado al centro cultural de tu barrio?	( ) 1 Si ( ) 2 No	29	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

SENTIDO DE APROPIACIÓN ESPACIAL (IDENTIFICACIÓN) (DISTINTIVIDAD / el espacio cultural es diferente de otros)			
30 ¿El lugar donde se ubica el centro cultural trae recuerdos a tu memoria?	( ) 1 Si ( ) 2 No	30	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
31 ¿Te sientes orgulloso de tener un centro cultural en tu barrio?	( ) 1 Si ( ) 2 No	31	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
32 ¿Sientes que perteneces al centro cultural?	( ) 1 Si ( ) 2 No	32	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
33 ¿Te identificas con el centro cultural de tu barrio?	( ) 1 Si ( ) 2 No	33	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

SENTIDO DE APROPIACIÓN ESPACIAL (TRANSFORMACIÓN) (ACCIONES / el sujeto participa en el centro cultural de su barrio)			
ACCIONES COTIDIANAS			
34 ¿Pasas algún tiempo a la semana en el centro cultural de tu barrio?	( ) 1 Si ( ) 2 No	34	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
35 ¿Conoces a personas que asisten al centro cultural de tu barrio?	( ) 1 Si ( ) 2 No	35	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
36 ¿Te generan confianza las personas que asisten al centro cultural de tu barrio?	( ) 1 Si ( ) 2 No	36	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
ACCIONES HACIA EL CENTRO CULTURAL			
37 ¿Conoces los talleres que se imparten en el centro cultural de tu barrio?	( ) 1 Si ( ) 2 No	37	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
38 ¿Participas en algún taller del centro cultural de tu barrio?	( ) 1 Si ( ) 2 No	38	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
39 ¿Participas para organizar eventos colectivos en conjunto con el centro cultural de tu barrio?	( ) 1 Si ( ) 2 No	39	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
ACCIONES A FUTURO			
40 ¿Te organizarías con tus vecinos para cuidar y dar mantenimiento al centro cultural de tu barrio?	( ) 1 Si ( ) 2 No	40	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
41 ¿tu opinión en las actividades del centro cultural de tu barrio puede ser escuchada o tomada en cuenta?	( ) 1 Si ( ) 2 No	41	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
42 ¿harías algo para preservar el centro cultural de tu barrio?	( ) 1 Si ( ) 2 No	42	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

**La muestra**

**Barrio la Carolina, Cuernavaca**

$$n = \frac{N}{1 + \frac{e^2(N-1)}{z^2pq}}$$

N=	9000
e=	0.05
z=	1.90
p=	0.5
q=	0.5
n=	262

FUENTE: ELABORACION PROPIA



**La muestra**

**Barrio la Estación, Cuernavaca**

$$n = \frac{N}{1 + \frac{e^2(N-1)}{z^2pq}}$$

N=	6000
e=	0.06
z=	1.90
p=	0.5
q=	0.5
n=	182

FUENTE: ELABORACION PROPIA



**Al modificar mi objeto de estudio se modificó la metodología de investigación, la cual será cualitativa, de la que ya hablé al inicio del capítulo 3**



DISEÑO DE INVESTIGACIÓN CUALITATIVA: CUADRO DE PREGUNTAS, OBJETIVOS, Y SUJETOS, MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN		
<p><b>Pregunta general</b></p> <p>¿Influye la relación entre el consumo cultural y la apropiación espacial de una comunidad hacia los espacios culturales en la configuración del espacio territorial?</p>	<p><b>Objetivos generales</b></p> <p>Conocer el impacto de los museos y centros culturales en la configuración del espacio territorial desde la relación entre prácticas de consumo cultural y sentido de apropiación espacial.</p>	
<p><b>Preguntas específicas</b></p>	<p><b>Objetivos específicos</b></p>	<p><b>Sujetos, métodos y técnicas</b></p>
<p>1 ¿Los museos y centros culturales ubicados en barrios urbanos contribuyen a la producción del espacio para el consumo por parte de la comunidad?</p>	<p>1.1 Analizar los antecedentes económicos, sociales, demográficos y políticos que existen en relación a los espacios culturales y su efecto en el espacio territorial, y las dinámicas de consumo cultural.</p> <p>1.2 Presentar el estado del arte sobre consumo cultural</p>	<p>-Análisis semántico arquitectónico de los espacios culturales</p> <p>-Análisis sistematizado de entrevistas: El estado (político), iniciativa privada; sobre los espacios culturales.</p> <p>-Análisis sistematizado de entrevistas: gestor cultural, artista, comunidad; sobre los espacios culturales y su respectivo proceso de apropiación.</p>
<p>2 ¿Cuáles son las prácticas cotidianas y de consumo cultural de los sujetos que se están apropiando de los espacios culturales?</p>	<p>2.1 Conocer las prácticas de consumo cultural y el sentido de apropiación espacial de la comunidad hacia los espacios culturales en las localidades estudiadas.</p> <p>2.2 Conocer como funciona la relación entre consumo cultural y sentido de apropiación espacial de la comunidad hacia los equipamientos culturales.</p>	<p>Estudio realizado en los Barrios urbanos La Carolina y La Estación ambos en el municipio de Cuernavaca.</p> <p>-Análisis del consumo cultural de los barrios seleccionados; mediante algunas entrevistas semiestructuradas y aplicación de encuesta como un instrumento más de la investigación para tener un perfil de la comunidad con respecto al consumo como práctica cotidiana.</p>
<p>3 ¿Cómo influyen las prácticas de consumo cultural en la apropiación de los espacios culturales?</p>	<p>3.1 Sistematizar los procesos de consumo cultural y de apropiación del espacio de los actores sociales de los barrios seleccionados para conocer los elementos del sentido de apropiación espacial.</p>	<p>-Análisis de los procesos de apropiación de los espacios culturales por parte de la comunidad, mediante la sistematización de las entrevistas semiestructuradas y de las acciones relacionadas con el espacio cultural en su barrio. los habitantes seleccionados son hombres y mujeres desde los 18 años en adelante, y que actualmente residen en el barrio (desde hace 5 años).</p>

DISEÑO DE INVESTIGACIÓN CUALITATIVA CUADRO DE CATEGORÍAS Y CÓDIGOS			
Categorías de análisis		Códigos	Preguntas categorizadas y codificadas
Consumo cultural	servicios culturales (gestión cultural) / artes plásticas	pintura foto escultura	¿en los últimos 12 meses has asistido?
	servicios culturales (gestión cultural) / artes escénicas	conciertos o recitales danza obras de teatro	¿en los últimos 12 meses has asistido?
	servicios culturales (gestión cultural) / gubernamental	zonas arqueológicas	¿en los últimos 12 meses has asistido?
	bienes culturales (industria cultural) / artes audiovisuales	cine videos discos radio tv internet	¿en los últimos 12 meses has visto, o escuchado por elección propia?
	bienes culturales (industria cultural) / artes gráficas	libros revistas periódicos	¿en los últimos 12 meses leído por elección propia?
Sentido de apropiación espacial	(SIMBÓLICO) apego	siento el espacio cultural como algo propio	¿te sentirías a disgusto si quitan el centro cultural de tu barrio?
	(IDENTIFICACIÓN) distintividad	el espacio cultural es diferente de otros	¿te sientes orgulloso de tener un centro cultural en tu barrio?
	(TRANSFORMACIÓN) acciones	el sujeto participa en el centro cultural de su barrio	¿participas en algún taller del centro cultural de tu barrio?

## RESULTADOS

### TESIS

De acuerdo a lo anterior **la apropiación espacial** tiene una doble importancia porque puede servir:

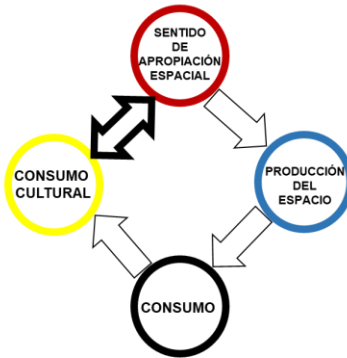
**1** como instrumento para legitimar en lo político y

**2** para preservar el modelo económico y de producción del espacio para el consumo

FUENTE: ELABORACION PROPIA

### TESIS

Entonces se puede decir, que **el sentido de apropiación espacial es un detonador** del ciclo, que va **de la producción del espacio al consumo**.



FUENTE: ELABORACION PROPIA

## TESIS

En esa perspectiva, cuando son apropiados **los espacios culturales**, se convierten en aparatos dinamizadores de la reproducción de las relaciones sociales de producción y de la reproducción de la fuerza del trabajo



FUENTE: ELABORACION PROPIA

## BIBLIOGRAFIA

Álvarez Domínguez, P. (2010), "El conocimiento y difusión del Patrimonio Histórico- Educativo de Andalucía en internet a través del museo pedagógico andaluz" en *Cabás*, no. 3. Recuperado el 20 de mayo de 2011 en <http://revista.muesca.es/index.php/articulos3/142-el-conocimiento-y-difusion-delpatrimonio-historico-educativo-de-andalucia-en-internet-a-traves-del-museopedagogico-andaluz>

Augusto Arantes Antonio. Horas hurtadas, consumo cultural y entretenimiento en la ciudad de Sao Paulo. pp. 173-203 en Sunkel Guillermo (coordinador). 2006. El consumo cultural en América Latina, construcción teórica y líneas de investigación. Bogotá Convenio Andrés Bello.

Arantes, O. (2000). Uma estratégia fatal. A cultura das novas gestões urbanas. In: ARANTES, O, VAINER, C. & MARICATO, E. *A cidade do pensamento unico. Desmanchando consensos*. Rio de Janeiro: Vozes, 2000, p.11-74.

Bachelard Gaston. 1957. México. 2000. Fondo de cultura económica.

Barrios, Mayra (coord.) (2007). Rupturas, reconstrucción y cotidianidad en cinco comunidades q'eqchi': las mujeres y el acceso a la tierra. Guatemala: INTRAPAZ / URL.

Bourdieu Pierre, 1971 – Sociología del arte. Varios autores. Ediciones Nueva Visión, Buenos Aires

Bourdieu Pierre, 2010 – El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura. Siglo Veintiuno Editores, Buenos Aires

Cuenin Fernando. 2009. Patrimonio cultural y desarrollo socioeconómico: la recuperación de áreas centrales históricas. Banco Interamericano de Desarrollo.

Duque Franco Isabel. (2015). *Revista de Geografía Norte Grande*, 61: 25-43 (2015) *Artículos*

Frey Bruno (2000) Pág. 65, 69. - La economía del arte

García Canclini Néstor. 1995. CONSUMIDORES Y CIUDADANOS Conflictos multiculturales de la globalización.

García Canclini, 1999. "El consumo cultural: una propuesta teórica". En: Guillermo Sunkel (coord.): (El Consumo Cultural en América Latina. Colombia: Convenio Andrés Bello.

García Canclini Néstor. 2005. La cultura en México, avances en la investigación, políticas postergadas. UAM, casa del tiempo/82 pp. 17-24.

García Canclini y Piedras Fera, E. (2006), *Las industrias culturales y el desarrollo de México*, México, Siglo XXI.

Harvey, David. (1977) - Urbanismo y desigualdad social

Harvey David. 1977. Ciudades Rebeldes. Siglo XXI editores.

Huber Ludwig. 2002. Consumo, cultura e identidad en el mundo globalizado. Estudios de caso en los andes. pp. 9-20. Instituto de estudios peruanos, IEP.

Ianni Octavio, 1999 – La era del globalismo

Jara, Carlos (2009). “Reflexiones sobre la teoría de los campos mórficos y el desarrollo rural sostenible”. En CIDESUMSA, Desarrollo territorial y desarrollo rural: enfoques de desarrollo territorial y desarrollo rural (pp. 15-40). Bolivia: Plural Editores

Lefebvre Henri. 1971. De lo rural a lo urbano. Ediciones península

Lefebvre Henri. 1971. El materialismo dialectico. Editorial la pléyade. Argentina

Lefebvre Henri. 1974. La producción del espacio. Capitán Swing Libros, S. L.

Lefebvre Henri. 1976. Espacio y Política. Ediciones península

Lévi-Strauss, C. 1997. El pensamiento salvaje. Fondo de cultura económica. México

Mattos, Carlos A. de. 2010. Globalización y metamorfosis metropolitana en América Latina. De la ciudad a lo urbano generalizado Revista de Geografía Norte Grande, núm. 47, 2010, pp. 81-104 Pontificia Universidad Católica de Chile Santiago, Chile.

Martin Barbero Jesús. Recepción de medios y consumo cultural: travesías. pp. 47-71 en Sunkel Guillermo (coordinador). 2006. El consumo cultural en América Latina, construcción teórica y líneas de investigación. Bogotá Convenio Andrés Bello

Morales Moreno Luis G. 1994 – Orígenes de la museología mexicana. Fuentes para el desarrollo histórico del Museo Nacional. 1780-1940. 1era Edición Universidad Iberoamericana, México

Peters Núñez Tomás. 2010. “La afinidad electiva entre consumo cultural y percepción sociocultural: el caso de Chile”. Revista Signo y Pensamiento vol. XXIX, Num. 57, julio-diciembre, 2010, pp. 216-235. Pontificia Universidad Javeriana Bogota, Colombia.

Pradilla Cobos E. 1995 - Revista EURE (Vol. XXI, Nº 63), pp. 57-68, Santiago de Chile, junio

Rosas Mantecon Ana. 2003. Usos y desusos del patrimonio cultural: los retos para la inclusión social. IV Semana dos Museus. Preservação em Museus: Identidades, Políticas, Memórias, realizado en Sao Paulo, Brasil.

Sosa Velásquez Mario; 2012 - ¿Cómo entender el territorio? Editorial: cara parens, 1era Edición Guatemala

Sunkel Guillermo (coordinador). 2006. El consumo cultural en América Latina, construcción teórica y líneas de investigación. Bogotá Convenio Andrés Bello

Szurmuk Mónica / Mckee Irwin Robert (Coordinadores). 2009. Diccionario de estudios culturales latinoamericanos. Siglo XXI Editores.

Valenzuela Arce Jose Manuel (coordinador). 2003. (pp. 7-79) Los estudios culturales en México. México: FCE, Conaculta

Yudice George. 2008. Modelos de desarrollo cultural urbano: ¿gentrificación o urbanismo social? ALTERIDADES, vol. 18, núm. 36, julio-diciembre 2008 18 pp. 47-61. Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa. Distrito Federal, México

Amherts College Archives, *Dwight Morrow papers, 1877-1954*, Serie X, Ambassador to Mexico, 1927-1930, carta de Morrow a Bruce Barton, 3 de febrero de 1928, microfilmes, rollo 1.

Madero, Adalberto. 2005. *Obras de Alberto J. Pani. Primeros escritos*. Mexico: Senado de la Republica. Madrid Flores, Francisco

Mateos Jimena. 2006. El turismo en México: la ruta institucional (1921-2006), En: Patrimonio cultural y turismo, cuadernos;

Morelos Nuevo, Periódico Oficial del Estado de Morelos, agosto 27 de 1933 p.3

Morelos Nuevo, Periódico Oficial del Estado de Morelos, septiembre 3 de 1933 p.1

Morelos Nuevo, Periódico Oficial del Estado de Morelos, octubre 15 de 1933 p. 1

Morelos Nuevo, Periódico Oficial del Estado de Morelos, noviembre 5 de 1933 p. 4

Morelos Nuevo, Periódico Oficial del Estado de Morelos, noviembre 12 de 1933 p. 4

Morelos Nuevo, Periódico Oficial del Estado de Morelos, diciembre 10 de 1933 p. 4

Número 14. Planeando sobre turismo cultural. Conaculta, coordinación de patrimonio cultural desarrollo y turismo

Urcino Viedma Lilia. 2004. Recomposición social y manifestaciones culturales en el estado de Morelos, 1930-1940. *Clio* 2004, Nueva Época, vol. 3, número 31. pp. 81-115

## WEBGRAFIA

Lastiri Xanath. 2015. <http://www.sinembargo.mx/03-11-2015/1512587> noviembre 03, 2015 12:02am. Sección cultura y entretenimiento.

Ochoa Sandy Gerardo. 2010. Los museos en México. Artículo de Gerardo Ochoa Sandy publicado en cuatro partes en la revista Este País, [www.estepais.com](http://www.estepais.com) <https://archivo.estepais.com/site/2010/los-museos-en-mexico-primera-parte/>





FACULTAD DE ARQUITECTURA

Maestría en Estudios Territoriales, Paisaje y Patrimonio

Jefatura del Programa Educativo de la Maestría en Estudios Territoriales, Paisaje y Patrimonio

DR. ALFONSO VALENZUELA AGUILERA  
COORDINADOR ACADÉMICO DE LA MAESTRÍA EN ESTUDIOS TERRITORIALES, PAISAJE Y PATRIMONIO  
Presente.

HAGO CONSTAR QUE EL TRABAJO TITULADO:

"Los museos y centros culturales, su impacto en la configuración y uso del espacio territorial en Cuernavaca"

Elaborado por: José Axel Salgado Ramírez

Constituye tema de tesis para que mediante el examen, sea acreedor a recibir el Grado de: Maestro en el área de: Estudios Territoriales, Paisaje y Patrimonio.

OBJETIVOS LOGRADOS EN EL DESARROLLO DEL TEMA

El trabajo alcanza los planteamientos derivados de los objetivos y constituye un aporte en el estudio de los desarrollos culturales y su apropiación por parte de los habitantes.

ALCANCES Y CLARIDAD DE EXPRESIÓN EN EL CONTENIDO:

el contenido y la expresión es totalmente parca la distancia del grado de maestría

Motivos por los cuales doy mi VOTO APROBATORIO, autorizando la impresión de tesis, para que pueda sustentar la réplica y examen correspondiente.

Cuernavaca, Morelos, a 31 de octubre de 2019

ATENTAMENTE

(Nombre y firma del responsable de emitir el voto aprobatorio)

Av. Universidad 1001 Col. Chamépe, Cuernavaca Morelos, México, 62209, 1er. Piso Edificio 19, Cubículo 04  
maestriaetpp@uam.mx



Una universidad de excelencia

RECTORÍA  
2017-2023





FACULTAD DE ARQUITECTURA

Maestría en Estudios Territoriales, Paisaje y Patrimonio

Jefatura del Programa Educativo de la Maestría en Estudios Territoriales, Paisaje y Patrimonio

DR. ALFONSO VALENZUELA AGUILERA
COORDINADOR ACADÉMICO DE LA MAESTRÍA EN ESTUDIOS TERRITORIALES, PAISAJE Y PATRIMONIO
Presente.

HAGO CONSTAR QUE EL TRABAJO TITULADO:

Los museos y centros culturales, su impacto en la configuración y uso del espacio territorial en Cuernavaca

Elaborado por: Juan Angel Salgado Ramirez

Constituye tema de tesis para que mediante el examen, sea acreedor a recibir el Grado de: Maestro en el área de: Estudios Territoriales, Paisaje y Patrimonio.

OBJETIVOS LOGRADOS EN EL DESARROLLO DEL TEMA

Los objetivos planteados en el trabajo de tesis se cumplen conforme a lo largo del texto.

ALCANCES Y CLARIDAD DE EXPRESIÓN EN EL CONTENIDO:

Los apartes del trabajo se ordenan con claridad y resultan de interés para el campo de estudio.

Motivos por los cuales doy mi VOTO APROBATORIO, autorizando la impresión de tesis, para que pueda sustentar la réplica y examen correspondiente.

Cuernavaca, Morelos, a 30 de octubre de 2019

ATENTAMENTE

Mr. Juan Carlos Romo del Domingo
(Nombre y firma del responsable de emitir el voto aprobatorio)

Av. Universidad 1001 Col. Chamila, Cuernavaca Morelos, México, 62209, 1er. Piso Edificio 19. Cúbitulo 04
maestrietpp@uam.mx



Una universidad de excelencia

1973-2019



FACULTAD DE ARQUITECTURA

Maestría en Estudios Territoriales, Paisaje y Patrimonio

Jefatura del Programa Educativo de la Maestría en Estudios Territoriales, Paisaje y Patrimonio

DR. ALFONSO VALENZUELA AGUILERA  
COORDINADOR ACADÉMICO DE LA MAESTRÍA EN ESTUDIOS TERRITORIALES, PAISAJE Y PATRIMONIO  
Presente.

HAGO CONSTAR QUE EL TRABAJO TITULADO:

"Los museos y centros culturales su impacto en la configuración y uso del espacio territorial en Cuernavaca"

Elaborado por: José Axel Salgado Ramirez

Constituye tema de tesis para que mediante el examen, sea acreedor a recibir el Grado de: Maestro en el área de: Estudios Territoriales, Paisaje y Patrimonio.

OBJETIVOS LOGRADOS EN EL DESARROLLO DEL TEMA

El trabajo muestra los avances pertinentes que hacen patente el desarrollo del temade investigación.

ALCANCES Y CLARIDAD DE EXPRESIÓN EN EL CONTENIDO:

La tesis mantiene una escritura clara en donde se demuestra que se desarrolló la hipótesis.

Motivos por los cuales doy mi VOTO APROBATORIO, autorizando la impresión de tesis, para que pueda sustentar la réplica y examen correspondiente.

Cuernavaca, Morelos, a 31 de octubre de 2019

ATENTAMENTE

Francisco Salvador Granados Saucedo  
(Nombre y firma del responsable de emitir el voto aprobatorio)

Av. Universidad 1001 Col. Chamitpa, Cuernavaca Morelos, México, 62209, 1er. Piso Edificio 19, Cubículo 04  
maestrietpp@uam.mx



Una universidad de excelencia

RECTORÍA  
2017-2022



FACULTAD DE ARQUITECTURA

Maestría en Estudios Territoriales, Paisaje y Patrimonio

Jefatura del Programa Educativo de la Maestría en Estudios Territoriales, Paisaje y Patrimonio

DR. ALFONSO VALENZUELA AGUILERA  
COORDINADOR ACADÉMICO DE LA MAESTRÍA EN ESTUDIOS TERRITORIALES, PAISAJE Y PATRIMONIO  
Presente.

HAGO CONSTAR QUE EL TRABAJO TITULADO:

*\*Los museos y centros culturales, su impacto en la configuración y uso del espacio territorial en Cuernavaca\**

Elaborado por: *José Axel Salgado Ramírez*

Constituye tema de tesis para que mediante el examen, sea acreedor a recibir el Grado de: Maestro en el área de: Estudios Territoriales, Paisaje y Patrimonio.

OBJETIVOS LOGRADOS EN EL DESARROLLO DEL TEMA

*Los objetivos se está cumpliendo, lo cual no representa extra en la tesis final.*

ALCANCES Y CLARIDAD DE EXPRESIÓN EN EL CONTENIDO:

*El trabajo de investigación tiene buen sentido y nitidez en los planteamientos generales*

Motivos por los cuales doy mi VOTO APROBATORIO, autorizando la impresión de tesis, para que pueda sustentar la réplica y examen correspondiente.

Cuernavaca, Morelos, a 31 de octubre de 2019

ATENTAMENTE

*Dra. Concepción Alvarado Rosas*  
(Nombre y firma del responsable de emitir el voto aprobatorio)

Av. Universidad 1001 Col. Chamilpa, Cuernavaca Morelos, México, 62209, 1er. Piso Edificio 19. Cubículo 04  
maestrietpp@uaem.mx

UA  
EM

Una universidad de ciencias

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS



DR. ALFONSO VALENZUELA AGUILERA  
COORDINADOR ACADÉMICO DE LA MAESTRÍA EN  
ESTUDIOS TERRITORIALES, PAISAJE Y PATRIMONIO  
Presente.

HAGO CONSTAR QUE EL TRABAJO TITULADO:

"Los usos y cambios en Formales,  
su lugar en la zona de estudio y  
uso del espacio urbano en Cuernavaca"

Elaborado por: José del Socorro Camacho

Constituye tema de tesis para que mediante el examen, sea acreedor a recibir el  
Grado de Maestro en el área de: Estudios Territoriales, Paisaje y Patrimonio.

OBJETIVOS LOGRADOS EN EL DESARROLLO DEL TEMA

Conseguir una postura académica en  
la planeación de su el proyecto de  
urbanización

ALCANCES Y CLARIDAD DE EXPRESIÓN EN EL CONTENIDO:

Es suficiente en la ley de

Motivos por los cuales doy mi VOTO APROBATORIO, autorizando la impresión de  
tesis, para que pueda sustentar la réplica y examen correspondiente.

Cuernavaca, Morelos, a 28 de octubre de 2019

ATENTAMENTE

[Signature]  
(Nombre y firma del responsable de emitir el voto aprobatorio)

