

Consumo cultural en la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, 2010.

Resultado de investigación finalizada

Grupo de trabajo número 3: Producción, consumo cultural y medios de comunicación

Asael Ortiz Lazcano¹

Resumen

Ésta investigación obtuvo la información de primera mano, mediante una encuesta cuantitativa, la cual fue diseñada para obtener estimaciones con validez estadística tanto en alumnos como en trabajadores universitarios de los diferentes institutos, escuelas preparatorias y escuelas superiores de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (UAEH), y es un primer acercamiento a este tipo de información dentro de la institución, Si bien es cierto que la UAEH es una universidad relativamente pequeña, condensa alrededor de 44 alumnos tanto de nivel bachillerato como profesional, además que tiene 5000 docentes en sus diversos niveles y tipos de contrato, así como más de 1000 trabajadores administrativos, por lo que se habla de un universo de alrededor de las 50000 personas.

La encuesta ofrece como principales hallazgos que específicamente para los alumnos, los medios de comunicación como son la televisión, la radio y el teléfono celular tienen una cobertura casi universal, seguidos muy de cerca del reproductor de DVD, de los discos compactos y de las películas en DVD. En éste mismo rubro los trabajadores universitarios tienen una cobertura del 100% en televisión, videocasetera, libros, discos compactos y películas en DVD. El teléfono celular alcanza un 99.2% de cobertura, seguido del reproductor de DVD, la radio, el reproductor de discos compactos, la computadora y los videos, todos estos con un porcentaje arriba del 90% de cobertura.

La Encuesta de Consumo Cultural en la UAEH 2010, permite tener una visión panorámica de los patrones que los universitarios siguen al entrar en contacto con expresiones artísticas y culturales. Destaca el fenómeno de gran relevancia en el consumo de bienes culturales, tendiente a la marcada recurrencia de los entrevistados al comercio informal, sobre todo en el caso de los discos compactos, situación que afecta a los creadores, a las distribuidoras y a la economía nacional en su conjunto, pero que es la réplica a la falta de dinero –pobreza- por parte de los consumidores.

Es importante destacar la falta de confianza que expresan los entrevistados en relación al desempeño de los encargados de la cultura, no así de las instituciones culturales, de igual manera son mal calificados los actores políticos y sociales. La evaluación de las instituciones culturales es equivalente a la de instituciones tan valoradas por los ciudadanos como la familia, el ejército, e incluso en el caso local de Hidalgo, la UAEH y los maestros también gozan de relativa confianza.

Palabras clave: universitarios, consumo cultural, Hidalgo México.

Introducción

El desarrollo de las investigaciones sobre consumo cultural en el caso mexicano, ha sido lento, aunque han contado, especialmente en épocas recientes con apoyos importantes, por ejemplo las instituciones gubernamentales de cultura, los espacios académicos e industrias culturales.

¹ Investigador y docente del Centro de Estudios de Población de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
E mail: lazcano@uaeh.edu.mx

La noción de consumo cultural ha recibido diversos cuestionamientos por imprecisa, no tiene una clara filiación economicista que parecería remitir a un sentido mercadotécnico. El consumo es un proceso cultural asociado a prácticas para la sobrevivencia, por ello resulta importante no solo los sujetos sino asociados a las transformaciones, ya sea de la capital, de los estados, de la periferia, de las zonas marginales, lo cierto es que la música, el celular, la radio y la televisión representan la vida no solo urbana, también rural.

La investigación sobre consumo cultural es un proyecto inacabado que requiere enfrentar un conjunto de inquietudes tanto desde el punto de vista teórico, como de sus usos sociales y políticos. Es por ello que se requiere plantear dos ejes de investigación del consumo cultural, se requiere trabajar en la investigación del consumo cultural y hacer la reformulación de políticas culturales. Rosas Mantecón dice que la mayoría de las ocasiones los estudios se realizan y se reciben por una estructura burocrática que no está diseñada para recibirlos y para transformarse en función de lo que plantean, lo cual dificulta que las investigaciones sobre los públicos tengan el impacto deseado (Mantecón, 2002).

Por otra parte, éste trabajo se apoya en una encuesta, la cual fue diseñada para obtener estimaciones con validez estadística a nivel alumnos y trabajadores universitarios de los diferentes institutos, escuelas preparatorias y escuelas superiores de la UAEH, en un primer acercamiento a este tipo de información.

Metodología de la encuesta Consumo cultural en la UAEH, 2010

La encuesta *Consumo cultural en la UAEH, 2010*, fue diseñada para obtener estimaciones con validez estadística a nivel alumnado y trabajadores universitarios de los diferentes institutos, escuelas preparatorias y escuelas superiores en un primer acercamiento a este tipo de información.

Para esta encuesta se utilizó un diseño de muestreo representativo para todo el sub-universo, aunque no se pueden diferenciar los resultados según sexo, edad, nivel escolar, tipo de trabajador u otra variable. En ambos ejercicios la encuesta es representativa de forma general, para el primero es significativa para el total de alumnos y en el segundo ejercicio sólo es representativa para el total de trabajadores universitarios. En ambos ejercicios se estratificó por institutos, escuelas superiores y escuelas preparatorias, una vez obtenido el tamaño de cada estrato se procedió a utilizar el muestreo proporcional al tamaño, considerando los diversos programas académicos, semestres, grupos y sexo de los alumnos en cada uno de ellos, finalizando con un muestreo aleatorio simple en el caso de los alumnos, en el aula.

Para el caso de los trabajadores universitarios, en primer lugar se estratificó según grandes subgrupos, a saber trabajadores administrativos, funcionarios, docentes, subdivididos en docentes de medio tiempo, de tiempo completo, investigadores PROMEP y docentes por asignatura. Posteriormente se estratificó por institutos, escuelas superiores y escuelas preparatorias. Una vez obtenido el tamaño de cada estrato se procedió a utilizar el muestreo proporcional al tamaño, considerando los diversos programas académicos, finalizando con un muestreo aleatorio simple.

La fórmula utilizada en ambos casos para las dos muestras fue la siguiente:

$$n_2 = \frac{Z^2 p q N}{NE^2 + Z^2 p q}$$

Para el cálculo de la muestra para los alumnos, se utilizó un nivel de confianza de 95 por ciento y un error para los casos de mayor desviación de ± 5 por ciento, además de estimar un 5% de no respuesta. Ésta difiere de la prueba piloto que se levanto y de la cual se obtuvieron las proporciones para dicho.

Para el cálculo de la muestra para trabajadores universitarios según sexo, se utilizó un nivel de confianza de 95 por ciento y un error para los casos de mayor desviación de ± 5 por ciento, además de estimar un 5% de no respuesta. Ésta difiere de la prueba piloto que se levanto, y de la cual se obtuvieron las proporciones para dicho cálculo.

El trabajo de campo para el levantamiento de las dos encuestas se efectuó en el periodo del 26 de octubre de 2010 al 31 de enero del año 2011 para toda la comunidad universitaria, en ambos casos se utilizó un tipo de cuestionario según sub-universo de población, para cada subgrupo el cuestionario contenía 142 preguntas que condensaban 212 ítems.

Algunos resultados de la encuesta Consumo cultural en la UAEH, 2010

Inicialmente se le preguntaba al entrevistado la importancia que se le asigna a determinadas actividades de consumo cultural, es decir se les solicito que evaluaran de 0 a 10 como en la escuela, que tanto era necesario para su vida cotidiana una lista de actividades que refiere consumo de cultura. Para los alumnos es más importante tener computadora con 8.1 de calificación, tener acceso a internet con 8.1, hacer deporte (8.0), leer libros (7.8), oír música grabada (7.6), tener correo electrónico (7.5), ver películas en DVD (7.5) y acudir a zonas arqueológicas (7.4). Entre las actividades que dijeron los alumnos estar menos valoradas para ellos, está jugar videojuegos (4.2), ver televisión (5.7) y oír radio (6.6), destacando si bien es cierto son las que menos calificación recibieron, la calificación no es tan baja.

Para los trabajadores universitarios es más importante leer libros (8.6), tener computadora con 8.4 de calificación, hacer deporte (8.3), tener acceso a internet (8.2) y oír música grabada (8.0), existen otras actividades entre el rango de 7 y 8 de calificación, que demuestran un consumo alto de cultura.

Entre las actividades que dijeron los trabajadores estar menos valoradas para ellos, está jugar videojuegos (4.2), ver televisión (5.7) y oír radio (6.5), destacando si bien es cierto son las que menos calificación recibieron, la calificación no es tan baja y muy similar al comportamiento observado en los alumnos.

Al preguntar cuál es el espacio en donde los entrevistados han escuchado hablar de cultura o sobre actividades culturales, para los alumnos sobresale que la escuela es el espacio con más menciones, alcanzando un 38.7%, seguida de la televisión con 16.2% y la radio con 13.1% respectivamente; por el contrario la Iglesia y el internet recibieron menciones de 0.3% cada una, calificados como los lugares en donde menos se habla de cultura.

Para los trabajadores universitarios la escuela (23.2%) es el espacio donde más se habla de cultura, seguido de la UAEH con 19.9%, la televisión 16.4% y el radio con 12.8 por ciento.

Al cuestionar que tanto existe el interés en la cultura, 4 de cada diez alumnos consideran que tienen mucho interés, 56.8% dice que poco interés y uno de cada veinte dijo que nada de interés tiene en la cultura. Por su parte un 46.8% de los trabajadores universitarios dicen tener mucho interés en la cultura, 51.1% dice que poco y 2.1% que nada de interés. No hay que olvidar que Pachuca es el municipio con mayor escolaridad, en donde se concentra la mayor cantidad de escuelas de nivel técnico y superior a nivel estatal, y que la UAEH es la universidad con mejor nivel académico y ranking nacional, ubicándose entre las mejores 5 universidades del CUMEX.

Cuestionando cuál es el principal medio que utilizan los alumnos para enterarse de los acontecimientos de cultura, 4 de cada diez dijeron que la televisión, 17.4% comentó que la radio, mientras que para 13.8% se informan a través del periódico.

Para los trabajadores universitarios es muy similar, uno de cada tres se informa a través de la televisión, uno de cada cinco lo hace a través de la radio, seis de cada cien se informan de la cultura a través de los periódicos, mientras que uno de cada diez lo hace mediante el internet.

Asistencia a espacios culturales

Asistencia a bibliotecas

Al preguntar si han asistido a una biblioteca, el 100% de los alumnos y de trabajadores universitarios han asistido a éste tipo de espacios. Con respecto a los alumnos, un 38.8% tenía algunas semanas que había ido a una biblioteca, un 26% dijo que tenían meses de haber asistido y un 35.2% hacía años de la última vez que asistió a una biblioteca.

Por su parte los trabajadores universitarios, presentaron un comportamiento similar, 27.6% comentó que había asistido sólo algunas semanas antes, 39.7% dijo que asistió algunos meses, mientras que para un 32.7% su asistencia fue hace años.

Para los alumnos, la Red Nacional de Bibliotecas Públicas representa un 34.8% de asistencias, las asistencias a bibliotecas escolares suman un 24.4% mientras que la biblioteca universitaria alcanza un 40.8% en menciones.

Para los trabajadores universitarios, la asistencia a la biblioteca escolar alcanza un 17.3%, la asistencia a la Red Nacional de Bibliotecas Públicas representa 33.2%, las bibliotecas especializadas alcanzan un 4.6%, mientras que la mayor parte de asistencia se observa en la biblioteca universitaria con 44.9%.

Entre las principales razones que refieren los alumnos, para asistir a una biblioteca, se encuentra: buscar información (53.8%), hacer tarea (25.9%), estudiar con libros de la biblioteca (8.5%), pedir libros prestado (8%), estudiar con mis libros (3.5%) y para hacer investigaciones (0.3%).

En cuanto a los trabajadores, 65.3% acuden a la biblioteca por información, un 14.5% acude para hacer tareas escolares, estudiar con los libros de la biblioteca (8.8%), pedir libros prestados (8.6%) y estudiar con sus libros (2.8%).

En cuanto a los alumnos que hace años acudieron a una biblioteca y no lo han regresado a ellas, 54.2% dice que prefieren utilizar el internet, 27.2% dice que no acude a las bibliotecas porque no tienen tiempo, 3.1% dice que prefiere conseguir libros prestados, 3.1% considera que no necesita ir a bibliotecas, 3% dijo que no le gusta leer, entre las menciones más representativas.

Asistencia a museos

A nivel nacional según la encuesta de consumo cultural de 2004, dos terceras partes de la población han asistido a un museo, para el caso del municipio de Pachuca éste indicador se ubica en 82.6%, dato muy por encima del promedio nacional. Sin embargo un 85.3% de los alumnos universitarios de la UAEH y un 97.3% de los trabajadores de la UAEH han asistido a un museo, proporción alta con respecto a los dos indicadores previamente mencionados.

Un 7% de los alumnos refirieron que tenían semanas de haber acudido a un museo, uno de cada dos alumnos dijo que tenía meses de haber acudido a un recinto de ese tipo, mientras que 4 de cada diez dijeron que tenían años de haber asistido a un museo.

Por su parte 8.9% de los trabajadores mencionó que tenían semanas de haber asistido a un museo, 51.1% tenía meses y 40% comentó que hacía años que habían acudido a un museo.

Para los alumnos, los motivos principales de asistencia a los museos están relacionados con el esparcimiento, para entretenerse o pasar un rato agradable con 56.8%, para hacer una tarea escolar 13.2%, porque lo vio en un medio de comunicación (8.8%), para acompañar a alguien (6.8%), se los

recomendó un amigo o familiar 4.7%, para ver qué novedades hay con 3.3%, para conocer (1.6%), por una excursión (1.4%) entre las más representativas.

Para los trabajadores universitarios, los motivos principales de asistencia a los museos también están relacionados con el esparcimiento, para entretenerse o pasar un rato agradable con 39.7%, lo vio en un anuncio de comunicación (15.4%), para educar a los niños (15%), para ver qué novedades hay con 10.4%, para hacer una tarea escolar con 10.2%, o porque se los recomendó un amigo o familiar con 9.3 por ciento.

De los alumnos que no han asistido a un museo un 50.8% expresa como motivo principal la falta de tiempo. El siguiente motivo en importancia es no sentirse a gusto en un lugar así (15%), no les interesa (11.1%), están muy lejos (9.6%), la falta de dinero (8.6%), no les conviene el horario (3.9%) y no tienen buen servicio los museos (1%).

Uno de cada dos trabajadores que no han asistido a un museo, expresa como motivo principal la falta de tiempo, el siguiente motivo en importancia es la falta de dinero (50%).

Asistencia a zonas arqueológicas

Para el municipio de Pachuca un 68.8% han asistido a zonas arqueológicas, ítem por arriba de la media nacional que corresponde a 49%. Sin embargo 78.5% de los alumnos y 98.1% de los trabajadores universitarios, han asistido a zonas arqueológicas.

Al preguntar sobre el tiempo que ha pasado, desde que asistieron a una zona arqueológica, 16.9% de los alumnos dicen que hace semanas que estuvieron en una zona arqueológica, un 34.1% refiere que ya tienen meses, y un 49% menciona que tienen años de haber ido a una zona arqueológica. Por su parte un 6.3% de los trabajadores universitarios mencionan que asistieron hace semanas, 37.5% refieren que hace meses y un 56.2% dice que tienen años de haber asistido a una zona arqueológica.

Los motivos principales de asistencia a sitios arqueológicos tienen que ver con el esparcimiento, para entretenerse o pasar un rato agradable, con 31%, para hacer una tarea escolar 17.6%, para conocer (13.2%) porque se lo recomendó un familiar o amigo (13%), para acompañar a alguien, (9.9%), me llevó mi papá (8.8%) y lo vi en un anuncio en medios de comunicación (6.5%) terminan la lista.

La falta de tiempo es el motivo principal que mencionan los alumnos para no asistir a un sitio arqueológico, con 43.7%, seguido de que no tienen dinero (21.3%) y por la lejanía (19.2%) entre las más representativas.

Por su parte los trabajadores universitarios refieren a la falta de tiempo como el motivo principal que se menciona para no asistir a un sitio arqueológico, con 35.8%, seguido de la falta de dinero (21.4%), la lejanía (21.4%); con menor peso se mencionan la falta de interés (14.3%) y el desconocimiento de su ubicación con 7.1 por ciento.

Asistencia a casas de cultura y centros culturales

Seis de cada diez pachuqueños indican haber acudido alguna vez a casas de cultura o centros culturales, mientras que un 40% de la población no ha acudido a dichos espacios. Sin embargo un 68.5% de los alumnos y un 85.9% de los trabajadores refieren haber asistido a un centro cultural.

Un 16% de los alumnos dice que hace semanas asistió a un centro cultural, 38% mencionó tener meses y un 46% dijo que hace años que fue a un centro cultural. Un 15.1% de los trabajadores universitarios dice que asistió hace semanas, un 45.9% dice que hace meses y un 39% que hace años que asistió a un centro cultural.

Los motivos principales para visitar una casa de cultura o centro cultural por parte de los alumnos, es para conocer (20.2%), para asistir a una presentación o exposición (51.2%), para asistir a un curso o taller (17%), para acompañar a alguien (8.6%) o para practicar alguna disciplina artística.

Para los trabajadores universitarios, los motivos principales para visitar una casa de cultura o centro cultural es asistir a una exposición (34.7%), asistir a una presentación artística (30.6%), para asistir a un curso o taller (15.7%), para ver qué novedades hay (8.3%), para acompañar a alguien (7.2%) o para practicar alguna disciplina artística (3.5%).

Para los alumnos que no han asistido a una casa de cultura o un centro cultural, la falta de tiempo es el motivo principal con un 46.9%, seguido del desinterés por las actividades que se realizan en esos lugares (13.4%), no tienen dinero para la entrada (11.3%), no se sienten a gusto en un lugar así (10.7%), no saben donde están (8.8%), entre las más representativas.

Para los trabajadores universitarios que no han acudido a un centro cultural, la falta de tiempo es el principal motivo referido (40%), seguido de que no saben donde se ubican (35.4%), la falta de interés (18.5%), están muy lejos (3.1%), la falta de dinero (1.5%) y la inconveniencia del horario (1.5%).

Asistencia al cine

Cerca de nueve de cada 10 (88.6%) residentes de la ciudad de Pachuca, responden haber asistido alguna vez al cine. Por su parte el 99.5% de los alumnos universitarios y 100% de los trabajadores universitarios, mencionaron que han asistido al cine.

El 78.1% de los alumnos dice que antes de ir al cine, consulta la cartelera, proporción que en los trabajadores de la UAEH alcanza un 82.4%. Al preguntar sobre el origen de las películas vistas en el año 2009, el 16% de los alumnos dijeron que de origen mexicano, 72.6% de origen estadounidense y 11.4% de otros países. Por su parte los trabajadores universitarios vieron un 24.6% de películas mexicanas, 63.5% de origen estadounidense y 11.9% de otros países.

Sorprendentemente los pachuqueños comentan que 35.3% de ellos ven con regularidad cine de arte. Éste ítem alcanza un 16.9% a nivel nacional, siendo el D.F. con 31% el más alto, seguido de Jalisco, Nuevo León entre otras entidades. Para el municipio de Pachuca, más de 6 de cada diez habitantes no ven cine de arte.

En el caso de los alumnos de la UAEH, 1.3% dijo que ve cine de arte muy frecuentemente, 27.1% regularmente, es decir alcanza un 28.4 por ciento. Para el caso de los trabajadores universitarios, 5.6% ve cine de arte muy frecuentemente, 34.1% regularmente, alcanzando un 39.7 por ciento.

Para los alumnos los géneros cinematográficos más vistos son los de acción con 30.5% y la comedia con 12.9%, los cuales encabezan la lista de preferencias, le siguen las producciones históricas (10.7%), el suspenso (10.1%), lo romántico (8%), el terror (7.5%), la ciencia ficción (6.3%) y el drama (5.9%) entre los principales géneros mencionados.

Para los trabajadores universitarios los géneros cinematográficos de acción alcanzan un 30% y la comedia un 13.3%, siendo los que encabezan la lista de preferencias, le siguen las producciones históricas (11.5%), el suspenso (9.1%), el drama (8.8%), el terror (7.5%), el corte romántico (7.2%), los temas infantiles (5.4%), la ciencia ficción (5.4%), los musicales (1.3%) y las películas eróticas (0.6%) concluyen la lista.

Entre las principales respuestas de los alumnos, por lo que no van al cine, está el no tener tiempo (50.7%) y no tener dinero (37.8). En el caso de los trabajadores universitarios, un 36.7% refiere que no va al cine dado que ve las películas en casa, 35.6% dice no tener tiempo, 22.2% dice no tener dinero, entre las menciones de mayores proporciones.

Asistencia al teatro

Tres de cada cuatro pachuqueños manifiestan haber asistido alguna vez al teatro, proporción por debajo de los alumnos (79.5%) y de los trabajadores universitarios con 95.4 por ciento.

Un 8.2% de los pachuqueños mencionó que hacía unas semanas había ido al teatro, 27.3% dijo que tenía meses de haber asistido a un teatro y 64.5% refirió que tiene años que fue a una función de teatro. En el caso de los alumnos 7.5% refiere que fue hace semanas, 31.8% hace meses y 60.7% hace años. Para los trabajadores universitarios los tiempos de asistencia disminuyen, 9.6% fue hace semanas, un 57.8% hace meses y un 32.6% hace años, lo que sugiere una mayor consumo en teatro.

Las principales razones que mencionan los alumnos para ir a ver una obra de teatro son el tema o argumento (34.0%), por recomendación de un familiar o amigo (20.7%), por los anuncios (14.9%), por los actores (11.1%) o por pasar un rato agradable (10.3%) entre otras.

Las principales razones que mencionan los trabajadores para ir a ver una obra de teatro son el tema o argumento (34.5%), por los actores (18.8%), por recomendación de un familiar o amigo (16%), por la crítica (11.7%), por pasar un rato agradable (9%), para llevar a los niños (4.5%) entre las principales menciones.

Por el contrario, entre las principales razones que expresan los alumnos para no asistir al teatro son la falta de tiempo (49.6%), el costo de la entrada (39.5%) y la falta de interés (7.1%). Para los trabajadores universitarios son la falta de tiempo (49.7%), el costo de la entrada (22.6%), el que se ubican muy lejos los teatros (13.6%) y la falta de interés (7.1%) entre las principales referencias.

Asistencia a presentaciones de música

Cerca de siete de cada diez pachuqueños (52.5%) manifiesta que ha asistido alguna vez a una presentación de música, de ellos 16.7% dice que asistió hace semanas, 38.6% que fue hace meses y 44.7% dijo que asistió hace años.

Resulta interesante que un 97% de los alumnos ha acudido a una presentación musical, y en el caso de los trabajadores universitarios es del 100% la asistencia a éste tipo de eventos. Al preguntarles el tiempo que tiene que asistieron a un evento de éste tipo, los alumnos dijeron en un 26.3% fue hace semanas, 50.5% dijo que hacía meses, mientras que un 23.2% dijo que tenía varios años de haber asistido. En el caso de los trabajadores universitarios un 20.3% dijo que hacía semanas, un 56.5% comento que meses y un 23.2% refirió años de haber asistido a un evento musical.

Cuatro de cada diez pachuqueños asiste a presentaciones de música a auditorios o salas de concierto, uno de cada cuatro acude a la plaza pública, 16.6% va a una feria, 8.6% acude a un bar, 5.6% acude a centros comerciales o discotecas, 3% va a las iglesias y 1.3% las presencia en las fiestas comunitarias.

Los alumnos de la UAEH en un 40.9% acude a un auditorio o sala de conciertos a ver una presentación musical, 23.8% a una plaza pública, 18.9% a una feria, 7.2% a un restaurant bar, 6.2% a un centro comercial, 1.7% a la iglesia, 1% a una fiesta comunitaria y 0.3% al teatro.

Por su parte los trabajadores universitarios acuden a ver una presentación musical preferentemente a un auditorio o sala de conciertos (34.3%), 20% acude a los conciertos de la UAEH, 18.8% a una plaza pública, 10.7% a la feria, 7.4% a un restaurant bar, 4.2% a un centro comercial, 2.0% a la iglesia, 1.4% a la feria del libro, 0.9% a una fiesta comunitaria y 0.3% al teatro.

Un 67.6% de los alumnos dice que una de las razones por la que acude a una presentación musical, es el tipo de música que se tocará, 20.4% se decanta por el grupo, 5.9% considera que acude por entretenerse, 2.6% por recomendación o comentario de un familiar o amigo.

Por su parte, los trabajadores universitarios, consideran que lo que influye para ir a una presentación musical es el tipo de música que se tocará (46.7%), un 27.5% se decanta por el grupo, 13.4% considera que acude por entretenerse, 5.4% por recomendación o comentario de un familiar o amigo.

Entre las razones para no asistir a los eventos de presentación musical, por parte de los alumnos están la falta de tiempo (40.8%), el costo de las entradas (27%), y la falta de interés (11.3%) entre los más importantes.

A modo de conclusión

La Encuesta de Consumo Cultural en la UAEH 2010, permite tener una visión panorámica de los patrones que los universitarios siguen al entrar en contacto con expresiones artísticas y culturales.

Un fenómeno de gran relevancia en el consumo de bienes culturales es la marcada recurrencia de los entrevistados al comercio informal. Sobre todo en el caso de los discos compactos, situación que afecta a los creadores, a las distribuidoras y a la economía nacional en su conjunto, pero que es la réplica a la falta de dinero por parte de los consumidores.

Es importante destacar la falta de confianza que expresan los entrevistados en relación al desempeño de los encargados de la cultura, no así de las instituciones culturales, en comparación con otros agentes políticos y sociales. La evaluación de las instituciones culturales es equivalente a la de instituciones tan valoradas por los ciudadanos como la familia, el ejército, en ese contexto la UAEH y los maestros gozan de confianza.

Por ello la UAEH tiene un enorme activo institucional que debe aprovecharse con programas de amplia participación social, desde el diseño mismo de las políticas culturales, hasta la Feria Universitaria del Libro, que ha sido considerada dentro de la presente encuesta y es valorada con una calidad de baja y muy baja por parte de los trabajadores universitarios.

BIBLIOGRAFÍA

- Alarcón, Francisco (1982), "Antecedentes demográficos". En *La revolución demográfica en México 1970-1980*. Editor Jorge Martínez Manatou, Instituto Mexicano del Seguro Social.
- Alvater, Elmar (1997), "El mercado mundial como campo de cooperaciones o del Estado nacional soberano al Estado nacional de competencia". En *Viento del Sur*, número 9, primavera 1997, México.
- Antonelli, Mirta (2002) "La intervención del intelectual como axiomática". En: Daniel Mato (coord.): *Estudios y Otras Prácticas Intelectuales Latinoamericanas en Cultura y Poder*. Caracas: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO) y CEAP, FACES, Universidad Central de Venezuela.
- Arantes, A. (1999) "Horas Hurtadas. Consumo cultural y entretenimiento en la Ciudad de Sao Paulo". En: Guillermo Sunkel (coord.): *El Consumo Cultural en América Latina*. Colombia: Convenio Andrés Bello.
- Barre, R. (1962) *El desarrollo económico México*, Fondo de Cultura Económica
- Benitez Zenteno, Raúl (1974), "Sobrepoblación y desarrollo en México". En *Revista Mexicana de Comercio Exterior*, v. 24, núm. 7, BANCOMEX, México.
- Benitez Zenteno, Raúl (1979), "La transición demográfica en México: Problemas y consecuencias". En *Gaceta UNAM*, IV época, v. III, suplemento 14.
- Bisbal, M. y Nicodemo, P. (1999) "El consumo cultural en Venezuela". En: Guillermo Sunkel (coord.): *El Consumo Cultural en América Latina*. Colombia: Convenio Andrés Bello.
- Bonfil, Batalla Guillermo (1989). *México profundo una civilización negada*, Grijalbo, México
- Brass, W. (1974) *Métodos para estimar la fecundidad y la mortalidad en poblaciones con datos limitados* Santiago de Chile, CELADE.
- Bundick, Frank (2004) *Matemáticas aplicadas para administración, economía y Ciencias Sociales* México D.F., Ma Graw Hill.
- Catalán, C. y Sunkel, G. (1990) *Consumo cultural en Chile: la elite, lo masivo y lo popular*. FLACSO.

- CHESNAIS, Jean Claude (1987), "Crecimiento demográfico y desarrollo: Un auge inexplicado". En Boletín de Población de las Naciones Unidas, núm. 21.
- Dayan, Daniel, comp. (1997) *En busca del público*. Barcelona: Gedisa.
- De Certeau, M. (1996) *La Invención de lo Cotidiano I. Artes de Hacer*. México: Universidad Iberoamericana.
- De la Peza, Carmen (1993) "La lectura interminable. Una aproximación al estudio de la 'recepción'". Versión, núm. 3: 57-82, abril. (México)
- Douglas, M., e Isherwood, B. (1979) *El Mundo de los Bienes. Hacia una antropología del consumo*. México: Editorial Grijalbo.
- Everitt, B.S. (1992) *The analysis of contingency tables* Londres, Chapman&hall.
- Fuenzalida, V. (1997) *Televisión y Cultura Cotidiana*. Santiago de Chile: CPU.
- García Canclini, Néstor (1993) "El consumo cultural y su estudio en México: una propuesta teórica". En: García Canclini, Néstor (coord.): *El consumo cultural en México*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. pp: 15-42.
- García Canclini, Néstor coord. (1994) *Los nuevos espectadores. Cine, televisión y video en México*. México: Instituto Mexicano de Cinematografía.
- García Canclini, Néstor (1991) *Públicos de arte y política cultural. Un estudio del II Festival de la ciudad de México*. México: Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa / Departamento del Distrito Federal.
- García Canclini, Néstor (1995) *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo.
- García Canclini, Néstor (1996) *Público-privado: la ciudad desdibujada*. *Alteridades*, año 6, núm. 11: 5-10. (México).
- García Canclini, Néstor coord. (1998) *Cultura y comunicación en la ciudad de México*. México: Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa / Grijalbo.
- Giddens, Antony (1998), *La tercera vía, la renovación de la socialdemocracia*. Ed. Taurus, Madrid.
- Hirsch, Joachim (1996), *Globalización, capital y Estado*. Universidad Autónoma Metropolitana unidad Xochimilco, México.
- Huntington, Samuel (1996) *La tercera ola de la democracia* en Diamond, Larry y Plattner (Compiladores) *El resurgimiento global de la democracia*, México D.F., Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM.
- Ianni, Octavio (1998), *La sociedad global*. Ed. Siglo XXI, México.
- Inglehart, Ronald (1990) *Culture shift in advanced industrial society* Princeton University Press, Princeton.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, GEOGRAFÍA E INFORM (2005), *Conteo de población y Vivienda, 2005. Resultados definitivos*. Aguascalientes, México.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA (2000), *Estados Unidos Mexicanos. Censo General de Población y Vivienda 2000. Tabulados de la muestra censal. Cuestionario ampliado*. Aguascalientes. México.
- Jelin, Elizabeth (1991) *Family, household and gender relations in the Latin American* Londres, UNESCO y Paul Kegan
- Jelin, Elizabeth (1994) "Las familias en América Latina" en *Familias del siglo XXI*, D.F., ISIS Internacional
- Jiménez López, Lucina (1993) "¿Qué onda con la radio? Un acercamiento a los hábitos radiofónicos e intereses culturales de los jóvenes de la ciudad de México". En: García Canclini, Néstor (1994) "Públicos fieles, pero exigentes". En *Memoria de papel. Crónicas de la cultura en México*, Año 4, núm. 12:100-105, diciembre. (México).
- Johnston, J. (1972) *Econometric Methods* Nueva York, Mc. Graw Hill, Kogakusha, Ltd.

- Johnston, J. (1986) Multivariate Statistical Analysis in Geography Longman, USA, Enssex.
- Jonson, Richard A. (1997) Probabilidad y Estadística para ingenieros de Millar y Freund México D.F., Prentice Hall.
- Leff, Enrique (1986) Ecología y capital D.F., Siglo XXI Editores
- Martín-Barbero, Jesús (1999) "Recepción de medios y consumo cultural: travesías". En Guillermo Sunkel (coord.): El consumo cultural en América Latina. Santafé de Bogotá: Convenio Andrés Bello. pp: 2-25.
- Mendenhall, William y Sincich, Ferry (1997) Probabilidad y Estadística para Ingeniería y Ciencias México D.F., Prentice Hall.
- Mendenhall, William, Scheaffer, Richard y Wackerly, Dennis (2002) Estadística matemática con aplicaciones México D.F., Math.
- Monsiváis, Carlos (1976) "Notas sobre la cultura mexicana en el siglo XX". En: Historia general de México. México: El Colegio de México. pp: 1375-1548.
- Norway, Sentralbyra (1995) Statistical yearbook Noruega, Arbok.
- Ramírez Kuri, Patricia (1998) "Coyoacán y los escenarios de la modernidad". En: Néstor García Canclini (coord.): Cultura y comunicación en la ciudad de México. México: Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa Grijalbo, Vol. 1. pp:321-367.
- Reguillo, Rossana (1995) En la calle otra vez. Las Bandas: identidad urbana y usos de la comunicación. (Instituto Tecnológico de Estudios Sociales, Guadalajara)
- Rosas Mantecón, Ana (1993) "La puesta en escena del patrimonio mexicana y su apropiación por los públicos del Museo del Templo Mayor". En: Néstor García Canclini (coord.): El consumo cultural en México. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. pp: 197-233.
- Rosemberg, Nathan (1979) Tecnología y economía. Ed. Barcelona, Barcelona.
- Spiegel, Murray (1991) Estadística Madrid, Mc Graw Hill.
- Stahl, Karin (1994), "Política social en América Latina. La privatización de la crisis". En Nueva Sociedad, Caracas, Venezuela, núm. 131, mayo-junio, 48-72.
- Stahl, Karin (1996), "Anti-Poverty Programs. Making Structural Adjustment More Palatable". En NACLA, XXIX, 6, may/june, 32-36. New York.
- Sunkel, Guillermo, (2002) "Una mirada otra. La cultura desde el consumo" . En: Daniel Mato (coord.): Estudios y Otras Prácticas Intelectuales Latinoamericanas en Cultura y Poder. Caracas: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO) y CEAP, FACES, Universidad Central de Venezuela.
- Treas, Judith, y Barbara LOGUE (1986), "Economic Development and the Older Population". En Population and Development Review, 12, n. 4, December, 645-673. New York.
- UNITED NATIONS (1993), The Sex and Age Distribution of the World Populations. ONU, New York.
- Vanderchrick, C. (s/f), Analyse démographique. Lovain-la-Neuve, Paris: Academia-Bruylant L'Harmattan.
- Weimer, Richard C. (2003) Estadística México D.F., CECSA.
- Wunsch, Guillaume (1992) Técnicas para el análisis de datos demográficos deficientes México D.F., El Colegio de México.