



*Ministerio de Educación Superior
Instituto Superior Minero Metalúrgico de Moa
Dr. "Antonio Núñez Jiménez"
Facultad de Humanidades
Estudios Socioculturales*

TRABAJO DE DIPLOMA

Consumo cultural de los jóvenes de 15 a 20 años en el reparto Rolo Monterrey del municipio Moa.

Autora: Migdalia Guerrero Pérez.

Tutoras: MSc. Yuliuva Hernández García.

Lic. Yelennis Molina Jiménez.

Lic. Teresa Montoya Hernández.

Moa, junio 2009

"Año del 50 aniversario del triunfo de la Revolución"



"El camino hasta aquí ha sido difícil pero lo hemos andado, el camino futuro tampoco será fácil, pero lo andaremos mejor todavía".

Fidel Castro.

DEDICATORIA.

Dedico este trabajo a todas las personas que antes y durante el transcurso de la carrera me llenaron de optimismo y confianza para realizar mi empeño.

A mis hijos Alejandro y Anita, por su paciencia y comprensión.

A toda mi familia, en particular a mi padre que me ha impulsado siempre a seguir adelante.

AGRADECIMIENTOS.

A todas las personas que desinteresadamente me brindaron su ayuda.

Las gracias sinceras a mi amiga Niurka de la Vara Garrido, por toda la asistencia prestada en la facilitación de documentos.

*El mejor y mayor agradecimiento a mi principal colaborador:
Mi hijo Alejandro.*

A todos muchas gracias.

RESUMEN

Esta investigación estudia el consumo cultural de los jóvenes de 15 a 20 años en el reparto Rolo Monterrey del municipio Moa en el año 2009. El análisis se realiza desde los aportes teóricos conceptuales relacionados con aspectos de los jóvenes como sujetos de la política juvenil, investigaciones culturales regionales efectuadas en el país y la misión primordial de las instituciones culturales. Este trabajo permite tener una visión inicial sobre consumo cultural en un reparto de nuestro municipio y conocer los diversos criterios y opiniones de la muestra de jóvenes estudiados.

La investigación se llevó a cabo a partir de los métodos exploratorios, triangulación teórica y metodológica con la combinación de enfoques cualitativos y cuantitativos de la metodología de investigación social, para la cual se utilizaron las técnicas: análisis de documentos, entrevistas a expertos y la encuesta, como la más adecuada para los objetivos propuestos, además de resultar ventajosa porque proporcionaba de una manera relativamente rápida alcanzar una visión global de los indicadores medidos. Las variables trabajadas fueron: Consumo cultural y Jóvenes.

El análisis de los resultados mostró, que los principales elementos que conforman el consumo cultural de los jóvenes encuestados, en determinados campos de la cultura están dados por la poca divulgación, escasa creatividad y oferta, no existe motivación en los jóvenes por las diferentes actividades que realizan las instituciones culturales del municipio, escasez de lugares donde puedan participar. Además existen factores que inciden en los gustos y preferencias culturales de la muestra estudiada, tales como: la educación familiar, la educación escolar, invitación de los amigos y la promoción de los medios audiovisuales.

El estudio manifiesta la realidad de lo que hasta ahora se ha realizado en el municipio Moa en determinados campos de la cultura. Por lo tanto hay que reconocer las necesidades del público en general, para entonces proyectar actividades que realmente gusten a los jóvenes y a cada grupo de edades.

ABSTRACT

This research paper discusses the cultural performance consumption of the young people from 15 to 20 years old in the district of Rolo Monterrey from Moa Township in the year 2009. The analysis is performed from the theoretical conceptual contributions related to the young people as subject of the young population politics, as well as regional cultural research works carried out in the country and cultural institutions main roles. This research provides a general outlook on cultural consumption in one district of our township and allows knowing the several criteria and views provided by the sample of the young population under research.

The research was performed by using the exploratory methods, theoretical and methodological triangulation, with the combination of qualitative and quantitative approaches of social research methodology, for which the documentation analysis technique, interviews to specialists and the contest were used as the most correct ones to achieve the proposed aims. Also, apart from being advantageous because they enable to get a global outlook of the indicators measured in a relative fast manner. The variables used were Cultural Consumption and young people.

The result analysis showed that the main elements making up cultural consumption of the young people investigated on several field of culture are due to poor disclosure, poor creativity and low offer of cultural activities. The young people are not encouraged to the cultural institutions of the township, lack of recreational places. Also there are factors that influence on the likes and cultural preferences of the sample analyzed, such as family education, school education, invitations provided by their friends and the promotion carried out by audiovisuals.

This paper reflects the reality of what has just been carried out in the township in some field of culture. Therefore, it is necessary to take into consideration the people's needs, for then to project activities which the young people and each age group likes.

INDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I. PARTICULARIDADES DE LA POLITICA SOCIAL DE LOS JOVENES; CONSUMO E INVESTIGACIONES CULTURALES.....	3
1.1. Consideraciones en torno a la política social de la juventud.....	3
1.1.1. Los jóvenes como sujetos de la política juvenil.....	5
1.2. La idea del consumo cultural: teorías y perspectivas.....	6
1.3. El consumo cultural como proyecto naciente (1959-1970) en Cuba....	11
1. 4. El inicio de las investigaciones culturales regionales del país.	16
1. 5. Consecuencias en la industria cultural en los años 90 en Cuba.....	23
1.5.1. Nueva etapa para la política cultural cubana.....	25
1.6. Las instituciones culturales cubanas y su misión primordial.	28
1.6.1. Las instituciones culturales en Moa. Actividades y características.	29
CAPITULO II. PRESUPUESTOS METOLÓGICOS DE LA INVESTIGACIÓN.	33
.....	
2.1 Paradigmas y enfoque de la investigación.....	33
2.2. Fundamentación del problema.....	34
2.3. Diseño metodológico de la investigación.	35
2.4. Técnicas y procedimientos de la investigación.	37
CAPITULO III. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	40
3.1. Caracterización del Consejo Popular Rolo – Veguita.	40
3.2 Análisis e interpretación de los resultados de la entrevista a expertos en temas culturales.....	41
3.3. Resultados de las encuestas.	48
3.3.1. Análisis e interpretación de los resultados de las encuestas aplicadas.....	48
3.4. Integración general de los resultados.	54
CONCLUSIONES.	56
RECOMENDACIONES	57
BIBLIOGRAFIAS	58
ANEXOS	61

INTRODUCCIÓN

La idea del Comandante en Jefe de convertir al pueblo cubano en uno de los más cultos del planeta es una aspiración con la que hoy días todos nos sentimos comprometidos. De ahí precisamente, los diferentes esfuerzos que se realizan por rescatar y revitalizar la herencia cultural, teniendo en cuenta nuestras costumbres y tradiciones, que trascenderá, en la concreción del principio rector de la política cultural cubana de posibilitar el acceso del pueblo a nuestra cultura y a la cultura mundial.

La política cultural del país está dirigida fundamentalmente a la participación de nuestro pueblo en las diferentes actividades culturales, independientemente del grupo social al cual se pertenezca.

En el municipio Moa no existen antecedentes de investigación sobre consumo cultural, con la línea de trabajo sociocultural. Es un tema de gran importancia a la hora de hablar de actividades culturales en donde se encuentre un público determinado; el mismo se incorporó para buscar posibles soluciones a problemas que coexisten dentro de la rama de programación cultural y cuyos datos, fundamentados estadísticamente permitiesen, captar algunas de las irregularidades más significativas, desde el punto de vista cuantitativo, de las relaciones de los jóvenes con determinados campos de la cultura.

El estudio tiene como objetivo diagnosticar el consumo cultural de los jóvenes de 15 a 20 años en el reparto Rolo Monterrey del municipio Moa en el año 2009, para identificar las principales necesidades de este grupo de jóvenes y sensibilizar a los organismos competentes, así como determinar los principales factores que influyen en sus gustos y preferencias culturales, e identificar posibles diferencias en el consumo cultural de los jóvenes investigados, relacionados con la edad.

La investigación se realiza en el reparto Rolo Monterrey, por ser una de las primeras comunidades fundadas en nuestro municipio; la investigadora reside en esta comunidad, lo que le facilitó desplazarse por el reparto con mayor habilidad para la aplicación de las encuestas y estar más cerca de los jóvenes, conocer cómo se expresan y desarrollan los procesos de creación y de apropiación del consumo de la cultura.

El trabajo se lleva a cabo a partir de los métodos exploratorios, triangulación teórica y metodológica con la combinación de enfoques cualitativos y cuantitativos de la metodología de investigación social, para la cual se utilizaron las técnicas: análisis de documentos, entrevistas a expertos y las encuestas.

La realización del análisis, ha permitido determinar las principales irregularidades en los comportamientos culturales de este grupo de jóvenes, entre las que se cita: homogeneidad, el distanciamiento de un número significativo de los jóvenes encuestados con determinados bienes culturales, baja utilización de los servicios públicos, insuficiente papel de la radio y la televisión local y la necesidad de incrementar la cultura popular y la cultura tradicional.

La estructura de la investigación está conformada por: introducción, tres capítulos, conclusiones, recomendaciones y anexos. El primer capítulo tiene un carácter teórico relacionado con aspectos del tema a estudiar. El segundo capítulo constituye el diseño metodológico de la investigación. El último capítulo presenta el análisis de los resultados. Finalmente se exponen las conclusiones a las que se arriba, las recomendaciones realizadas en la investigación, así como la presentación de la bibliografía y los anexos.

CAPITULO I. PARTICULARIDADES DE LA POLITICA SOCIAL DE LOS JOVENES; CONSUMO E INVESTIGACIONES CULTURALES.

1.1. Consideraciones en torno a la política social de la juventud.

El tránsito de la infancia a la adultez en la sociedad humana no sólo supone madurez física, sino también el inicio en la cultura, el dominio de un determinado sistema de conocimientos, normas y hábitos, gracias a los cuales el individuo puede trabajar, cumplir funciones sociales y tener una responsabilidad social que emana de aquí.

La diferenciación es importante para enmarcar el grupo social en cuestión, toma como punto de partida criterios diferentes de interpretación, al hecho, en gran medida biológico, relacionado con la culminación de la infancia y la llegada al individuo de una serie de procesos asociados con la maduración de los órganos sexuales y cambios físicos generales. Se es joven, por tanto, por la maduración del organismo que lo hace apto para ciertos procesos sociales que lo diferencian de la condición infantil.

En tal sentido, se puede concordar con la apreciación donde se establece que *“la juventud se inicia con la capacidad del individuo para reproducir la especie y termina cuando adquiere la capacidad para reproducir la sociedad.”*¹

De gran significación resulta determinar las razones que hacen de la joven generación el objeto de una especial política social, con los esfuerzos, recursos y tareas que esto implica. En primer lugar, el ajuste demográfico que posee este sector de la sociedad que le acredita una atención y preocupación particular por parte del Estado. Una segunda razón para explicar la importancia del problema juvenil se relaciona con la identidad y el papel de este grupo, que lo hace ocupar un peso decisivo en la sociedad, desde el punto de vista económico, político y sociocultural. Un tercer argumento que explica la

¹ Britos, Roberto L..1996. “Hacia una sociología de la juventud” en *Revista jóvenes*, Edición. Cuarta Época, Año I, julio–septiembre, México Pág. 29.

importancia asignada a la joven generación se relaciona con cierta particularidad de su situación social, que la hace objeto de no pocas contradicciones y problemas.

El proceso de inserción social, en comparación con la generación adulta, se produce de modo diferente (se produce más tardíamente) en la esfera del empleo, de la participación sociopolítica y también sociocultural. Esta necesaria pero tardía inserción se sitúa en desventaja, sufriendo las consecuencias de este desfase estructural.

La tardía inserción social se refleja en espacios variados como la calidad de vida, que tienden a adquirir características particulares en los distintos grupos de jóvenes en correspondencia con su situación social. Aspectos como el empleo, la vivienda, el consumo material, la vida familiar tienden a tornarse un problema complejo de solventar en nuestros países subdesarrollados.

El hecho de que muchas familias jóvenes se vean obligadas por estas circunstancias a convivir con la familia de procedencia, crea ciertas tensiones y conflictos. Los jóvenes han de posponer, en no pocas oportunidades, la aspiración de vivir de forma independiente, generándose núcleos familiares relativamente amplios en cuanto a su estructura generacional.

Otras contradicciones propias de la juventud están relacionadas con el proceso contemporáneo: la llamada maduración social. Si bien es cierto que los jóvenes hoy día maduran más temprano desde el punto de vista biológico, según explica la teoría de la aceleración, la inserción social es tardía, lo que genera el llamado proceso de infantilismo social. Este fenómeno tiene gran significación en particular para la adolescencia, convirtiéndola en una etapa compleja y contradictoria del desarrollo.

La política nacional no puede ser ajena a estas contradicciones y un adecuado enfoque de las mismas se erige en condición vital para el éxito de la formación de los jóvenes. La atención a los problemas por parte de la política juvenil evita

determinadas formas de enajenación, prevalecientes en ciertos sectores juveniles.

De aquí la importancia de la política social que previene y alerta del conjunto de procesos y particularidades de las jóvenes generaciones mediante planes reales y objetivos orientados a las necesidades, demandas y situaciones de este grupo social.

1.1.1. Los jóvenes como sujetos de la política juvenil.

El criterio de globalidad incluye una actitud peculiar ante la joven generación al considerarla, no sólo objeto de la política sino su sujeto activo y protagónico, lo que supone cierta flexibilidad por parte del Estado, sus institutos y organizaciones para promover los procesos de gestión juvenil en varias esferas de la vida social.

Quizás el problema de protagonismo en las políticas sociales sea uno de los aspectos más complejos de la socialización humana, pues plantea situaciones, no sólo de orden práctico sino teórico, relacionado con la concepción adquirida sobre la esencia de la participación, las tradiciones democráticas creadas por el Estado, la cultura política de participación, las propuestas legales de gestión y dirección y la enseñanza en el sistema escolar.

Una de las vías de la formación de la cultura de la gestión tiene que ver con el sistema escolar en el cual se forma el sujeto y la posibilidad de adquirir las capacidades a través de los roles en las distintas disciplinas escolares. Como lo demuestra la pedagogía cubana, mediante los distintos canales educativos es posible desarrollar en los niños y jóvenes normas de participación que los hacen trascender de simples espectadores a actores de su realidad educativa.

Sin embargo, la conversión del joven en sujeto de la política juvenil trasciende el marco escolar, deviene un problema de la praxis social de carácter objetivo, soluble a partir de la creación de condiciones sociales en las que el sujeto

pueda desempeñar un papel activo en la gestión de los problemas que le atañen en la esfera de la cultura, de la economía, de la recreación, de la vida sociopolítica, entre otras.

En las condiciones cubanas son varias las vías concebidas para la inclusión del joven como gestor del desarrollo social mediante las asambleas de las distintas organizaciones sociales juveniles en aulas, escuelas y fábricas y la elección de los distintos representantes en la dirección de estas organizaciones. Aquí la actividad de gestión se entiende como la alternativa consciente del conjunto de individuos en la solución de los problemas de la organización.

Las posibilidades de protagonismo juvenil tienen que ver hoy día, además, con el mecanismo de la llamada descentralización, vista como posibilidad de trasladar la estrategia total juvenil a niveles más amplios de espacio territorial (regiones, provincias, municipios, comunidades) con lo cual se facilita que la política de juventud logre abarcar a un mayor número de jóvenes. La descentralización es la contraparte del factor participativo, lo que supone el fortalecimiento de los niveles provinciales y municipales.

A la par de estos procesos hay que considerar la confrontación social y cultural con los demás grupos. Un indicador de análisis importante se manifiesta en las actitudes a favor o en contra ante las relaciones con personas pertenecientes a otros grupos.

En el momento en que el sujeto se inserta en el contexto de otras culturas pone en práctica la integración o la inmersión en la cultura de su propia época.

1.2. La idea del consumo cultural: teorías y perspectivas.

El tema del consumo nos convoca inmediatamente al del mercado. Dos palabras que para el mundo de la cultura son problemáticas. El sólo hecho de que allí esté una racionalidad mercantil u económica hace que el tema haya sido poco considerado desde la visión de los hombres de la cultura, ya se hable

de gestores o productores. Sin embargo, hoy se hace necesario considerarlo y asumirlo con la densidad teórica respectiva.

Se habla del mercado de la cultura porque hay "consumidores de cultura". La cultura ya no es fundamentalmente el espontáneo encuentro entre el talento de los creadores, el diagnóstico de los críticos y la demanda social. La cultura de nuestro tiempo, para serlo o parecerlo, es ante todo una oferta que acude a los mercados a través de unos complejos mecanismos de decisión y mediación.²

La idea del consumo no debe ser asumida solamente en perspectiva de racionalidad económica, sino y sobre todo, en referencia sociocultural. *En el consumo se construye parte de la racionalidad integrativa y comunicativa de una sociedad.³*

En el consumo cultural están involucrados no sólo el hecho de la apropiación o del adueñarse, sino también las variables de la percepción y recepción, el reconocimiento cultural, así como la construcción de ciudadanía en sentido de variedad, por tanto de concepción democrática de la vida.

Los estudios de Pierre Bourdieu se centran, básicamente, en el análisis de los consumos culturales, del arte y de la educación, es por esto que para comprender cómo se generan las categorías de percepción estética que determinan la experiencia subjetiva de lo bello desde Bourdieu es necesario hacer referencia a los conceptos de: habitus, campo, capital cultural y codificación.⁴

² Zallo, Ramón. 1992. *El mercado de la cultura. Estructura económica y políticas de la comunicación*, op. cita., en el reverso de la contraportada.

³ Canclini, Néstor. 1991. "El consumo sirve para pensar", ensayo en la revista *Diálogos de la Comunicación*, N° 30, junio. Editada por FELAFACS. Perú.

⁴ A partir de aquí, se exponen apuntes teóricos de Bourdieu, Pierre, en el contexto de la investigación. *consumo cultural y percepción estética: conceptos básicos*, http://www.fcpolit.unr.edu.ar/a2_Consumo.htm

El habitus sistematiza las prácticas y garantiza su coherencia con el desarrollo social. A su vez, tiende a reproducir las condiciones objetivas que le dieron origen, pero, ante contextos diferentes puede reorganizar las prácticas adquiridas y producir acciones transformadoras.

Es en este sentido que la manifestación, aparentemente, más libre de un sujeto, el gusto o mejor las categorías de percepción de lo bello, se dan como resultado del modo en que la vida de cada sujeto se adapta a las posibilidades estilísticas ofrecidas por su condición de clase.

Es decir, el gusto se ve en la elección de determinados deportes, de determinadas comidas, libros, casas, lugares de recreación, etc. La obra de arte adquiere sentido sólo para aquel que posee un código específico para codificarla. La adquisición de este código, de determinadas competencias estéticas, es el producto de los efectos acumulados de la transmisión cultural asegurada por la familia y la escuela.

El campo serviría de mediación entre lo individual y lo social, es una red de relaciones objetivas entre posiciones, es un espacio donde los agentes pueden actuar pero a su vez se encuentran limitados por las mismas reglas que conforman el campo. Los campos se constituyen tanto por la existencia de un capital común como por la lucha por la apropiación de dicho capital.

Para que se constituya un campo, el capital puede ser económico, cultural, simbólico, político; debe ser escaso y apreciado. Es importante aclarar que cuando se hace referencia al capital simbólico se está hablando de las formas que adoptan los distintos tipos de capital cuando son reconocidos como legítimos.

El capital cultural es el estado incorporado al individuo, hábito o institucionalizado. Los gustos son el resultado de la confluencia entre el gusto objetivado del artista y el gusto del consumidor.

Para comprender la producción de un artista es necesario ubicarlo, tanto al artista como a su producto, dentro de una red de relaciones que se establecen entre los agentes que están en contacto directo con la producción de la obra y la comunicación.

Este sistema de relaciones no sólo comprende al artista, su obra y el público sino que también se encuentran los otros artistas, las otras obras, los críticos, los vendedores de arte, las galerías de arte, quienes determinan las condiciones específicas de producción y circulación de los productos culturales.

La adquisición de competencias estéticas es el producto de los efectos producidos por la transmisión cultural tanto de la escuela como de la familia. Ambas contribuyen a formar una cultura legítima, por lo tanto la mirada pura es una invención histórica que es correlativa al surgimiento de un campo artístico capaz de imponer sus propias normas de producción y consumo.

La codificación Las categorías perceptivas no sólo se construyen con las categorías materiales que se pueden enumerar y medir sino que también cuentan las propiedades simbólicas, las mismas propiedades materiales vistas en relación, es decir, como unas propiedades distintivas.

La percepción del mundo social es el producto de una doble articulación: por un lado lo objetivo en el que la percepción está socialmente estructurada porque las propiedades atribuidas a los agentes se presentan en combinaciones que tienen posibilidades muy distintas, es decir, aquellos que tienen un mayor manejo de la historia del arte más posibilidades existen de encontrarlos en exposiciones.

Los agentes o grupos de agentes se distribuyen en el campo social según el volumen de capital que poseen y las relaciones simbólicas que establecen en

función de ese capital cultural. Las relaciones simbólicas deben interpretarse como los modos particulares de usar y consumir bienes.

Existe una estética particular para cada una de las clases sociales. Las relaciones simbólicas que se dan entre las clases, muestran las diferencias que se reflejan en distinciones significantes.

Las personas que componen una clase se determinan en relación a unos índices concretos de lo que les corresponde o no como clase. Estos índices son aplicados tanto en los objetos que consume como en la forma de apropiación de esos objetos y esto se da en una relación de poder.

Esto no quiere decir que un agente deba actuar de una forma determinada por pertenecer a una clase y no a otra sino que el habitus funciona en forma inconsciente y por fuera del discurso y orienta a un sujeto a actuar y percibir según la posición que ocupa en el espacio social.⁵

⁵ Hasta aquí, se exponen apuntes teóricos de Bourdieu, Pierre, en el contexto de la investigación, *consumo cultural y percepción estética: conceptos básicos*, http://www.fcpolit.unr.edu.ar/a2_Consumo.htm

La cultura en la percepción de la UNESCO.

La cultura, en su sentido más amplio, puede considerarse hoy como el conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos, que caracterizan a una sociedad o a un grupo social.

Engloba no sólo las artes y las letras, sino también los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias.

La cultura da al hombre la capacidad de reflexión sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos.

Por ella es como discernimos los valores y realizamos nuestras opciones. *A través de la cultura el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevos significados y crea obras que lo trascienden.*⁶

1.3. El consumo cultural como proyecto naciente (1959-1970) en Cuba.

El triunfo de la Revolución marcó el comienzo de un proceso radical de transformaciones políticas, económicas y culturales en el país, como fueron:

- ü Las leyes de reforma urbana y agraria.

- ü La nacionalización y socialización de capitales norteamericanos y nacionales.

⁶ UNESCO. 1982. México Declaración Final Reporte. *Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales*, julio 20. Documento UNESCO CLT/MD/1. Francia.

- ü La creación y fortalecimiento del sistema de seguridad social.
- ü Gratuidades de la salud, la cultura, la educación, el deporte y la recreación, entre otras.

El proyecto naciente tenía entre sus propósitos crear las circunstancias objetivas que garantizaran mejores condiciones de vida, tanto materiales como espirituales, a todos sus pobladores; eliminar las profundas desigualdades sociales y las relaciones de explotación que existían en la Isla; así como la formación de nuevos valores que erradicara los rezagos y las deformaciones de una cultura capitalista y neocolonial, parte de su historia reciente, en pos de la nueva sociedad que surgía.

Se implementaron programas para transformar la vida cotidiana de la población, junto a la configuración de una cultura política acorde a nuestras tradiciones libertarias. Durante esta etapa, se desarrollaron una serie de estudios concretos, según encargos de las esferas del gobierno, realizados fundamentalmente por equipos multidisciplinarios, dentro de las universidades. Estos respondían a la necesidad de acumular información científica para apoyar las decisiones políticas, sin afectar el consenso social, ni la legitimidad de la Revolución.

En correspondencia, las problemáticas que más preocuparon en esa época fueron:

- ü La erradicación de los barrios marginales y sus altos índices de delito.
- ü La reorganización de la vida rural acorde a las nuevas estrategias de desarrollo agropecuario y azucarero.
- ü La utilización de las manifestaciones artísticas literarias para promover procesos de cambio cultural.

ü Seguimiento de las características del consumo en los distintos grupos sociales.

Todo esto reflejaba la acelerada dinámica de estos primeros años, específicamente en cuanto al tema del consumo cultural el área que más peso tuvo en este período y se impulsó decisivamente fue la del tiempo libre; mientras que la referida a las audiencias se vio truncada, a pesar de contar con antecedentes importantes en el país.

El tiempo libre: nacimiento de un problema

En este contexto, el tiempo libre devino preocupación y demanda política, momento importante para la lucha ideológica, en el marco de confrontaciones de clases y para la formación de nuevos valores sociales. Al respecto, no sólo se requería de una infraestructura a resolver por el estado, sino también cambios en los hábitos, los gustos y las preferencias de la población.

La eliminación del desempleo y el subempleo, las regulaciones de la jornada diaria (8 horas) y anual, el pago de las vacaciones y el aseguramiento del poder adquisitivo de la población, trajeron como consecuencia el aumento de la disponibilidad del tiempo libre.

Unido a esto, la nacionalización de playas, cines, teatros, hoteles e instalaciones deportivas, creó una base material para el disfrute y el consumo de productos, ofertas y servicios, en este tiempo, que posibilitó el derecho de todos al descanso, la cultura y el deporte.

En este período, el análisis sobre el empleo del tiempo y el consumo cultural y recreativo se hace relevante. La intención era proporcionar datos socioeconómicos, científicamente confiables, a los órganos del Estado, en aras de lograr un equilibrio entre los procesos de producción, distribución y consumo de bienes y servicios.

Es importante destacar que desde este momento el Estado, como representante principal en la construcción de una Revolución de carácter popular, asume nuevas funciones que antes pertenecían a la esfera privada.

Con ello se pretendía garantizar las necesidades de los grupos sociales, de manera equitativa y establecer una planificación económica adecuada, dichos estudios tributaban a otros campos de investigación y de acción social, como aquellos relacionados con la comunidad, la familia y la conformación del ideal político que propugnaba la vanguardia revolucionaria y la construcción del socialismo.

Las investigaciones sociológicas en relación con esta temática tomaron gran impulso como parte del proceso preparatorio del Seminario Internacional sobre el Tiempo Libre y la Recreación, celebrado en La Habana en 1966, por el Consejo Internacional de Educación Física y Deporte (CIEPS), la Comisión Nacional Cubana de la UNESCO y el Instituto Nacional de Educación Física y Recreación (INDER). El mismo permitió un intercambio entre especialistas cubanos y científicos de renombre internacional, lo cual enriqueció las perspectivas teóricas y metodológicas con las que era abordado el tema en el país. Coincidieron en esa ocasión intelectuales de la talla de J. Dumazedier, A. Szalai, G. Osipov, entre otros.

El interés estuvo dirigido a conocer las características del empleo del tiempo en estudiantes y profesores de las escuelas primarias, mujeres dirigentes de base de la Federación de Mujeres Cubanas (FMC), además de la participación en las actividades políticas de los Comité de Defensa de la Revolución (CDR).

Otro momento importante fue la creación, en 1966, del Grupo de Investigaciones Sobre Tiempo Libre (GISET), adscrito a la Universidad de La Habana. El mismo desarrolló, por primera vez, estudios en una extensa área urbana de las ciudades Matanzas y Santa Clara, inspirados metodológicamente en la propuesta de A. Szalai.

Asimismo, la Universidad de Oriente llevó a cabo una investigación sobre el empleo del tiempo libre en sus estudiantes. En fechas posteriores, esta área continuó ganando espacio a través de la labor de diferentes instituciones del país, de acuerdo a sus propósitos específicos.

Los estudios de audiencias en Cuba: su debilitamiento.

Contradictoriamente, los estudios de audiencia y recepción de los medios de comunicación social en Cuba no despertaron el mismo interés con el triunfo revolucionario.

No obstante, su tratamiento contaba con antecedentes que se sitúan en la década de 1940, época que da inicio a las investigaciones sobre los *ratings* de programación y emisoras de radio, patrocinadas por la Asociación de Anunciantes y otros departamentos de sondeos al servicio de organizaciones privadas, con objetivos comerciales.

El marco teórico-metodológico que sirvió de base a estos trabajos fue el paradigma de las escuelas norteamericanas, principalmente la de Lazarsfeld, con énfasis en el uso de la encuesta. Ya en los años cincuenta existían condiciones técnico-organizativas y profesionales que permitieron, al introducirse la televisión en el país, evaluar las particularidades del público de este novedoso soporte.

Sin embargo, en el año 1959 las investigaciones en este campo se ven prácticamente interrumpidas por las urgencias de la convulsa realidad de ese momento histórico. Se produce un vuelco radical de la función de los medios, los cuales dejan de ser instrumentos al servicio de los intereses privados, para comenzar a desarrollar un activo rol social en la edificación del proyecto socialista.

De modo general, podemos afirmar que el período que se extiende desde 1950 hasta 1970 marcó el momento inicial del desarrollo de las investigaciones en el país. No todas las áreas ocuparon el mismo espacio, despertaron igual interés

o alcanzaron similar desarrollo, pero no hay dudas de que la realidad cubana y los cambios sociales que se producían se tornaron objeto de análisis científico.

Es importante resaltar que esta arrancada no se hizo desde condiciones óptimas. La carencia de especialistas era enorme, debido a la falta de tradición histórica de muchas disciplinas, lo que se agravó con el abandono de intelectuales y académicos de renombre, que no apoyaban el proyecto revolucionario.

Con escasos recursos humanos, las universidades se convirtieron en actor clave, tanto en la formación como en las indagaciones concretas que produjeran respuestas a problemas específicos en el menor plazo posible.

En un clima de creatividad, diálogo y debate se construyó un vínculo fluido entre los investigadores y los encargados de la toma de decisiones, desde una perspectiva de la necesidad de enfrentar juntos las transformaciones que ambos protagonizaban.

En el transcurso de este tiempo, comenzó el crecimiento del número de colectivos de investigadores, recién formados por la Revolución, muchos de orígenes humildes, que a partir de ese momento tenían la posibilidad de convertirse en profesionales; surgieron también nuevas organizaciones dedicadas a las ciencias sociales, las cuales se consolidaron en etapas posteriores.

1. 4. El inicio de las investigaciones culturales regionales del país.

El Instituto Cubano de Investigación y Orientación de la Demanda Interna (ICIODI), creado en 1971, fue la institución pionera que, de manera sistemática, asumió el estudio del tiempo libre. El análisis de las necesidades recreativas, las ofertas de productos y servicios destinadas a satisfacerlas y la manera en que se manifiesta el consumo, fueron sus principales objetivos de trabajo.

Entre sus primeras incursiones en estos problemas se encuentran:

- Ü El estudio de la comunidad de Alamar (1973): se midieron las actividades principales en el interior de los hogares, quiénes y en qué espacio las realizaban.
- Ü En la comunidad rural Los Naranjos (marzo, 1975), que junto a otros previos sirvieron de premisa importante para los análisis de empleo del tiempo a escala nacional, realizados con posterioridad.
- Ü El primer estudio nacional, solicitado por la FMC, se realizó en abril de 1975, para conocer los problemas que afectaban a las mujeres en las tareas domésticas.
- Ü El segundo, efectuado en septiembre de 1975, profundizó en los datos obtenidos en el anterior y se adentró en el volumen de tiempo libre, las actividades que incluía, la comparación de estas durante los días entre semana y el fin de semana, además de su distribución entre hombres y mujeres.
- Ü En mayo de 1979, como complemento de investigaciones realizadas anteriormente sobre presupuesto de tiempo, se realizaron otras con el objetivo de contar con información cualitativa sobre las necesidades y hábitos de los sujetos, como fueron el análisis de las vacaciones disfrutadas por los trabajadores (1978) y una encuesta por correo entre diciembre de 1978 y abril de 1979.

El concepto de tiempo libre al que se apelaba era: el tiempo que la sociedad tiene para sí, una vez que con su trabajo (de acuerdo a la función y posición de cada uno de sus miembros) ha aportado a la colectividad lo que esta necesita para su reproducción material y espiritual [...]. *Desde el punto de vista del individuo, se traduce en un tiempo de realización de actividades de opción no obligatoria, donde interviene su propia voluntad influida por el desarrollo*

*espiritual de cada personalidad aunque, en última instancia, dichas actividades estén socialmente condicionadas.*⁷

Dicha definición, acorde a los postulados marxistas, resaltaba el carácter socioeconómico de esta nación y situaba su origen en la producción como actividad social donde el hombre transforma los recursos de la naturaleza en objetos. Negaba considerarlo un bien natural, sino que era necesario producirlo y reproducirlo en la esfera del trabajo.

Los procesos de producción social se asumían como únicos determinantes del tiempo libre y condición obligatoria para poder comprender los fenómenos sociológicos y psicológicos asociados a él. De manera explícita, se declaraba una escisión entre las dimensiones materiales e ideales de este fenómeno, donde las primeras eran las fundamentales.

En la búsqueda y análisis de esta arista económica y del vínculo con los procesos de trabajo, inspirados en Marx, los investigadores partían de que la primera ley económica de la producción colectiva es el ahorro de tiempo en el trabajo, lo que se logra gracias al incremento de la productividad.

El cumplimiento de dicha ley se demostraría en tres elementos:

- ü El aumento del tiempo libre.
- ü La manera en que se distribuye.
- ü La racionalidad en su empleo.

Estos tres factores se convirtieron en los ejes de análisis por excelencia en los estudios de esa época para identificar cómo se iba verificando esa ley y las particularidades que asumía en las distintas etapas del socialismo.

⁷ Zamora, Rolando y García, Maritza. 1988. *Revista Arxius de Sociología*. Universidad de Valencia, Editorial Afers, *Apud Sociología del tiempo libre y consumo de la población*. Editorial de Ciencias Sociales, La Habana.

Es decir, el desarrollo de este proceso seguiría, ineludiblemente, los siguientes pasos: la reducción del tiempo destinado a las actividades de subsistencia y reproducción familiar, debido al perfeccionamiento de la esfera de los servicios a la población, junto a la disminución paulatina de la jornada laboral, llevaría al aumento de la magnitud del tiempo libre.

Este se consideraba como complemento al sistema productivo, en tanto servía para perpetuar sus fuerzas de trabajo, ya sea desde el punto de vista material o espiritual. De esta manera, constituía un derivado de los avances en la esfera económica, resultado del bienestar material.

La industrialización y la asimilación de los adelantos tecnológicos traerían como consecuencia un aumento de la producción y, con ello, un excedente de las riquezas que permitiría su incremento, como momento importante para que el hombre se cultivara y expresara su capacidad creadora; a su vez, se consideraba como una dimensión importante del consumo, lugar donde los resultados de la producción se convertían en objeto de disfrute, apropiación individual y satisfacción de necesidades de sujetos específicos.

Se abogaba por la necesidad de un enfoque sistémico, que contemplara además la relación social entre la producción, la distribución y el cambio; se defendía así una sociología vinculada a la investigación del mercado, en aras de comprender a un mismo nivel todos los momentos del ciclo de producción, pero no se negaba que cada uno de estos elementos podía constituir campos autónomos de conocimiento.

De hecho, la mayoría de las investigaciones en la práctica enfatizaron el consumo y sus características sociales, más que las otras fases del proceso; en estas exploraciones se consideraba todo lo realizado por una persona durante un día entero y se detallaba si era día entre semana o fin de semana, lo cual era autorregistrado por los propios sujetos y posteriormente verificado a través de una entrevista fundamentada por el investigador.

Una vez terminada la recolección de datos, toda la información obtenida se categorizaba según tipos específicos de actividad (trabajo, transporte, tareas domésticas, necesidades bio-fisiológicas, políticas y sociales, de tiempo libre) y se establecía el tiempo promedio que se empleaba en cada una, diferenciando según las características sociodemográficas de los individuos (edad, sexo, nivel de escolaridad, ocupación, estado civil).

Los análisis dividían el tiempo social en dos grandes grupos:

- ü De trabajo
- ü Extralaboral.

Este último, a su vez, era subdividido en: tiempo de ocupaciones necesarias y tiempo libre; con respecto al tiempo libre se proponían los siguientes indicadores: magnitud, estructura, contenido, presupuesto de gastos monetarios e ingresos per cápita, frecuencia de participación en las actividades en relación con la oferta, opinión de los consumidores, necesidades recreativas, propósitos de compra e insatisfacción con la oferta, actividades preferidas y realizadas y tenencia y utilización de artículos vinculados a esta esfera, sin embargo, en la práctica estos puntos eran tratados de manera independiente y se privilegiaron unos con respecto a otros.

En especial los referidos a las preferencias y hábitos de los consumidores y aquellos relacionados con la magnitud (cantidad de tiempo promedio utilizado en horas y minutos), la estructura (tiempo en cada actividad específica, momento del día y frecuencia con que se realizaba) y el contenido (tipo, nivel cultural y calidad de las mismas).

La preocupación por la influencia del mercado y la disponibilidad monetaria de los ciudadanos, aunque estaba incluida en sus propuestas de abordaje de este proceso, se perdió poco a poco; se asumía que la evaluación y reflexión de la forma en que cada cual empleaba su tiempo reflejaba mejor el nivel y el modo de vida, que los estudios del presupuesto de gasto de la población.

La poca atención a la incidencia de los aspectos monetarios, en el comportamiento de los individuos pudiera estar dada por las condiciones sociales imperantes en la época. No existía una diferencia tan marcada en las posibilidades adquisitivas entre los distintos estratos poblacionales, esto es, la distancia entre las escalas salariales no era elevada. Casi todos podían disfrutar de los bienes disponibles en la sociedad, cuyos precios eran acordes con los ingresos promedios o eran gratuitos.

Esto era posible porque el Estado jugaba el papel regulador por excelencia en la construcción de espacios de igualdad en todas las áreas fundamentales de la vida, incluida la recreativa-cultural, en un contexto donde las relaciones de mercado eran exiguas y la existencia del campo socialista lo hacía posible.

De todas maneras, las formas en que se condujeron las investigaciones lograron identificar las particularidades que asumía el tiempo libre en los distintos segmentos poblacionales, incluidos sus gustos, hábitos, así como las demandas de productos o servicios específicos.

En el INDER se destacan trabajos sobre:

- ü Las actividades físicas en las zonas montañosas de Granma (1983).
- ü El tiempo libre y la participación en la cultura física de la población (1985).
- ü Temas referidos a los atletas de alto rendimiento y jóvenes trabajadores de comunidades campesinas.

El Centro de Estudios de la Juventud acumuló información sobre este tema en el sector juvenil. Entre las investigaciones realizadas están:

- ü El tiempo libre de los jóvenes de Habana del Este (1985).
- ü El tiempo libre de la juventud en Cuba (1983-1985).

- ü Labor de la Unión de Jóvenes Comunistas (UJC) en función de un tiempo libre más culto y sano (1986).

Desde las universidades se llevaron a cabo estudios como:

- ü El empleo del tiempo libre de la juventud en Camagüey (1982).
- ü El tiempo libre como factor en la formación socialista (1983).
- ü La educación estética de los estudiantes fuera del aula (1984).

Por su parte, en el Ministerio de Cultura (MINCULT), fundado en 1976, se trataba de profundizar sobre el lugar de la cultura artístico-literaria en este tiempo, en diferentes sectores de la población, y el rol desempeñado por las instituciones culturales para elevar la calidad de su utilización; baste señalar:

- ü Empleo del tiempo libre en Cuba (1975).
- ü El tiempo libre y la cultura en jóvenes de preuniversitario de Ciudad de La Habana (1979-1982).
- ü El sistema motivacional vinculado al tiempo libre y al cine en dos municipios de Ciudad de La Habana (1980-1981).
- ü Características del presupuesto de tiempo (1981).
- ü La vida cultural y el tiempo libre de los pescadores de la flota del golfo (1982).
- ü Las Casas de Cultura como vehículo de la promoción cultural y su incidencia en la utilización racional del tiempo libre de la juventud (1983).

Al valorar el conjunto de trabajos efectuados en esta etapa puede afirmarse que la labor del ICIODI, hasta su desaparición, constituyó la propuesta teórica y metodológica más elaborada. Emprendieron importantes investigaciones abarcadoras, no sólo por las amplias muestras poblacionales utilizadas, sino también por la diversidad de problemas abordados y la rigurosidad de sus marcos conceptuales.

Sin embargo, el tratamiento exclusivamente socioeconómico, del cual había sido líder esta institución, se ve complementado simultáneamente con el desarrollado por otras organizaciones que sitúan la cultura como factor explicativo general de este fenómeno.

1. 5. Consecuencias en la industria cultural en los años 90 en Cuba.

En Cuba, como parte del proyecto social, la televisión ha adquirido un carácter público y se sitúa en pos del desarrollo general y de la construcción de una sociedad alternativa a los modelos de dominación capitalistas, sin embargo, fundamentalmente después de la conocida crisis de los años noventa, la depresión de la economía del país trajo consigo consecuencias significativas en la industria cultural.

A pesar de ser la televisión uno de los principales focos de análisis cuando se trata de estudiar la conformación de las identidades culturales, el control en la producción y distribución de productos estandarizados continúa promoviendo el auge de ciertos rasgos estéticos y culturales de las grandes industrias y su rol en los circuitos culturales de los medios masivos de comunicación.

Además, en este abordaje de la educación como parte del estudio del consumo televisivo es imprescindible tener en cuenta el papel de la familia como mediadora del consumo, cuya función educativa puede resultar vital en los modos en que se consume la televisión en la infancia y la juventud en el tipo de relaciones sociales en las que se inserta y las que proporciona también el consumo.

Es necesario que se reconozca la televisión como un proceso de producción cultural, productor y reproductor de la vida social, de gran importancia en la infancia y jóvenes, en estrecha relación con el resto de los agentes socializadores y mediadores.

Su estudio supone un análisis profundo de importantes procesos psicosociales, sólo atrapables desde el estudio del tejido social en su dinámica con las contradicciones y luchas que en él tienen lugar; en el caso cubano, ello implica entre otros elementos

- ü Una visibilización de la centralidad del tema en la situación actual.
- ü Contextualización del proceso en nuestra realidad y sus condicionantes económicas, políticas y culturales.
- ü Abordaje complejo del fenómeno, lo cual implica trascender el estudio de los hábitos para analizar la relación entre todos los elementos constituyentes del consumo televisivo.
- ü Integración de los estudios de consumo televisivo con las políticas de comunicación, pero también con las políticas culturales y las políticas de educación, debido a que una integración entre ellas en la actualidad no es una opción, es, sobre todo, una urgencia para la construcción de nuestro proyecto social.
- ü Las relaciones políticas culturales–políticas de comunicación–políticas educativas resultan vitales para comprender cómo transcurren los procesos de consumo de los medios en los jóvenes; su coherencia o disociación, sin duda, tienen expresión no sólo en los modos en que se produce la apropiación y uso de esos productos audiovisuales, sino también, en la formación ciudadana.
- ü Apertura de las investigaciones sobre consumo televisivo a problemáticas inexploradas en nuestro país, tales como: la integración

de los procesos de consumo televisivo con la producción y con otros procesos de consumo cultural, su relación con los procesos de globalización neoliberal, de comunicación intercultural, de construcción de la identidad cultural cubana, la relación consumo de la televisión–grupos sociales, etc.

Estas propuestas pretendían recalcar la necesidad de un abordaje profundo y sistemático de la infancia y jóvenes como grupo social, en general, y del consumo cultural, en particular; lo cual implicaba, sobre todo, un replanteamiento de la dimensión social en las ciencias sociales y en las políticas culturales, de comunicación y de educación en el país.

Contribuir entonces a que el consumo de la televisión formara parte de los nuevos modos de construcción y ejercicio de la ciudadanía, de un proceso de enseñanza–aprendizaje reflexivo (unido a su sentido de entretenimiento) y constituyera una ruta de integración para las naciones latinoamericanas. Suponía también la contribución, desde las Ciencias Sociales, con la investigación y la praxis comprometida.

1.5.1. Nueva etapa para la política cultural cubana.

En el año 2000, en el marco de la Batalla de Ideas, comenzó una nueva etapa para la política cultural cubana, cambio también influenciado por la celebración en 1998 del Congreso de la UNEAC.

El objetivo de lograr una “cultura general integral”, en especial entre los más jóvenes, se vuelve propósito fundamental de la Revolución y principio orientador de las políticas públicas nacionales.

En este contexto más reciente se destacan las iniciativas del proyecto Editorial “Libertad”, la colección “Biblioteca Familiar” y la extensión a todo el país de la Feria Internacional del Libro.

En los últimos años varias han sido las estrategias trazadas en aras de dinamizar la producción, la distribución y el consumo del libro y la literatura en el país; acciones que permitieron cierta continuidad en los hábitos de lectura fomentados a partir del triunfo de la Revolución a través de políticas educacionales y culturales, fundamentalmente.

El propósito central era sostener los procesos de formación de lectores en un contexto social poco favorable que no les permitía la satisfacción de sus necesidades y hábitos de consumo. Dentro de este conjunto de estrategias de resistencia —algunas ya “de permanencia”— destacamos:

En primer lugar, la voluntad de seguir subsidiando la producción literaria en el país, política de subvenciones que históricamente había favorecido la creación de instituciones que apoyarían una política del libro y la literatura, con ello la formación de un público lector con posibilidades de consumir una variada literatura a precios sumamente bajos.

Es así que, a pesar del incremento significativo de los precios, la comercialización del libro cubano continuó realizándose en “moneda nacional” (CUP), privilegio que no todos los bienes y servicios culturales pudieron mantener y que permitió la supervivencia de un mercado nacional del libro.

A esto se sumaron decisiones asociadas a la reducción de los títulos publicados, así como de las tiradas que favorecen la literatura nacional en detrimento de la extranjera y, dentro de la nacional, la literatura infanto juvenil.

Otras acciones se dirigieron a reestructurar, a través de nuevos mecanismos, la industria del libro; tal fue el caso de la creación del Fondo de Desarrollo de la Cultura y la Educación, a finales de 1992 y la creación de los Fondos Territoriales, que comenzaron a operar en cada provincia en 1994.

Se descentralizó en parte el proceso de edición y distribución de libros, al pasar a los Centros Provinciales del Libro la función de publicar y promover la literatura producida en la comunidad.

Esta descentralización permitió evitar la burocratización y el exceso de recursos concentrados en las editoriales nacionales y, a la vez, disminuir las dificultades en la distribución, todavía una de las zonas más débiles en la industria cultural del libro.

Se priorizaron las bibliotecas públicas como destinatarias de una importante cantidad de ejemplares y títulos, para contrarrestar los efectos nocivos producidos en el proceso de consumo por la reducción de publicaciones.

La política cultural revolucionaria se ha orientado, por una parte, a proporcionar la participación de nuestro pueblo en los procesos culturales y su acceso a lo mejor del arte cubano y universal y, por otra, a garantizar la activa intervención de escritores y artistas en el diseño y la práctica de esa política.

Los creadores cubanos, comprometidos de manera entrañable con nuestra Revolución, tienen un compromiso decisivo en la proyección nacional e internacional de las instituciones culturales.

El Ministerio de Cultura y de las Direcciones Provinciales y Municipales, en medio de un proceso de crecimiento de la vida cultural del país, tienen las prioridades siguientes:

- ü La creación y promoción del arte y la literatura en el país y la participación de los creadores en la vida de las instituciones.
- ü La integración de los esfuerzos de la UNEAC, la Asociación Hermanos Saíz, el Sindicato y las instituciones culturales a todos los niveles y en función de los principios y objetivos de nuestra política cultural.
- ü El enriquecimiento, la preservación y difusión del patrimonio cultural.

- Ü La labor de las instituciones culturales en la comunidad con la participación de las diferentes fuerzas sociales que apoyan el trabajo cultural comunitario.
- Ü La introducción y aplicación de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.
- Ü Las relaciones con los medios de comunicación, como una de las vías fundamentales de información a la población y de formación de gustos.
- Ü La proyección internacional de la cultura cubana.
- Ü El impulso a la producción y comercialización de bienes y servicios culturales, así como la búsqueda y aplicación de nuevas formas organizativas y de remuneración del sector artístico.

1.6. Las instituciones culturales cubanas y su misión primordial.

A pesar de las carencias de recursos, un pilar determinante de nuestra política cultural han sido y siguen siendo las instituciones de base, que brindan servicio al público sistemáticamente y procuran, a través de su programación, enriquecer la vida espiritual de la población y garantizar que se preserve y reconozca el talento, donde quiera que se encuentre.

La acción decisiva del Partido y el Gobierno en provincias y municipios, en coordinación con las instituciones nacionales correspondientes, ha propiciado la reparación y reapertura de un conjunto importante de instituciones culturales.

La Dirección Municipal de Cultura y su red de instituciones culturales proporcionará las actividades en las diferentes comunidades, permitiendo al sectorial municipal la realización del programa cultural.

Además de desarrollar en la población hábitos y conductas tomando parte activa de la creación artística literaria, la programación, el patrimonio cultural,

los programas de la revolución y la comunidad, convirtiendo la cultura en un agente purificador de los hombres que aman las culturas del socialismo.

El mayor desafío que enfrentan estas instituciones culturales está en dar respuesta, con la mayor calidad posible, a las necesidades de la población.

1.6.1. Las instituciones culturales en Moa. Actividades y características.

La Dirección Municipal de Cultura en Moa y su red de instituciones culturales tienen los siguientes objetivos estratégicos:

- ü Promover la inserción de la población en las diferentes manifestaciones de arte y la cultura de manera que eleven su espiritualidad, interiorizando los valores distintivos de la identidad.
- ü Fortalecer los vínculos de trabajo con organismos y organizaciones mediante convenios que permitan acciones conjuntas en la programación del desarrollo de los proyectos socioculturales de nuestro pueblo.
- ü Incrementar las opciones culturales de calidad dirigidas a niños y jóvenes, así como su correcta promoción.
- ü Propiciar el desarrollo de la creación artística y literaria a través del fortalecimiento de los vínculos entre la institución y los creadores, de manera que se estimule la calidad de los resultados y el intercambio de experiencia sobre el trabajo cultural.
- ü Incrementar la divulgación del municipio transmitiendo todo el quehacer cultural en defensa de nuestra identidad a través de todos los medios de comunicación.

- ü Profundizar en la labor investigativa, en correspondencia con la política cultural del territorio, a través del conocimiento científico de la cultura cubana.

En el municipio Moa existen 5 instituciones culturales:

La Casa de Cultura:

Es la institución encargada de propiciar la participación de la población en su propio desarrollo, a partir de los procesos de creación, apreciación y promoción artística literaria, con el fin de enriquecer la calidad de vida y fortalecer la identidad cultural el territorio.

Galería de arte:

Tiene como misión trabajar con los creadores para potenciar, promocionar y divulgar las artes plásticas, así como las obras que atesora el municipio a través de las distintas instancias, cuyas acciones se desempeñan en la institución y en diferentes centros expositivos y extensiones en las comunidades del territorio, en las que se trabaja con el propósito de elevar el gusto estético de la población hacia las artes plásticas. La visión de la Galería de arte es promover proyectos de exposiciones para divulgar la obra de artistas profesionales, actividades culturales y eventos.

Cine:

El trabajo actual del cine llega a la población a través de la biblioteca, con la ayuda de la emisora “La voz del Níquel” y Moa TV, para que las personas estén informadas de lo que se proyecta en el cine. Existe además un promotor cultural que trabaja en conjunto con las vías no formales, jubilados, combatientes y en la comunidad para elevar el gusto estético de la población hacia el cine.

La Biblioteca:

La misión de la Biblioteca “Alejo Carpentier” se orienta hacia la satisfacción de las necesidades culturales de los usuarios, desarrollando en los mismos hábitos lectores de manera que puedan hacer buen uso del tiempo libre y así

materializar las funciones de la lectura, cognoscitiva, educativa e implementar un conjunto de acciones que desarrollen el programa nacional por la lectura.

El Museo:

Se encarga de recobrar, investigar y difundir el patrimonio natural y cultural del municipio en defensa de los valores esenciales de nuestra identidad, así como el desarrollo del programa de rescate y conservación del patrimonio, mueble e inmueble, que permita a nuestra población y a los visitantes percibir los cambios que han ocurrido en las comunidades.

En la actualidad, los principales desafíos de las instituciones culturales del municipio Moa son:

- Alcanzar un mayor protagonismo en el trabajo comunitario donde los promotores culturales desarrollen acciones más dinámicas, objetivas y sistemáticas.
- Crear, en espacios fijos, verdaderos focos culturales donde se brinde un producto cultural del gusto de nuestro pueblo.
- Prestar mayor atención al movimiento artístico de aficionados, Brigada José Martí, UNEAC, AHS y promotores culturales del territorio.
- Incorporar a un mayor número de organismos e instituciones del territorio en función del programa cultural.
- Continuar fortaleciendo la política de cuadro, incorporando a la reserva a jóvenes talentos.
- Prestar mayor atención y asesoramiento técnico a las comunidades del Plan Turquino.

Luego de abordar los aspectos teóricos conceptuales relacionados con los jóvenes como sujetos de la política juvenil, investigaciones culturales regionales efectuadas en el país y la misión primordial de las instituciones culturales, nos permite tener una visión inicial sobre consumo cultural y realizar por primera vez, en un reparto del municipio Moa, una investigación acerca del consumo cultural, con el objetivo de conocer los diversos criterios y opiniones de una muestra de jóvenes en el rango de edad de 15 a 20 años.

CAPITULO II. PRESUPUESTOS METOLÓGICOS DE LA INVESTIGACIÓN.

2.1 Paradigmas y enfoque de la investigación.

La investigación se realiza sobre la base del paradigma dialéctico - materialista, y es preciso reconocer que se tomaron aportes del paradigma positivista.

Los aportes valorados del paradigma positivista busca causas mediante métodos como cuestionarios, estudios demográficos, que producen datos susceptibles de análisis estadísticos. Se considera que los hechos, fenómenos y los sujetos se estudian en cantidad, intensidad y frecuencia.

Para la realización de esta investigación nos apoyamos en el método de triangulación teórico – metodológica, el cual propicia el uso de varios métodos utilizando perspectivas diferentes para interpretar toda la información que permita llegar a conclusiones más exhaustivas u objetivas posibles.

En el marco específico de esta investigación podemos plantear que el análisis cualitativo se realiza desde los aportes teóricos conceptuales relacionados con aspectos de los jóvenes como sujetos de la política juvenil, investigaciones culturales regionales efectuadas en el país y la misión primordial de las instituciones culturales. El análisis cuantitativo nos permite tener una visión inicial sobre el consumo cultural en un reparto de nuestro municipio y conocer los diversos criterios y opiniones de la muestra de jóvenes estudiados.

Consideramos que en la investigación se realiza un estudio exploratorio, pues en el municipio Moa no existen antecedentes de investigación sobre consumo cultural, con la línea de trabajo sociocultural.

2.2. Fundamentación del problema.

En el período que va de los 15 a los 20 años de edad, se desarrollan procesos de suma importancia para el individuo, tales como la afirmación de la personalidad, el desarrollo espiritual, el alcance del potencial del bienestar y desarrollo social. En los jóvenes, el consumo no es un acto simple, reflejo de un conjunto de intereses y actitudes individuales, ni tampoco el resultado de las pericias de una buena manipulación, sino un complejo proceso sociocultural regido por lógicas económicas.

El consumo cultural constituyó un tema de profundo interés en Cuba en la década de 1990 entre estudiosos e investigadores de la comunicación y la cultura. Diversas razones avalaban los esfuerzos realizados en este ámbito, en especial aquellos derivados de la globalización a que se veían abocadas las sociedades de fin de siglo, lo cual rebasaba cualquier paradigma que haya tratado de explicar los complejos procesos de intercambio cultural.

A lo largo de los años, investigadores de distintas instituciones de la cultura en Cuba, han realizados esfuerzos por estudiar la conducta del público ante las diferentes manifestaciones artístico literarias y existe una base documental importante sobre estos asuntos en varias provincias del país.

Para pensar en la problemática de los usos y la apropiación de los bienes culturales, se hace necesario ir a la búsqueda de sustentos, como la presencia de una historia social y cultural en la que los individuos desarrollan su existencia, como parte de un grupo y clase social, la cual contribuye a modelar el estilo de vida, que una vez estructurado guarda cierta independencia relativa con la realidad circundante.

La visión que los sujetos tienen de su realidad social, sus esquemas clasificatorios, sus jerarquías de sentido y sus prácticas culturales, depende de su posición social y de las coyunturas sociales y personales que les tocó enfrentar.

La política cultural del país está dirigida fundamentalmente a la participación de nuestro pueblo en las diferentes actividades culturales, independientemente del grupo social al cual se pertenezca.

Debido a que no existe una investigación previa en el municipio Moa desde la perspectiva sociocultural sobre el consumo cultural de los jóvenes, este estudio sienta las bases para una nueva comprensión del problema en el territorio, tanto desde el punto de vista teórico como metodológico.

Es relevante el tema pues, se habla de actividades culturales en donde se encuentra un público determinado; el mismo se incorporó para buscar posibles soluciones a problemas que coexisten dentro de la rama de programación cultural y cuyos datos, fundamentados estadísticamente, permitiesen captar las principales irregularidades en los comportamientos culturales de este grupo de jóvenes estudiados, desde el punto de vista cuantitativo, con determinados campos de la cultura y poner en conocimiento de las autoridades y factores competentes del municipio Moa los resultados de la investigación.

2.3. Diseño metodológico de la investigación.

Problema: ¿Cuál es el consumo cultural de los jóvenes de 15 a 20 años en el reparto Rolo Monterrey del municipio Moa en el año 2009?

Objetivo general:

Diagnosticar el consumo cultural de los jóvenes de 15 a 20 años en el reparto Rolo Monterrey del municipio Moa en el año 2009, para identificar las principales necesidades de este grupo de jóvenes y sensibilizar a los organismos competentes.

Objetivos específicos:

- 1) Determinar los principales factores que propician el consumo cultural de los jóvenes de 15 a 20 años en el reparto Rolo Monterrey del municipio Moa en el año 2009.

- 2) Identificar posibles diferencias en el consumo cultural de los jóvenes de 15 a 20 años en el reparto Rolo Monterrey del municipio Moa en el año 2009, relacionado con la edad.

Variables:

- ✓ **Consumo cultural:** Conjunto de procesos de apropiación y usos de productos cuya característica esencial es su dimensión simbólica y constituye, además, una de las principales formas de manifestación de la participación social en la vida cultural.⁸

Indicadores:

- Manifestaciones artísticas de interés: música, cine, literatura, artes plásticas, danza, teatro.
 - Principales actividades en las que se involucran: ver TV, oír radio, ver películas, leer revistas o periódicos, leer libros, oír música.
 - Actividades socioculturales del municipio que reciben con mayor expectativa: carnavales, semana de la cultura, Feria del Libro, ESPINCE, Festival del Rap, Festival de la Trova, proyectos comunitarios.
 - Asistencia a las actividades que realizan las instituciones culturales del municipio: Museo, Galería de arte, Cine, Biblioteca, Casa de la cultura.
- ✓ **Jóvenes:** Grupo social singular con particularidades e intereses concretos que desempeñan un papel destacado en el desarrollo social.⁹

⁸ Concepto de Consumo Cultural: Fleites Linares Cecilia y Rodríguez Alzugaray Maria Carla. *Sobre el Consumo Cultural de la Población Cubana de Hoy*. Tomo II Cultura Cubana Siglo XX. Sonia Almazán y Mariana Serra. Pág. 149.

⁹ Concepto de Jóvenes: Dr. Machado Gerardo y Lic. Quirós Jonathan, Capítulo 2. *Estado y Juventud en Cuba*. Centro de estudio sobre la juventud. Casa editorial Abril, 1999. Cuba: Jóvenes en los 90. Pág.- 49.

Indicadores:

- Manifestación artística a los que son aficionados: literatura, danza, pintura, teatro.
- Frecuencia de participación en las actividades socioculturales: frecuente, a veces, casi nunca, nunca.
- Factores relacionados con el consumo cultural: promoción en los medios audiovisuales, educación familiar, educación escolar, invitación de los amigos, promoción de las instituciones culturales, cultura popular tradicional.

2.4. Técnicas y procedimientos de la investigación.

- **Análisis de documentos:** Fueron revisadas y analizadas literaturas útiles para realizar el marco teórico específico: libros, revistas, y otros sitios de interés. Además de la búsqueda de información acerca de las investigaciones realizadas en Cuba y varias provincias acerca del consumo cultural de los jóvenes y la población cubana en sentido general.

- **Entrevista a expertos:** Se necesitaban opiniones validadas por especialistas del tema a investigar. Esta técnica explora una visión inicial sobre el consumo cultural de los jóvenes en el municipio Moa. La técnica se aplicó a cinco especialistas conocedores del tema. Para la entrevista a expertos se elaboró un cuestionario de 10 preguntas (ver anexo 1) y en dependencia de las consideraciones y opiniones de los entrevistados, proceder o no a la realización de la investigación referida al consumo cultural de los jóvenes de 15 a 20 años en un reparto del municipio.

Los expertos consultados para realizar la entrevista con preguntas formuladas referidas a la investigación fueron los siguientes:

1. Edilberto Rodríguez Tamayo (Taino).
Periodista, Escritor y Poeta
Presidente de la UNEAC en Moa.

2. Camilo Velazco Petitón.
Locutor profesional
Miembro de la Unión Nacional de Periodistas de Cuba.
Director de la Emisora “La Voz del Níquel”.

3. Iris Domínguez Matos.
Lic. en Dirección de Medios Audiovisuales en el I.S.A.
Directora de programas TV Moa.
Asesora Emisora “La Voz del Níquel”.

4. Efraín Santos Rodríguez.
Lic. en Filosofía.
Diplomado en Periodismo.
Ex Director de la Emisora “La Voz del Níquel”

5. Hidroilia García de la Cruz.
Lic. en Filología.
Casa de la Cultura Moa.

Al obtener los resultados de la entrevista a expertos y la mayoría de ellos consideraron que un trabajo investigativo con estas características pudiera servir para impulsar o estimular espacios de discusión, donde los propios jóvenes puedan disertar y encontrar caminos que resulten interesantes y con ellos contribuir a la elevación del gusto estético y preferencia de los jóvenes y en sentido general al pueblo. Planteamos realizar la investigación en el reparto Rolo Monterrey, por ser una de las primeras comunidades fundadas en nuestro municipio; la investigadora reside en esta comunidad, lo que le facilitó desplazarse por el reparto con mayor habilidad para la aplicación de las encuestas y estar más cerca de los jóvenes, conocer cómo se expresan y desarrollan los procesos de creación y de apropiación del consumo de la cultura.

- **Encuesta:** constituía la más adecuada para los objetivos propuestos, además de resultar ventajosa porque proporcionó, de una manera relativamente rápida alcanzar una visión global de los indicadores medidos; fue confeccionada con preguntas de interés: abiertas, cerradas y de elección múltiple (ver anexo 2), que permitiera conocer el consumo cultural de los jóvenes de 15 a 20 años del reparto Rolo Monterrey, en el 2009.

Para realizar el muestreo, se debía averiguar la cantidad de jóvenes en este rango de edad, con lo que contaba la comunidad. La presidenta del Consejo Popular de Rolo – Veguita facilitó la caracterización del Consejo, pero la estadística por edad está concebida por rangos de edades muy amplios, lo que no permitía a corto plazo obtener la información.

A través del jefe de Defensa Rolo – Veguita de la zona 11-14 – 03, se conoció que la comunidad contaba con un total de 596 jóvenes de 15 a 20 años.

Para conocer la cantidad de muestra a estudiar, para aplicar la encuesta, fue a través de la fórmula: tamaño de muestra en Metodología de la Investigación 1, de Hernández Sampier Roberto (ver anexo 3). Y el muestreo sería por racimos.

El muestreo por racimos se empleó por distancias geográficas, recursos de tiempo y otros obstáculos. Con este tipo de muestreo se reducen costos, tiempo y energía. La muestra a investigar estaba comprendida en jóvenes de 15 a 20 años en el reparto Rolo Monterrey del municipio Moa, en el 2009, por lo que la selección aseguraba que todos los elementos del racimo tenían probabilidad de ser elegidos.

El estudio a realizar trata un tema de investigación social, lo que no debe ser aplicado sin consultarlo previamente con el PCC municipal. Fue revisado y aprobado por el presidente de la Comisión Ideológica del Partido Municipal de Moa.

CAPITULO III. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.

3.1. Caracterización del Consejo Popular Rolo – Veguita.

El Consejo Popular Rolo – Veguita está constituido por 11 circunscripciones con una extensión territorial de 10.24 Km², con una población de 5976 habitantes y una densidad poblacional de 582.1. Limita al norte con el Consejo Popular 26 de Junio, al sur la circunscripción independiente de Farallones, al este con el Consejo Popular de Punta Gorda, al oeste con el Consejo Popular 26 de Junio y litoral costero. De esta población son electores 3994, cuenta con 1918 viviendas. Con 14 zonas de defensa y 85 CDR.

Este Consejo Popular cuenta con 91 objetivos económicos, políticos y sociales, entre los que más se destacan:

- Ü La Fábrica Pedro Soto Alba
- Ü El PCC Municipal
- Ü El sectorial de salud
- Ü El Hospital Pediátrico Pedro Soto Alba
- Ü El Policlínico Rolando Monterrey
- Ü La Secundaria Básica Rolando Monterrey
- Ü La Farmacia Piloto Rolando Monterrey
- Ü La óptica
- Ü Centro de rehabilitación
- Ü La ESUNI (Empresa de Servicios de la Unión del Níquel).
- Ü El Puerto
- Ü El Cine Ciro Redondo

Posee 7 centros de enseñanza educacional, 2 Círculos infantiles, 3 escuelas primarias, entre ellos 1 Seminternado, 1 Secundaria Básica, 1 Sede de CSIPJ con una matrícula de 170 estudiantes y 12 trabajadores sociales.

Reseña histórica del reparto Rolo Monterrey. (Ver anexo 4).

3.2 Análisis e interpretación de los resultados de la entrevista a expertos en temas culturales.

La aplicación de esta técnica tiene gran importancia ya que la legitimidad del discurso de especialistas hace más válida la información. Teniendo en cuenta el análisis de las entrevistas realizadas a expertos, los cuales con sus opiniones permitieron realizar una valoración profunda de cada objetivo debido a que sus experiencias como trabajadores en la rama de la cultura sirvió de gran ayuda para una mayor comprensión del tema investigado. Luego de un análisis íntegro se puede exponer que el 100% considera que en el municipio no existen antecedentes de investigación sobre consumo cultural, con la línea de trabajo sociocultural. Es un tema de gran importancia a la hora de hablar de actividades culturales en donde se encuentre un público determinado.

De los expertos entrevistados el 100 % plantea que el consumo cultural se basa en la capacidad y posibilidad de un individuo de alimentar sus conocimientos sobre el arte y cultura, utilizando mecanismos diversos, ya sea a través de la creación artística de alguien, como una comida típica, una obra de arte, escuchar una pieza musical y otras; condicionado a todo lo que se crea por el ser humano y forma parte de la medida en que se consume, el lugar donde vives, la identidad cultural, la idiosincrasia, la educación familiar, costumbres, tradiciones culturales, todo adaptado a la acción individual de cada persona.

Al interpretar lo antes expuesto, podemos apreciar que el consumo cultural no es lo mismo que consumo artístico, ya que este último está dentro del consumo cultural, y no puede estar al margen de las distintas manifestaciones de la cultura; que todas tienen en común que la cultura son todos los valores materiales y espirituales creados conscientemente por los hombres en la actividad creadora y transformadora, en la creación de los valores y la necesidad de satisfacción de lo espiritual obligado a consumir desde que vive en sociedad.

Acerca de los elementos que forman parte del consumo cultural, los expertos plantean:

(Experto 1)

- Momento creativo.
- Promoción de la creación.
- Lugar y espacio donde la persona tenga acceso.
- Momento de consumir el producto cultural.

Los demás entrevistados coinciden con lo planteado por el experto 1, agregando que son varios los elementos que forman parte del consumo cultural y citan de forma general: la forma de vestir, ver TV, leer la prensa, ver película, la información que se expresa, la asimilación de información, creencias, tener fe en algo, los medios de comunicación, las instituciones culturales de la comunidad, las modas, los gustos, las ideologías, las tradiciones. Que permite en contextos diferentes, procesar esas experiencias adquiridas y revolucionarlas sobre la base de la concepción individual de la estética. El capital cultural, por su parte, tiene un basamento social; depende obviamente del entorno en que el individuo crece y se desarrolla.

De lo anterior se interpreta que hay dos elementos fundamentales que forman parte del consumo cultural: la capacidad y posibilidad, en las opciones de que disponga el individuo para consumir cultura, dependiendo en gran medida de la ubicación geográfica y el contexto histórico social en que se desarrolla la persona. Ejemplo de ello, disfrutar de un ballet o una obra de arte; la que adquiere sentido sólo para aquel que posee un código específico para codificarla. La adquisición de este código, de determinadas competencias estéticas, es el producto de los efectos acumulados de la transmisión cultural asegurada por la familia, la escuela y el entorno sociocultural.

Para el 100 % de los entrevistados los factores que propician el consumo cultural en la población son múltiples, entre ellos, el gusto, la moda, los medios de comunicación, el enfoque ideológico de los contenidos culturales que se ofertan, las instituciones sociales, la literatura, el gusto y preferencia de cada joven, nivel cultural, nivel de instrucción, la existencia de un marco o área

cultural, un espacio comunitario y propagandístico, escala de valores de cada persona, calidad de la creación el enfoque ideológico de los contenidos culturales, las instituciones culturales, calidad de la creación, la ubicación de un sistema de relaciones (clase social, status económico, raza). En Cuba, desde enero de 1959, nace una revolución cultural que tiene su preludeo en las palabras de Fidel a los intelectuales y ha transitado por varias etapas hasta nuestros días. De ahí que el factor político ha sido clave en la creación de mecanismos que favorezcan el consumo cultural de la población.

Al analizar lo expresado anteriormente por los expertos, consideramos que el consumo cultural es un fenómeno social, de tal manera que el Estado se ha encargado de crear espacios y condiciones que permitan al pueblo enriquecer su acervo cultural; a través del sistema de Casas de Cultura, las Instituciones Culturales y se desarrollan y expanden por todo el territorio nacional los medios masivos de comunicación, elemento indispensable del consumo cultural en cualquier parte del mundo. A lo que hay que agregar dentro de la nueva revolución cultural, las sedes universitarias, el programa audiovisual en el sector de la educación, la Feria Internacional del Libro, entre muchos otros.

A la interrogante de si puede identificarse la cultura del consumo y el consumo cultural, los expertos 1 y 4 consideran que no siempre pueden identificarse, aunque se encuentre una implícita en la otra son definiciones diferentes. Ejemplo de ello puede ser cuando en determinado momento la propaganda te vende una imagen, una música con la que en ocasiones te identificas, pero no quiere decir que sea del gusto estético de lo que quisieras consumir. El consumo cultural es más amplio, que la cultura del consumo.

Por otra parte, los demás expertos comparten el criterio que la cultura del consumo y el consumo cultural sí se pueden identificar una de otra, alegando que las sociedades se identifican por su idiosincrasia, tradiciones culturales, contexto histórico social y, evidentemente, el consumo cultural está establecido sobre la base del conocimiento de un producto cultural en correspondencia de cada nación.

Al analizar las respuestas de los entrevistados a la pregunta 4 coincidimos con lo expuesto por los expertos 1 y 4; agregando a lo anterior, que el consumo refleja, en la apropiación y uso de bienes significativos, en los que prevalece el valor imaginado, que aflora como una construcción individual donde cada grupo social tiene demandas, motivos y actitudes propias hacia diferentes opciones culturales y perfila de esta manera identidades bien delineadas que responden a representaciones y realidades culturales propias. Es decir, que es una relación dialéctica.

El 100 % de los expertos entrevistados coinciden en que el consumo cultural es un elemento dinamizador y regulador de la sociedad porque se manifiesta en el conjunto de prácticas socioculturales que las personas manifiestan en sus comportamientos o posturas, en tanto se puede captar el nivel de frecuencia y de ocurrencia de estas conductas, a través de la observación y de indagaciones en las que los sujetos se incluyen en una gama de propuestas previamente elaboradas y supera el conocimiento conductista del consumo, con los valores y modos del ser humano que presupone una visión naturalista de las necesidades.

Al analizar el criterio dado por los expertos a la pregunta 5 podemos agregar, que cada grupo o pueblo se caracteriza y se diferencia con otros, por costumbres, hábitos alimentarios, productos del arte, modos de relación y socialización, formas de relaciones familiares, de pareja y otras; que forman parte de los resultados y rasgos específicos, que apuntan a la noción de varios elementos objetivos y mensurables, propios del contexto histórico.

En la pregunta 6 relacionada sobre la relación que existe entre jóvenes y consumo cultural, los expertos 2 y 4, plantean que el hombre desde que vive en sociedad tiene consumo cultural, ya que es un ser social, la diferencia está en lo que se consume y la forma en que se consume. La adquisición de gustos estéticos es el producto de los efectos derivados por la transmisión cultural, hábitos, costumbres, tradiciones e influencias, tanto de la escuela como de la familia.

Por otra parte, los demás expertos entrevistados opinan que la relación que existe entre jóvenes y consumo cultural es una correlación estrecha, que el consumo actual de la juventud en su mayoría es pobre en cuanto a diversidad de géneros: en la actualidad disponen de mayor tiempo para consumir videos juegos, videos musicales, películas poco instructivas y otras; brindándoles menor tiempo y atención a los espacios culturales que se propician en las comunidades, visitar instituciones culturales y participar en las actividades que se programan en estas.

Al interpretar las opiniones de los expertos consideramos que existe una estrecha relación entre jóvenes y consumo cultural, siempre condicionada por la identidad cultural del individuo, los valores humanos, las influencias familiares y tradicionales en mayor o menor grado, a pesar de que el desarrollo y la dimensión cultural propician modificaciones en la forma de interpretar y modificar aspectos que intervienen en la vida social y creativa, que obedecerá en gran medida, de los interesados en la satisfacción de sus propias necesidades.

Acerca de la interrogante ¿cuál es el consumo cultural de los jóvenes de Moa en la actualidad?

Para el experto 4, en su opinión, son muchas, citando como las más representativas: “el vestir a la moda”, “asistir a fiestas”, “el disfrute de centros recreativos”, “el estudio”, “el deporte”, “la música”, “el cine”, “inclinación por las modas novedosas (corte de cabellos, pelos decolorados, tatuajes), “uso de calcomanía”, “videos extranjeros”, “farándulas”.

Los demás entrevistados coinciden en que el consumo cultural de los jóvenes en Moa es sumamente carente, pues la gran mayoría lo que consume es la música de reggaetón, alguna que otra propuesta de música popularailable, que recurre en ocasiones a la vulgaridad, el consumo desmedido de medios de computación y medios digitalizados como DVD, CD y otros dispositivos de alta tecnología, sin ninguna concepción estética.

Al realizar un análisis a las opiniones de los expertos, podemos apreciar que a pesar de que Cuba invierte cuantiosos recursos para proporcionarles a los jóvenes una cultura general integral, a través de las instituciones culturales, los medios masivos de difusión y otros, la asistencia a la galería, exposiciones, tertulias, bibliotecas y actividades tradicionales, es muy poca. Sería bueno profundizar en esto, tal vez la poca participación de los jóvenes a las actividades esté también relacionada con la calidad de la oferta y la poca divulgación de estas; pero ciertamente, gran parte de la juventud actual se inclina por códigos perneados de elementos extraños a “nuestra cultura”.

La pregunta 8 realizada a los expertos estaba referida a los factores que propician el consumo cultural de los jóvenes en Moa. El experto 3 dice al respecto: “en Moa tienen gran aceptación los medios de comunicación masiva, en este caso, la Radio y la TV, los cuales juegan un rol decisivo dentro de la categoría de consumo cultural, la escuela, la familia, las instituciones, posibilitan también este consumo cultural, sin embargo, se debe reflexionar en los enfoques que se dan a los contenidos que generamos y que determinan la formación de verdaderos valores dentro del consumo cultural “.

Los expertos 1, 2 y 4 coinciden que los principales factores que propician el consumo cultural de los jóvenes en Moa, están fundamentados principalmente en la necesidad espiritual de los individuos, el nivel cultural, nivel de instrucción, la existencia de un marco o espacio cultural propicio, el aspecto comunitario y propagandístico, la escala de valores individuales: no hay un teatro, no hay un lugar donde se realice un desfile de modas; faltan, además, propuestas culturales, tales como danza contemporánea, ballet, obras de teatro así como promoción a la población; las propuestas que brinda el sector institucional puede no ser del agrado de los jóvenes, la poca asistencia a eventos no sólo se debe al interés personal de cada persona, habría que hurgar en la particularidad que puedan tener las actividades.

Coincidimos con lo expuesto anteriormente por los expertos y opinamos además, que existe déficit de infraestructura en el territorio; el municipio no

dispone de suficientes expectativas y atractivas opciones culturales que, objetivamente, despierten el interés de los jóvenes.

El 100 % de los entrevistados consideran que el rol de los jóvenes en el consumo cultural es determinante puesto que la nueva generación influye positivamente en la cultura; basta mencionar a los instructores de arte que están diseminados por todas y cada una de las escuelas del país, hasta los más intrincados parajes. Sin embargo, el consumo cultural tiene que estar necesariamente matizado con una acabada concepción atractiva y en ello debe intervenir la vanguardia artística, es decir, la UNEAC y la AHS, las cuales deben insertarse en la formación de esos jóvenes que son los encargados de irradiar una cultura de masas, con un exquisito gusto estético.

Al interpretar el criterio de los expertos, se considera que los jóvenes juegan un rol activo porque en la medida que se van insertando en las distintas vías en la sociedad son protagonistas de una cultura. Y a la vez se incorporan en el consumo cultural de manera pasiva, debido a que el joven se manifiesta según el marco social y cultural que se desarrolla y es protagónico directa e indirectamente del espacio donde se encuentre.

La pregunta 10 formulada a los expertos, era imprescindible para nosotros, porque de ella dependería básicamente realizar la investigación, por lo que se plantea conocer si consideraban importante el estudio del consumo cultural en el municipio; con excepción del experto 4, los demás entrevistados consideraron que la realización de un trabajo investigativo de esta índole pudiera servir para impulsar o estimular espacios de discusión, donde los propios jóvenes puedan disertar y encontrar caminos que resulten interesantes y con ellos contribuir a la elevación del gusto estético y preferencia de los jóvenes y en sentido general, al pueblo.

Al analizar y obtener los resultados de la entrevista a expertos se decide investigar el tema del consumo cultural de los jóvenes en un reparto de Moa, porque en el municipio no existen antecedentes de investigación sobre consumo cultural. Es un tema de gran importancia a la hora de hablar de

actividades culturales en donde se encuentre un público determinado; el mismo se incorporó para buscar posibles soluciones a problemas que coexisten dentro de la rama de programación cultural y cuyos datos, fundamentados estadísticamente, nos permitiesen captar algunas de las regularidades más significativas, desde el punto de vista cuantitativo, de las relaciones de los jóvenes con determinados campos de la cultura.

3.3. Resultados de las encuestas.

La encuesta como instrumento de recolección fue seleccionada debido a diversas razones: no es costoso puesto que no necesita de una gran preparación para ser administrada, otorga la posibilidad de efectuar entrevistas formalizadas con un listado fijo de preguntas al que posteriormente se le puede realizar un tratamiento estadístico; es rápida, lo cual es fundamental al considerar que existe un periodo de tiempo estipulado para presentar la investigación. Todo instrumento de recolección de datos debe reunir dos requisitos esenciales: la validez y la confiabilidad. *La validez'....se refiere al grado en que un instrumento de medición se acerca más a representar la variable o variables que pretende medir".*¹⁰

Las ventajas principales de esta técnica se fundamentaron, en la gran economía de tiempo y personal que implica. Además, al realizarse de forma anónima, las respuestas ofrecidas son más confiables.

Para la aplicación de la encuesta la investigadora contó con la colaboración de 3 compañeros, lo que permitió que la muestra a investigar (86) sujetos, por racimos, fuera aplicada a jóvenes de 15 a 20 años de varias circunscripciones del reparto Rolo Monterrey del municipio Moa.

3.3.1. Análisis e interpretación de los resultados de las encuestas aplicadas.

El cuestionario utilizado constó de 10 preguntas de interés: abiertas, cerradas, de elección múltiple y varios incisos. Nuestra intención fue adentrarnos en las

¹⁰ Hernández, Sampier Roberto. Metodología de la Investigación Social Tomo I. Pág. 25

similitudes y diferencias de los jóvenes estudiados en las políticas culturales para medir, en un reparto de nuestro municipio (Rolo Monterrey), las orientaciones afectivos – cognitivas fue dirigidas al sector “jóvenes”, hacia determinados circuitos culturales, las conductas declaradas como realizadas más frecuentemente, así como ciertas proyecciones de futuro que modelan sus estilos de vida.

Como resultados relevantes en las encuestas, se captaron entre otras las siguientes irregularidades:

1. Una homogeneidad en los comportamientos culturales de los jóvenes encuestados, uniformidad que marca la trayectoria que describimos a continuación.

Tanto los intereses y hábitos como las expectativas culturales convergen en un estrecho rango del espectro posible. Por lo tanto, las únicas manifestaciones artísticas que determinan con cifras significativas como de interés en los jóvenes encuestados son la música Reggaetón (75%), ver videos musicales (73%), y música salsa (63%). La literatura ocupa el cuarto lugar pero ya con una cifra menor (56%), de ella novelas (38%) y poesías (35%). Las actividades declaradas como que se realizan con mayor frecuencia son ver la TV (73%) ver películas en videos (70%), seguidas por oír radio (56%), leer revistas y periódicos (52%). Mientras, las expectativas están asociadas fundamentalmente a las celebraciones relacionadas con la cultura popular tradicional local como es el caso de los carnavales (97%), la semana de la cultura (60%) y sólo el 24% señaló la Feria del Libro.

2. El distanciamiento de un número significativo de los jóvenes encuestados con determinados bienes culturales, junto a la baja utilización de los servicios públicos culturales que en la comunidad de Rolo Monterrey, como propuestas, les ofrecen en sentido general el municipio Moa.

Los datos obtenidos permiten sostener esta afirmación: manifestaciones artísticas como el ballet y/o danzas resultan de interés sólo para el 45% de los

jóvenes encuestados. Lo mismo ocurre con la fotografía (42%) y las artes plásticas (35%). Por otra parte, más del 80% de los jóvenes de la comunidad encuestada declara nunca haber asistido a un concierto de música clásica, (75%) a un espectáculo de ballet y/o danzas; mientras que las visitas a las instituciones culturales arrojaron los siguientes resultados: visita al museo (10%) y señalan que las visitas han sido dirigidas; Galería de Arte (21%), un 17% señaló que asisten a exposiciones y un 10% a visitas dirigidas; Biblioteca un 42% y destacan que van a estudiar o investigar; y el 31% asisten a presentaciones de libros; acerca del Cine, el 35% de los encuestados señalaron que asisten a proyecciones de filmes y un 21% señaló que participan en cine club.

Esto indica que aún persisten diferencias importantes en la apropiación de ciertos bienes culturales, no obstante una política sistemática de hacer posible el derecho de todos a la cultura y de acortar la distancia entre su producción y recepción.

En bibliografía internacional, tanto la evolución como las diferencias del consumo cultural se adjudican a distintos factores: la accesibilidad real a los equipamientos, la disponibilidad de recursos económicos, los hábitos culturales previos, la administración del tiempo en diferentes sectores de la población, los diversos factores derivados de un irregular y determinado complejo desarrollo urbano, es decir, el crecimiento de las ciudades y su extensión territorial hacia zonas periféricas, lo cual aumenta las distancias entre los centros culturales y los lugares de residencia. Sería bueno profundizar hasta qué punto éstos u otros factores, en su múltiple combinación, potencian los comportamientos encontrados en nuestro concepto de estudio..

Según los datos obtenidos en la aplicación de las encuestas, los factores que inciden en mayor medida en sus gustos y preferencias culturales son: la educación familiar un 80%, la educación escolar un 75%, invitación de los amigos un 52%, promoción de los medios audiovisuales 20%. Por lo general los jóvenes de 15 a 20 años, a lo largo de su historia, han ido conformando un estilo de vida, en el cual determinadas circunstancias familiares y relaciones en

sus grupos de pertenencia han influido notablemente, dedicando una buena parte de sus existencia a la actividad escolar, como parte de su proyecto de vida y su mundo de representaciones.

En estos jóvenes investigados hay una clara diferenciación de los tiempos de su vida cotidiana: estudio, trabajo y tiempo libre. En sus percepciones, este último tiene una función básica, la búsqueda de distracción, la relajación de tensiones y las dificultades diarias. Sus prácticas habituales son “oír música”, “ver televisión”, “ver videos musicales y filmes”, “salir de paseo con amistades”, “practicar deportes”, “visitas a familiares”.

En este conjunto de expectativas y modos de conducta, las opciones que por lo general brindan las instituciones culturales, quedan fuera de los marcos de su percepción y conductas.

Es preciso aclarar que el que determinadas manifestaciones y practicas culturales, como las artes plásticas, el ballet, y/o conciertos de música clásicas, danzas, la asistencia a las instituciones culturales del municipio entre otras, no alcancen un volumen significativo, no necesariamente constituye un hecho alarmante. Esto no quiere decir que desde la política se renuncie a la meta de continuar los esfuerzos por lograr cada vez sectores más amplios donde los jóvenes puedan disfrutar de manifestaciones que tradicionalmente han sido cultivadas por una minoría.

3. El papel de la radio y la televisión es otro de los elementos decisivos que aportan regularidades en relación con los comportamientos culturales. Puede decirse que estos medios constituyen los organizadores de parte de la vida cultural en el territorio.

Oír música grabada (75%), ver televisión (73%), ver películas en videos (70%) son las actividades más realizadas por los jóvenes. Ninguno de los espacios públicos de participación cultural tradicional logra obtener estas cifras.

¿Cómo interpretar tales comportamientos? Se trata del predominio de un desarrollo cultural en el que las experiencias directas del espectáculo en vivo y de las relaciones grupales son desplazadas por contactos mediados por equipos de videos DVD, CD, los medios de comunicación masiva y otros. En realidad, las condiciones sociales, no son las mismas que las de los lugares como por ejemplo las capitales provinciales y otras. La vida cultural de los centros urbanos, para una gran mayoría de jóvenes, pasa por ver equipos de videos TV, videos juegos, desde sus casas y no a través de ninguna de las instituciones de cultura clásicas, lo cual convierte el problema de la utilización de estos medios en un punto clave de las políticas y estrategias culturales. En la comunidad de Rolo Monterrey existe un distanciamiento con determinadas actividades culturales que se realizan en el municipio, que influye en gran medida la lejanía del reparto con Moa centro y demás comunidades céntricas de mayor utilización de los servicios públicos.

4. Una diversidad obtenida en la homogeneidad.

Frente a estas tendencias descritas, que apuntan a calificar el consumo cultural de los jóvenes de 15 a 20 años en el reparto Rolo Monterrey, como uniforme, pugnan las tensiones de una diversidad en el interior de los comportamientos sociales que demuestran cómo los intereses, hábitos y expectativas culturales descansan sobre una estructura compleja multideterminada por condicionamientos por influencias del lugar de origen de sus padres y la edad de los jóvenes.

A continuación se relacionan algunos datos que ejemplifican lo anterior y que se propuso averiguar en la encuesta aplicada.

Como lo muestran los datos obtenidos, los valores más altos para la música reggaetón (82%) y la participación en fiestas quinceañeras (90%), se hallaron entre los jóvenes de 15 a 17 años. La edad además condiciona diferencias de intereses en los géneros cinematográficos que prefieren los jóvenes. En la encuesta aplicada marcan el 77% las películas de ciencia ficción, el 75% cines de aventuras y los de jóvenes de 18 a 20 señalaron como más

significativos filmes de terror (72%), cines de acción (68%) y para todos los jóvenes encuestados el 65% lo ocupaba el género comedias.

Al analizar estos resultados, se muestra que en efecto las preferencias por fiestas quinceañeras y el mayor porcentaje a la música de reggaetón estaban comprendidos los jóvenes de 15 a 17 encuestados. Los jóvenes de 18 a 20 señalaron la música de reggaetón en su preferencia, pero en menor medida que los más jóvenes y le dieron a la música salsa un 63% de su preferencia.

5. Cultura popular y cultura popular tradicional.

Otro resultado de suma relevancia es la avidez que han demostrado los jóvenes de 15 a 20 años encuestados por las fiestas populares de los carnavales y en menor medida, la semana de la cultura y la Feria del Libro.

Al analizar estos resultados, nos demuestra que estas actividades continúan siendo una necesidad social aún no resuelta. Para la solución de este problema, un requisito indispensable es adentrarse en el intricado tema de cultura popular, en toda la amplitud y gama de manifestaciones, comprender las formas particulares que ésta asume, así como los efectos comunicativos que sobre ella provoca la red de instituciones del municipio Moa en su conjunto. De aquí, además, se derivan otros temas de igual complejidad como son los del diseño de políticas culturales que conjuguen las líneas globales con las iniciativas del municipio y de las comunidades. El papel y los niveles de intervención de los distintos agentes de desarrollo para no reducir ni institucionalizar procesos, que por su esencia, son espontáneos y no pueden ser estructurados desde afuera, sin correr el riesgo de empobrecerlos, formalizarlos o hacerlos desaparecer.

Sin duda, aún queda por profundizar sobre estas cuestiones, pero los resultados obtenidos en esta investigación sobre el tema del consumo cultural indican que en la base de los llamados “intereses”, “gustos” y “preferencias” yacen elementos definitorios, como las condiciones de existencia de cada grupo social, las cuales imponen un modo de elegir sus formas de descanso o

diversión. Condiciones de vida que ayudan a conformar todo un sistema de disposiciones estables, modos de pensamiento y acción que conforman sus esquemas de clasificación, sus orientaciones afectivas con el mundo, mucho más allá de la conciencia y el discurso.

3.4. Integración general de los resultados.

La triangulación metodológica permite apreciar correspondencia entre los resultados expresados en una técnica y la otra. Los datos obtenidos a través de las técnicas aplicadas en la investigación realizada, para identificar el consumo cultural de los jóvenes de 15 a 20 años en el reparto Rolo Monterrey del municipio Moa en el año 2009, arrojaron una homogeneidad en los comportamientos culturales de los jóvenes encuestados, uniformidad que marca una línea en los interés, hábitos y las expectativas culturales.

En estos jóvenes investigados hay una clara diferenciación de los tiempos de su vida cotidiana: estudio, trabajo y tiempo libre. En sus percepciones, este último tiene una función básica, la búsqueda de distracción, la relajación de tensiones y las dificultades diarias. Sus prácticas habituales son “oír música”, “ver televisión”, “ver videos musicales y filmes”, “salir de paseo con amistades”, “practicar deportes”, “visitas a familiares”.

Según los datos obtenidos en la aplicación de las encuestas, inciden en mayor medida en sus gustos y preferencias culturales: la educación familiar, la educación escolar, invitación de los amigos, promoción de los medios audiovisuales.

Todo lo anterior nos permite entender que por lo general los jóvenes de 15 a 20 años, a lo largo de su historia han ido conformando un estilo de vida, en el cual determinadas circunstancias familiares y relaciones en sus grupos de pertenencia han influido notablemente, dedicando una buena parte de sus existencia a la actividad escolar, como parte de su proyecto de vida y su mundo de representaciones. Los aprendizajes que se logren en la vida cotidiana en familia resultan ser fundamentales para el desarrollo de la personalidad.

La escuela es el centro donde se realiza la interacción entre la cultura experimental adquirida en la familia y la cultura escolar. Dentro de la escuela se ponen de manifiesto las contradicciones, conflictos y exigencias de los distintos sectores de la sociedad, política, económica y social.

La encuesta especificaba los jóvenes comprendidos en los rangos de edades de 15 a 17 y 18 a 20 y a pesar de la homogeneidad en los comportamientos culturales de los jóvenes investigados, se aprecia que los valores más altos para “oír música reggaetón” y “la participación en fiestas quinceañeras”, se hallaron entre los jóvenes de 15 a 17 años. La edad además condiciona diferencias de intereses en los géneros cinematográficos que prefieren los jóvenes.

Analizando estos resultados, indican que a pesar de la uniformidad en las respuestas brindada por los jóvenes encuestados los gustos e intereses de las edades más tempranas, pueden ir cambiando a medida que va aumentando la edad juvenil, a través de la consolidación de formaciones motivacionales, autovaloración e ideales, que permiten la regulación efectiva del comportamiento. Todo un sistema de necesidades, motivos y aspiraciones, se integran a la formación típica de esta etapa en las diferentes esferas de significación para la personalidad.

CONCLUSIONES.

1. La realización del trabajo ha permitido diagnosticar el consumo cultural de los jóvenes de 15 a 20 años en el reparto Rolo Monterrey del municipio Moa y poner en conocimiento de la autoridades y factores competentes, las principales irregularidades en los comportamientos culturales de este grupo de jóvenes, entre las que se cita: homogeneidad, el distanciamiento de un número significativo de los jóvenes encuestados con determinados bienes culturales, baja utilización de los servicios públicos, insuficiente papel de la radio y la televisión local y la necesidad de incrementar la cultura popular y la cultura tradicional.
2. No existen antecedentes de investigaciones de este tipo en el municipio Moa, lo que constituye un aporte importante para el trabajo cultural de la comunidad y la formación integral de los jóvenes.
3. Los principales problemas detectados en la investigación a cerca del consumo cultural de los jóvenes fueron:
 - No existe motivación en los jóvenes por las diferentes actividades que realizan las instituciones culturales del municipio.
 - Poca divulgación de las actividades.
 - Escasa creatividad y poca calidad en las actividades que se proponen.
 - No existe coincidencia entre necesidad y oferta.
 - Escasez de lugares donde puedan participar los jóvenes.
 - Los horarios y lugares no son idóneos.
 - Los promotores culturales e instructores de artes, deben incrementar su trabajo en las comunidades.

RECOMENDACIONES

1. Informar al Partido y al gobierno de los problemas detectados en el diagnóstico, para que a través del sectorial de cultura, sectorial de educación, la UJC, la FMC y los CDR se de tratamiento a los problemas detectados en cuanto a las necesidades del consumo cultural de los jóvenes.
2. Que la investigación constituya un punto de partida para trabajos futuros y que con la inserción de estudiantes de la Facultad de Humanidades del Instituto Superior Minero Metalúrgico de Moa se generalice el resultado y sea aplicado a otros grupos de edades y comunidades del municipio.

BIBLIOGRAFIAS

- § Bisbal, Marcelino. La idea del consumo cultural: Teoría, perspectiva y propuestas buscado en:
<http://www.gumilla.org.ve/Comunicacion/COM108/Bisbal.htm>
Fecha de consulta: 19 de marzo del 2009.
- § Bourdieu Pierre, Fuente. http://www.fcpolit.unr.edu.ar/a2_Consumo.htm
Consumo Cultural y Percepción Estética: conceptos básicos.
Fecha de consulta: 16 de febrero del 2009.
- § Del Valle, Sandra. Perfiles de la cultura cubana, Mayo - Diciembre, 2002, Cine y Revolución, La política cultural del ICAIC en los sesenta.
<http://www.perfiles.cult.cu/articulos/cosumocultural.pdf>.
Fecha de consulta: 11 de marzo del 2009.
- § Domínguez García, Laura. Psicología del desarrollo adolescencia y juventud. Caracterización de diferentes etapas del desarrollo de la personalidad “La Adolescencia”, Pág. 459 – 476, Selección de lecturas, Colectivo de autores, Editorial Félix Varela, 2003
- § Ibarra Mustelier, Lourdes Maria. Capítulo: Cultural familiar y cultura escolar en la formación de la identidad. ¿Realidad o utopía? Páginas 101- 111, *Psicología y educación: Una relación necesaria*. Primera reimpresión: Editorial Félix Varela La Habana, 2007.
- § Machado Gerardo y Quirós Jonathan, Capítulo 2. Estado y Juventud en Cuba Pág. 33 – 69, Cuba: Jóvenes en los 90, Centro de estudio sobre la juventud, 1999 Casa editorial Abril, 1999.
- § Laguardia Martínez Jacqueline; Ortega González Diosnara; Morejón Sosa Ernesto. Búsquedas, nociones y nuevas interrogantes, Perfiles de

la cultura cubana, enero- abril, 2008, de libros y literatura en Cuba.
<http://www.perfiles.cult.cu/articulos/cosumocultural.pdf>.

Fecha de consulta: 11 de marzo del 2009

§ Linares Fleites Cecilia, El consumo cultural en cuba Trayectoria en su conceptualización.

FUENTE:http://www.fcpolit.unr.edu.ar/a2_consumo.htm.

Fecha de consulta: 11 de marzo del 2009

§ Linares Fleites Cecilia y Alzugaray Maria Carla. Sobre el Consumo Cultural de la Población Cubana de Hoy Pág. 149 – 207. Cultura Cubana Siglo XX Tomo II, Almazán Sonia y Serra Mariana Editorial Félix Varela, La Habana, 2004.

§ Mora Emilio Mora Puig, Consumo e investigaciones culturales.

<http://www.perfiles.cult.cu/articulos/cosumocultural.pdf>.

Fecha de consulta: 11 de marzo del 2009.

§ Sampier Hernández Roberto, Metodología de la Investigación Social Tomo I y II. Editorial Félix Varela, La Habana, 2004.

§ Sitio atención@.min.cult.cu. Informe del MINISTERIO DE LA CULTURA a la Asamblea Nacional del Poder Popular en el primer período ordinario de sesiones de la VI Legislatura, 25 de octubre del 2003.

Fecha de consulta: 16 de febrero del 2009.

§ Torres Santana Ailynn, Infancia, consumo y televisión, Perfiles de la cultura cubana, enero- abril, 2008.

<http://www.perfiles.cult.cu/articulos/cosumocultural.pdf>.

Fecha de consulta: 11 de marzo del 2009.

Informaciones recopiladas en el municipio Moa:

- § Aguilar Laurencio, Betzaida. Directora de la Biblioteca (información de la Institución).
- § Blanco, Ana Iris. Presidenta del Consejo Popular Rolo Veguita, (Caracterización del Consejo Popular Rolo Veguita).
- § Breffe Góngora, Idelsis. Directora del Cine (información de la Institución).
- § Calzadilla de La Cruz, Wilson. Jefe de Defensa Rolo – Veguita de la zona 11-14 – 03 (Información de la cantidad de jóvenes de 15 a 20 años que residen en el reparto, en el año 2009).
- § Cuenca Salazar, Idania. Directora Galería de Arte (información de la Institución).
- § Garcell Peña, Marisol. Directora Casa de la Cultura (información de la Institución).
- § Regalado Sánchez, Dianelis. Directora del Museo (información de la Institución).
- § Velazco Mir, Pablo. Historiador de la ciudad de Moa (Reseña histórica del reparto Rolo Monterrey).

ANEXOS

ANEXO 1

Entrevista a expertos

1. ¿Qué es para Ud consumo cultural?
2. ¿Cuáles son los elementos que forman parte del consumo cultural?.
3. ¿Qué factores propician el consumo cultural en la población?.
4. ¿Pueden identificarse la cultura del consumo y el consumo cultural?
5. ¿Puede considerarse el consumo cultural como el elemento dinamizador y regulador de la sociedad?
6. ¿Qué relación existe entre jóvenes y consumo cultural?
7. En su opinión ¿cuál es el consumo cultural de los jóvenes de Moa en la actualidad?
8. ¿Qué factores propician el consumo cultural de los jóvenes en Moa?
9. ¿Qué papel deben jugar estos en el consumo cultural?
10. ¿Qué importancia tiene el estudio del consumo cultural en el municipio?

ANEXO 2

Encuesta

El Instituto Superior Minero Metalúrgico de Moa Facultad de Humanidades, como parte de un trabajo de tesis de grado está realizando la encuesta referida al Consumo Cultural de los jóvenes. Esta encuesta posee un carácter anónimo. (No debe escribir su nombre). De antemano le agradecemos la sinceridad de las respuestas a las preguntas formuladas.

1. ¿Cuáles son las manifestaciones artísticas y géneros de su preferencia? Marque con una X

Música: Salsa ___ Reggaetón ___ Rock ___ Rap ___ Tradicional ___ Balada ___ Trova ___ Otro ____.

b) Cine: Dramas ___ Comedias ___ Acción ___ Ciencia ficción ___ Terror ___ Aventuras ___ Suspenso ___ Otro ____.

c) Literatura: Poesías ___ Novelas ___ Cuentos ___ Ensayos ___ Teatro ___ Otro ____.

d) Artes Plásticas: Pintura ___ Fotografía ___ Dibujo ___ Escultura ___ Cerámica ___ Otro ____.

e) Teatro: Tragedia ___ Comedia ___ Drama ___ Monólogo ___ Ópera ___ Otro ____.

f) Danza: Ballet ___ Danza Folclórica ___ Danza contemporánea. ___ Otra ____.

2. ¿Qué actividades son de tu preferencia y con que frecuencia lo realizas? Marque con una X

a) Ver TV: Frecuentemente ___ A veces ___ Casi nunca ___ Nunca ____.

Programas: Deportivos ___ Culturales ___ Musicales ___ informativos ___ De participación ___ Humorísticos ___ Otro ____.

b) Ver Videos: Musicales: ___ películas: ___ Dramas ___ Comedias ___ Acción ___ Ciencia y Ficción ___ Terror ___ Aventuras ___ Suspenso ___ Otro ____.

c) Oír radio: Frecuentemente ___ A veces ___ Casi nunca ___ Nunca ____.

d) Leer revistas o periódicos: Frecuentemente ___ A veces ___ Casi nunca ___ Nunca ____.

Periódicos: Ahora ___ Granma ___ Juventud Rebelde ___ Trabajadores ____

Revistas: De ciencias ___ culturales ___ de arte ___ juveniles ___ miscelánea ___ Otra ____

e) Oír música grabada: Frecuentemente ___ A veces ___ Casi nunca ___ Nunca ____.

3. De los eventos o actividades que se realizan en Moa cual esperas con expectativas. Marque con una X

Carnavales ___ Semana de la cultura ___ Feria del libro ___ ESPINCE ___ Festival del Rap ___ Trova Viva ___ Otra ____

4. ¿Con qué frecuencia participas en las actividades de las instituciones Culturales del municipio? Marque con una X

a) Museo: Frecuentemente ___ A veces ___ Casi nunca ___ Nunca ____

a.1) Exposiciones ___ Conversatorios ___ Visitas dirigidas ___ Visitas espontáneas ___ Otra ____

b) Galería de arte: Frecuentemente ___ A veces ___ Casi nunca ___ Nunca ____

b.1) Exposiciones ___ Taller ___ Visitas dirigidas ___ Visitas espontáneas ___ Otra ____

c) Cine: Frecuentemente ___ A veces ___ Casi nunca ___ Nunca ____

c.1) Proyección de filmes ___ Cine debate ___ Cine club ___ Otra ____

d) Biblioteca: Frecuentemente____A veces____Casi nunca____Nunca____
d.1) Presentaciones de libros ____Tertulias ____Solo voy a estudiar o a investigar
____Otra____

e) Actividades comunitarias: Frecuentemente____A veces____Casi nunca
____Nunca____

5. Marque con un X si ha participado en:

a) Conciertos de música popularailable: Muchas Veces____Pocas veces
____Nunca____

b) Conciertos de música clásica: Muchas Veces ____Pocas veces____Nunca____

e) Galas artísticas: Muchas veces ____Pocas veces____Nunca____

6. ¿Qué factores propician que participe en las actividades socioculturales del municipio?

. Promoción en los medios audiovisuales.____Invitación de la familia.____Divulgación por la escuela.____Invitación de los amigos____Promoción de las instituciones socioculturales.____Otra____
¿Cuál? _____.

7. ¿Eres aficionado a alguna manifestación artística?

. Literatura ____Danza ____Teatro ____Pintura
____Otra____

7 a) ¿Has recibido alguna formación especializada en estas? Sí _____ No

8. Marque con una X los factores que a su consideración incidieron en sus gustos y preferencias culturales: Educación familiar.____Educación escolar____Los medios de difusión masiva____Otra.____ ¿Cuál?
_____.

9. Marque con una X cuales son los elementos que inciden en la no participación de actividades culturales de su municipio.

Desmotivación.____Poca divulgación de las actividades.____Poca creatividad y calidad en las actividades.____ Las actividades que se dan no son de mi interés.____No existe coincidencia entre necesidad y oferta.____Falta de tradicionalidad en las actividades.____Fecha y horario no adecuado.____Falta de tiempo.____Otra. ____ ¿Cuál?_____.

10. ¿Qué haces en tu tiempo libre?
_____.

Sexo: M____F____ Estudia ____ Trabaja ____ Otra____

Edad: De 15 a 17____ De: 18 a 20____

Muchas gracias por su colaboración.

ANEXO 3

Fórmula Tamaño de Muestra Metodología de la Investigación, Tomo I, Roberto Hernández Sampier

Datos

N = Total de Población

V = Varianza de la Población

S² = Varianza de la muestra expresada

Se = Error Estándar

p = Probabilidad de ocurrencia

q = Probabilidad de que no se presente el fenómeno (1-p)

n = Valor de la muestra

e = Error permitido

$$n' = \frac{S^2}{V^2} \qquad S^2 = p(1-p) = 0.5(1-0.5) = 0.25$$

$$V^2 = (e)^2 = (0.05)^2 = 0.0025$$

$$n' = \frac{0.25}{0.0025}$$

$$n' = 100$$

Ajustando:

$$n = \frac{n'}{1+n'/N} = \frac{100}{1+100/596} = \frac{100}{1+0.17} = \frac{100}{1.17} \approx 85.47 = 86$$

R/ El tamaño de muestra a investigar de los jóvenes de 15 a 20 años en el reparto Rolo Monterrey es de **86** sujetos.

ANEXO 4

Reseña histórica del reparto Rolo Monterrey.

Surgimiento:

En el año 1955, al programarse la construcción de la Planta de Níquel en Moa por una compañía norteamericana, se prevé edificar varias obras y un reparto residencial para dirigentes, ingenieros y funcionarios norteamericanos que trabajarían en la operación de la planta de níquel y debían permanecer largas temporadas en el lugar por lo que se debía garantizar la estancia en Moa con sus familiares. Este beneficio se extendía a los altos funcionarios cubanos.

El sitio seleccionado para construir el reparto residencial debía estar lo más cerca posible al complejo industrial. Por lo que se escogió lo que es hoy Rolo Monterrey; sólo vivía una familia, la de Pedro Rodríguez y la vivienda radicaba en lo que es hoy el PCC municipal. Este señor se dedicaba a la venta de mieles y cera de abejas. La compañía compró las propiedades de Rodríguez y le facilitó materiales para la construcción de una vivienda en Moa.

El reparto se construyó con una arquitectura similar a las de las pequeñas ciudades norteamericanas: piso de losas, paredes de bloques, cubiertas de hormigón y con facilidades de acueducto, alcantarillado, electricidad, teléfonos, calles asfaltadas, alumbrado público, áreas verdes y patios.

Los residentes del barrio recibirían los beneficios de las instalaciones sociales, consistentes en: un hospital privado con dos salas, cubículos para una persona y 27 camas en total; centro comercial con todos los servicios, incluyendo barbería y peluquería; cine para 500 espectadores; una escuela con 10 aulas para los niños de los obreros cubanos y otra para los hijos de los funcionarios norteamericanos; varios clubes y sitios de recreación para los diferentes niveles.

En los primeros meses de 1959 el reparto se comenzó a habitar, aunque no todas las viviendas, ni las facilidades sociales. A principios de 1960 residían en el reparto 150 familias y el número de viviendas era de 240.

En el mes de abril de 1960 la compañía norteamericana dispone el cierre de la fábrica y despidieron a trabajadores, técnicos y funcionarios norteamericanos y cubanos que residían en el reparto; se marcharon del país y el mismo quedó desierto, pero al cuidado de las autoridades cubanas.

Ante la negativa de la entidad norteamericana de reiniciar las operaciones en la Planta de Níquel de Moa, el Gobierno cubano dispone de la intervención de todas las propiedades de la compañía el 5 de agosto de 1960; incluyendo las facilidades sociales.

A partir de ese momento el reparto recibió el nombre de Rolando Monterrey, un teniente del ejército rebelde que había participado en la acción militar llamada la segunda toma de Moa y falleció en un accidente durante la lucha.

En enero de 1961 se inician los trabajos para rehabilitar la planta de níquel y ponerla en operaciones bajo el mando del gobierno cubano. Se comenzó a entregarles las viviendas a ingenieros, técnicos y obreros calificados que pusieron en marcha las instalaciones. El reparto dejó de ser un sitio exclusivo donde se prohibía la entrada a los que no residieran en él.

El centro escolar se entregó al Ministerio de Educación; el Hospital a Salud pública y se convirtió en el hospital general con servicios gratuitos para todo el pueblo; El cine fue terminado y se puso al servicio de la población.

En este reparto se abrieron las primeras agencias bancarias que tuvo Moa; el primer policlínico; la primera librería; primera unidad de la PNR; primer centro telefónico; una oficina de correos; el hogar materno; la primera secundaria básica; la facultad obrero campesina; el plan extramuro de la Universidad de Oriente.

Al iniciarse el plan de desarrollo social en la década de 1970 se construyeron en el reparto cerca de 50 edificios multifamiliares con más de mil apartamentos.