

El Consumo Cultural

Aproximación teórica y aplicada

Irene Ewald Montaña

Diseño de portada: Bertha Narváez

Universidad Autónoma de Coahuila. Saltillo, Coahuila, México.

D.R. © Coordinación General de Estudios de Postgrado e Investigación, 2004.

El consumo cultural: aproximación teórica y aplicada

Primera edición: enero de 2004

Prohibida su venta y reproducción total o parcial por cualquier medio con fines comerciales, sin autorización escrita de los editores y sin fines académicos.

ISBN 968-6628-56-X

Impreso en México.

Índice

Presentación

Agradecimientos

Introducción.....	7
1. La cultura: un concepto central en las ciencias sociales	
El estudio de la cultura.....	15
El concepto de cultura: trayectoria y sentido en la investigación.....	18
Una aproximación a la teoría cultural.....	22
Peter l. Berger y la fenomenología.....	23
Mary Douglas y la antropología cultural.....	24
El neo estructuralismo de Michael Foucault.....	24
Jürgen Habermas y la teoría crítica.....	25
La promoción cultural: su sentido social.....	26
Comunicación social y cultura	28
2. Consumo y equipamiento cultural: elementos para su comprensión	
El consumo cultural: la necesidad de su estudio.....	35
Hacia una definición del consumo cultural.....	39
Algunos estudios sobre consumo cultural.....	43
El contexto histórico.....	50
¿Por qué Saltillo?.....	51
Equipamiento cultural en Saltillo.....	53

3. El consumo cultural en Saltillo: la encuesta

Datos sociodemográficos de la población.....	61
Equipamiento tecnológico en el hogar.....	66
Los bienes, productos o actividades culturales.....	68
Los centros de difusión.....	73
Los centros de distribución.....	75
Los centros de diversión.....	77
La oferta del ritual sagrado.....	80
Consumo de medios de comunicación.....	81
Las revistas.....	81
Los libros.....	83
Los periódicos.....	84
La televisión.....	88
El cine.....	91
El video.....	92
La radio.....	93
La computadora e Internet.....	95
El significado del tiempo libre.....	97
El concepto de cultura.....	98
La participación en actividades culturales.....	100
Los medios para la difusión cultural.....	101
Las actividades culturales.....	101
Conclusiones.....	107
Hacia un modelo de comunicación para la divulgación de la cultura.....	113
Bibliografía.....	127
Anexos	
Sectores de aplicación de la encuesta.....	135
Cuestionario.....	138
Glosario	145
Equipamiento cultural en Saltillo.....	154
Gráficos de la prensa saltillense.....	161