

## Trayectorias culturales universitarias: una apuesta en el marco de los derechos culturales. El caso de la Universidad Autónoma de México

*University Cultural Trajectories: A Bet Within The Framework Of Cultural Rights. The Case Of The Autonomous University Of Mexico*

Laura Elena Román García <sup>a</sup> |

**Recibido:** 30 de enero de 2023.

**Aceptado:** 19 de abril de 2023.

---

<sup>a</sup> Universidad Autónoma de la Ciudad de México, Observatorio de Políticas Culturales de la UACM, CDMX, México.

Contacto: [elena.roman@uacm.edu.mx](mailto:elena.roman@uacm.edu.mx) | ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8101-5292> \*Autora para correspondencia.

**Resumen:** La difusión de la cultura en las universidades afronta desde hace años varios retos que le permitan en la praxis ser una función sustantiva. Sumado a lo anterior, el parteaguas de los derechos culturales demanda su reconfiguración total. En este texto se propone el concepto de *trayectorias culturales* como bisagra para el diseño de políticas culturales universitarias en el marco de los derechos culturales, ya que permite integrar varias dimensiones: lo temporal y lo espacial; la capacidad y el proceso. A partir de dos encuestas de prácticas culturales aplicadas a universitarios en su punto de llegada y salida en la Universidad Autónoma de la Ciudad de México se ejemplifica las posibilidades de mirar la otrora difusión, vía trayectorias culturales universitarias.

**Palabras clave:** Trayectorias culturales; difusión de la cultura; prácticas culturales; consumos culturales; derechos culturales.

**Abstract:** *For years, the dissemination of culture in universities has been facing several challenges that allow it to become a substantive function in practice. In addition to the above, the watershed of cultural rights demands its total reconfiguration. In this text, the concept of cultural trajectories proposed as a hinge for the design of university cultural policies within the framework of cultural rights, since it allows the integration of various dimensions: temporal and spatial capacity and process. Based on two surveys of cultural practices applied to university students at their point of arrival and departure at the Autonomous University of Mexico City, the possibilities of looking at the former diffusion, via university cultural trajectories, exemplified.*

**Keywords:** *Cultural Trajectories; Cultural Policies; Dissemination Of Culture; Cultural Practices; Cultural Consumption; Cultural Rights.*

## Introducción

La cultura ha sido y será uno de los términos más complejos que se manejan en los grandes discursos internacionales, nacionales y locales como un elemento clave para el desarrollo de cualquier comunidad e individuo. Un parteaguas central de estos discursos ha sido la aprobación de legislaciones locales y nacionales sobre los derechos culturales. A la luz de este hecho, es ineludible la reconfiguración de las políticas culturales que todas las instituciones diseñan y ejecutan; incluidas las universidades públicas que tiene como actividad sustantiva la llamada difusión cultural.

Para efectos de este texto, asumimos la cultura como aquel “proceso en constante producción, actualización y transformación de modelos simbólicos en su doble acepción, para la representación y la orientación de prácticas individuales y colectivas en contextos socialmente e históricamente determinados” (Giménez, 2005). Esta definición permite indagar sobre la objetivación y subjetivación de “la cultura”<sup>1</sup> desde campos especializados (arte, ciencia y tecnología, medios de comunicación, moda, etc.) hasta los mecanismos y recursos culturales que nos hacen ver y actuar en el mundo como parte de un grupo social o de una cultura específica. Bajo esta perspectiva, las universidades públicas<sup>2</sup> cumplen un papel crucial en la desocupación de modelos simbólicos, que

<sup>1</sup> Haré uso del término cultura aludiendo a un recurso, pero también a un proceso en constante transformación.

<sup>2</sup> De Sousa Santos afirma que, desde hace varios años, la universidad pública está sumida en dos crisis: una hegemónica que tiene como origen la incapacidad de desempeñar las funciones tradicionales y las atribuidas en el siglo xx y en éste; y la otra de legitimidad, a partir de las exigencias de un mercado que demanda saberes especializados y competencias,

han sido construidos por otros, por medio de sus funciones sustantivas: la producción de conocimiento vía la investigación, la enseñanza del conocimiento científico a través de la formación de profesionistas, la aplicación de la ciencia a través de acciones en beneficio social y la difusión y extensión cultural como elemento que le une e identifica con la sociedad (González-Casanova, 2001). Sin embargo, la difusión de la cultura a pesar de ser reconocida como función sustantiva, ha estado incapacitada para actualizar sus objetivos.

Y es que desde hace varios años las universidades públicas en Latinoamérica están sumidas en dos crisis, una hegemónica que tiene como origen la incapacidad de desempeñar las funciones tradicionales y las atribuidas en el siglo xx; y la otra de legitimidad, a partir de las exigencias de un mercado que demanda saberes especializados y competencias, y que obliga a restringir el acceso en contra posición con las exigencias sociales y políticas de democratización universitaria, igualdad de oportunidades, universidad gratuita, entre otras (De Sousa-Santos, 2005, p. 7). Acompañando a estas crisis se encuentra la reducción en la inversión estatal en las universidades y que merma la puesta en marcha de las tres funciones sustantivas tradicionales de cualquier universidad pública: la docencia, la investigación y la difusión de la cultura.

En el caso de la denominada difusión de la cultura, función fundamental para la formación de profesionales críticos, humanistas y científicos, ésta ha quedado a merced de miradas bien intencionadas, pero que parten de subjetividades y perspectivas individuales; por lo que se hace imperante la elaboración de diagnósticos y evaluaciones de lo que implica ese conjunto de acciones, sus resultados, su eficiencia, su eficacia en torno a los recursos utilizados, el perfil de los agentes que formulan y llevan a cabo estas acciones; y, sobre todo, la información con la que se construyen las políticas culturales universitarias.

Actualmente hay una tensión –o debiera haber– alrededor de los procesos vinculantes a las políticas culturales universitarias a partir del paradigma de los derechos culturales con la aprobación de una serie de legislaciones; a nivel federal con la aprobación de la Ley de Cultura y, en el caso de la Ciudad de México, con la Ley de Derechos Culturales de habitantes y visitantes de la Ciudad de México, ya que la comprensión y operación de la difusión de la cultura, difusión cultural o extensión universitaria, sigue sustentada en visiones que no dialogan con este contexto actual; y que en muchos casos han centrado su objetivo en que la comunidad universitaria acceda a producciones y formaciones artísticas que el funcionario en turno reconoce como importantes.

Y la pregunta que sale a flote es si las universidades públicas tendrían que participar en la exigibilidad de los derechos culturales. La respuesta es sí, ya que, como apunta De Sousa-Santos, “el objetivo consiste en recuperar el papel de la universidad pública en la definición y resolución colectiva de los problemas sociales, que ahora, aunque sean locales o nacionales, no se resuelven sin considerar su contextualización global” (De Sousa-Santos, 2005, p. 57). El reto actual es que no estén dissociadas de las necesidades del mundo cotidiano de las sociedades, por lo que es necesario un conocimiento pluriuniversitario

...un conocimiento contextual en la medida en que le principio organizador de su producción es la aplicación que se le puede dar [...] un conocimiento transdisciplinar que por su propia contextualización obliga a un diálogo o confrontación con otros tipos de conocimiento, lo que lo convierte internamente en

---

y que obliga a construir modelos simbólicos apegados a estos mercados en contraposición de las exigencias sociales y políticas de transformación y bienestar social. De Sousa visualiza la muerte de la educación pública como bien público en un panorama a largo plazo (2005, p. 37) en tanto que la universidad fue vaciando “sus objetivos más inmediatos de cualquier preocupación humanista y cultural” (2005, p.34).

más heterogéneo y más adecuado para ser producido por sistemas abiertos menos perennes y de organización menos rígida y jerárquica” (De Sousa-Santos, 2005, p 45).

Y también, por lo que líneas arriba referí sobre las universidades públicas, éstas cumplen un papel crucial en la desocupación de modelos simbólicos –que han sido construidos por *otros*– por medio de sus funciones sustantivas.

Bajo estos planteamientos, la praxis de la difusión cultural parece no responder a cabalidad a esta necesidad. Es así que desde nuestras universidades se torna necesario la propuesta y apuesta de nuevas maneras de comprensión, denominación, diseño y ejecución de aquello que en marca esta tercera función. El primer reto es reconocer qué enmarcan los derechos culturales más allá de un listado de accesos ambiguos. Propongo aquí retomar planteamientos que Meyer-Bisch (2009) quien ha propuesto visualizar a los derechos culturales como una capacidad de libertad y de responsabilidad en torno a esos modelos simbólicos que representan y orientan nuestras prácticas individuales y colectivas. ¿Cómo se logra esa capacidad? Accionando, al menos, cuatro capacidades interdefinibles (Román, 2022):

- Capacidad de construcción para imaginar, diseñar, crear, producir y transformar modelos simbólicos.
- Capacidad de identificación para ejercer, disfrutar, decidir y rechazar esos modelos.
- Capacidad de mediación para dialogar, conocer y comunicar esos modelos.
- Capacidad de protección de esos modelos.

Y lograr esta capacidad implica modificar las condiciones, los recursos, los dispositivos, los medios de las instituciones que tienen como función sustancial la transformación de su sociedad. Ahora bien, ¿cómo visualizamos la existencia de esa capacidad? Esta pregunta no es trivial. En los centros educativos el concepto de trayectoria educativa permite indagar sobre el tránsito que lleva acabo el estudiante durante su formación. Múltiples variables permiten identificar que dimensiones familiares, económicas, contextuales, geográficas, sociales entre otras son determinantes en la cualidad de cada trayectoria; y que es el centro educativo también constitutivo de este transitar. ¿Podríamos hablar entonces de trayectorias culturales universitarias?

## 1. ¿Qué abona el concepto de trayectoria cultural?

Para la cinemática una trayectoria es el conjunto de todas las posiciones por las que pasa un cuerpo en movimiento. La Real Academia de la Lengua Española la define como una línea descrita o recorrido que sigue alguien o algo al desplazarse a un punto. En el caso de las trayectorias educativas, concepto central en la formación de los estudiantes, la discusión es amplia, lo que nos permite retomar varios planteamientos integrándolos desde una perspectiva sistémica ya que estas trayectorias siempre están configuradas por una heterogeneidad de elementos interdefinibles, en emergencia permanente y contenida, en una estructura educativa, social y personal.

Para fines de esta propuesta una trayectoria es un *conjunto de transiciones*, vía múltiples trayectos, entre diferentes estadios<sup>3</sup>. Estas transiciones se dan en un tiempo y espacio institucional

---

<sup>3</sup> Para fines de esta propuesta hago uso de los planteamientos de los sistemas sociales complejos de Rolando García (2007).

específico en *condiciones y criterios institucionales* (en este caso, lo que constituye la política cultural universitaria) también específicos. Además, estas transiciones son irritadas por comportamientos y condiciones heterogéneas del estudiante. La transición de un estadio a otro está íntimamente relacionada con dos dimensiones, una temporal y la otra espacial. La *dimensión temporal* está constituida por dos elementos, la distribución del tiempo de la experiencia (la durabilidad de la experiencia por parte del estudiante) y la duración de la experiencia que diseña la institución. La *dimensión espacial* refiere a la posición de esta transición en torno a su densidad; es decir si es básica, profesionalizante, técnica.

En el caso de las trayectorias culturales son transiciones heterogéneas que tiene como finalidad el fortalecimiento de la capacidad de libertad y responsabilidad en torno a esos modelos simbólicos en su doble acepción para la orientación y la representación.

## 2. ¿Cómo definir y lograr esas trayectorias culturales?

Recordemos que estas transiciones, cuyo objetivo es fortalecer las diversas capacidades culturales –construcción, identificación, mediación y protección- se dan en un tiempo y espacio institucional específico en *condiciones* (los recursos técnicos, económicos, materiales, de perfil) y *criterios institucionales* (definición de la política cultural universitaria en función de sus misiones, modelos educativos, entre otros aspectos). Estos elementos toman cuerpo en las políticas culturales universitarias.<sup>4</sup>

El diseño de política cultural plantea varios retos y demanda hacer visibles varios elementos constitutivos; pero se relaciona, al menos, con el diseño de capacidades de derechos culturales y con la dimensión temporal y espacial de las trayectorias. Para el diseño, es necesario responder ¿cuál es el punto de partida *cultural* con el que llegan los estudiantes universitarios con respecto a esos modelos simbólicos, a esos lentes con los que miran el mundo y en consecuencia actúan?

A partir de este marco el Observatorio de Políticas de la UACM llevó a cabo una investigación con metodología cualitativa y cuantitativa entre el 2016 y el 2022 con el objetivo de indagar sobre las *trayectorias culturales*, específicamente el punto de llegada y de salida de una generación de estudiantes de la UACM; y contar con una primera información que permita el diseño de políticas culturales universitarias en el marco de una comprensión más densa entre derechos culturales y la tercera función de la denominada difusión de la cultura en las universidades públicas.

Se realizó una encuesta estructurada con preguntas abiertas y cerradas cuyo instrumento fue aplicado en el 2016 a novecientos diecisiete estudiantes de nuevo ingreso; en el 2022 de quinientos ochenta y siete de una generación de últimos semestres, ambas como resultado de muestras representativas por plantel. Este periodo permite ubicar una generación que tiene una trayectoria educativa sin contratiempos. Cabe destacar que durante esta investigación se tuvo el contexto de pandemia por lo que es importante dar cuenta que los resultados tuvieron un impacto en la llegada cultural. Se aplicó en los cinco planteles<sup>5</sup> con los que cuenta la universidad y es una muestra representativa.

Los resultados que se presentan en este artículo son una pequeña muestra de las variables

<sup>4</sup> Para los fines de este texto, no abordaré lo vinculado a recursos múltiples ni perfiles. Me centro en abonar a la necesidad de investigaciones que permitan trazar las trayectorias.

<sup>5</sup> Los planteles fueron San Lorenzo Tezonco, Centro Histórico, Del Valle, Cuauhtepic e Iztapalapa.

constitutivas de todo el andamiaje conceptual para exponer *grosso modo* al lector que las políticas culturales<sup>6</sup> universitarias trazan *trayectorias culturales* que posibilitan, refuerzan o inhiben sociedades más autodeterminadas (González, 2003). De aquí la apuesta de visibilizar la pertinencia de trabajar sobre *trayectorias culturales* como modelo ideal para el diseño de políticas culturales universitarias en el contexto de la aprobación de legislaciones sobre derechos culturales tanto a nivel federal como local, lo que plantea a las universidades una actualización de esa función otrora pensada desde una necesidad de abonar al ennoblecimiento de las capacidades humanas de quienes ingresaban a las universidades, visión por demás cuestionable.

### **3. Identificación de prácticas culturales<sup>7</sup> para diseñar trayectorias culturales. Caso de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México**

Para este estudio nos preguntamos sobre ¿cuál es el punto de partida y de llegada *cultural* de los estudiantes de la UACM?

Para lograr responderla ubicamos relaciones implícitas y explícitas que tomaron cuerpo en las siguientes preguntas secundarias:

1. ¿Cuáles son las prácticas y consumos culturales de los estudiantes de nuevo ingreso de la UACM? Esta pregunta incluye las variables transversales de frecuencia del consumo y la práctica, espacio de consumo y práctica y soporte y dispositivo.
2. ¿Cuáles son los motivos y el sentido social por los cuales seleccionan/realizan esas prácticas y consumos?
3. ¿Cuál es el stock cultural con el que cuentan los estudiantes?

El término, las *prácticas culturales* refiere a las acciones específicas que realizan los individuos en campos especializados y en consecuencia “permite distinguirnos socialmente, encontrarse e identificarse con los otros, informarse, construir cultura política, transformar concepciones del mundo, erigir consensos y ejercer ciudadanía” (Mantecón, 2008, p. 24). Toda *práctica cultural* tiene una *doble* historicidad. Jorge González (1994) afirma que esta historicidad significa que aquella constelación que le da sentido y dirección a la práctica cultural es el producto de la intersección de la deriva de dos trayectorias. Por una parte, la historia del desarrollo diferencial de los equipamientos y su acceso relativo, que han ido conformando el *entorno tecnológico* disponible a lo largo del tiempo; y por la otra, la historia de la formación de los públicos específicos de tales entornos. De este modo, los equipamientos culturales, constituyen un ecosistema

<sup>6</sup> Es importante aclarar que la identificación de las trayectorias culturales debe estar en relación analítica con la ejecución de las políticas culturales universitarias para identificar el impacto de éstas, en la trayectoria. Y la trayectoria cultural en relación con las diversas capacidades que enmarca la capacidad de libertad y responsabilidad. Por lo que esta apuesta de investigación tuvo varias escalas y naturalezas en el andamiaje conceptual. Sin embargo, se presentan sólo *los tránsitos de llegada y salida*.

<sup>7</sup> A partir de aquí denominaré sólo prácticas culturales colocándome en una posición crítica en relación al concepto de consumo, el cual, a la luz de los derechos culturales, invisibiliza múltiples elementos y tensiones.

material que tiene una trayectoria, una composición y una estructura específica. Todo ello ha ido produciendo una dinámica social creciente, aunque diferencialmente especializada (Pronovost, 1995, p.48). Los *públicos* de determinado equipamiento cultural, sólo se “forman cuando los agentes sociales incorporan los esquemas de disposiciones ‘adecuados’ para permitirles percibir, apreciar, distinguir y utilizar una determinada oferta cultural compuesta de productos y prácticas particulares” (González, 1994, p.155).

Por su parte, García-Canclini (1999) afirma que el consumo cultural no se presenta como una relación entre necesidades y producción de bienes para satisfacerlas, sino como un conjunto de procesos socioculturales en que se realiza la apropiación y los usos de los productos. Cuando hablamos de consumo cultural nos referimos a las prácticas de relación de los públicos con los bienes y servicios producidos dentro de un campo cultural, que incluye tanto el subcampo de la producción artística como el de la cultura de masas generada por las industrias culturales (Mantecón, 2008, p. 23). La incorporación desigual de tales esquemas de disposiciones de cognición/acción, se da en función de la distancia social que separa a los agentes sociales de ese ecosistema de soportes culturales. El consumo cultural no es algo privado, atomizado y pasivo; sino social, correlativo y activo. Al consumir se piensa y se elige y se reelabora el sentido social. Cuando seleccionamos bienes y nos apropiamos de ellos, definimos lo que consideramos públicamente valioso, las maneras en que nos integramos y nos distinguimos de la sociedad, en que combinamos lo pragmático y lo disfrutable (Cornejo-Portugal y Bellón-Cárdenas, 2001, p. 75).

Bajo estas premisas realizamos una encuesta mixta con ochenta y dos ítems para reconocer la práctica y el consumo (**Figura 1**) con respecto a campos artísticos (artes vivas, visuales, literarias), patrimonio cultural (intangible y tangible), lengua e industrias creativas (software, videojuegos, moda) y culturales (cine, espectáculos masivos, radio, televisión, revistas, prensa y literatura), así como el stock y la infraestructura cultural. Como variable transversales ubicamos los motivos y el sentido social por los cuales seleccionan/realizan esas prácticas y consumos, el stock<sup>8</sup> cultural con el que cuentan los estudiantes y la infraestructura cultural<sup>9</sup> que reconocen en su colonia o delegación. Muestro al lector los datos más representativos donde se ejemplifican transformaciones contundentes.

El instrumento se aplicó a novecientos diecisiete estudiantes de nuevo ingreso (2016); en el 2022 de quinientos ochenta y siete de una generación de últimos semestres, ambas como resultado de muestras representativas por plantel. Se consideró un margen de no ocurrencia del 50%, expresado con un valor de probabilidad (.05) y un nivel de confianza del 95%, expresado como valor (1.96). En ambos momentos de la investigación (partida y arribo) el perfil demográfico fue de una población mayoritariamente joven, cuyo grueso se ubica en un rango de edad entre los 18 y 21 años. Si bien los estudiantes situados entre los 28 y 64 años son minoría respecto a los otros, es recomendable no olvidar atender esta franja de población. En ambas indagaciones se identificaron estudiantes que hablan diversas lenguas indígenas, a saber, náhuatl, mazateco, amusgo, mixteco y otomí.

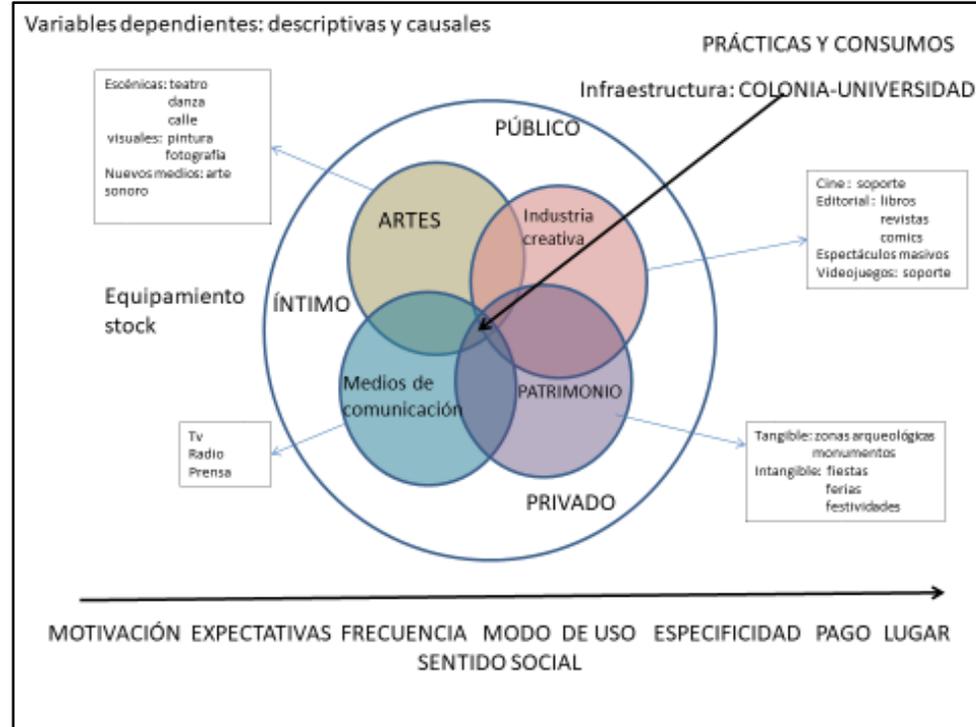
<sup>8</sup> La cantidad y el tipo de bienes y productos denominados como culturales que poseen (discos, libros, videojuegos, reproductores, etc.)

<sup>9</sup> Los espacios culturales dependientes del Estado donde se propicia el acceso a la cultura a través de las políticas culturales.

La siguiente **Figura 1** presenta el andamiaje conceptual<sup>10</sup>:

**Figura 1**

*Visualización del andamiaje conceptual de la Encuesta de prácticas y consumo culturales*



Fuente: Elaboración propia.

Presento a continuación algunos resultados representativos y que permitan al lector ver la importancia de detectar estos puntos de partida para su posterior trazo en políticas culturales universitarias. Estos serán sobre “consumo” de artes, adquisición de contenidos musicales y audiovisuales, ya que estos representan un porcentaje muy amplio de consumo entre los universitarios; stock cultural cinematográfico; consumo de eventos masivos y consumo de radio.

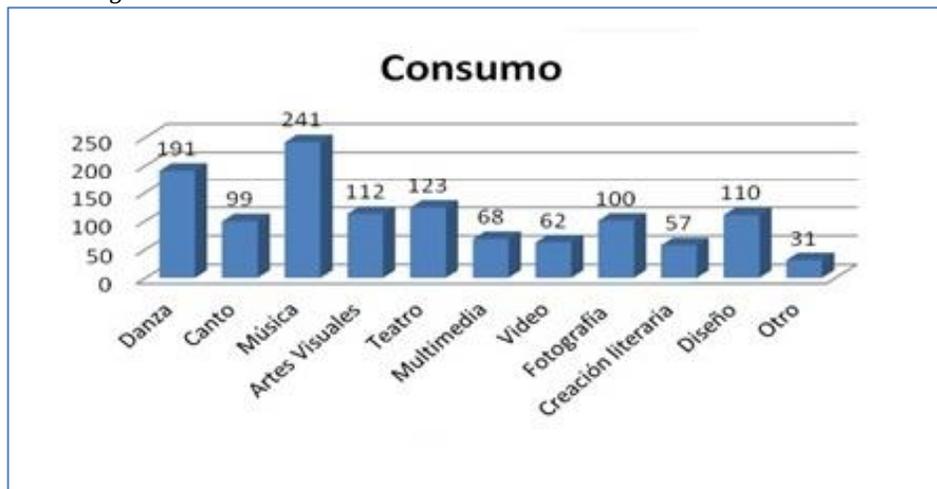
#### 4. Consumo de artes

Con respecto a consumo de *artes* (**Figura 2**), las disciplinas de mayor incidencia fueron la música con el 26.28%; en segundo lugar, la danza con 20.82% y en tercer lugar se encuentra teatro con el 13.41%. Con menor número siguen las disciplinas de artes visuales con 12.21%, diseño con 11.99%, fotografía con 10.90%, canto con 10.79%, multimedia 7.41%, video 6.76% y creación literaria, 6.21%.

Es importante mencionar que en esta primera indagación no se identificó la recurrencia del consumo.

<sup>10</sup> En la segunda etapa de la investigación, el esquema categórico tuvo una actualización por el resultado de las trayectorias culturales a la luz de la pandemia de COVID-19.

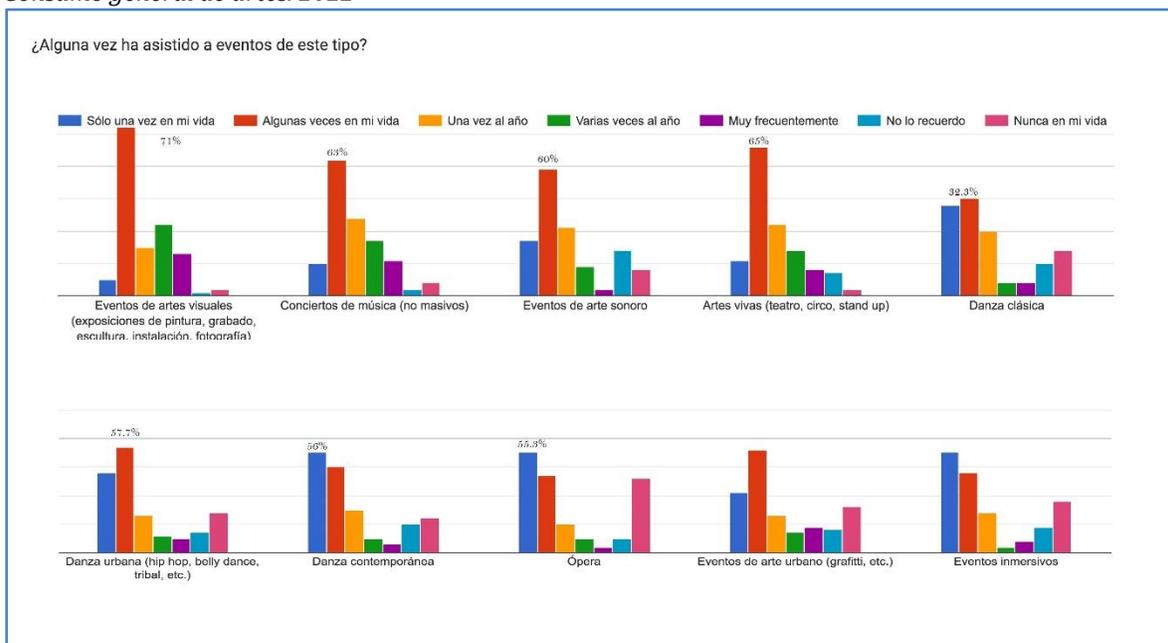
**Figura 2**  
Consumo general de artes. 2016



Fuente: Elaboración propia.

Para el 2022 ya hay una transformación de estos consumos (**Figura 3**), ya que aparecen nuevas prácticas, identificadas por los propios estudiantes, como las artes vivas, los eventos de arte sonoro, la danza urbana y eventos de arte urbano como grafiti y los eventos inmersivos; en la música establecen distinciones de conciertos de música no masivos y masivos.

**Figura 3**  
Consumo general de artes. 2022

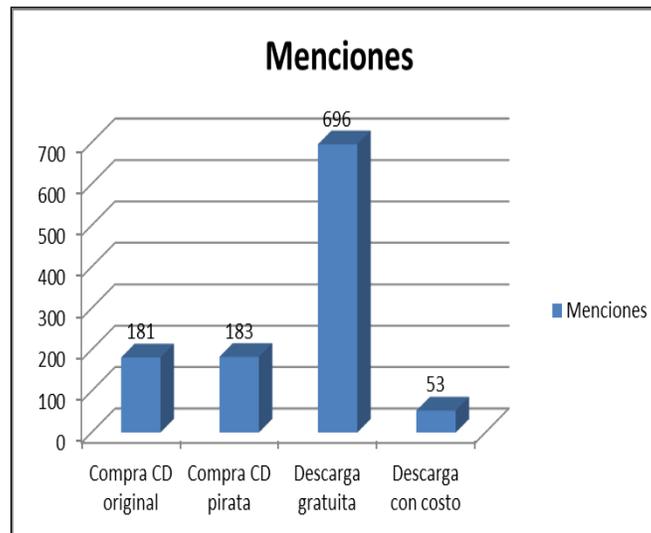


Fuente: Elaboración propia

Para esta segunda indagación (2022), la temporalidad en tanto variable constitutiva de una trayectoria, comienza a hacerse necesaria. Si bien, esta temporalidad radica en una dimensión cuantitativa nos permite identificar que al menos ya se ha tenido contacto con esa expresión y en algunos casos, con una recurrencia da varias veces en un año. Sin tener conocimiento de cómo se da entre tránsito de estadio, es visible una transformación en un periodo de seis años. Y que en el caso del modelo de la UACM es casi probable que corresponda a toda una generación de estudiantes, cuyo promedio es de 6 años para culminar su licenciatura. Uno de los consumos con mayor consistencia en las dos indagaciones es el de *la música*, inferimos como impacto de los medios masivos de comunicación y del uso de nuevas tecnologías.

Con respecto a la forma de adquisición de los contenidos podemos observar en la **Figura 4** que la mayor parte de los encuestados en el 2016 señaló la descarga gratuita como la forma de adquisición de música más recurrida, con un total del 75% menciones, contra 5.6% pagó por escuchar música. Por su parte, si bien sigue a la baja la compra de CD, sigue presente y está a la par que la compra de CD piratas es minoritaria.

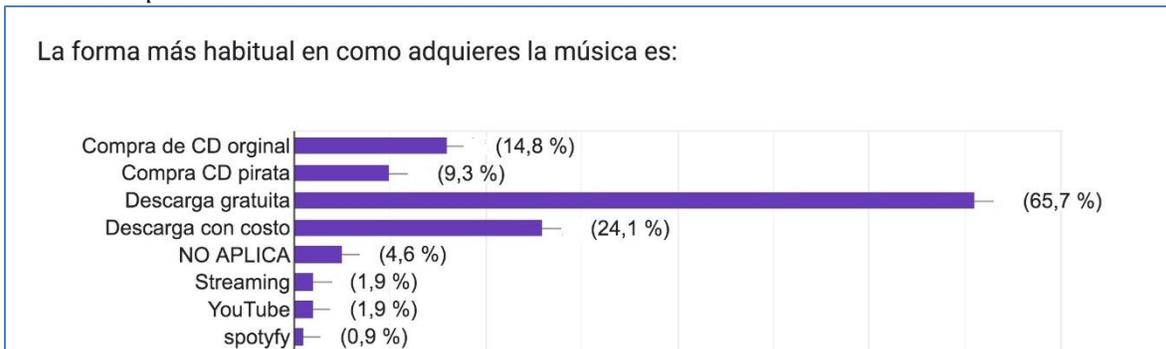
**Figura 4**  
 Forma de adquisición de contenidos del consumo de música.  
 2016



Fuente: Elaboración propia.

En el 2022, la descarga gratuita sigue estando presente en porcentajes amplios (**Figura 5**) con el 65.7% de todos los encuestados. Es notable que la descarga con costo aumentó su porcentaje. Asimismo, identificamos nuevas plataformas de adquisición de contenidos como YouTube y Spotify. La compra de CD original se mantiene, aunque en porcentajes más bajos; y la compra de CD pirata se reduce aún más.

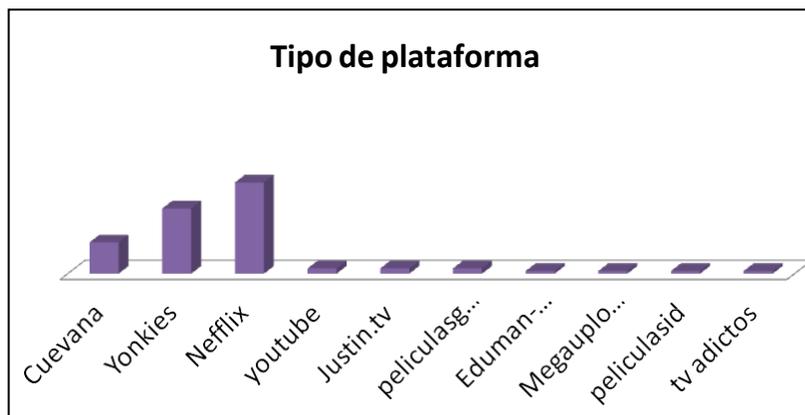
**Figura 5**  
*Forma de adquisición de contenidos del consumo de música. 2022*



Elaboración propia.

En el 2016 las plataformas digitales de consumo exclusivamente para el cine no tenían mucha presencia, además de que se centraban al consumo cinematográfico. Muy poco de los estudiantes accedía y utilizaban plataformas. Netflix, Yonkies y Cuevana eran las más utilizadas por quienes confirmaron su uso.

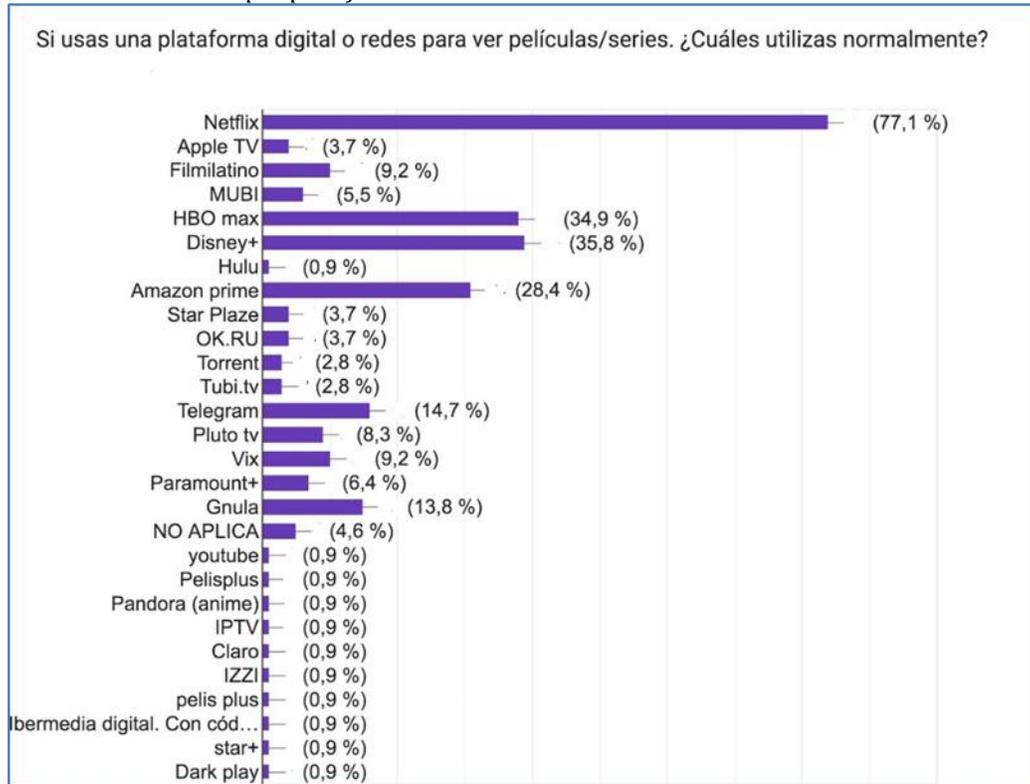
**Figura 6**  
*Consumo cinematográfico por plataforma 2016*



Fuente: Elaboración propia.

En el 2022 hay un cambio en el consumo audiovisual ya que aparecen series, películas, documentales y formaciones. Netflix se convierte en la principal plataforma digital de consumo de audiovisual de los estudiantes en el 2022 con un 77.1% de uso (**Figura 7**). Aparecen nuevas plataformas como Disney Plus, Amazon Primer y HBO; así como plataformas de acceso libre y de carácter nacional como Filmilatio.

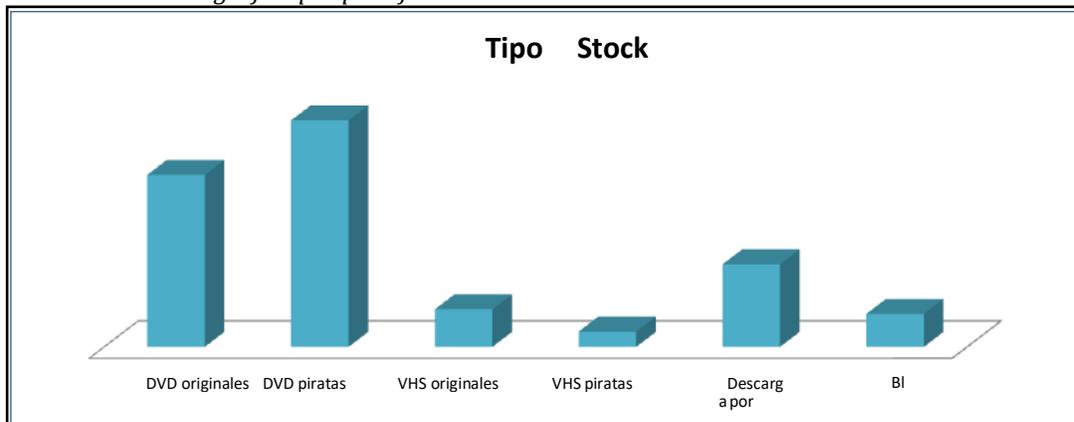
**Figura 7**  
 Consumo audiovisual por plataforma. 2022



Fuente: Elaboración propia.

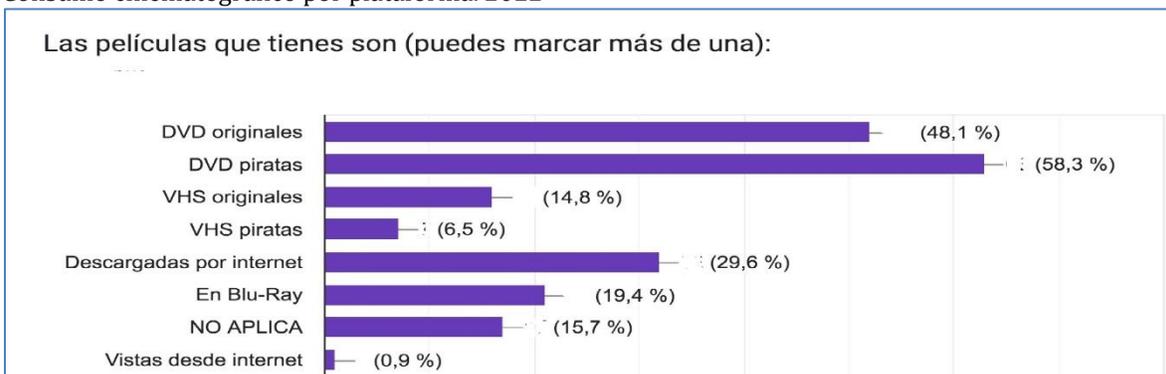
Sobre el stock cultural cinematográfico (**Figura 8**), el 92.79% de los estudiantes contaba con DVD piratas en su hogar y la descarga de Internet mantiene el mismo porcentaje. Aquí vemos que no hubo una transformación en el 2022 (**Figura 9**) en torno a la trayectoria cultural vinculada a esta variable.

**Figura 8**  
 Consumo cinematográfico por plataforma. 2016



Fuente: Elaboración propia.

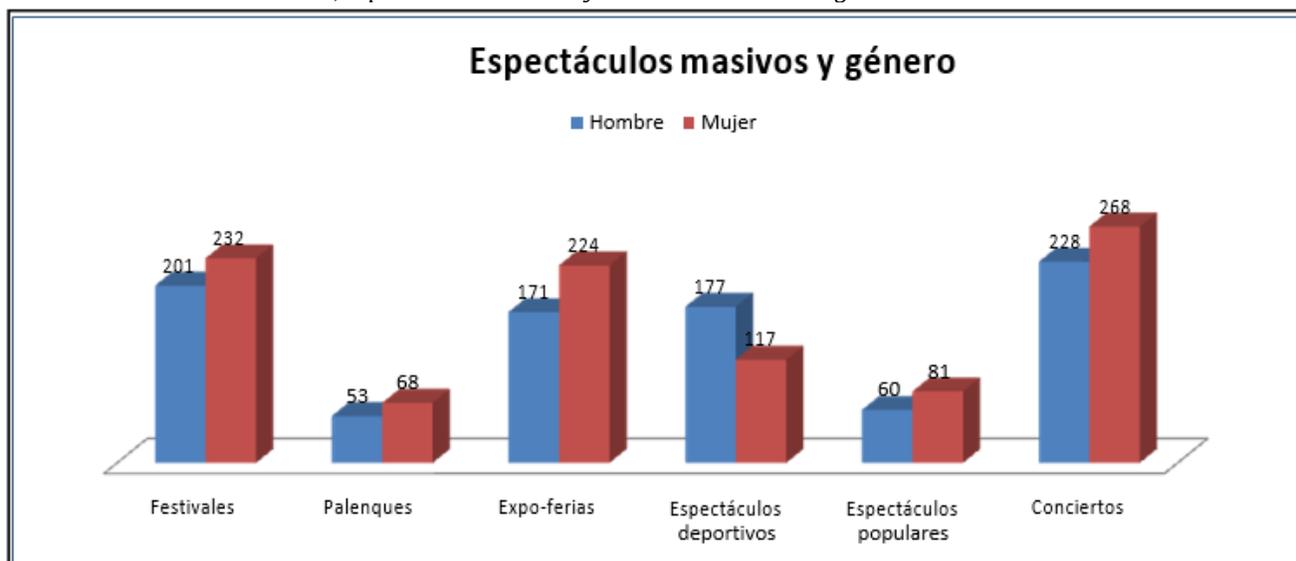
**Figura 9**  
Consumo cinematográfico por plataforma. 2022



Fuente: Elaboración propia.

Los eventos masivos (**Figura 10**) principalmente los musicales son de los consumos con mayor presencia, seguidos de festivales con estrategias de difusión amplias; las expo-ferias y los espectáculos deportivos aparecen en segunda posición, seguidos de los espectáculos populares<sup>11</sup> y palenques. No se nota ninguna transformación (**Figura 11**) a lo largo de seis años de trayectoria cultural universitaria.

**Figura 10**  
Consumo de industria cultural, espectáculos masivos y su correlación con el género. 2016



Fuente: Elaboración propia.

<sup>11</sup> Sonideros, bailes, topadas, charreadas, corridas de toros, peleas de gallos, etc.

**Figura 11**

*Consumo de industria cultural, espectáculos masivos y su correlación con el género. 2022*

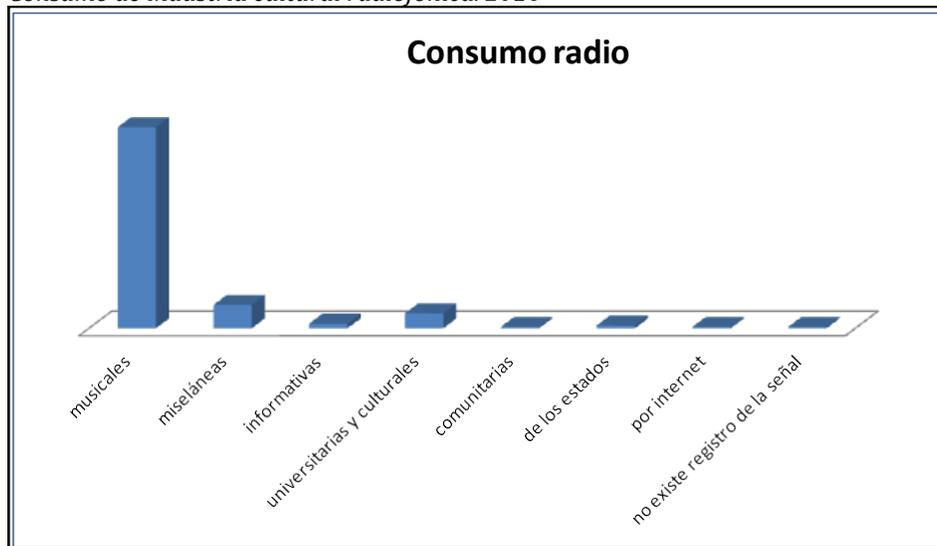


Fuente: Elaboración propia.

El 84% (**Figura 12**) del total de los entrevistados escucha el radio, principalmente estaciones de música comercial. Radios comunitarias, universitarias, culturales e informativas están casi ausentes dentro del consumo de los estudiantes de nuevo ingreso. No se nota ninguna transformación (**Figura 13**) a lo largo de seis años de trayectoria cultural universitaria.

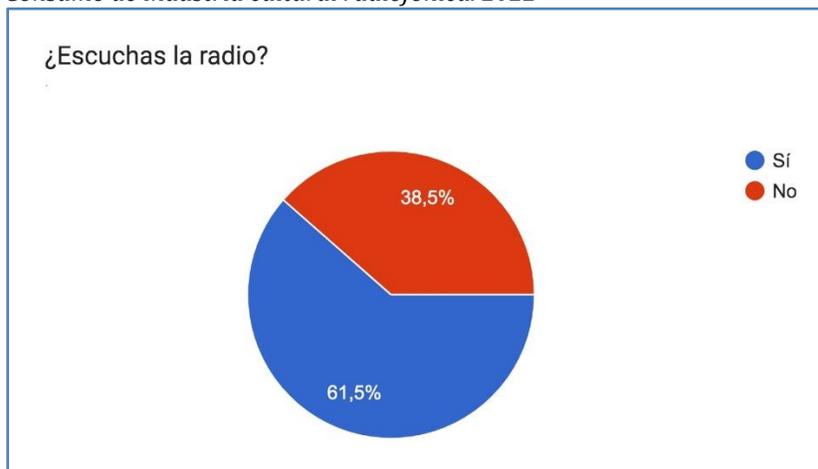
**Figura 12**

*Consumo de industria cultural radiofónica. 2016*



Fuente: Elaboración propia.

**Figura 13**  
 Consumo de industria cultural radiofónica. 2022



Fuente: Elaboración propia.

## 5. Conclusiones

Esta selección de resultados nos permite inferir el punto de partida con respecto a las ofertas culturales a las que tienen acceso en su entorno; éstas “acompañan el desarrollo urbano del país y son el efecto de procesos crecientes y necesariamente desiguales de especialización de diferentes instituciones, agentes y prácticas específicamente ‘culturales’, es decir, ligadas de manera profesional a la construcción, preservación y promoción en múltiples soportes materiales de diversos sentidos sociales de la vida y del mundo” (Alarcón, 2010, p.14). Siguiendo a Michael de Certeau (1980) las estrategias se hallan vinculadas con la acción de las instituciones y estructuras de poder, que de esta manera definirían determinados modos y formas de entender, consumir y practicar la cultura.

En esta encuesta fue contundente la existencia de un sistema de consumos configurados por los medios masivos de comunicación y patrones con respecto a las formas de adquisición (piratería o descargas gratuitas) o soportes. En el caso de la música, los resultados permiten ver un espectro amplio de géneros por lo que convendría replantear los criterios de selección y programación en la oferta que se hace a los estudiantes, en correlación con la variabilidad observada por plantel. El punto de llegada cultural nos da cuenta de consumos amplios deberíamos establecer programas de formación de públicos críticos al respecto. Sosteniendo lo anterior, el consumo de radio presenta un porcentaje totalizador para las estaciones de música comercial. Radios comunitarias, universitarias, culturales e informativas están casi ausentes dentro del consumo de los estudiantes de nuevo ingreso. Si es claro este hallazgo, la trayectoria cultural utópica debería permitir el reconocimiento de otros espacios y contenidos radiofónicos; incluso de su propia configuración y producción. Los consumos de danza, teatro, multimedia, literatura y populares son pocos por lo que una universidad estaría encaminada a este reconocimiento.

Al respecto, una universidad está obligada a nuevas exigencias de conocimiento y práctica cultural: lengua, lenguajes, y, cuando menos, contactos con las expresiones culturales cinematográficas, plásticas, y musicales; hasta la contribución al desarrollo cultural y a la formación

integral de la comunidad estudiantil y académica, así como de la sociedad a través del diálogo, el rescate, la preservación, la propagación y enriquecimiento de la cultura en todas sus expresiones y posibilidades, la divulgación de las humanidades, la ciencia y la tecnología; el desarrollo, uso y análisis de los medios de comunicación e información (televisión, video, internet, recepción satelital, radiodifusión y edición de documentos digitalizados), labor editorial y la preservación y difusión del patrimonio cultural, en contraposición a los esquemas de consumo y práctica dispuestos como orden establecido.

Entendemos que la trayectoria cultural seguida hasta ese momento por los estudiantes que ingresaron a la Universidad plantea muchas preguntas e hipótesis; sin embargo, es en este punto de acceso a la universidad que se convierten en punto de partida para imaginar otros mundos posibles que partan no sólo de la inclusión sino de la desocupación de territorios simbólicos como refiere De Sousa Santos (2005). Este punto de partida demanda construir una trayectoria utópica que permita “la posesión de las armas necesarias para defenderse contra la dominación cultural, contra la dominación que se ejerce mediante y en nombre de la cultura” (De Sousa, 2005, p.45). Si entendemos, como refiere Pronovost (1995), que “los actores no tienen únicamente comportamientos de consumo cultural, sino que su participación está modulada por una trayectoria a la vez personal y sociológica de prácticas que se han constituido progresivamente y que son susceptibles de modificarse y de transformarse” (p.49), es por medio de la difusión de la cultura que podemos incidir en esos esquemas de valoración, de percepción y de acción contruidos desde los campos especializados de la cultura. En suma, se trata de asegurar la diseminación de las armas de defensa contra la dominación simbólica.

## Referencias

- Alarcón, S.** (2010). Informalidad y cultura en la Ciudad de México. En *Cultura y Economía. Vínculos para el desarrollo*. México: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.
- Certeau, M.** (1980). La invención de lo cotidiano. México: Universidad Iberoamericana.
- Cornejo-Portugal, I. y Bellón-Cárdenas, E.** (2001). Prácticas culturales de apropiación simbólica en el centro comercial Santa Fe. *Convergencia*, 8(24), 67-86.  
<https://www.redalyc.org/pdf/105/10502403.pdf>
- De Sousa-Santos, B.** (2005). *La universidad del siglo XXI. Para una reforma democrática y emancipadora de la universidad*. México: Universidad Nacional Autónoma de México y Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades.
- García-Canclini, N.** (1999). El consumo cultural: una propuesta teórica. En Sunkel, G. (coord.). *El consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación*. Colombia: Convenio Andrés Bello. pp. 72-95.
- Giménez, G.** (2005). La concepción simbólica de la cultura. En *Teoría y análisis de la cultura*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- González, J.** (junio 1994). La transformación de las ofertas culturales y sus públicos en México. Una apuesta y una propuesta a la par in-decorosas. *Estudios sobre las culturas contemporáneas*. VI(18), 9-25.
- González, J.** (2003). Introducción. Cultura(s) y Ciber\_cultura(s). *Incursiones no lineales entre complejidad y comunicación*. México: Universidad Iberoamericana. pp. 13-30.
- González-Casanova, P.** (2001). La universidad necesaria en el siglo XXI. México: Ediciones Era.

- Mantecón, A.** (2008). Mercados, políticas y públicos; la reorganización de las ofertas y los consumos culturales. *Alteridades*, 18(36), 23-31.
- Meyer-Bisch, P.** (2009). Analyse des droits culturels. Droits fondamentaux. <http://crinord.com/wp-content/uploads/2018/05/DROITS-CULTURELS-PAR-MEYER-BISTCH.pdf>
- Pronovost, G.** (1995). Medios: Elementos para el estudio de la formación de los usos sociales. Estudios sobre las culturas contemporáneas. *I*(1), 47-70.
- Román, L.** (2022). Para qué conquistar si a la gente le gusta bailar. Rumbo al Mundiacult 2022. En Fuentes Firmani (comp). *La gestión cultural latinoamericana en la Mundiacult 2022.*, Caseros: RGC Libros.