

PAISAJE Y DIVERSIDAD CULTURAL EN UNA CONURBACIÓN¹

LANDSCAPE AND CULTURAL DIVERSITY IN A REGION

Genaro Aguirre Aguilar*

Universidad Veracruzana, México

Recibido: 31 de marzo de 2016–Aceptado: 5 de agosto de 2016

Forma de citar este artículo en APA:

Aguirre Aguilar, G. (enero-junio, 2017). Paisaje y diversidad cultural en una conurbación. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, 8(1), pp. 46-65.
DOI: <http://dx.doi.org/10.21501/22161201.1822>

Resumen

Objetivo: explorar las expresiones de la diversidad que se observan en la ciudad de Veracruz y su conurbación. **Metodología:** enfoque mixto, por medio de una encuesta no probabilística y una observación focalizada. Para su dimensión cuantitativa, se aplicaron 360 instrumentos, mientras que en lo cualitativo se definieron unidades de observación que permitieron registrar aspectos significativos de la cultura local. **Resultados:** existen prácticas y hábitos que permiten trazar el paisaje de la diversidad que caracteriza la vida cotidiana de los habitantes, en la que la apropiación de ofertas y las experiencias de consumo devienen signos de distinción, producto de la heterogeneidad y las diferencias que prevalecen entre los grupos sociales que cohabitan en la conurbación analizada.

Palabras clave:

Vida cotidiana; consumo cultural; diversidad cultural.

¹ Este artículo se deriva de la investigación *Mapas y expresiones de la diversidad en la ciudad de Veracruz y su zona conurbada*, financiada por el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA), el Instituto Veracruzano de la Cultura (IVEC) y el Gobierno del Estado de Veracruz. Inició: septiembre de 2013. Finalizó: abril de 2014.

* Maestro en Comunicación. Doctor en Sociedades multiculturales y estudios interculturales. Docente e investigador adscrito a la Facultad de Ciencias y Técnicas de la Comunicación de la UV. Responsable del Cuerpo Académico Entornos innovadores de aprendizaje. Correo electrónico: geaguirre@uv.mx. ORCID iD: <http://orcid.org/0000-0001-5223-9783>

Abstract

Objective: to explore the different expressions within the diversity observed in Veracruz city and its conurbation. **Method:** a mixed methodologic approach was used, applying a non-probabilistic survey with focalized observation. For its quantitative dimension, 360 instruments were applied and the qualitative observation defined units to register significant aspects of the local culture. **Results:** there are practices and habits that allow tracing the urban landscape of the diversity that characterizes the daily life of the habitants, where the appropriation of consumer offers and experiences, becomes distinctive signs produced by the heterogeneity and differences that prevail among the social groups that co-inhabit the analyzed conurbation.

Keywords:

Everyday Life; Cultural Consumption; Cultural Diversity.

INTRODUCCIÓN

Si se tuviera la inquietud de conocer los modos en que se construyen las experiencias de diversidad en las sociedades contemporáneas, habría que observar y analizar las formas en que el propio contexto revela aquellos signos o marcas que hacen visible una composición multi e intercultural. Es decir, acercarse a la morfología social como a las interacciones sociales que a diario se construyen en los lugares o espacios por donde transita la vida cotidiana de los habitantes de una ciudad o un pueblo.

El interés académico que condujo a la realización de la investigación *Mapas y expresiones de la diversidad en la ciudad de Veracruz y su zona conurbada*, partió de reconocer la transformación que viven las ciudades de Veracruz, Boca del Río y en menor medida Medellín, en México, las cuales han observado un desarrollo en cuanto a su infraestructura y servicios en los últimos 20 años, producto esto del ensanchamiento de una mancha urbana que llevó a las autoridades estatales a declarar oficialmente su condición de zona conurbada²; crecimiento que trajo consigo el cambio de uso de suelo para apoyar el desarrollo inmobiliario, la industria hotelera y de servicios. El paisaje que comenzó a observarse en la nueva arquitectura urbana se vio reflejado en la aparición de complejos comerciales, en la oferta turística, en el incremento y diversificación de los servicios terciarios; lo que sin duda vino a impactar en la vida cotidiana y las experiencias sociales como en la cultura de quienes habitan en esa conurbación.

Si se tuviera que reconocer una coyuntura histórica para situar el inicio de esa transformación, bien pudiera ubicarse el final de la década de los 80, cuando un proyecto municipal permitió la construcción del bulevar Adolfo Ruiz Cortines, lo que favoreció abrir una vía que no solo heredó e intercomunicó a los municipios de Veracruz y Boca del Río, sino que además facilitó el establecimiento de un nuevo corredor turístico que incrementó la oferta hotelera, así como la industria del entretenimiento, para la diversión y el ocio. Vendrían los noventa y con ellos el acuerdo de libre comercio entre México, Estado Unidos y Canadá, lo que trajo consigo una apertura mercantil que se comenzó a observar en la industria y el ámbito empresarial local; coincidiendo con el desarrollo de la infraestructura urbana en todos los rumbos de la conurbación. Así como la ciudad porteña de Veracruz era el punto histórico y neurálgico en lo social, cultural o económico, pronto Boca del Río pasaría a ser referencia en las nuevas formas de vivir las experiencias de diversión y entretenimiento, por parte de una sociedad que comenzaba en darle un sentido de modernidad urbana a sus formas de vida.

² En la Gaceta Oficial del 14 de noviembre del 2007, el gobierno del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave, mediante un decreto oficial, declara como zona conurbada a "la comprendida por los municipios de Veracruz, Boca del Río, Medellín, Alvarado, La Antigua, Puente Nacional, Úrsulo Galván, Paso de Ovejas, Cotaxtla, Jamapa, Manlio Fabio Altamirano, Soledad de Doblado y Tlalixcoyan". Para esta investigación se consideraron los tres primeros.

La aparición de centros comerciales, de complejos cinematográficos, de una oferta culinaria internacional (incluida las franquicias de comida rápida), de entretenimiento y ocio, no solo configuraron un paisaje urbano diferente, también impactaron en las formas y estilos de vida de los ciudadanos. Esta nueva traza urbana además reveló un entramado de relaciones que se distinguían por el lugar que ocupaba la diversidad a la hora de expresarse en las prácticas y hábitos de las personas. Lo heterogéneo de la composición social, pasa por lo plural y diferente en las formas de hacer visible la condición de sujeto urbano, así como por lo diverso y desigual en las relaciones que se establecen entre los distintos grupos humanos; características propias de una condición multi e intercultural inmersa en proyectos de modernidad municipal, en una conurbación, que igualmente permitió el incremento en las ofertas culturales, las mismas que comenzaron a vivirse de manera diversa por parte de los ciudadanos y sus grupos sociales.

En el contexto de este artículo, es pretensión de quien escribe, compartir aquellos hallazgos que permitan a quien lee reconocer algunos rasgos para comprender la forma en que la diversidad cultural se vive a la luz de las ofertas y los consumos culturales que realizan en su vida cotidiana los habitantes de la conurbación; en el entendido que la vida cotidiana ofrece “los insumos para adscribirse, pensarse, imaginarse y relacionarse con el mundo formal”, lo que igual da la oportunidad a quien investiga de reconocer la “diversidad de adscripciones ciudadanas” (González Ortiz, 2009, p. 44) en este tipo de contextos urbanos, desde los cuales es posible trazar ese paisaje para nombrar, narrar y vivir la diversidad cultural.

Como en toda investigación, primero se llevó a cabo una revisión documental para conocer los objetos de estudio relacionados con la ciudad, las ofertas, los consumos culturales y la diversidad; lo mismo que para definir un espacio conceptual que permitiera comprender teóricamente el fenómeno, pero además contribuyera en la formación en investigación de los estudiantes que colaboraron en este estudio; los mismos que posteriormente contribuyeron en el diseño y aplicación de los instrumentos, como del procesamiento de los datos y la integración del informe final.

En virtud de lo anterior, se asumió como necesario ubicar en la literatura investigaciones que permitieran acercamientos al estado del saber de las temáticas afines al objeto de estudio de la investigación que aquí se reporta. Así, en el caso del artículo de Mateo Pazos Cárdenas (2016): “Industrias culturales ‘Afro-Pacífico’: encrucijadas del multiculturalismo en la ciudad de Cali, Colombia”, tras una investigación teórica-documental, logra reconocer la forma como la Secretaría de Turismo y Cultura de la ciudad de Cali, en Colombia, ha diseñado estrategias de gestión cultural, para promover ofertas y consumos en medio de un contexto de diversidad cultural, con el objetivo de hacer visibles las relaciones y los vínculos entre las etnias. Contrario a lo que parece, señala que los programas diseñados han generado desencuentros con la población afroestiza, que se ve impedida de participar activamente en las decisiones y el diseño de actividades que se promueven en la ciudad, sea en lo económico o la prestación de servicios, provocando tensiones entre los grupos, cuando el objetivo oficial se supone distinto. Otro ejercicio documental inte-

resante es el que se reporta en el artículo “Construcción del espacio urbano y modelación social desde la ‘ciudad letrada’: Santiago, Chile (siglos XVI-XVIII)”, en el que Gómez Alcorta, Prado Berlien y Ocaranza Bosio (2014) centran la mirada en el papel que juega la ciudad como espacio para el ordenamiento social, donde –una vez más–, las tensiones revelan la condición de diversidad, multietnicidad y marginación que viven ciertos grupos sociales, frente al proyecto de urbanidad institucional. La referencia a éste como al anterior texto, es para hacer destacar el papel que juega el espacio urbano en la configuración de una experiencia que se vive de manera diferente entre los grupos que la habitan.

En otra tesitura, en el artículo de Juris Tipa (2015), “Una aproximación a *clase social, género y etnicidad* en el consumo de música entre los estudiantes de la Universidad Intercultural de Chiapas”, se centra la atención en el consumo cultural que observan los estudiantes universitarios; particularmente, los procesos de apropiación del género musical en la definición del sentido de clase, género y etnia. Para ello, Tipa plantea que analizar el consumo ubica a quien investiga frente a una ventana por donde asomarse para “observar la diferenciación social y la distinción simbólica entre los diversos grupos” (2015, p. 95), destacando la forma en que los sujetos sociales (en su caso los estudiantes), se hacen de estrategias “para construir y comunicar sus diferencias y similitudes socioculturales” (2015, p. 95). Una referencia interesante no solo por el lugar que ocupa el consumo en su trabajo así como la diversidad, sino por el protagonismo del espacio urbano, al observarse en él la forma en que lo heterogéneo se construye a diario desde las experiencias asimétricas de sus habitantes. En palabras del autor de referencia, se diría “que los ámbitos urbanos efectivamente son más seculares y pluriculturales debido a las distintas configuraciones culturales de sus habitantes” (2015, p. 108), lo que hace ver al entramado ciudadano como un espacio, pero también como un objeto de conocimiento para reflexionar procesos sociales que están en el corazón de una experiencia humana que se vive en las diferencias, donde las ofertas y consumos culturales devienen prácticas y hábitos por los que pasan también las asimetrías sociales y la distinción.

Por otro lado y como parte del ejercicio de fundamentación, se procuró la configuración de un espacio conceptual que permitiera la comprensión teórica de una serie de conceptos básicos. A partir de ello y desde una perspectiva socio-histórica, en esta investigación la vida cotidiana es el conjunto de acciones que en lo individual una persona realiza todos los días, las mismas que dependen del contexto en el que habita y el grupo social al que pertenece (León, 1999). De tal forma que entre una y otra persona, lo cotidiano en su vida pasa por situaciones y momentos diferentes, lo que de una u otra forma, incide en las maneras en que cada habitante de la conurbación se apropia de prácticas y hábitos de consumo cultural. Al tenor de estas ideas, resulta significativo lo planteado por Rossana Reguillo, al hablar de la cotidianidad como ese “lugar estratégico para pensar la sociedad en su compleja pluralidad de símbolos y de interacciones ya que se trata del espacio donde se encuentran las prácticas y las estructuras, del escenario de la reproducción y simultáneamente, de la innovación social” (2000, p. 77). Ese lugar estratégico ha sido indagado a partir de sus ofertas, consumos, diversidad y apropiaciones.

En este sentido, si como dice Néstor García Canclini, el consumo cultural puede definirse como “el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio” (1993, p. 34), se revela entonces como importante la forma en que los sujetos que habitan en la conurbación analizada, tienen la ocasión de vivir una experiencia de consumo como hace pocos años no se tenía. En el contexto de una sociedad contemporánea, dada a trazar un paisaje en donde la producción de bienes y servicios es un atributo que caracteriza lo moderno, el consumo de ellos pasa a formar parte de las experiencias de una ciudadanía que en los últimos veinte años se ha acostumbrado a tener acceso a una oferta cultural abierta a todos los gustos y posibilidades económicas. Como apunte complementario, la referencia a lo cultural se asume como aquel conjunto de actividades relacionadas con lo espiritual, lo material, intelectual o bien lo emocional, que realizan las personas o grupos sociales (UNESCO, 2005).

En el trabajo de investigación del que aquí se presentan algunos hallazgos, se consideró oportuna la definición que del concepto prácticas culturales se establece en *Lineamientos en el subcampo de prácticas culturales* de la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte colombiana, al definir a las prácticas “como aquellas *acciones que movilizan saberes, valores, imaginarios, hábitos y actitudes de carácter colectivo tanto en el espacio público como en el privado, que construyen comunidad, significado identitario y contenido simbólico compartido* [cursivas del original]” (2014, p. 8). Con esto se tiene que las prácticas son constituyentes de la acción humana; desde éstas, un colectivo social articula un entramado de relaciones que permiten la activación de procesos diversos, en los que la acción y su dimensión simbólica son aspectos que contribuyen a darle sentido a la idea de comunidad. Son precisamente las prácticas culturales, su heterogeneidad, su pluralidad tanto como sus asimetrías, las que permiten experiencias diferentes entre aquellos ciudadanos que se apropian de las ofertas culturales que en la zona estudiada se ofrecen. Es a partir de esa condición multicultural, que se observan experiencias de diversidad propias de un contexto urbano. Es por ello que en este trabajo se exploraron las formas en que las ofertas y los consumos culturales favorecen prácticas de apropiación que devienen experiencias de la diversidad cultural, desde las que se constituye el ser, el estar, el habitar en un contexto conurbado plural, diverso, diferente, desigual... heterogéneo. Veamos el diseño que condujo esta pesquisa.

METODOLOGÍA

Tipo de investigación

Siguiendo a Namakforoosh, la investigación fue de carácter exploratorio, al considerar que el problema o fenómeno poco se ha investigado en Veracruz (México), por lo que este tipo de indagación resulta ser “apropiado para cualquier problema del cual se sabe poco y puede ser un antecedente para un estudio profundo” (2014, p. 90). Para la realización de esta investigación se elaboró un diseño metodológico mixto que facilitara un abordaje en su dimensión cuantitativa y otra cualitativa.

Diseño de investigación

En el entendido que al ser un fenómeno cultural particularmente complejo sobre el que poco se ha investigado por parte de la comunidad académica en Veracruz, se consideró pertinente un diseño metodológico mixto que permitiera, por una parte observar prácticas y hábitos sociales mediante un acercamiento comprensivo y por la otra, indagar en las opiniones y percepciones ciudadanas.

Técnicas de investigación

Para la dimensión cuantitativa se diseñó una encuesta que quedó estructurada en cuatro apartados: (1) ofertas culturales, (2) consumos culturales, (3) prácticas y expresiones culturales, y (4) diversidad cultural. El instrumento se compuso por 22 ítems.

Para la dimensión cualitativa se realizó una observación que tuvo dos etapas: una de carácter exploratoria y otra selectiva. Las unidades de observación en la primera fueron: lugares, sujetos y prácticas sociales; mientras que en la segunda serían: espacios, tiempos y objetos culturales.

Diseño de muestra

La muestra fue no probabilística, es decir, se decidió por un diseño que se caracteriza por ser “un procedimiento de selección en el que se desconoce la probabilidad que tienen los elementos de la población para integrar la muestra” (Arias, 2012, p. 85), además de basarse en el juicio de expertos e intencionado, por lo que correspondió a quien coordinó la investigación definir y seleccionar los elementos que desde su conocimiento y experiencia, podían representar a la población relacionada con el objeto de su interés (Tamayo y Tamayo, 2014). En este contexto, un criterio de inclusión importante fue que los sujetos participantes en esta investigación tuvieran, por lo menos, tres años de vivir en la conurbación, para poder tener una experiencia de apropiación de la oferta y el consumo cultural.

Universo de estudio

En total fueron 360 instrumentos los aplicados, distribuidos por rangos de edad entre los sujetos participantes: 15-18 años, 19-24 años, 25-34 años, 35-44 años, 45-54 años, 55 años o más. La distribución final fue: Veracruz: 224 instrumentos, Boca del Río: 98 instrumentos y Medellín: 38 instrumentos.

Tratamiento de la información

Para el análisis de datos en su dimensión cuantitativa, se elaboró una plantilla de *Excel* que permitió el registro de cada uno de los instrumentos, para posteriormente graficar la información.

Para el registro de información y construcción del dato en su dimensión cualitativa, se diseñó un instrumento de observación, se hizo un levantamiento fotográfico, se trazaron cartografías y elaboraron diarios de campo.

RESULTADOS

Para la presentación de los resultados, se considera oportuno compartir el mapa desde el cual se construyó teóricamente el objeto de estudio, mismo que permitió articular un conjunto de categorías que fueron centrales en este trabajo (ver figura 1). Además, se apunta que la información que aquí se presenta, estrictamente es producto de la dimensión cuantitativa.

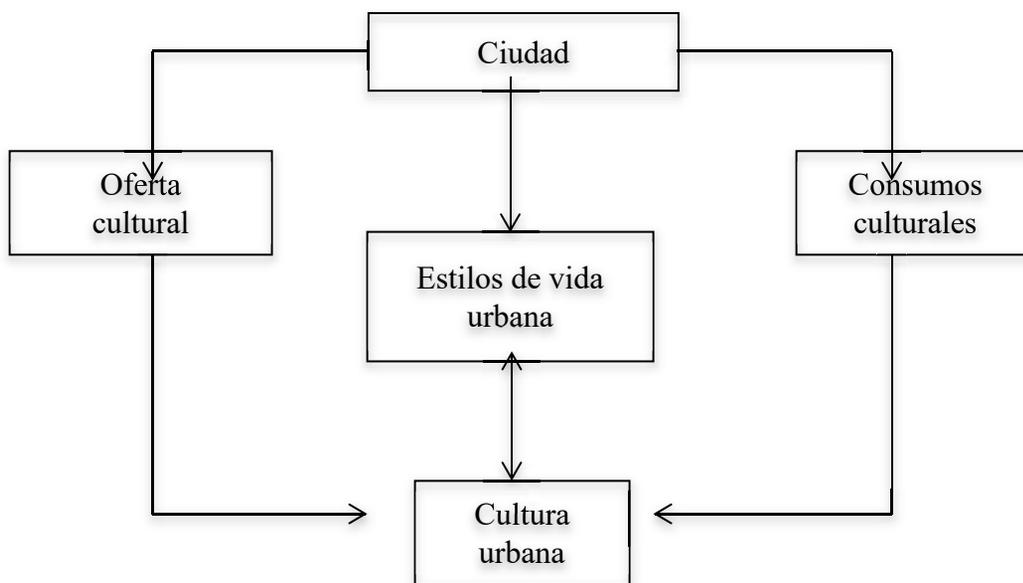


Figura 1. Esquema general de oferta cultural y consumo cultural como categorías prioritarias en la investigación sobre la diversidad en Veracruz y su zona conurbada.

El consumo y la diversión en la conurbación

El consumo cultural como concepto es particularmente difícil de asir por los diversos ángulos disciplinarios desde los cuales es posible emplearlo. No obstante, por la naturaleza de la investigación realizada, se considera razonable comprenderlo a la luz de dos acepciones: aquella que lo ubica o circunscribe a dinámicas o procesos propios de una sociedad de mercado (desde una mirada económica); y esa otra que, desde una mirada antropológica, lo reconoce como una práctica de apropiación de un bien simbólicamente determinado, que suele propiciar o incidir en las prácticas de reproducción social, tanto como en la construcción de identidades de los diversos grupos sociales que habitan en contextos o sociedades particularmente heterogéneas, donde las diferencias y las desigualdades vertebran las relaciones sociales (García Canclini, 1993).

A partir de aquí, en la conurbación investigada, tal como se ha dicho líneas arriba, se ha observado un incremento y diversificación en las ofertas culturales, mismas que han permitido a los habitantes de esa zona conurbada, vivir experiencias de entretenimiento de distinto cuño. Al respecto, es oportuno señalar de inicio que, como parte de las experiencias de consumo cultural en la conurbación, la cartelera cinematográfica, los espectáculos culturales, deportivos y los artísticos, así como la gastronomía, son prácticas o experiencias que vienen distinguiéndose como parte de la vida cotidiana de los habitantes en los últimos años. Así, el cine con 39%, los eventos deportivos con 21% y los espectáculos culturales con 19%, están en el top de las preferencias cuando se trata de aprovechar las ofertas para el entretenimiento.

Al presentar estos datos integrados en una tabla de frecuencias, los resultados relacionados con oferta y consumo cultural, la variable “Rango de edad” frente a las “Opciones de entretenimiento” (ver Tabla 1), se observa el comportamiento entre los diversos públicos, en los que contrasta el lugar que ocupa en las prácticas ciudadanas cierto tipo de diversión, así como el papel que juegan las edades en ese tipo de experiencias.

Tabla 1.

Rango de edad y opciones de entretenimiento

| Rango Edad | Cart. Cine | Esp. Art. | Even. Dep. | Ofert. Gast. | Esp. Cul. | Subtotales |
|------------|------------|-----------|------------|--------------|-----------|------------|
| 15-18 | 22 | 4 | 15 | 4 | 8 | 53 |
| 19-24 | 40 | 11 | 11 | 2 | 12 | 76 |
| 25-34 | 29 | 11 | 14 | 10 | 14 | 78 |
| 35-44 | 25 | 5 | 15 | 6 | 10 | 61 |
| 45-54 | 17 | 5 | 8 | 8 | 7 | 45 |
| 55 o + | 8 | 5 | 12 | 4 | 18 | 47 |
| | | | | | Total | 360 |

Nota: en la conurbación estudiada, ha crecido y se ha diversificado la oferta cultural, siendo los públicos que van de los 19 a los 34 años, quienes por los resultados obtenidos, se muestran como los sujetos que mejor se han apropiado de las alternativas para entretenerse en la conurbación.

Como complemento de los datos arriba presentados, en la figura 2 es posible reconocer la forma en que las alternativas para el entretenimiento caracterizan preferencias diversificadas entre los ciudadanos, una experiencia que permite destacar que son los públicos que se ubican entre los 19 y 44 años de edad, quienes más disfrutan de lo que se ofrece en esta zona conurbada. Es de destacar el lugar que en las prácticas ocupa el consumo cinematográfico en casi todas las edades, a excepción de aquellos que se ubican por encima de los 55 años, entre quienes los espectáculos culturales y la asistencia a eventos deportivos llevan a dejar en un tercer sitio el consumo cinematográfico.

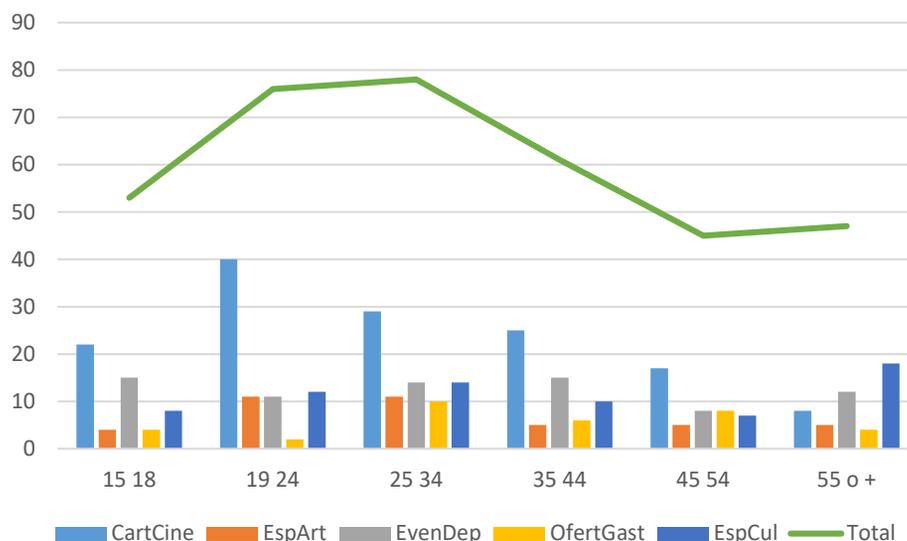


Figura 2. Consumo cultural: opciones de entretenimiento. Como podrá verse, el cine como opción para el entretenimiento ocupa un primer lugar en las menciones, siendo una alternativa primaria para casi todos los rangos de edad que participaron en este estudio.

Por otra parte, en el caso de aquellas experiencias urbanas relacionadas con las actividades que generan alegría entre las personas, es posible reconocer que los ciudadanos venidos a públicos consumidores han hecho de la diversión y el ocio, una oportunidad para dar cabida no solo al placer y goce, sino también a estilos de vida propios de los contextos urbanos. Por ello, resultan interesantes los números presentados en la figura 3, en la que se ubican las actividades que prefieren para divertirse los sujetos que participaron en esta investigación, destacando el asistir a conciertos con 33%, ir al antro³ con 23% y asistir a los bailes con 20%. Si en la segunda figura se destacan ofertas que facilitan actividades de ocio, en donde las industrias del entretenimiento se hacen visibles; en la tercera, lugares y sitios son espacios para la inversión de sus tiempos residuales, sea en lo individual o colectivo.

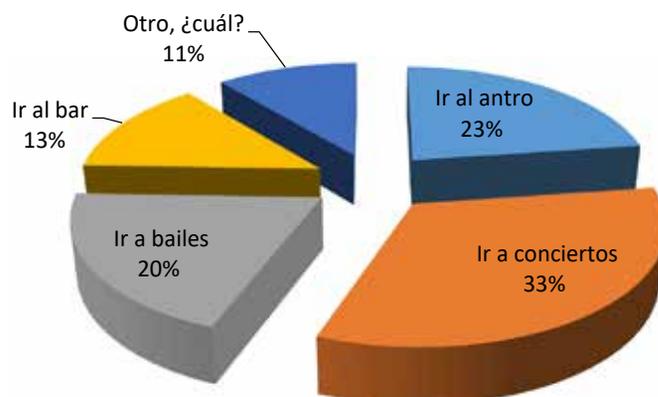


Figura 3. Preferencia en opciones de diversión. La diversión pasa por diversas experiencias en la conurbación, no obstante, las que aquí se destacan, sin duda, definen parte del imaginario de goce y diversión que tienen quienes habitan o visitan la conurbación.

³ Antro es una expresión coloquial que suelen emplear los consumidores jóvenes para hacer referencia a un lugar de diversión en donde se consume licor, se escucha música, se puede bailar, se puede pasarla bien entre grupos de referencia. Esta resignificación de un término que hacía referencia a un lugar de mala muerte, comenzó a caracterizar nuevas experiencias de consumo nocturno en México, especialmente por parte de un público joven (tanto hombres como mujeres), a mediados de la década de los 90.

Consumos, prácticas y hábitos culturales

A continuación se presentan algunos datos que dimensionan el papel de la oferta y el consumo de la llamada “alta cultura”. Para ello, es oportuno señalar que los lugares en donde se ofrecen actividades de carácter cultural y artístico son diversos a lo largo de la conurbación, entre los que se encuentran: museos, salas de exposición, casas de cultura, teatros, recintos para conciertos o espectáculos masivos.⁴

Aquí resulta interesante ver que asistir a museos se encuentra en primer lugar con 43%, en tanto que la asistencia a exposiciones fotográficas se muestra con 25%, para que presenciar una obra teatral sea 15%, mientras que los festivales artísticos 11% y las exposiciones de pintura 6%.⁵

Al reconocer la importancia que en la experiencia ciudadana ha tenido el incremento de las ofertas para el consumo de los habitantes de la conurbación, el lugar que ocupan ciertas prácticas y hábitos culturales para aprovechar los momentos de solaz esparcimiento, también es significativo, pues permiten a hombres y mujeres tener la oportunidad de aprovechar sus tiempos residuales para distraerse, entretenerse o divertirse. Por ello, las respuestas sobre las actividades que realizan en sus tiempos de ocio resultan interesantes: escuchar música es la primera opción con 47%, ver películas con 23% y leer con 19%. Al decidirse por otras opciones no definidas en el instrumento: ir a la playa, a dormir, salir a correr, a practicar algún ejercicio, ver televisión o bailar Zumba, alcanzaron apenas un 3%.

En la misma tesitura, como parte de sus prácticas y hábitos, se les preguntó a los sujetos de esta investigación aquellas actividades sociales que mayormente realizan en su vida cotidiana. En la figura 4, se puede reconocer que asistir a las plazas comerciales ha pasado a ser una experiencia importante (32%), en tanto que ir de compras (20%) y acudir al café (10%) son actividades que completan la configuración de las experiencias sociales de los ciudadanos habitantes de la conurbación Veracruz, Boca del Río y Medellín.

⁴ Se debe señalar que solo en el último lustro, la conurbación ha sido considerada como una plaza para la presentación de las giras de cantantes o agrupaciones nacionales e internacionales. Antes, los interesados tenían que viajar a la ciudad de Puebla, Monterrey, Guadalajara o el Distrito Federal para disfrutar de esos espectáculos. Se hizo el registro de este tipo de lugares, lo que permitió tener un acercamiento empírico a una realidad cultural que favoreció la elaboración de un censo que caracterizó tales ofertas.

⁵ Se juzga pertinente mencionar que en la conurbación, en los últimos años, se ha incrementado la oferta teatral, así como la apertura de corredores o espacios abiertos para la exhibición de exposiciones fotográficas en gran formato, por lo que no es sorprendente que estas sean dos alternativas para vivir experiencias estéticas de este tipo. En el caso de la asistencia a los museos, sí es un dato que llama la atención, pues aún cuando existen recintos diversos para vivir esa experiencia como público, la evidencia empírica a la que se tuvo acceso fue al registro de este tipo de recintos, pero no al número de visitantes que pudieron tener. En la discusión se harán algunos otros apuntes.

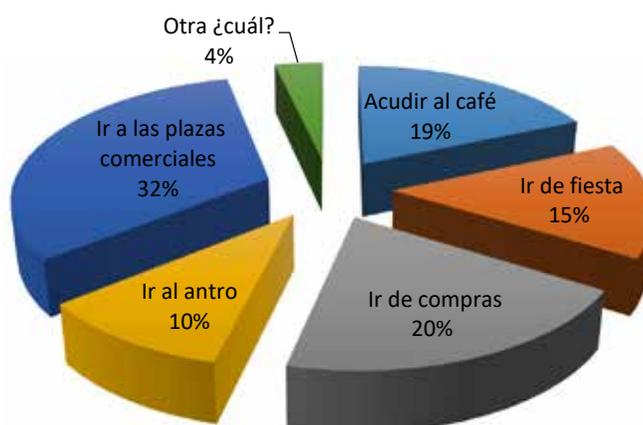


Figura 4. Actividades sociales. La asistencia a las plazas comerciales e ir de compras han pasado a definir prácticas que caracterizan la vida de los habitantes en la conurbación, lo que puede también representar una experiencia que traza estilos de vida urbana.

Diversidad cultural

Sin duda, la diversidad cultural es una propiedad de toda sociedad moderna, particularmente urbana. Al ser una categoría importante para entender la forma en que se articula el paisaje en la conurbación investigada, se quiere cerrar esta presentación de resultados con algunos datos que se consideran importantes para este artículo. Es oportuno señalar que el equipo de trabajo consideró imprescindible indagar en el imaginario de los sujetos, para acercarse a las concepciones y percepciones que tienen sobre lo diverso; por lo que se les preguntó sobre aquellos lugares donde mayormente se muestra la diversidad cultural. Según sus respuestas, serían en: las plazas comerciales (36%), en la calle (29%), en las escuelas y en las plazas y parques públicos 12%, para dejar en cuarto lugar entre las opciones previstas en el cuestionario, los antros y bares, con 10%.

Como puede reconocerse, es interesante la forma en que el centro comercial vuelve a aparecer como un espacio de referencia, en el entendido que al ser un lugar al que suele asistir regularmente la ciudadanía, pasa a ser la primera alternativa como lugar en donde se puede observar la diversidad cultural. Al tono de lo aquí expuesto, se quiere ahora presentar uno de los últimos datos de los resultados obtenidos en esta investigación.

Si antes se trató de identificar aquellos sitios donde una persona puede reconocer la diversidad cultural característica de la conurbación, ahora se indaga en el imaginario ciudadano para conocer las impresiones o concepciones que puede tener una persona para definir aquello que genera las condiciones de reconocimiento de lo heterogéneo, plural y diferente. Interesante que quienes respondieron a este cuestionario, hayan colocado a la educación de las personas (con un 36%)

como el atributo más importante para poder reconocer la diversidad cultural entre los sujetos que habitan en la conurbación. En segundo lugar fue la cultura con 28%, y el nivel de estudios con 22%. Discutamos a la luz de lo teórico, algunos de estos resultados.

DISCUSIÓN

Se puede decir que hay un interés compartido para indagar en la ciudad su heterogeneidad y la forma en que el consumo cultural confirma las formas de apropiación de los contextos urbanos, así como la producción y reproducción de prácticas y hábitos de consumo, por parte de algunos investigadores sociales. Lo que también se encuentra en los informes que, desde hace algunos años, suelen presentar los países a partir de encuestas de consumos culturales, que realizan periódicamente (Costa Rica. Ministerio de Cultura y Juventud, 2014; Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE, 2014; Instituto Nacional de Estadística y Geografía – INEGI, 2012; Sistema de Información Cultural de la Argentina, 2013), siendo sus dimensiones de análisis, ámbitos de interés que guardan una estrecha relación con la investigación de la que hoy se presentan algunos hallazgos, por ejemplo: asistencia a espacios y eventos culturales; formación artística y hábitos culturales, para el caso costarricense; prácticas y consumos culturales, en la encuesta Argentina; asistencia a presentaciones, espacios y espectáculos culturales en Costa Rica y Colombia; asistencia y gasto en actividades culturales en México.

Después de la revisión de algunas fuentes, así como de los resultados presentados previamente, se pasará al análisis de datos, buscando contribuir al entendimiento de aquellos signos que confirman las maneras en que la diversidad cultural se observa en la conurbación Veracruz, Boca del Río y Medellín.

De inicio se puede decir que entre las actividades culturales, la cartelera cinematográfica, los espectáculos artísticos y deportivos (sin dejar de mencionar el incremento en la oferta culinaria), el habitante de la conurbación Veracruz, Boca del Río y Medellín, ha tenido ocasión de incrementar las formas en que se entretiene o divierte, en que vive sus tiempos residuales; es decir, esos tiempos para el ocio de los que goza, por ejemplo, al final de una jornada laboral.

En este marco, tal y como pudo apreciarse en la tabla 1, puede confirmarse la forma en que la diversidad se muestra a partir del uso y la apropiación de las ofertas encaminadas al entretenimiento entre quienes habitan la zona conurbada estudiada, destacándose que para quienes se encuentran entre los 15 y 54 años de edad, el consumo cinematográfico ocupa un lugar privilegiado, no así entre los adultos que rebasan los 55 años. Si se recuperan algunos de los hallazgos de otras investigaciones, como por ejemplo la de Tipa (2015), particularmente en el caso del papel

que juega el entretenimiento desde la diversidad en las prácticas culturales que se llevan a cabo en la ciudad, es posible asegurar que en el caso de la conurbación veracruzana, también el entretenimiento es un signo que genera diferencias y distinciones propias de lo secular y plural como condición del estilo de vida urbano. Por lo tanto, se abona a las experiencias de la diversidad que se posibilita desde la apropiación de las ofertas culturales mediante los consumos que observan los ciudadanos en la conurbación estudiada.

Algo que también llama la atención, a partir de los datos antes presentados (figura 2), es que los públicos que van de los 25 a los 44 años de edad, producen y reproducen prácticas socioculturales diversas, para las que las industrias del entretenimiento y el espectáculo no solo aportan alternativas para recrear el tiempo del ocio o las opciones de diversión, sino también agencias que favorecen la reproducción de signos de distinción, en los que lo económico, lo educativo, lo social, lo cultural permiten la capitalización del consumo. Es decir, una vez más la ciudad, al igual que en el trabajo de Gómez Alcorta, Prado Berlien y Ocaranza (2014), es un espacio que contribuye al ordenamiento social, en donde también las tensiones se hacen presentes, en la medida que no todos los grupos sociales tienen las mismas condiciones para disfrutar o apropiarse de lo que la ciudad les brinda. Por otra parte, algo que también puede apuntarse, es que los jóvenes son los sectores mayormente visibles como parte de los públicos que, venidos a sujetos consumidores, representan un activo tanto como elementos primordiales para comprender el tejido social que caracteriza al paisaje urbano en la conurbación que se ha investigado.

En esa tesitura, al acercarse a estas formas de apropiación de las ofertas a través del consumo, esta investigación se dio la oportunidad de identificar y analizar las prácticas y hábitos culturales que caracterizan la vida diaria de los sujetos que en ésta participaron. Así, según sea la experiencia de consumo, será la forma en que una mujer, un hombre o un joven optan por una manera de entretenimiento o diversión, es decir, las actividades a las que se tiene afición para pasar un rato agradable en compañía de alguien o simplemente solo. En la conurbación, esta es una característica que define el imaginario de quienes en ella habitan, lo mismo la imagen de aquellos que llegan de visita a pasarla bien en las playas de Boca del Río o Veracruz, en sus sitios históricos, en sus centros comerciales, sus complejos cinematográficos, es decir, allí donde el día y la noche son “variables” espacio-temporales que posibilitan la construcción de una experiencia lúdica como signo de un estilo de vida urbana que hace poco tiempo no se tenía. Además de las playas, están los bares, los cafés, los salones de baile, los restaurantes, los sitios históricos, sin dejar de mencionar la posibilidad de vivir experiencias distintas como sería asistir a algún concierto de los que regularmente se programan en esta zona.

Entender las prácticas y hábitos culturales, teóricamente es acercarse a dinámicas propias de sociedades modernas caracterizadas por densos y complejos procesos de apropiación de bienes culturales y su reproducción social. Tal como lo muestran los resultados, visitar las plazas comerciales, ir de compras, asistir al café, acudir a alguna fiesta, incluido asistir al antro, revelan formas

o mecanismos de diversión que sin duda impactan en las experiencias de diversidad a partir del tipo de oferta y el consumo que hacen de él. Con otras palabras, se diría que en la conurbación investigada, las ofertas de consumo y las maneras en que son apropiadas, revelan prácticas que distinguen a los ciudadanos, no solo en términos de su condición social, sino también por la forma en que se construyen las preferencias en torno a ciertos lugares para dar constitución a una vida social, para la diversión o el entretenimiento, es decir, procesos de subjetivación sociocultural distintivos que favorecen las “experiencias de diversidad”, en el entendido que al hablar de experiencia se hace referencia al saber o las habilidades adquiridas por un sujeto social a partir de lo que observa, vive o siente en su vida diaria; sin duda aquella permite o favorece la generación de vivencias que devienen marcas significativas que pueden ser recuperadas y reproducidas más tarde; proceso de adquisición de saberes y destrezas empíricos que, según sea lo vivido o la manera en que se vive, pueden ser diferentes entre los individuos, como asimétricos entre los grupos sociales a los que se pertenece. Por lo tanto, hablar de “experiencias de diversidad” es hacer referencia a esa condición de heterogeneidad, diferencia y por supuesto, desigualdad, desde las que se construyen y reproducen prácticas socioculturales en el contexto de procesos de apropiación de las ofertas de consumo que se observan en esta zona conurbada; lo que sin duda, es un atributo que define una serie de cualidades a la hora de vivir la diversión o el entretenimiento desde lo plural y distinto.

En este contexto, cómo olvidar el planteamiento de Néstor García Canclini (1993), al proponer un conjunto de modelos para pensar los procesos de consumo cultural, particularmente su tercer modelo: *el consumo como lugar de la diferenciación social y la distinción simbólica entre grupos*, desde el que ya sostenía que muchos de los procesos observados en las sociedades democráticas contemporáneas y relacionadas con el consumo, muestran signos de distinción a partir del acceso a bienes que pueden partir de una necesidad material, pero se anclan en lo simbólico por la forma en que son usados, apropiados o resignificados por los diversos públicos. Dicho esto, tal como se muestra en los *números* presentados, al hablar de actividades sociales, la asistencia a las plazas comerciales e ir de compras, cobra sentido en el contexto de un estilo de vida que en las ciudades modernas se construye a diario, pues en lugar de acudir al centro de la ciudad para visitar las tiendas de aquel circuito, es preferible por el valor del lugar y las marcas que caracterizan las experiencias del consumo en las plazas comerciales, hacer de ellas parte importante en la vida cotidiana de las personas.

En su texto, “De la fragmentación urbana al estudio de la diversidad en las grandes ciudades”, María Ana Portal y Patricia Safa Barraza, aseguran que pensar lo local es colocar en el horizonte de la comprensión el sitio que ocupa el territorio en tanto “configuración espacial compleja donde se articulan los distintos niveles de realidad y donde actúan diferentes actores” (2011, p. 44); sujetos sociales que tienen diversos y diferentes intereses para practicar y hacer visible su condición de urbanidad, la misma que reconoce o no al otro en circunstancias y en contextos determinados, que también definen estilos de vida diferenciados. De esta forma, haciendo suyas las palabras de

López Moreno e Ibarra, más adelante continúan diciendo que las “personas se vinculan a los lugares gracias a procesos simbólicos y afectivos que permiten la construcción de lazos y sentimientos de pertenencia” (1996, como se citó en Portal y Safa Barraza, 2011, p. 47).

Lo anterior resulta particularmente importante, sobre todo a la hora de analizar la categoría diversidad cultural, pues en la zona conurbana investigada se observa una complejidad propia de todo entramado urbano, donde pareciera que su condición multicultural revela dinámicas y procesos de interacción social diferenciados, que son parte activa de las realidades diversas y heterogéneas que allí se viven (Portal y Safa Barraza, 2011, p. 53).

De tal suerte, si se ha hablado del consumo cultural, de los lugares o espacios que a diario definen la vida cotidiana en la conurbación, se está ante un conjunto de prácticas y hábitos culturales que contribuyen a definir las experiencias de la diversidad entre sus habitantes. Lo que puede observarse a la luz de lo que aquí mostrado, tanto en lo conceptual como en lo empírico, pues también los propios sujetos reconocen que lo diverso, plural, diferente, forma parte de la sociedad a la que pertenecen; algo que ven en las plazas comerciales, en la calle, en la escuela, en los parques, en los antros; en fin, en cualquier espacio o lugar de interacción social que les provea la conurbación.

Si lo cotidiano es el lugar para recrearse en la vida y frente al otro, habrá que reconocer que en su condición de constructo socio-histórico, la vida cotidiana en esta conurbación se ha venido transformando en los últimos años; por ello mismo, en el contexto de la investigación realizada, tal como se ha mostrado hasta aquí, la ciudad de Veracruz y su conurbación, con la transformación en su infraestructura, la prestación y diversificación de ofertas, ha favorecido experiencias de diversidad que matizan estilos de vida urbana, donde la distinción y la diferencia contribuyen a darle vida y sentido a un contexto heterogéneo que puede reconocer en las formas en que la oferta cultura se consume, en lo igual, diferente, desigual o asimétrico.

En esa tesitura, resultó particularmente interesante abrir una batería de preguntas para indagar en el imaginario y las concepciones que los habitantes tienen sobre la diversidad cultural, destacándose la pregunta relacionada con los lugares donde la diversidad se muestra más fácilmente. Quienes respondieron, se puede decir, implícitamente también fueron sujetos con cualidades o la sensibilidad para reconocer las diferencias entre quienes viven en la conurbación Veracruz, Boca del Río y Medellín, por la forma en que tuvieron que reflexionar la respuesta para nombrar los sitios en donde como observadores sitúan lo diferente.

En el contexto de los hallazgos aquí reportados, como de algunos planteamientos esgrimidos, se considera que de las experiencias diferenciadas que viven los habitantes de la conurbación investigada, es posible pasar a estar frente a un conjunto de “expresiones de diversidad”, esto es, formas de representación de que se vale un sujeto social para verbalizar pensamientos, emociones, ideas, tanto como de algún tipo de signo empleado para hacer visible un comportamiento, una

actitud, una práctica, una costumbre. Así, en el contexto de un estudio como el aquí presentado, “expresiones de la diversidad” se emplea como una suerte de analogía para dar cuenta de esos recursos que favorecen la constitución de una gramática sociocultural que permite hacer inteligible los racimos de acciones, dinámicas, interacciones que observan los sujetos sociales; las mismas que se han referido como prácticas y hábitos que en su producción o reproducción muestran una heterogeneidad durante los procesos de consumo cultural, a partir de la diversidad de ofertas que en la conurbación existen. Una condición que ha quedado mostrada en los datos que se han mostrado en este artículo.

Para terminar la discusión de los hallazgos, la última de las preguntas referidas en este artículo se centró en los atributos que tiene una persona con capacidad para reconocer la diversidad cultural. Como dan cuenta los datos mostrados, la educación y la cultura, junto al nivel de estudios, son parte de esas propiedades que posee quien reconoce lo diverso, lo que deja entrever que no solo en las prácticas y hábitos se muestra la pluralidad y diferencias entre aquellos que se apropian de las ofertas de consumo, sino que esa heterogeneidad también la piensan, la imaginan, la perciben, la reconocen los sujetos de la investigación. Por lo tanto, como parte de la condición multicultural de la zona conurbada, es posible señalar que el paisaje de la diversidad cultural se configura mediante complejos procesos de interacción y reconocimiento a lo diferente, diverso y desigual; es decir, lo heterogéneo y plural como condición de un entramado social que se articula a una vida cotidiana que ha observado una transformación en las prácticas y hábitos, experiencias socioculturales que inciden en nuevos estilos de vida que mucho se relaciona con la oferta y los consumos culturales de los ciudadanos.

CONCLUSIONES

En el puerto de Veracruz y en su zona conurbada, en los últimos años se ha venido definiendo un nuevo escenario sociocultural, en el que se destaca –parafraseando a Néstor García Canclini (2009)– que hay un proceso de reformulación de aquellos patrones de asentamiento, donde la convivencia humana, el sentido de pertenencia e identidad, pervive también a la luz de las experiencias de consumo, no solo para disfrutar de cierto estilo de vida, sino también para establecer grados de diferencia entre los grupos sociales y quienes los conforman. Por ello, es posible decir que la ciudad y sus ofertas contribuyen a dar sentido a una vida cotidiana urbana en la que el consumo reproduce la dimensión simbólica del estar, habitar o representar la ciudad. De allí que se esté ante un colectivo social que invita a pensarlo desde sus estrategias de visibilidad e interacción, procesos que invitan a repensar y narrar de manera diferente su vida cotidiana.

Con lo dicho hasta aquí, es importante dejar subrayado que la vida cotidiana, la ciudad, sus espacios, sus circunstancias, devienen una gama importante de fenómenos ligados a patrones y estilos de vida caracterizados por sus momentos históricos; en donde se reproducen interacciones humanas que observan cambios en lo individual y colectivo, como respuesta al momento en que se viven. De tal suerte, lo que aquí se ha presentado muestra prácticas y hábitos que han transformado la cultura en el ámbito local, dinámicas o procesos que se han ido sedimentando al calor de un presente que muestra signos de modernidad, los mismos que partieron de un proyecto de conurbación que planteó necesidades como el cambio de suelo, incluso en áreas que estaban protegidas; con esto, el incremento en la infraestructura, los servicios y las ofertas de consumo, desde las cuales se ha tratado de configurar ese paisaje que distingue a las diversidades en la conurbación estudiada.

REFERENCIAS

- Arias, F. G. (2012). *El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica* (6ª ed.). Caracas: Episteme.
- Costa Rica. Ministerio de Cultura y Juventud. (octubre, 2014). *Encuesta nacional de cultural 2013: principales resultados*. San José, CR: Ministerio de Cultura y Juventud. Unidad de Cultura y Economía. Recuperado de http://cuentasatelitecultura.go.cr/segundo_libro_encuesta/#/0
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE. (diciembre, 2014). *Encuesta de consumo cultural. Principales resultados*. Recuperado de http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/eccultural/presentacion_ecc_2014.pdf
- García Canclini, N. (1993). El consumo cultural y su estudio en México: una propuesta teórica. En N. García Canclini (coord.), *El consumo cultural en México* (pp. 15-42). México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- García Canclini, N. (2009). *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo.
- Gómez Alcorta, A., Prado Berlien, C. y Ocaranza Bosio, F. (julio-diciembre, 2014). Construcción del espacio urbano y de modelos sociales de la “ciudad letrada”: (siglos XVI-XVIII) Santiago, Chile. *HiSTOReLo. Revista de Historia Regional y Local*, 6(12), 237-270. Doi: <https://dx.doi.org/10.15446/historelo.v6n12.41100>
- González Ortiz, F. (2009). *Multiculturalismo y metrópoli. Cultura y política en un fragmento urbano (antropología urbana)*. México: Universidad Autónoma Metropolitana. Unidad Iztapalapa.

- Instituto Nacional de Estadística y Geografía – INEGI. (2012). *Encuesta nacional de consumo cultural de México 2012: marco conceptual*. México: INEGI. Recuperado de http://convenioandresbello.org/cuenta_satelite/documentos/Encuesta_Nacional_de_Consumo_Cultural_de_Mexico_2012.pdf
- León, E. (1999). *Usos y discursos teóricos sobre la vida cotidiana*. México: Anthropos.
- Namakforoosh, M. N. (2014). *Metodología de la investigación* (2ª ed.). México: Limusa.
- Pazos Cárdenas, M. (enero-abril, 2016). Industrias culturales “Afro-Pacífico”: encrucijadas del multiculturalismo en la ciudad de Cali, Colombia. *Antípoda. Revista de Antropología y Arqueología*, (24), 75-90. doi: <https://dx.doi.org/10.7440/antipoda24.2016.05>
- Portal, A. M. y Safa Barraza, P. (2011). De la fragmentación urbana al estudio de la diversidad en las grandes ciudades. En N. García Canclini (coord.), *La antropología urbana en México* (pp. 30-59). México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes / Universidad Metropolitana / Fondo de Cultura Económica.
- Reguillo, R. (2000). La clandestina centralidad de la vida cotidiana. En A. Lindón Villoria (coord.), *La vida cotidiana, y su espacio-temporalidad* (pp. 77-93). México: Anthropos.
- Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte. (2014). *Lineamientos en el subcampo de prácticas culturales*. Bogotá, Colombia: Secretaría de Cultura Recreación y Deporte/Fundación Gilberto Alzate Avendaño/Instituto Distrital de las Artes/Instituto Distrital de Patrimonio Cultural. Recuperado de http://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/sites/default/files/adjuntos_paginas_2014/lineamientos_practicas_culturales_12_de_diciembre_.pdf
- Sistema de Información Cultural de la Argentina. (2013). *Encuesta Nacional de Consumos Culturales*. Recuperado de <http://www.sinca.gob.ar/sic/encuestas/>
- Tamayo y Tamayo, M. (2014). *El proceso de la investigación científica*. México: Limusa.
- Tipa, J. (enero-abril, 2015). Una aproximación a *clase social, género y etnicidad* en el consumo de música entre los estudiantes de la Universidad Intercultural de Chiapas. *Cuicuilco*, 22(62), 91-112. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-16592015000100006&lng=en&tlng=en
- UNESCO. (2015). *Diez claves de la convención para la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales*. Ginebra: UNESCO. Recuperado de http://www.unesco.org/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/diversity/pdf/convention_2005/Convention%202005_10%20claves.pdf