

# **CONSUMO CULTURAL DE LOS JÓVENES DE ÁREAS RURALES EN PENÍNSULA DE SANTA ELENA. UN PUNTO DE PARTIDA PARA LA GESTIÓN INTERSECTORIAL DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS**

*CULTURAL CONSUMPTION OF YOUNG PEOPLE FROM RURAL AREAS IN SANTA ELENA PENINSULA. A STARTING POINT FOR THE INTERSECTORAL MANAGEMENT OF PUBLIC POLICIES*

<https://doi.org/10.5281/zenodo.3599151>

**AUTORES:** María Mederos Machado<sup>1\*</sup>  
Ahmed Pomares<sup>2</sup>  
Margarita Lamas González<sup>3</sup>  
Marilyn Balmaseda Mederos<sup>4</sup>

**DIRECCIÓN PARA CORRESPONDENCIA:** [mariacamederos@gmail.com](mailto:mariacamederos@gmail.com)

**Fecha de recepción:** 22 / 11 / 2019

**Fecha de aceptación:** 29 / 12 / 2019

## **RESUMEN**

El objetivo de este trabajo es lograr un acercamiento a la problemática juvenil para, desde su conocimiento, contribuir a trazar las mejores políticas públicas en el territorio de Santa Elena. Los métodos utilizados fueron la encuesta y la entrevista. Mediante ella se pudo conocer las preferencias de los consumos culturales de los jóvenes de las zonas rurales de la provincia. Como conclusiones se evidencia que la población objeto de estudio, consume pocos productos que encierran símbolos autóctonos y que resulta necesario el refuerzo de la identidad mediante políticas públicas que estimulen el desarrollo de la identidad y el sentido de pertenencia a las culturas propias.

**Palabras clave:** Consumo cultural, políticas públicas.

---

<sup>1\*</sup>Máster en Desarrollo Cultural, Universidad Estatal Península de Santa Elena, [mariacamederos@gmail.com](mailto:mariacamederos@gmail.com)

<sup>2</sup>Licenciada en Enfermería, Universidad Estatal Península de Santa Elena

<sup>3</sup>Doctora en Ciencias Pedagógicas, Universidad Estatal Península de Santa Elena

<sup>4</sup>Máster en: Trabajo Sociocultural Universitario, Universidad Católica de Cuenca

**ABSTRACT**

The objective of this work is to achieve an approach to youth issues so that, from their knowledge, they contribute to trace the best public policies in the territory of Santa Elena. The methods used were the survey and the interview. Through it, it was possible to know the preferences of the cultural consumption of young people in the rural areas of the province. As conclusions it is evident that the population under study consumes few products that contain native symbols and that it is necessary to reinforce identity through public policies that stimulate the development of identity and the sense of belonging to one's own cultures.

**Keywords:** Keywords: Cultural consumption, public policies.

**INTRODUCCIÓN**

El consumo cultural es un fenómeno social, cuya importancia radica en su carácter simbólico y significativo para la expresión y construcción de la identidad. Además de su carácter social, es receptor de una gran proporción de recursos económicos, temporales y emocionales, que no sólo busca satisfacer necesidades, sino también el deseo de interactuar con los otros y trae consigo la construcción y reconstrucción social de la cultura, desde la perspectiva del desarrollo de los procesos de identidad, alteridad, diferencia y diversidad.

El consumo cultural ha sido entendido de disímiles maneras en los estudios que sobre el tema se han realizado. Ha sido considerado como un espacio de expansión del capital, por su vínculo con el mercado y la explotación del trabajo, Castillo (2012), Meregildo (2014), como el lugar donde clases y grupos compiten por la apropiación del producto social, Castells (1976) y el consumo como proceso ritual.

En este trabajo se asume como referente fundamental que el consumo cultural se refiere “...al conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece, sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica”. Canclini (s/f). p.42

El consumo cultural en las zonas rurales se aleja muchas veces de lo autóctono y se abren paso comercial algunos productos, distantes de las verdaderas raíces culturales de la población objeto de estudio.

La influencia de lo foráneo está generando una nueva ruralidad en América, que no está siendo estudiada, con la fuerza que necesita esta circunstancia que emerge en las zonas más vulnerables de Latinoamérica y de Ecuador, que cuenta con una riqueza cultural inigualable.

El Ecuador está constituido por más de 15 nacionalidades y pueblos y más de 20 grupos étnicos que han dejado su huella en cada territorio habitado. La cultura Vegas, fue la primera que se asentó en los actuales territorios del Ecuador en el holoceno y pleistoceno tardío en la costa entre 10 800 y 6600 antes del presente (fechas si calibrar), Sthoter, (1988). Le sucedieron culturas como la Valdivia, Manteña, Machalila, Chorrera- Engoroy, Guangala, Guancavilca, entre otras, las que sucesivamente fueron objeto de transculturación hasta llegar hoy a la presencia de seis grupos étnicos en la región Costa. (SIDENPE, 2012).

En las regiones Sierra y Amazonía sucede igual con diferentes formaciones culturales que hasta el presente muestran símbolos de su existencia, no solo en el ámbito material, sino en el patrimonio inmaterial que han legado a las generaciones actuales.

En esta evolución del mestizaje cultural han tenido lugar procesos del ciclo reproductivo de la cultura que cobran significados especiales en el marco de la identidad y en su interacción con las alternativas comunicacionales de los grandes centros de poder y transnacionales del entretenimiento se corre el riesgo de que los valores de lo verdaderamente autóctono se disuelva en la modernidad, hasta quedar invisibilizado.

El ciclo reproductivo de la cultura, tiene procesos, que deben ser atendidos desde la política pública, entre los más cercanos al consumo están: creación, promoción, distribución, comercialización y el propio consumo.

Los jóvenes constituyen grupos de edades que muestran un consumo cotidiano, que va conformando un entramado cultural, que acerca los sentidos y los significados a lo que se promueve desde los grandes medios de comunicación y entretenimiento. En ellos recae el desarrollo productivo y social del país, pues en breve tiempo se convierten en fuerzas productivas y económicas de los territorios donde viven y laboran.

Según Ayala (2011) "...la asimilación del enfoque de los jóvenes como "actores estratégicos del desarrollo" no ha implicado precisamente que se haya atendido realmente

de forma adecuada la problemática juvenil, sí nos permite hablar de la consolidación de un “discurso oficial” sobre la juventud.” pag. 128

La sociedad pone énfasis en la importancia de los jóvenes y en la necesidad de implementar políticas que garanticen su integración social y permitan explotar su potencial como actores del desarrollo. El concepto de juventud, no solo es un concepto de edad, sino que es una construcción histórico-social particular. En este trabajo utilizaremos los rangos que van desde 14 hasta 29 años, según el censo del INEC (2010), realizado muchos años después de los estudios sociales han comenzado a considerar las circunstancias polémicas de la juventud como problema social político. La modernización de la estructura social ha favorecido históricamente el surgimiento de la juventud como fenómeno social y la provincia de Santa Elena, no está exenta de ello. La regulación del acceso al mercado laboral, la universalización de la educación y ampliación del período de escolarización, el consiguiente aumento del tiempo de dependencia familiar, la creación de la industria del ocio, entre otras, son condiciones surgidas en los procesos de modernización que han favorecido el surgimiento de la juventud como actor social específico y que su diversidad se exprese en las diferentes formas y contenidos de los símbolos que consumen.

### **Aproximación a la gestión intersectorial**

Según Cunill (2015) La noción de la intersectorialidad remite, en principio, a la integración de diversos sectores con vistas a la solución de problemas sociales. Sin embargo, el término tiene diversas connotaciones según las premisas que se adopten e, incluso, según qué se entienda por “sector”. De modo que en esta investigación asumiremos como intersectorialidad el concepto construido por sus autores y se refiere a las posibilidades de interrelación y sinergias de diferentes actores sociales (públicos y privados) en torno a la consecución de un objetivo común, de interés social.

Es importante asumir la intersectorialidad Cunill (2015), pues esta hace factible la búsqueda de soluciones integrales. Este hecho le da un carácter expresamente político a la intersectorialidad y “se traduce en la asunción de que todas las políticas públicas que persigan estrategias globales de desarrollo, tales como la modificación de la calidad de vida de la población, deben ser planificadas y ejecutadas intersectorialmente”.

También es necesaria la iniciativa intersectorial porque “la integración entre sectores permite que las diferencias entre ellos puedan ser usadas productivamente para resolver problemas sociales””. Aquí pudiera radicar el soporte técnico de la intersectorialidad coherente con la idea de que crea mejores soluciones (que la sectorialidad) porque permite compartir los recursos que son propios de cada sector.

El **objetivo** de este trabajo es revelar las características del Consumo cultural de los jóvenes en la Provincia de Santa Elena y proponer recomendaciones generales para el logro de la intersectorialidad que se necesita para acercar el consumo a los productos con valor simbólico cultural autóctono del Ecuador y de la localidad.

Ante esta situación demográfica, es importante que las políticas públicas consideren algunas de sus características, así como falencias en su formación, para equiparar su desarrollo, pues son las fuerzas productivas del territorio se preparan para ello.

## METODOLOGÍA

El objeto de estudio determinado es la población juvenil rural de Santa Elena, que tiene un universo aproximado de 134 000, según proyección de datos del censo de 2010. La mayor parte del territorio de la provincia Santa Elena es rural.

Cuadro 1. Rangos de edades estudiados, proyectados del censo 2010

Rango de Edad (años)	2010	Por ciento
15- 19	29. 874	9,7
10- 14	33. 446	10,8
5- 9	34. 252	11,1
0- 4	36. 762	11,9
<b>Total</b>	<b>134. 334</b>	<b>43,5</b>

Fuente INEC, 2010

En 2019, si consideramos la composición etárea de la población en 2010, según INEC y le hacemos una proyección aritmética, se puede inferir que cerca del 40 por ciento de la población de Santa Elena, se encuentra en edad juvenil, es decir entre los 14 y los 29 años, siendo mayoritario el grupo que alcanza entre 14 y 25. Ver Cuadro 1.

Se ha realizado una investigación de alcance exploratorio y descriptivo, que ha permitido lograr el objetivo. El instrumento utilizado fue una encuesta acerca del consumo cultural de

la población objeto de estudio, aplicada a una muestra de 1345 jóvenes peninsulares de sus cantones rurales, es decir Santa Elena y Salinas (Parroquia José Luis Tamayo).

**RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

El consumo cultural es expresión de la preferencia de las personas, pero más allá de las preferencias, se establece en los espacios que de manera premeditada, las sociedades consideran como simbólicos.

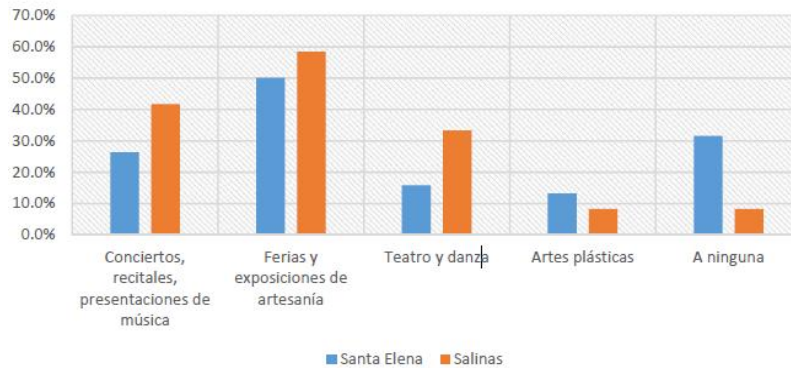


Gráfico 1. Asistencia a espectáculos y presentaciones por cantones.

Se aprecia en el Gráfico 1 que las Ferias y Exposiciones son las actividades culturales a las que más asisten los jóvenes en Salinas y Santa Elena, seguida por conciertos y presentaciones de música. Poco favorecidas por la asistencia de los jóvenes se aprecia las actividades artísticas de la Plástica, el teatro y la danza. Es significativo que más del 30% no asiste a ninguna de ellas.

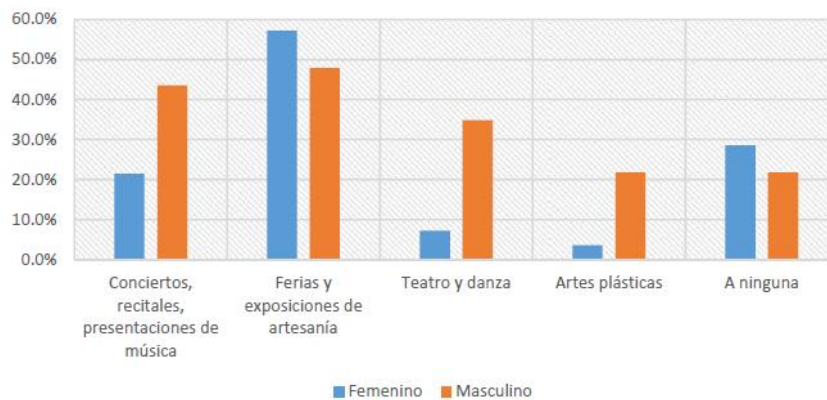


Gráfico 2. Asistencia a espectáculos y presentaciones por género.

En el caso de Ferias y Exposiciones las mujeres suelen asistir más que los hombres, en el resto de las actividades culturales, se aprecia una asistencia mayoritaria de hombres

(Gráfico 2). Esta situación esté dada presumiblemente por el papel que desempeña la mujer en la vida doméstica y la impronta que se le fija en la familia al género masculino como más de la “calle”.

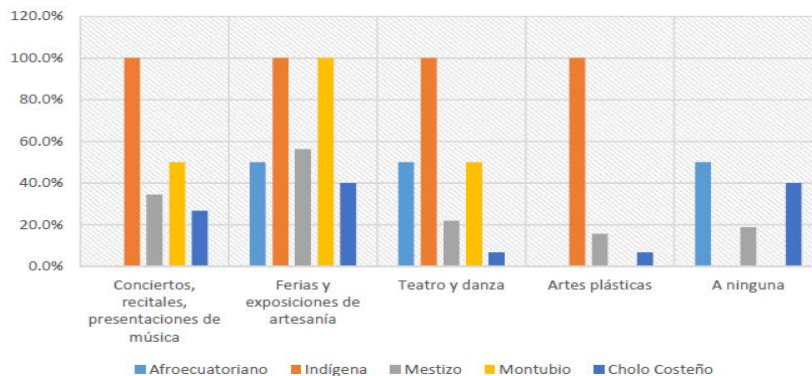


Gráfico 3. Asistencia a presentaciones y espectáculos por autoidentificación étnica.

Los jóvenes autodenominados indígenas y montubios, son quienes más participan en las actividades culturales investigadas. Gráfico 3. Los reconocidos como cholos costeños se comportan en asistencia por debajo de la proporción que existe en la población total.

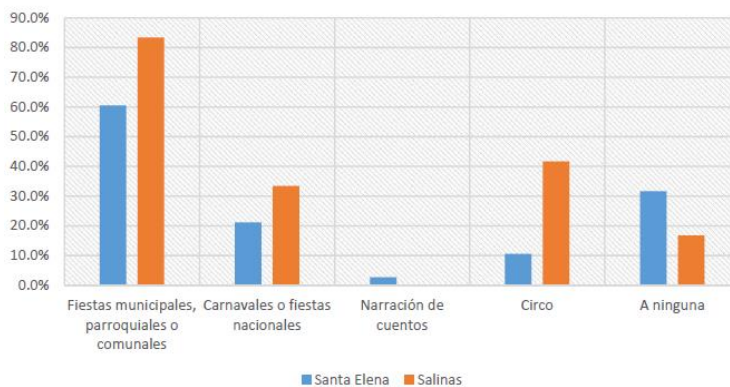


Gráfico 4. Asistencia a actividades culturales por cantones.

Las fiestas municipales, parroquiales o comunales, seguido de las funciones de circo, son las actividades más visitadas en Salinas, mientras que en Santa Elena, son las fiestas o ningunas de ellas, en menor medida, el circo u otras actividades. Se presume que se relaciona esto con la limitada oferta en el cantón.

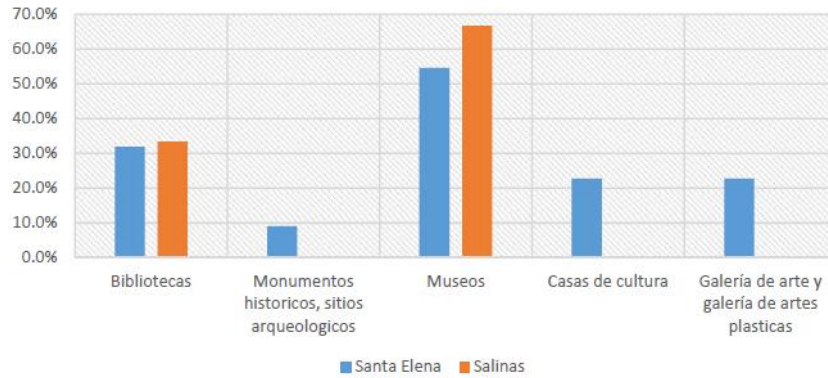


Gráfico 5. Asistencia a instituciones culturales por cantones.

Los museos, según el gráfico 5 son las instituciones más favorecidas en las visitas de los jóvenes de los territorios. Los de Salinas, se reconocen en las visitas a Bibliotecas y museos solamente, mientras que en Santa Elena, visitan Monumentos, la Casa de la cultura y galería de arte.

Es de suponer que los precios de las instituciones se relacionan con estos resultados, dado el poder adquisitivo de los jóvenes rurales santaelenenses. No es pertinente tampoco la gratuidad, pues, coincidimos con Ibacache (2016) cuando refiere que "La experiencia internacional señala que no basta con políticas de gratuidad, eventos masivos o subsidio a la demanda. Se requieren estrategias de mediación y educación de largo plazo que incentiven la participación y la integración, forjando espectadores capaces de vincular las propuestas artísticas con su entorno y sus biografías."

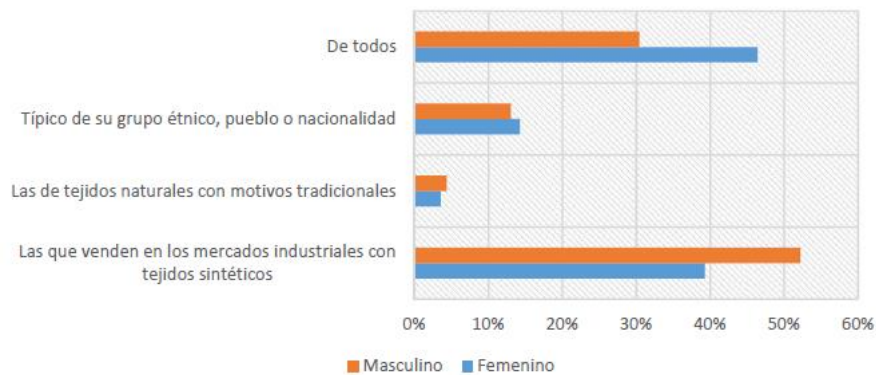


Gráfico 6. Prendas de ropa más usadas por género

Las ropas que venden en los mercados industriales a partir de tejidos sintéticos es la que utiliza más del 50% de la población estudiada de Salinas y cerca de un 40% en Santa Elena. De modo que son poco preferidas las de tejidos naturales y las típicas de su grupo etno cultural. Gráfico 6.





Gráfico 7. Complementos de vestir y adornos personales usados, según cantones.

Según el Gráfico 7, la joyería moderna industrial es la más consumida en Salinas, mientras que Santa Elena en su zona rural, los jóvenes utilizan más accesorios y adornos, provenientes de los artesanos actuales. Muy poca población juvenil, utiliza realizaciones antiguas o réplicas culturales autóctonas.

Los resultados hasta aquí expresados demuestran que las industrias culturales de la zona, son poco favorecidas y promovidas. Es importante que las políticas públicas la favorezcan. Según López *et al* (2017) "... el concepto de «industrias culturales» visibiliza el hecho de que la producción de lo simbólico tiende a adquirir hoy la forma de mercancía: se trata de una actividad especializada que se ejecuta en función de una expectativa de ganancia monetaria". Esta faceta de "lo cultural", debe ser considerada en el estímulo productivo, para además de privilegiar lo auténticamente ecuatoriano, mejorar ingresos e indicadores económicos en lo cultural.

## CONCLUSIONES

- El consumo cultural juvenil de la zona rural está asociado a sus posibilidades o a la de sus familiares. Está relacionado con el nivel adquisitivo de este sector poblacional en cuanto a precios de las ofertas culturales, recreativas, así como con el transporte para el traslado a los espectáculos que no tienen lugar en el cantón.
- Los jóvenes buscan y encuentran alternativas que están a su alcance para distraerse y enriquecerse culturalmente. Identifican sitios de encuentro, para pasarla bien con sus amigos, según el territorio donde viven, así concurren a parques de las diferentes ciudades. En muchos lugares al no contar con oferta canalizan sus intereses en lugares o espacios que ellos van identificando.

- De acuerdo a las edades estudiadas existe cierta preferencia de seguir la moda, dadas las preferencias en el vestir o en los accesorios que utilizan.
- En sentido general se pueden apreciar algunos elementos que describen la poca variedad de oferta y por lo tanto de consumo, en las entrevistas se expresaron estrechas miradas en torno al conocimiento de géneros musicales, donde se reconoce el reggaetón como el más apreciado por los jóvenes.

### **RECOMENDACIONES**

Resulta pertinente que la política pública se oriente a la intersectorialidad, ya que es necesario no solo mejorar la oferta e incrementar la industria cultural. Si no que es evidente la necesidad de articular sectores y actores sociales, como los GADs, las escuelas, universidad, casa de la cultura e instituciones públicas y privadas que pueden aportar al desarrollo cultural de Santa Elena como una de las maneras de reforzar la identidad peninsular.

En las políticas y los procedimientos se debe insistir en la creación de productos culturales que temáticamente y de modo intencional favorezcan:

1. Los patrones de consumo general, especialmente el cultural, estos deben ser modificados, de forma que se estimule el valor de un modo de vida sencillo y el ahorro de recursos materiales y energía. Al mismo tiempo se debe incentivar el consumo de productos culturales de alto valor artístico, portadores de propuestas éticas y estéticas que revelen el carácter humanista del santaelenense.
2. El cuidado y preservación del medio ambiente debe estar presente con frecuencia diaria en la programación y acciones intersectoriales. El mismo debe ser abordado desde la realidad y el medio ambiente cotidiano de Santa Elena y cada localidad, sin dejar de vincularlo con los problemas ambientales globales.
3. La perspectiva de género debe visibilizarse en toda la programación, de modo que incorpore un instrumento de análisis y transformación de valores machistas que con perseverancia y dinamismo es necesario modificar. Las consecuencias y causas de la violencia de género y temáticas como la

prostitución, el turismo sexual y la trata de personas requieren de un tratamiento especial en las acciones, de modo que se entrevean sus efectos sobre la sociedad ecuatoriana actual.

4. El respeto a la diversidad sexual y los derechos humanos, debe quedar fijado como un valor en continua formación en las opciones culturales que se presentan.
5. La mirada inclusiva a las personas con discapacidad y enfermos crónicos, debe incorporarse con fuerza a la programación cultural, dadas las potencialidades que representa cada persona para padecerlas, pero al mismo tiempo de mantenerse activos socialmente. Muchas de las discapacidades son adquiridas, entre ellas por accidente y no menos cantidad de enfermedades crónicas se producen por no practicar modos de vida saludables.

Una visión positiva de los ancianos en las acciones intersectoriales, adelanta la formación de valores de respeto e inclusión de los mismos en la vida familiar y social, lo que resulta necesario dada la dinámica demográfica actual en Ecuador.

#### **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

Ayala, P. (2011) Políticas públicas sobre juventud en Ecuador desde 1980 Procesos 34, II semestre 2011. Universidad Autónoma de Barcelona. Disponible en <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/3095/1/06-DE-Ayala.pdf>

Bordieu P. (1988). La distinción. Taurus. Madrid.

Canclini, N. (s/f) El consumo cultural. Una propuesta teórica. En El Consumo cultural en América Latina. Aproximaciones teórico metodológicas. s/e.

Castells, M. (1976). La cuestión urbana. Siglo XXI Editores.

Castillo, V. (2012). La cultura juvenil urbana. Editorial Pieles. México.

- Cunill, N. (2015). La intersectorialidad en el gobierno y gestión de la política social. Ponencia presentada en el X Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública, Santiago, Chile, 18 - 21 Oct. 2015.
- Ibacache, J. (2016) MGC. ¿Gratuidad o cobros en la cultura? Revista de Gestión Cultural. Santiago de Chile.
- Inec (2010). Resultados del Censo de Población y Vivienda 2010. Editado por Ecuador en Cifras. Disponible en [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/santa\\_ elena.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/santa_ elena.pdf)
- López, S. Portocarrero, G., Ubilluz, J.C. y Vich, V. (2017) Industrias culturales. Máquina de deseos en el mundo contemporáneo. Editado por la Red para el Desarrollo de las Ciencias Sociales en el Perú.
- Mederos, M. y Guerrero, N. (2014) Informe de investigación acerca del empleo del tiempo libre de los jóvenes en circuitos urbanos de Cuba. Dirección de Programas Culturales. Ministerio de Cultura. República de Cuba.
- Meregildo P. (2014). Sistemas de comunicación en tribus urbanas. Editorial La Marea. Chillán. Chile.