

JÓVENES Y DINÁMICA CULTURAL EN EL “PARQUE INTERCAMBIADOR VIAL NEOMUNDO” DE BUCARAMANGA

Blanca Aracely López Rueda¹ Astrid Suárez González²

Universidad Pontificia Bolivariana, seccional Bucaramanga
Semillero U'WA WERJAYÁ
Bucaramanga, Colombia

Resumen

Los jóvenes en cada época tienen diversos intereses dependiendo de los factores sociales, políticos, económicos e ideológicos que a nivel local y mundial puedan estar repercutiendo en la formación de sus intereses; los jóvenes del siglo XIX son muy diferentes a los del siglo XXI. Cada generación de jóvenes va agregando nuevos factores culturales, al mismo tiempo en que va haciendo prácticas culturales diferentes.

Por esta razón, y teniendo en cuenta el contexto socio-cultural de la ciudad de Bucaramanga, que se ha modificado paulatinamente con el crecimiento urbano, y en el cual se han abierto nuevos espacios de interacción para la población, cabe preguntarse ¿cómo es el consumo de bienes y servicios culturales de los jóvenes de Bucaramanga en los nuevos espacios urbanos, en particular en el denominado “Parque Intercambiador Vial Neomundo”?

Palabras Claves: Bienes y Servicios Culturales, Industria Cultural, Jóvenes, Oferta y Consumo, “Parque Intercambiador Vial Neomundo”.

Abstract:

Young people in every age have different interests depending on the social, political, economic and ideological factors that may be affecting the formation of interests at local and global levels, young people from the 19th century are very different to the 21st century. Each generation of young people will be adding new cultural factors, at the same time that will make different cultural practices.

For this reason, and despite the cultural importance that has music, not you can continue thinking on offer to young opera shows when they are mostly loyal fans and followers of rock music. Goods, services and spaces that are based on what they seek must offer. For

¹ Blanca Aracely López Rueda, Estudiante Comunicación social - Periodismo. Email: Aracely_lpz.2@hotmail.com

² Astrid Natalia Suárez González, Estudiante Comunicación social - Periodismo. Email: Astrid.suarez26@gmail.com

this reason, and taking into account the socio-cultural context of the city of Bucaramanga, has gradually changed with urban growth, and which have opened new spaces of interaction for the population, the question is how is the consumption of cultural goods and services of young people of Bucaramanga in the new urban spaces, especially in the so-called "Park exchanger Vial Neomundo".

Keywords: Cultural Industry, Young, "Parque Intercambiador Vial Neomundo".

1. Introducción

El documento que a continuación se presente centra su atención en exponer de manera general el proceso que al interior del Semillero de Investigación U'wa Werjayá de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo de la UPB, bajo la dirección del Mg. Giovanni Bohórquez-Pereira, viene desarrollando entorno a la dinámica cultural de la ciudad de Bucaramanga.

Durante los tres últimos años el Semillero ha venido estudiando de manera particular los fenómenos sociales relacionados con la triada comunicación-sociedad-cultura tanto de manera general, como centrada en grupos poblacionales. Ejemplo de ello es la investigación que se expone, la cual nace de los resultados obtenidos en el estudio "Consumo de Industria Cultural en Bucaramanga", realizado en los años 2011-2012 y del cual existe una publicación en la revista virtual Diálogos de la Comunicación No.89.

El proyecto actual se concentra en conocer la aceptación o no de los bienes y servicios culturales que les ofertan a los jóvenes que transitan y asisten a un sector particular de Bucaramanga donde se interrelaciona lo científico, lo cultural y lo comercial. A la par con ello surgen otras inquietudes que se quieren dilucidar, esta vez para quienes ofertan entretenimiento y distracción. Cómo interpretan el sentir y gustos de los jóvenes, qué participación tienen ellos en la elaboración de agendas sociales y culturales y qué tipo de receptividad han logrado, son interrogantes válidos para un proceso de investigación.

Precisar y validar lo estudiado desde lo cualitativo y escuchar la propia voz de los involucrados, son argumentos que justifican la realización de esta investigación, toda vez que quienes participan son considerados por la sociedad como los futuros responsables de la misma.

Igualmente, se considera importante desarrollar este tipo de iniciativas porque desde ellas se pueden comprender las dinámicas sociales, en este caso particular la de los jóvenes de Bucaramanga, en lo individual y colectivo.

Los promotores y orientadores de esta iniciativa, al igual que los integrantes del Semillero, reconocen que este tipo de indagaciones ya han sido desarrolladas en países de América Latina en décadas anteriores, en particular en durante los años noventa y comienzos del siglo XXI, en ellas se hallaron significativas respuestas sobre la producción, circulación, apropiación de significados y de sentidos, tanto de los ofertantes, como de los interesados. Sin embargo, se busca explorar y describir lo que ocurre sobre este particular en la capital santandereana.

En esta región del país son limitados los estudios que cumplan con las pautas antes descritas. Se encuentran trabajos con jóvenes y preferencias en consumo de medios y uso del tiempo libre, de ellos sobresalen los realizados por Herrera (2010) Prieto y Quintero (2010) y Bohórquez-Pereira (2007).

Por lo anterior, se considera necesario formular la siguiente pregunta problema de investigación: ¿cuál es el consumo que hacen los jóvenes de Bucaramanga de la oferta de bienes y servicios culturales presentes en el “Parque Intercambiador Vial Neomundo”?

Se propone como objetivo general: determinar el consumo de los bienes y servicios culturales de los jóvenes de Bucaramanga que les oferta el “Parque Intercambiador Vial Neomundo”. Los objetivos específicos son: 1). Identificar el perfil socio-demográfico de los jóvenes que transitan, asisten, y consumen bienes y servicios culturales en el “Parque Intercambiador Vial Neomundo”; 2). Conocer los criterios de consumo cultural que tienen los jóvenes en el sector de estudio; 3). Describir las formas de apropiación que hacen los jóvenes del “Parque Intercambiador Vial Neomundo” en sus escenarios públicos y privados; 4). Establecer los lineamientos utilizados por el sector público y privado del lugar de estudio al elaborar las agendas culturales y la inclusión de los jóvenes en la mismas.

2. Referente teórico

En cuanto al sustento teórico, se hace necesario precisar que los conceptos son asumidos gradual y cronológicamente a fin de lograr evidenciar los cambios del mismo y sus aportes al fenómeno a estudiar.

Por ello se parte de la mirada que sobre Cultura hicieron en su momento Clifford Geertz (1989) y Gaëtan Tremblay (2011). Ellos la entendieron como un proceso de redefinición de sentido mediado por las significaciones representadas en símbolos, que son el resultado de concepciones heredadas para desarrollar conocimiento y actitudes frente a la vida, estas producciones culturales responden a las exigencias de la novedad y la renovación.

En la discusión sobre la cultura, cobra fuerza la *industria cultural*, teorizado en principio por Adorno y Horkheimer (1988: 2), en *La Industria Cultural. Iluminismo como Mistificación de Masas*, mencionan que “el hecho de ofrecer al público una jerarquía de cualidades en serie sirve sólo para la cuantificación más completa. Cada uno debe comportarse, por así decirlo, espontáneamente, de acuerdo con su nivel determinado en forma anticipada por índices estadísticos, y dirigirse a la categoría de productos de masa que ha sido preparada para su tipo”.

En forma paralela Ramón Zallo citado por Tremblay (2011) menciona que las industrias culturales pueden entenderse como “segmentos y actividades auxiliares industriales productoras y distribuidoras de mercancías con contenidos simbólicos, concebidas por un trabajo creativo, organizadas por un capital que se valoriza y destinadas finalmente a los mercados de consumo, con una función de reproducción ideológica y social”. (Gaëtan Tremblay, 2011, p115).

Un tercer concepto se centra en consumo. Jesús Martín-Barbero (1998: 231) refiere que “el consumo no es únicamente reproducción de fuerzas sino lugar de producción de

sentido, de una lucha que no se agota en la posesión, ya que es el uso el que da forma social a los productos al inscribir en ellos demandas y dispositivos de acción que movilizan las diferentes competencias culturales”.

Sin embargo, desde la teoría y desde los imaginarios sociales el consumo no tiene el mismo significado para todos, Néstor García Canclini (1999: 28) menciona que “si se trata de la alta cultura, las concepciones idealistas y aristocráticas juzgan que la multiplicación masiva de los consumidores distorsiona el valor de las experiencias artísticas (...) por otro lado, los discursos sobre las clases medias y populares suelen identificar el consumo con gastos suntuarios y dispendio”.

Es importante advertir que en el presente proyecto se hace una distinción entre jóvenes y juventud, ya que esta última es comprendida como el rango de años en el que una persona puede llamarse joven. Según la legislación colombiana se considera joven a aquel individuo que está en edades entre los 14 a 26 años.

En este sentido Roxana Reguillo (2000) dice que “los jóvenes existen, más allá de las estadísticas que los reducen a un rango de edad, o de los aparatos de vigilancia y control que los reducen a comportamiento. Existen a través de la relación múltiple mediada que una sociedad particular establece con sus miembros; a través de las representaciones que la sociedad elabora sobre los "buenos" y los "malos" jóvenes; existen a través del sistema político-jurídico que les otorga un "lugar" y les demanda unas prácticas; existen, a través del discurso que el mercado elabora sobre y para ellos”.

La relación que se puede establecer entre Industria Cultural y jóvenes se alcanza con lo que Vargas Llosa (2012: 34, 35) denomina ‘civilización del espectáculo’, que en sus palabras, se presenta como el resultado de un mundo “donde el primer lugar en la tabla de valores vigente lo ocupa el entretenimiento y donde divertirse, escapar del aburrimiento, es la pasión universal”.

A pesar de las manifestaciones culturales que existen, la oferta cultural no cubre a cabalidad las necesidades e intereses de este segmento de la población. Esta situación hace que aparezcan enormes vacíos, como explica Arturo Guerrero (2010: 35) “en medio de estas cargas históricas y económicas, de estas ofertas y vacíos, los muchachos construyen sus vidas en dos escenarios libertinos: la calle y los antros. Ahí había que encontrarlos, para conectar con ellos, para establecer un diálogo, para facilitarles espacios de encuentro e infraestructura de fruición cultural”.

Bajo dicho panorama, cobra importancia el preguntarse si los jóvenes de una región o un sector poblacional como Bucaramanga contribuyen al fortalecimiento de la industria cultural, en función de los factores sociales, políticos y económicos de su contexto y cómo, al mismo tiempo las dinámicas de oferta y demanda en el consumo de bienes y servicios culturales les permite la construcción de criterios racionales y emocionales al momento de consumo.

En este sentido, se determinó que el sector en el que convergen los espacios públicos y privados y además se pueden apreciar con mayor precisión las dinámicas culturales que les podrían interesar a los jóvenes de Bucaramanga es el “Parque Intercambiador Vial Neomundo”. Esta obra civil fue terminada en el año 2012, por lo que hasta el momento

sus beneficios se han visto reflejados en el mejoramiento de la movilidad vehicular y según sus creadores, abrió un espacio para el disfrute de la naturaleza y del nuevo paisaje urbano.

La obra contempla un paso elevado de tres niveles y una plazoleta pública de 10 mil metros cuadrados, en la que el tema central es el agua y la naturaleza, dispone de fuentes y espejos de agua así como de zonas verdes. Con el intercambiador, el sector se ha convertido en un punto de encuentro para las personas, teniendo en cuenta la variada posibilidad de actividades para realizar, no sólo en Neomundo, sino en el Centro Comercial Cacique, el Estadio de Atletismo, y la plazoleta pública.

3. Metodología

El proyecto de investigación cumple con lo dicho por Elsy Bonilla y Penélope Rodríguez (1997: 47, 53) cuando indican que las propuesta investigativas de carácter cualitativo se caracterizan por “captar la realidad social, “a través de los ojos” de la gente que está siendo estudiada, es decir, a partir de la percepción que tiene el sujeto de su propio contexto”.

Con respecto al tipo de investigación, el proyecto se ubica en el orden de lo descriptivo, puesto que se propone mediante fases determinar el comportamiento de los jóvenes de Bucaramanga frente al consumo de bienes y servicios culturales en el espacio urbano denominado “Parque Intercambiador Vial Neomundo”.

Bajo lo anterior y trayendo a colación las indicaciones de Bonilla y Rodríguez (1997: 77), se procede a establecer tres grandes momentos. El primero consiste en definir la situación problema, comprende la formulación de la pregunta problema, los objetivos y las técnicas de investigación. La segunda fase hace referencia al trabajo de campo. En este punto se hace la recolección de los datos con la aplicación de las técnicas Observación, Entrevista y revisión Documental.

Con respecto a la observación se seguirán los lineamientos de Bonilla y Rodríguez (1997) a través de la “Matriz de preguntas descriptivas para interrelacionar elementos de observación” la cual es adaptada por las autoras de Spradley 1982, por tanto, será de tipo no participante. Por cada uno de los sitios del “Parque Intercambiador Vial Neomundo” se realizarán tres observaciones y se mirará desde tres ángulos diferentes, con el fin de identificar si hay cambios en las acciones y actividades de los jóvenes.

La técnica de entrevista será de tipo informal conversacional y estructurada con guía y se aplicará a 30 jóvenes que frecuenten los lugares del “Parque Intercambiador Vial Neomundo”. Otros criterios de selección para la población objeto de estudio son: edad: 16 a 24 años, jóvenes que residan en Bucaramanga, de género Masculino y Femenino, con niveles de escolaridad: Bachiller, Técnico, Tecnólogo, Universitario, Cesantes.

Por otra parte, se realizará Entrevista Estructurada para los ofertantes de bienes y servicios culturales que se encuentren situados dentro del “Parque Intercambiador Vial Neomundo” y que fueron seleccionados de la base de datos previamente construida. En ese orden los entrevistados planeados son: el Director del Instituto Municipal de Cultura

de Bucaramanga, el Gerente de Neomundo, el Gerente Centro Comercial Cacique y el Gerente de Cine Colombia.

La Tercera y última fase del proceso se enfoca en la identificación de patrones culturales y este paso se concentra en el análisis de la información recolectada, en función de los objetivos planteados y los estudios citados en el estado del arte del proyecto.

4. Resultados

Actualmente, el proyecto está cerrando la primera fase metodológica para dar inicio a la segunda, que comprende la aplicación de los instrumentos respectivos para cada técnica en un primer ejercicio de prueba piloto. De la misma manera, se han generado los primeros acercamientos, tanto con la población objeto de estudio, como con quienes ofertan bienes y servicios culturales en el espacio a estudiar.

Fotografías, reseñas de campo, entrevistas informales, recopilación de material de difusión de eventos y actividades culturales, son los primeros resultados del proyecto que tiene programado concluir al finalizar 2014.

Referencias

[1] Á. Garcés; C. Patiño; J.J. Torres. Juventud, investigación y saberes: estado del arte de las investigaciones sobre la realidad juvenil en Medellín 2004-2006. Medellín, Colombia: Universidad de Medellín, 2008.

[2] A. Guerrero. Las huellas de las hormigas. Políticas culturales en América Latina. Edición de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, el Colegio de la Frontera Norte y el Convenio Andrés Bello. 2010.

[3] Á. Herrera. Investigación en comunicación y desarrollo en Colombia en el siglo XXI: el aporte de las facultades de comunicación. Editorial Afacom, Colombia, 2011.

[4] C. Sabino. El proceso de la investigación. Editorial Panamericana. Caracas. 1992.

[5] E. Bermúdez. Malls, consumo cultural y representaciones de identidades juveniles en Maracaibo. Centro de Estudios Avanzados en Niñez y Juventud. Universidad de Manizales. CINDE. Colombia. Condes, 2006.

[6] E. Bonilla y S.P. Rodríguez. La Investigación en Ciencias Sociales: Más allá del dilema de los métodos. 2a.ed. Barcelona: Ediciones Uniandes, 1997.

[7] F. Sierra. Consumo Cultural y Poder Mediático EN: Poder, Medios, Cultura: Una Mirada Crítica desde la Economía Política de la Comunicación. L. A. Alboroz. Argentina. Editorial Paidós SAICF, 2011.

[8] G. Sunkel. El Consumo cultural en América Latina. Convenio Andrés Bello. Bogotá, 1999.

- [9] G. Tremblay. Industrias culturales, economía creativa y sociedad de la información, en Poder, medios, cultura: una mirada crítica desde la economía política de la comunicación. Buenos Aires: Paidós, 2011.
- [10] G. Rey. Las huellas de las hormigas. Políticas culturales en América Latina. Edición de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, el Colegio de la Frontera Norte y el Convenio Andrés Bello. Bogotá, 2010.
- [11] J. Martín-Barbero. De los medios a las mediaciones. Convenio Andrés Bello, Bogotá, 2003. Pág. 231
- [12] J. Galán, Los jóvenes construyen un nuevo país. Políticas y Programas. Bogotá: Ministerio de Educación Nacional. Vice ministerio de la Juventud. Bogotá, 2007.
- [14] _____. Silva, Armando. Compiladores, Proyectar la Comunicación. Santafé de Bogotá: Tercer Mundo, 1997.
- [15] L. Jiménez. Las huellas de las hormigas. Políticas culturales en América Latina. Edición de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, el Colegio de la Frontera Norte y el Convenio Andrés Bello. Bogotá, 2010. Pp. 149.
- [16] M. Garretón. América Latina: un espacio cultural en el mundo globalizado. Convenio Andrés Bello. Bogotá, 2002.
- [17] M. Vargas. La civilización del espectáculo. Alfaguara, Colombia, 2012.
- [18] N. García-Canclini. El consumo cultural: una propuesta teórica. En El Consumo cultural de América Latina. Compilado por Guillermo Sunkel. Convenio Andrés Bello. Bogotá. 1999.
- [19] _____. Consumidores y Ciudadanos. Grijalbo. México, 1995.
- [20] _____. Culturas Híbridas: Estrategias para entrar y salir de la Modernidad. México: Grijalbo, 1990.
- [21] P. Rivas. Las huellas de las hormigas. Políticas culturales en América Latina. Edición de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, el Colegio de la Frontera Norte y el Convenio Andrés Bello. 2010.
- [22] R. Hernández. C. Collado. Metodología de la Investigación, Quinta Edición. McGrawHill. México. 2010.
- [23] R. Reguillo. Emergencias de culturas juveniles. Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación. Editorial Norma, Colombia, 2000.
- [24] T. Adorno; M. Horkheimer, Dialéctica del iluminismo, Editorial Sudamericana, Buenos Aires, 1988.

[25] A. Vargas; V. García. "Violencia urbana, seguridad ciudadana y políticas públicas: la reducción de la violencia en las ciudades de Bogotá y Medellín (Colombia) 1991-2007". En: España, Pensamiento Iberoamericano: Revista De Economía Política. Pp .249 – 270 ,2008.

[26] DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. "Encuesta consumo cultural 2008" Dirección de Regulación, Planeación, Estandarización y Normalización. Dirección de difusión, mercadeo y cultura estadística. Bogotá. 2009.

[27] M. Quintero; M. Naranjo. "Consumo de industria cultural de Bucaramanga". Revista Digital Apuntes de Investigación, vol. 3, septiembre, 2012.

Agradecimientos

Las autoras agradecen a cada uno de los integrantes del Semillero U'wa Werjayá de la Facultad de Comunicación Social – Periodismo por sus aportes, al mismo tiempo resalta la labor del Coordinador del Semillero, Magíster Giovanni Bohórquez Pereira, quien ha acompañado los procesos de formulación y desarrollo de cada una de las iniciativas investigativas del semillero.

Sobre los autores



Blanca Aracely López Rueda: estudiante de comunicación social – periodismo de séptimo semestre de formación en la Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga. Integrante activo del semillero U'wa Werjayá desde el año 2011 que trabaja en las líneas de investigación en comunicación, cultura y desarrollo. Co-Investigadora del proyecto Jóvenes de Bucaramanga y consumo cultural en el "Parque Intercambiador Vial Neomundo".



Astrid Natalia Suárez González: estudiante de comunicación social – periodismo de séptimo semestre de formación en la Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga. Integrante activo del semillero U'wa Werjayá desde el año 2011 que trabaja en las líneas de investigación en comunicación, cultura y desarrollo. Co-Investigadora del proyecto Jóvenes de Bucaramanga y consumo cultural en el "Parque Intercambiador Vial Neomundo".

