



REVISTA DE INVESTIGACIÓN  
EN GESTIÓN CULTURAL

**Córima, Revista de Investigación en Gestión Cultural**

ISSN electrónico: 2448-7694  
Universidad de Guadalajara  
Centro Universitario de Guadalajara  
México  
corima@udgvirtual.udg.mx

Año 11, Número 20, enero-junio de 2026

## **Los públicos del *Festival Agosto Cultural, Ameca, México***

### **Types of audiences in *Agosto Cultural Festival, Ameca, Mexico***

Eduardo Plazola Meza<sup>1</sup>  
Centro Universitario de los Valles

DOI: <https://doi.org/10.32870/cor.a11n20.7512>

---

<sup>1</sup> Doctor en Arte y Cultura. Profesor en el Centro Universitario de los Valles de la Universidad de Guadalajara, <http://www.orcid.org/0000-0002-0758-8164>, e-mail: [eduardo.plazola@academicos.udg.mx](mailto:eduardo.plazola@academicos.udg.mx)

## Resumen

¿Cómo son los públicos en los eventos culturales en las poblaciones rurales? Entre los años 2022 y 2024 se realizó la observación del perfil social y cultural del público en 34 actividades del *Festival Agosto Cultural*, con sede en la Casa de la Cultura del municipio de Ameca, Jalisco. Los datos se usaron para diseñar una tipología de los públicos, según su perfil y su relación con las artes escénicas no rurales y el arte popular. Se identificaron siete tipos de público: madre, señor-señora, “compa”, culto conoedor, subculto, popular divertido y popular inadaptado. Los gestores del festival no los conocen. No obstante, hoy se puede hablar de múltiples identidades y formas sociales entre los amequenses, asociadas con el consumo y la recepción de las actividades artísticas del evento al cargo de la política cultural del Estado.

**Palabras clave:** Festival, usuario cultural, consumo cultural, recepción del arte, política cultural.

## Abstract

What are audiences like at cultural events in rural populations? We observed the social and cultural profile of the public in 34 artistic activities of *Agosto Cultural Festival* at House of Culture in Ameca, Jalisco, since 2022 to 2024. Data were used to design a typology of the audiences, according to their profile and relationship with non-rural performing arts and popular art. Seven types were identified: mother, adults-elders, “compa”, connoisseur, subcultural, popular fun and popular misfit. The festival managers do not know them. However, today we can speak of multiple identities and social forms among the Amequenses, associated with the consumption and reception of the artistic activities in this cultural event organized by local governmental cultural policy.

**Keywords:** Festival, audience, cultural consumption, art reception, cultural policy.

## Introducción

Los festivales culturales son eventos donde se presentan variadas actividades artísticas durante días, en una misma sede. Concurren muchos y distintos públicos de acuerdo con cada actividad y festival en turno. A pesar de lo diverso y relativo, cada público tiene prácticas culturales y acciones sociales que rehacen o representan durante estos eventos.

Cada año se llevan a cabo festivales culturales en algunas poblaciones rurales en el estado de Jalisco, México, organizados por los agentes de la política cultural del estado. Hay un vacío empírico en la investigación académica sobre de estos asuntos. Poco se conocen los tipos de públicos que asisten, por lo cual hasta ahora no hay datos disponibles para el ejercicio profesional de la política cultural y de la problematización de los beneficiarios.

En México y Jalisco hay algunas publicaciones acerca del consumo cultural y la recepción de las artes en los festivales culturales: García Canclini *et al.* (1991); Álvarez (2002) e INEGI (2012). Hay otros estudios que no tratan sobre los festivales culturales, pero abordan el consumo cultural: Mora (1996); CONACULTA (2010); Arellano y Ceballos de la Mora (2013) y UNAM (2020). Sin embargo, ninguno de estos estudios se enfoca en el público que habita en las poblaciones rurales. La desinformación puede contribuir con la exacerbación de la exclusión social y de la discriminación de ciertos tipos de público.

El *Festival Agosto Cultural* surge en la ciudad rural de Ameca, Jalisco, en 1979. En la actualidad en Ameca hay más de 35,000 habitantes (INEGI, 2020). Se ubica en el centro-occidente del estado de Jalisco, y es

la cabecera de la región Valles. La estructura de la cultura local es producto de la relación entre las pautas culturales y el universo de sentido característicos de la religiosidad católica, la identidad nacional mexicana, el mestizaje producto de la migración hacia los Estados Unidos de América y las tradiciones del campesino-ranchero. Es el evento cultural anual más importante para la política cultural municipal.

En el periodo 2022-2024 se programaron 70 actividades educativas, artísticas y recreativas. Fueron 59 las actividades artísticas: 19 de danza, ocho de teatro, 17 de música, siete de artes plásticas, cuatro de lectura y cuatro multidisciplinarias. La Jefatura de Cultura reportó que el total de asistentes a las 26 actividades de la edición del año 2022 fue de 4,955 personas (Gobierno de Ameca, 2022). Más allá de este dato aislado, no hay información sistemática disponible para conocer a los públicos.

¿Quiénes asistieron al festival? ¿Cuáles prácticas culturales y acciones sociales realizaron en las actividades? ¿Qué tipo de público era? El objetivo general de esta investigación es tipificar a los públicos del *Festival Agosto Cultural* para conocer sus características comunes y excluyentes. Los objetivos específicos son: describir el perfil social del público, caracterizar el perfil cultural del público y clasificar los perfiles socioculturales de los públicos.

La información de los resultados y conclusiones de esta investigación puede ser útil para reorientar o complementar la planeación de la política cultural del municipio, la reflexión de las formas de actuar de los públicos del festival y el análisis de otros públicos en diferentes festivales culturales con sede en poblaciones rurales.

## **Marco teórico**

Cada año se celebran en Ameca, Jalisco, las fiestas patronales y de carnaval, las fiestas patrias y cívicas, las fiestas de los cañeros y los ganaderos. Estas fiestas no son consideradas en la política cultural del

estado como festivales culturales, a pesar de que cumplen con algunas de sus características. Falassi (1987) argumenta que los festivales son un evento festivo o *festum*, es decir, un espacio para el divertimento que dura varios días e incluye diversos actos. Expone que en las Ciencias Sociales se les define como evento social recurrente, coordinado y de expresión que se utiliza para la integración social en un marco de diversidad cultural.

Hace varias décadas que los festivales culturales forman parte de la política cultural del estado. Giménez (2007, p. 225) expone: "la política cultural surge precisamente de la intervención del Estado y de los poderes públicos en el orden de la cultura". Tiene la intención de legitimar la burocracia, fundamentar la identidad nacional, obtener recursos económicos y sostener el orden moral de la sociedad. Nivón (2012) expone que la política cultural gubernamental contribuye con la sostenibilidad, pues tiene por objetivo del "desarrollo cultural desde las comunidades [...] que la comunidad incorpore/interiorice criterios de tolerancia [...] confianza, cultura de paz [y la] Formación artística y de derechos culturales" (p. 20).

El *Agosto Cultural* puede entenderse como un evento social para la diversión del público amequense mediante diferentes actividades artísticas que son gestionadas en la política cultural del estado. Velasco (2002) afirma que la idea de hacer este evento le surgió luego de su participación como público en el *Festival Internacional Cervantino* que se realiza en Guanajuato, México.

Luego de esta experiencia regresó a Ameca con la intención de atraer el turismo y divertir a los estudiantes del municipio durante el verano, por lo cual organizó el primer festival. La primera edición se llevó a cabo con la colaboración de la Universidad de Guadalajara, el ayuntamiento municipal, la Iglesia Católica, el diario *El Informador*, radio *La Líder* y empresarios locales. Calificó, el mismo autor, al festival así:

[...] se ha convertido en toda una tradición popular para los amequenses, por ser un evento que en el interior del estado de Jalisco es único en cuanto a cobertura, diversidad o variedad de eventos, duración, y en general, por todas las personas que participan en su realización, entre organizadores, grupos participantes y público asistente (Velasco, 2002, p. 111).

Actualmente, el principal organizador del evento es la Jefatura de Cultura del gobierno municipal. En el *Plan Municipal de Gobernanza y Desarrollo de Ameca 2021-2024* (Gobierno de Ameca, 2022, pp. 108-109) se establecieron algunas de las directrices de la política cultural para el festival. El problema fueron las: “condiciones desfavorables para el desarrollo de las comunidades artísticas y culturales”. Los objetivos buscan: “promover el desarrollo sostenible, mediante [...] la valoración de la diversidad cultural [y] promover el turismo sostenible, que [...] promueva sobre todo la cultura y productos locales”. Las líneas de acción son: “programación artística y cultural en [...] «Agosto Cultural»”.

En el *Programa Operativo Anual* de la Jefatura de Cultura se menciona que una de las prioridades de desarrollo del festival es: “generar espacios donde la ciudadanía y los artistas locales y foráneos puedan expresarse artísticamente con actividades lúdicas” (Gobierno de Ameca, 2023, p. 3). En la misma fuente, se expresa que el evento es un proyecto que consiste en organizar las presentaciones de los “talleres de casa de la cultura, artistas locales y artistas foráneos” (Gobierno de Ameca, 2023, p. 5).

En la planeación municipal reciente no hay referencias directas al público. De acuerdo con la Real Academia Española (RAE, 2024), el término *público* significa “conjunto de personas que forman una

colectividad". Y se agrega: "conjunto de personas reunidas en determinado lugar para asistir a un espectáculo". En la misma fuente (RAE, 2024), *audiencia* y *respetable* son sinónimos de *público*, aunque también se les liguen con las palabras *masa* y *multitud*.

En los estudios culturales y de la comunicación se habla de "públicos" en plural, pues el *público* puede ser entendido como *educando*, *cliente* o *interlocutor* (Güell y Pinochet, 2018; Prosumidor y emirec (Aparicci y García-Marín, 2018) o receptor (Cimet *et al.*, 1987). Los públicos son muchos y distintos sujetos en un mismo evento cultural que realizan acciones culturales, sociales y estéticas en el marco de las estructuras socioculturales válidas.

En ciertos grupos académicos hay un consenso acerca de la existencia de los llamados estudios sobre el público. Puebla (2012) menciona que en la Nueva Museología el público es activo, por lo cual es preciso estudiar sus "identidades, intereses, actitudes y objetivos propios y heterogéneos" (p. 52). Esta nueva acepción del público generó diversos enfoques temático-conceptuales de investigación como educativo, evaluativo, socioantropológico, de la comunicación, metodológico y crítico-reflexivo.

Por otro lado, hay estudios sobre los públicos de artes. Papalini y Moguillansky (2017) conciben al público como "partícipe de los sentidos de la obra" (p. 85). Y también los toman como "públicos" según sus condiciones sociales, culturales e históricas. Estas autoras identifican cuatro perspectivas en esta línea de investigación: marxista, hermenéutica, Bourdeau y estudios culturales, pero consideran que hace falta: "una lectura que vaya del contexto a la obra, de la obra al público, del público al contexto" (Papalini y Moguillansky, 2017, p. 117).

Hay una línea de investigación denominada recepción de las audiencias. Lozano (1991) identifica varias perspectivas en la *Audience research*: positivista, estructuralista y crítica. En ellas, las audiencias son

dispersas y con subjetividades que se expresan en la vida cotidiana. Orozco y González (2011) clasifican los estudios sobre audiencias en diez corrientes de investigación, entre las cuales se encuentran los estudios culturales, el análisis integral de las audiencias y la mediatización. En estas corrientes, la audiencia es un sujeto activo que forma parte de un contexto cultural y cuenta con poder para la mediación en los medios de comunicación.

Estas tres líneas de investigación se podrían compartir las siguientes proposiciones teóricas: el público son sujetos activos; todos los públicos usan contenidos artísticos o significantes subjetivos, tienen identidad, son parte de procesos sociales y dependen de las condiciones estructurales; y la investigación de los públicos analiza el consumo cultural, la recepción del arte y de la audienciación.

García Canclini (1993, p. 42) define el consumo cultural 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”. Rosas Mantecón (2012) retoma estas ideas y afirma que los “consumos culturales” se refieren a “las prácticas de relación de los públicos con los bienes y servicios producidos dentro del campo cultural, con dinámicas específicas de producción, circulación y recepción de los bienes culturales” (p. 150).

En cuanto a la recepción del arte, Schmilchuk (2000) argumenta que la “recepción artística” trata sobre la percepción y la interpretación, vistos como actos productivos, cambiantes y diversos que están en relación con estructuras socioculturales que son históricas. De acuerdo con esta autora, la investigación tendría que buscar el lugar que ocupa el arte en el imaginario y en las prácticas culturales del público.

Sánchez Vázquez (2024) afirma que la “estética de la recepción” reduce el papel activo del receptor “al aspecto ideal, interpretativo o significativo” (p. 83), porque tiene fallas y limitaciones. No considerar el

aspecto sensible-material y no toma en cuenta el contexto capitalista de la recepción. La audienciación es el proceso de “ser y estar” como audiencia en los procesos de mediación con la intención de construir ciudadanía (Orozco, 2018).

Orozco (2018) afirma que las audiencias son conscientes, creativas y asumen el rol de interlocutores a través de “narrativas transmedia”, por lo cual la investigación buscaría evidenciar las formas de representar, los usos sociales del poder y la forma de interpelar a otras audiencias. Estas tres categorías coinciden en analizar las prácticas culturales y las expresiones artísticas de los públicos para usar, percibir y comunicar; el sentido de los bienes culturales y los objetos arte; y los procesos sociales de poder y el contexto moderno y globalizado.

En el presente estudio se apuesta por una perspectiva que aborde lo social y lo cultural en el público. Aquello que vale en el plano epistémico es el reconocimiento de este sujeto social como alguien activo en la política cultural del Estado. Se piensa que el conocimiento científico sirve para el cambio sociocultural.

Es una investigación descriptiva, inductiva y con perspectiva *etic*, lo cual significa que son opiniones subjetivas de un observador externo al evento cultural que registró hechos sociales y culturales que pueden ser contrastados a través de otros medios (fotos, audiovisuales, testimonios, contenido en redes social de Internet).

Más que criticar o explicar, se busca tipificar el fenómeno con base en algunos de sus aspectos cuantitativo y cualitativo. La observación se basó en los fundamentos que tienen en común las líneas de investigación sobre el público (retomar los contextos, lo artístico, los procesos sociales, la identidad). Además, se usaron algunas observables de las categorías de estudio ya señalas, tal como se expone a continuación.

## Metodología

La metodología de la investigación consistió en ver, escuchar y registrar los hechos para después ordenar, analizar y exponer la información. No se hicieron encuestas ni entrevistas, sino observación en 34 de las 59 actividades artísticas del festival (Tabla 1). Se dejaron fuera 25 actividades, debido a que no tuvieron como sede la Casa de la Cultura. Fueron actividades permanentes y con horario extendido (exposiciones) y estuvieron a cargo de la misma compañía de danza cada año. Para efectos de esta investigación, se decidió clasificar las actividades artísticas del festival en arte popular y artes escénicas no rurales (Tabla 1).

En *Tesoro de la UNESCO* (2024), el arte popular es un estilo que se asocia con el folclor, es decir, con el sistema cultural tradicional donde hay teatro, música y danza que se usan en rituales, costumbres y festividades para la socialización. En tanto, las artes escénicas son actividades culturales ligadas con el arte moderno o contemporáneo, el cual se realiza para el entretenimiento y/o el desarrollo cultural. Ramírez (2003) comenta que el arte popular es una manifestación de artistas de pueblo que son “empíricos”, sin instrucción formal, pero con facultades para producir objetos con contenidos figurativos que alientan la cultura nacional para incidir en la sensibilidad.

Las artes escénicas no rurales son aquellas que no son arte popular, sino que forman parte de aquello que la autora Mejía (2004, pp. 36-38) llama bellas artes, artes liberales y artes poéticas, es decir, aquellas obras con “alto grado de concreción”; “cultivadas por el ciudadano libre, sin finalidad de lucro” que son “una manifestación humana de la belleza, enlazando el mundo ontológico con el psicológico”.

**Tabla 1.** Actividades artísticas del festival que fueron observadas en el periodo 2022-2024

Año 2022	Año 2023	Año 2024
Ballet folclórico Misiones Culturales	<b>Obra de teatro Barbuda</b>	<b>Los hijos de Apolo guitarra y piano</b>
<b>Obra de teatro Escucha</b>	<b>Compañía Danza con Clase</b>	Auténticos de la Quebradita tributo a Banda Cuisillos
<b>Rock Quinto Valle y versátil Barba Kings</b>	<b>Circo Caravana Balkanera</b>	<b>Alearte danza experimental</b>
Semifinal concurso canto Voz Líder	<b>Danza moderna Alearte, Amktl Dance, Queen Dance</b>	<b>Obra teatro No oigo soy de palo tengo orejas de pescado</b>
Encuentro Folclórico Mariachi Chocolate Pinzón	Encuentro Folclórico Taller guitarra y Mariachi Pinzón	<b>Piano Forte</b>
100 corazones danza folclórica	<b>Obra El Soldado Raso</b>	<b>Obra de teatro Jesucristo Superestrella</b>
Leyenda Manhuere danza polinesia	Grupos danza EPR, Jubilados Buenavista y Auténticos Quebradita Cumbia Beat	Ballet folclórico Amecatl y jubilados de Ciudad Juárez
<b>Sinfónica de Ameca</b>		Ballet folclórico jubilados de Ciudad Juárez y Buenavista
<b>Obra de teatro Aura</b>	<b>Obra teatro Corazón Gordito</b>	Ballet folclórico EPR, mariachi Chocolate Pinzón y ballet jubilados Cd. Juárez
	<b>Sinfónica de Ameca</b>	Cumbia Beat
	Encuentro danza polinesia	<b>Sinfónica de Ameca e invitados</b>
		<b>Smog, covers de rock</b>

Fuente: elaborada por Eduardo Plazola con base en el programa general de actividades de cada año del *Festival Agosto Cultural*.

Nota 1. Las actividades señaladas con negritas corresponden a las artes escénicas no rurales.

En los eventos, la posición del observador fue detrás y a los costados del público, pocas veces de frente. Se observaron formas de actuar repetitivas y rasgos comunes, durante varios días, en el mismo lugar. De pie y sentado, circulando por la periferia, literalmente se llenó la guía de observación en el transcurso de cada actividad.

Se diseñó una guía de observación en el verano de 2022. Antes de ese año, el observador había asistido a varias ediciones del evento, por lo cual se tenía una pre-noción acerca del público. Con esta experiencia y el

reconocimiento de las categorías más usadas en la investigación especializada, se diseñó la guía de observación.

Con la intención de contrastar lo registrado en la guía, se tomaron fotografías del público (Figuras 1 y 2). Además, se anotaron algunos discursos de los artistas y los maestros de ceremonias que aludían a los presentes. La guía de observación retoma la categoría de investigación sobre el público denominada “prácticas culturales y expresiones artísticas para usar, percibir y comunicar”. Las categorías, observables e indicios de la guía pueden consultarse en la Tabla 2.

**Tabla 2.** Categorías, observables e indicios de la investigación

Categoría	Observable	Indicios	Características visibles y audibles
Perfil social	Asistentes	Total de hombres	Vestimenta, corte de pelo, estatura, rasgos del rostro, movilidad
		Total de mujeres	
		Total de niños	
		Total de jóvenes	
		Total de adultos	
		Total de adultos mayores	
Figura social		Individuo	Sin acompañantes
		Pareja	Hombre y mujer, binas mismo sexo
		Familia	Individuo o pareja con niños y/o adulto mayor
		Grupo	Entre 2 y 10 personas interactuando, sin niños
Interacciones		Diálogo	Hablar con otro del público, cara a cara
		Comunicación	Relación con otro, vía espacio virtual
		Participación	Comunicación con los artistas
		Sin interacción	Individuos aislados
Perfil cultural	Vestimenta	Estilo ranchero	Bota, sombrero, pantalón y camisa vaquero
		Estilo roquero	Bota industrial, playera, falda, vestido negro
		Estilo formal	Zapato, vestido, pantalón, camisa elegante
Discurso sonoro		Estilo urbano	Vestido corto, pantalón holgado, playera, zapato tenis
		Grito	Asombro, euforia
		Canto	Individual o grupal, provocado o espontáneo
Expresiones corporales		Aplauso	Agradecimiento, acompañamiento
		Bullicio	Grito, aplauso y silbido masivo
		Postura	Relajada, desagusto, dispuesta
		Señas	Conversación, retroalimentación
	Movimientos		Baile, grabación de actividades, comer

Fuente: elaborada por Eduardo Plazola.

La categoría *perfil social* recoge evidencias sobre la dimensión social del público. Se compone de las observables: asistentes, figura social e interacciones. La observable llamada asistentes registra los indicios referidos a la cantidad total de personas, clasificados según género y estrato etario. El género se divide en hombres y mujeres, de acuerdo con la apariencia en la forma de vestir y el corte de pelo. Para determinar los estratos etarios, los criterios fueron la estatura, los rasgos del rostro, el corte de pelo, la vestimenta y la movilidad de los presentes.

La observable *figura social* trata cómo se agruparon, o no, los integrantes del público, según cuatro figuras: individuo, pareja, familia o grupo. El individuo no tuvo acompañante; la pareja eran hombres y/o mujeres en bina; la familia eran los individuos y/o parejas que estaban acompañados por niños o adultos mayores, mientras que el grupo estaba integrado por menos de diez personas en interacción, sin niños y sin importar la edad o el sexo.

Por último, la observable denominada *interacciones* sirvió para los indicios referidos a las relaciones sociales entre los asistentes. Los indicios se clasificaron en diálogo, comunicación, participación y sin interacción. Los sin interacción fueron los individuos solitarios; en la interacción como diálogo, el público estableció relaciones al hablar con sus pares; en la interacción como comunicación, las relaciones fueron en el espacio virtual, ya que en algunas ocasiones algunos utilizaron el teléfono móvil para escribir mensajes; mientras que en la interacción como participación, el público se relacionó con los artistas con diferentes expresiones (canto, baile, diálogo) a petición de o bajo su dirección.

La categoría *perfil cultural* se usó para registrar la dimensión cultural del público a través de tres observables: vestimenta, discurso sonoro y expresiones corporales. La observable *vestimenta* contiene indicios sobre cuatro estilos de vestir de hombres y mujeres del público: el estilo ranchero, con botas, sombrero, pantalón *jean*, camisa o blusa de

vaquero; el estilo roquero lució botas militares o de obrero, camiseta con estampado de grupos musicales, pantalones, faldas, vestidos o blusas color negro; el estilo formal fue con zapato de tacón, vestido largo de noche o traje ejecutivo en mujeres, mientras que en los hombres con zapato elegante, pantalón y saco tipo sastre, camisa de botón manga corta o larga; y, por último, el estilo urbano consistió en vestido corto, pantalón y blusas casuales en mujeres y en hombres con playera, zapato tenis y pantalón holgado.

La observable *discurso sonoro* recoge los gritos de los asistentes al mostrar asombro o euforia hacia las expresiones de los artistas; los cantos grupales o individuales; los aplausos para recompensar al artista o para acompañar la música; y el bullicio con gritos, aplausos y silbidos de forma multitudinaria.

La observable llamada *expresiones corporales* trata sobre los usos del cuerpo en público. Se diferencia de la observable de la vestimenta en que no se usaron objetos materiales para expresarse, sino las partes del cuerpo para comunicar. Los indicios se buscaron en la postura, las señas y los movimientos de los asistentes.

La postura se ubicó según fuera relajada (sentado cómodo, con atención al escenario), desagusto (distraído, cambio constante de posición en la silla, interacción social) y dispuesta (cuerpo hacia adelante en la silla o de pie, atención hacia el escenario, participación activa). Las señas fueron para conversar con otros del público (usaron las manos y los brazos como parte del diálogo) o para retroalimentar al artista (ademanes para agradecer y dar aprobación y apoyo). Los movimientos se clasificaron según fuera el baile, grabación (con teléfono móvil) o comer.

Todos los registros de los indicios se vaciaron en una matriz de información de corte cuantitativo. La información de las observables “asistentes” y “figura social” se obtuvo al realizar el conteo directo de los

presentes, uno por uno, justo al inicio de cada actividad, dado el flujo permanente de personas.

El conteo de las demás observables de las dos categorías se realizó asignando los números 0 y 1 a lo observado, el cero al no haber indicios y el uno cuando los hubo. La matriz de información tenía en sus filas las 34 actividades elegidas, y en sus columnas cada uno de los indicios de la Tabla 2. Con los datos numéricos se hicieron conteos totales y promedios para obtener estadísticas generales.

Se siguió a Swedberg (2016) luego de haber descrito los perfiles social y cultural con los resultados cuantitativos. Se realizó una clasificación de los datos que más se repetían y aquellos que quedaban excluidos de la media. Una vez catalogados, se buscaron aquellos casos que fueran típicos en relación con el público beneficiario que se especifica en las directrices de la política cultural municipal. Los casos representativos se tipificaron, luego de reordenarlos y describirlos de acuerdo con los siguientes conceptos emparejados: arte popular-artes escénicas no rurales; beneficiario-excluido; culto-inculto.



Figura 1. El público del arte popular  
Fuente: autor.



Figura 2. El público de las artes escénicas no rurales  
Fuente: autor.

## Resultados

### *Perfil social*

Fue de 2,733 el total de asistentes a las actividades: 924 hombres y 1,809 mujeres. El promedio por cada actividad fue de 80 personas: 27 hombres y 53 mujeres. La actividad con menos público sumó 31, y aquellas que más tuvieron desbordaron las 150 personas. Las actividades asociadas con el arte popular tuvieron mayor cantidad de público, entre 60 y 150 personas en cada una. Las menos fueron las expresiones de música rock y académica o culta, ya que hubo entre 19 y 49 personas.

En cuanto a los rangos de edad promedio datan: 266 eran niños entre los 0 y 12 años; 657 jóvenes entre los 13 y 29 años; 645 adultos entre los 30 y 55 años y 375 adultos mayores. El promedio de niños fue de ocho asistentes por actividad, las cuales más fueron las de danza y circo, y aquellas que menos las de música.

El promedio de jóvenes fue de 19 personas, pero hubo actividades de teatro y danza con hasta 55, o de música con alrededor de 10. Los adultos promedio fueron 19, siendo mayor el número en actividades de danza moderna y folclórica (entre 50 y 60 personas) y menor en las de música para jóvenes (menos de 10 asistentes). El promedio de adultos

mayores fue de 11 en todas las actividades con asistencia de hasta 30 en la danza y el teatro, pero menos de 10 a las de música.

El público adoptó distintas formas sociales. En 53 % del total de las actividades la figura social fue la de individuo; en 54 % la de pareja; en 79 % la de familia y en 47 % la de grupo. En las actividades de danza y música casi no hubo individuos, pero sí en las de teatro. Las parejas casi no fueron al teatro y muy pocos a la danza, pero asistieron a las presentaciones de música.

La figura familiar fue visible casi en todas las actividades, excepto las de música culta o académica y de rock. En contraparte, la figura grupal sí estuvo en las actividades de las artes escénicas no rurales, pero casi no se notó su presencia en las de danza folclórica. Solo unas cuantas actividades musicales y de teatro conglomeraron a las cuatro figuras sociales (individuo, pareja, familia y grupo).

En 79 % del total de las actividades, la interacción del público fue mediante el diálogo cara a cara; en 5 % el público se comunicó mediante un dispositivo electrónico; en 2 % los asistentes participaron, activamente; y en 20 % no se evidenció interacción. Solo en las actividades de música culta o académica y en las de teatro no hubo interacción entre los asistentes. En un par de actividades de danza folclórica fue notoria la comunicación constante en el espacio virtual con otra persona, mediante un teléfono móvil. En algunas actividades de teatro polémico, danza y música, el público participó, activamente.

En síntesis, el público del *Festival Agosto Cultural* asistió muchas veces en familia y menos en grupo. Son sujetos con mucha interacción entre sí y muy poca con los artistas. La forma de interactuar fue el diálogo cara a cara. En las artes escénicas no rurales el público interactúa menos, pero participa más con los artistas, en tanto que en las actividades del arte popular ocurre lo contrario.

Cada expresión artística convocó a sus propios “beneficiarios”, por lo cual es preciso hablar de varios públicos según género, edad, figura social y preferencia artística. Las acciones sociales repetitivas del público hacen pensar que conocen las pautas sociales que distinguen a cada disciplina del arte que se presentó en el evento.

#### *Perfil cultural*

La vestimenta predominante fue el estilo urbano, seguido de los estilos ranchero, roquero y formal. En 99 % de las observaciones se registró la moda urbana, especialmente el uso de zapatos-tenis, pantalones, playeras o blusas, tanto en hombres como en mujeres. Los otros estilos de vestir tuvieron presencia en alrededor de 30 % de las actividades.

En las actividades del arte popular había público con atuendos estilo ranchero; en las de música rock y las obras de teatro con temas polémicos o descontextualizados se vieron indumentarias roqueras, mientras que el estilo de ropa formal se lució en el teatro, la música culta o académica y las danzas folclórica y experimental.

En 95 % de las actividades el discurso sonoro del público hizo sonar aplausos. En casi la mitad de las actividades sonaron gritos (41 %), tanto en las de carácter popular (danza folclórica, circo) como en las de música culta o académica y de rock, así como en las muestras de danza contemporánea. En 23 %, los asistentes cantaron principalmente con los ritmos del rock, el mariachi y la banda sinaloense y con las canciones que acompañaron la danza. Solo en las actividades de arte popular con más de 100 asistentes se registró bullicio.

En esta parte, vale la pena retomar algunos de los discursos sonoros de los artistas o los maestros de ceremonias para entender los discursos sonoros de los asistentes. Uno de los músicos del rock dijo: “los amequenses somos apáticos...; nuestro granito de arena es simplemente; es asistir” (vocalista de Quinto Valle, 7 de agosto de 2022).

El director de la Sinfónica de Ameca explicó que el fenómeno musical local era: “único [y] contemplativo, por eso es que estamos sentados [...] en Ameca ha sido sobre todo un fenómeno familiar” (24 de agosto de 2023). Por último, uno de los maestros de ceremonias describió cuáles eran las reglas de participación para el público aquella noche: “1) no cruzar los brazos; 2) olvidar los problemas; y 3) solamente disfrutar” (23 de agosto de 2024).

En cuanto a las posturas del cuerpo, en 64 % de las actividades fue la de estar dispuesto. Por el contrario, en casi la mitad de las actividades la postura corporal del público fue desagusto (47 % del total), especialmente en las presentaciones de teatro y música culta o académica. Lo que menos se observó fueron posturas corporales en forma “relajada” (en 17 % de todas las actividades), aunque se vieron en las expresiones de danza folclórica y música académica o culta.

Por aquello que toca a las formas de expresión corporal del público, solo en una de las actividades musicales no se pudieron registrar señas. Se utilizaron como respuesta a la comunicación de los artistas, ya que en 70 % de las actividades se pudieron observar. Las actividades que tuvieron uso de señas para comunicarse con otro del público fueron el teatro, la danza folclórica y la música académica o culta.

Los movimientos corporales consistieron en bailar, grabar aquello que estaba ocurriendo con el dispositivo móvil o comer. En 50 % de las actividades una parte del público bailó. No bailaron en las actividades de danza, teatro y música académica o culta. En 79 %, el público realizó grabaciones de audiovisuales y/o tomaron fotografía digital en diferentes momentos, excepto en las actividades de teatro. En 32 % de las actividades, una parte del público disfrutó de fritangas y botanas, específicamente en las de teatro y danza folclórica, debido a que había venta de estos productos en la Casa de la Cultura.

En resumen, el perfil cultural del público del festival se caracterizó por la vestimenta estilo urbano. El discurso sonoro predominante fueron los aplausos, seguido de los gritos. El público usó el cuerpo para estar dispuesto. Las señas que más se utilizaron fueron para comunicarse con los artistas. Los movimientos corporales más vistos consistieron en grabar las diferentes actividades, seguido de bailar y comer. Las actividades de arte popular y las de las artes escénicas no rurales se diferenciaron por el perfil de su público, pues sus modos de vestir, las posturas y las expresiones corporales variaron de lo formal a lo informal, del silencio al bullicio, de lo uniforme a lo múltiple.

### *Tipos de público*

A partir del perfil social y cultural del público se puede establecer una tipología. La política cultural del estado en Ameca contiene evidencias para inferir al público objetivo de las actividades. En la planeación de la Jefatura de Cultura y del ayuntamiento municipal se nombra a los pobladores como beneficiarios. Además, se les llama estudiantes, amequenses, ciudadanía, población rural, niños, jóvenes y familias.

En sí, no se les denomina público específico del *Agosto Cultural*, sino como benefactores que residen en Ameca y tienen derecho al desarrollo cultural. Estos son los tipos de público que quedaron al margen de la planeación de la política cultural gubernamental, pero fueron aquellos que más asistieron a las actividades del festival:

*Tipo madre.* Este tipo de público incluye a las mujeres que acompañaron en sus presentaciones a los artistas que eran menores de edad; a las adultas mayores y jóvenes que iban con sus nietos y bebés; y a aquellas que encabezaban a las familias presentes. Las mujeres fueron quienes más presencia tuvieron en el evento, especialmente en las actividades de danza y teatro, pero no en las de música rock y académica o culta.

*Tipo señor-señora.* Son los adultos y adultos mayores, tanto varones como damas. Los adultos entre 30 y 59 años son quienes más asistieron después de las mujeres. Prefirieron las actividades de música académica o culta y danza, y rechazaron las expresiones de teatro y música rock. Los adultos mayores a 60 años tuvieron más presencia en las actividades de danza folclórica, pero poco se vieron en las de música y teatro.

*Tipo "compa".* En México "compa" es sinónimo de amigo, conocido o compañero. Los sujetos de este público se distinguieron precisamente por acompañar a sus artistas preferidos, tener la forma grupal y estar integrados especialmente por jóvenes. Los amigos estuvieron presentes en las actividades de las artes escénicas no rurales, más no en las de danza y música del arte popular.

Aparte de estos tres tipos de público se diferenciaron otros, según la actividad artística en la cual hayan estado presentes:

*Tipo culto conocedor.* Son sujetos que asistieron a las actividades de las artes escénicas no rurales como la música académica o culta, la danza moderna y el teatro polémico o con causa. Sus figuras sociales fueron: individuo y pareja. La vestimenta fue con estilo formal o urbano. Es un público que interactuó poco con sus pares, pero que en ocasiones participó con los artistas.

Su principal discurso sonoro eran los aplausos. La postura fue la de estar dispuesto. En algunas ocasiones hicieron señas para comunicarse con los artistas y llevaron a cabo la grabación de las actividades con el dispositivo de telefonía móvil. Este tipo de público es una especie de receptor de las expresiones artísticas, no es un simple consumidor de bienes culturales, ni es audiencia que interpela a otros del público.

*Tipo cuasi culto o subculto.* Son el público que asistió a las mismas actividades de las artes escénicas no rurales que los culto-conocedores. Sin embargo, acudieron en familia o grupo; algunos vestían estilo

ranchero y roquero, pero la mayoría usaron el urbano; varios dialogaron con el otro; pocos cantaron; unos cuantos se mostraron con postura desagusto o estuvieron comiendo durante las actividades.

Al contrario del público conocedor, el público cuasi-culto o subculto no repite las prácticas culturales y las acciones sociales del tipo opuesto, sino que las subvierte o las desconoce en buena medida. Este tipo de sujetos pudo llegar a ser tan experto como los cultos, pero pareciera que no conocía cómo actuar en su papel de público en las actividades de las artes escénicas no rurales. Es posible que sea una especie de consumidor o turista de la cultura, más no un receptor con sensibilidad específica, que representa y comunica las prácticas culturales y las acciones sociales que distinguen a cada actividad artística.

*Tipo popular divertido.* Son los sujetos que asistieron a las actividades de danza folclórica, música popular y multidisciplinarias. La figura social es la familia y la vestimenta más usual fue el estilo urbano. Interactuaron mucho entre sí mediante el diálogo. Sus discursos sonoros consistieron en aplausos, gritos, canto y bullicio. Sus posturas oscilaron entre el cuerpo relajado, desagusto y dispuesto.

Las señas más utilizadas fueron aquellas que respondían a la comunicación de los artistas. Son un público que constantemente realizó grabación de video o captura de fotografías y ciertos de sus integrantes prefirieron comer. Este tipo de público también se parece más a un consumidor que se divierte efímeramente con los espectáculos. Al igual que los cuasi-cultos o subcultos, sus integrantes no son audiencias en toda la extensión de la palabra, aunque unos cuantos usaron los medios de comunicación.

*Tipo popular inadaptado.* Este público asistió a las actividades de música popular y teatro con temas polémicos. Se distinguen, porque acudieron como figura social de grupo, pareja y/o individuo. Al igual que el tipo popular divertido, interactuaron a través del diálogo. Aunque pocos, hubo

quienes se vistieron como ranchero y roquero. Algunos gritaron, cantaron y aplaudieron; en tanto que sus expresiones corporales consistieron en estar dispuesto, expresar señas como respuesta a la comunicación de los artistas y bailar.

Se consideraron sujetos inadaptados, porque adaptaron a su modo las prácticas culturales y las acciones sociales que son del arte popular. No son consumidores, sino que se acercan más a las prácticas de los receptores del arte que disienten de las formas de actuar típicas de las artes escénicas no rurales y el arte popular de carácter divertido.

## **Conclusiones**

La cantidad total y el promedio de asistentes a las actividades del *Festival Agosto Cultural* en el periodo de 2022 a 2024 fue relativamente poca. La política cultural municipal no conoce del todo a los públicos contemporáneos que asisten a las actividades artísticas, o por lo menos no utiliza aquello que sabe para que la administración pública del evento encuentre otros derroteros.

Hasta ahora, hay algunos tipos de público que no figuran como beneficiarios en la planeación gubernamental a pesar de que son quienes más acudieron en el tiempo analizado. Es un festival dirigido a todos los pobladores de Ameca, pero los más asiduos fueron mujeres, adultos no mayores de ambos sexos y los “compas”.

La observación reveló más que ser beneficiarios o simples pobladores, los públicos son sujetos activos durante las actividades del festival. Realizan acciones sociales para estar en multitud y prácticas culturales para comunicar y expresar una parte de su identidad. Sus formas de hacer siempre tuvieron relación de cierta dependencia con las propuestas artísticas del programa de actividades del evento.

En el municipio, los públicos de las artes escénicas no rurales son relativamente pocos, especialistas en su estilo de arte y con poca

interacción con otros asistentes. Los del arte popular son el pueblo en sentido amplio, es decir, los “inadaptados”, los “marginados” y/o la supuesta “masa” de gente que se divierte con los espectáculos artísticos y el folclor.

Algunos de los amequenses que estuvieron en la Casa de la Cultura podrían clasificarse como consumidores de cultura y otros como receptores del arte, pero prácticamente ninguno como audiencia ciudadana. Después de todo, el *festum* está contribuyendo con la generación de *públicos tipo* que activan manifestaciones de la cultura moderna, la cultura nacional, la cultura tradicional, la cultura popular y la subcultura.

No obstante, casi no se toman en cuenta las prácticas de la cultura campesina, ranchera o rural, ni las expresiones de la sensibilidad de los habitantes de Ameca que no se definen como artistas o públicos del arte. Por otro lado, los públicos no reflexionan la contribución de sus acciones socioculturales durante el evento en la estructuración de la cultura local, ni se preguntan sobre su relación social de dependencia con los artistas y los agentes de la política cultural del estado.

Los objetivos de esta investigación se cumplieron, pero hace falta estudiar el significado de los testimonios y los contextos cotidianos de los públicos. Se hace necesario conocer contenidos y formas específicas de las artes escénicas no rurales y el arte popular en Ameca. Asimismo, llevar a cabo una investigación evaluativa de los cambios sociales y culturales en los beneficiarios, provocados por la política cultural municipal.

Todo parece indicar que el *Festival Agosto Cultural* continuará con las actividades artísticas en Ameca. Los públicos seguirán asistiendo por miles cada año o lo seguirán a través del ciberespacio como ocurrió en los años 2020 y 2021, por lo cual resulta preciso el establecimiento de algún observatorio sociocultural o cualquier otra propuesta que sirva para

investigar con regularidad y profundidad a los sujetos sociales de los festivales culturales, especialmente en las poblaciones rurales.

## Referencias

- Álvarez, M. (2002). Tiempo libre y consumos culturales en Jalisco. *Claves. Reflexión Indispensable.* Recuperado de <https://sic.cultura.gob.mx/documentos/908.pdf>
- Aparicci, R. y García-Marín, D. (2018). Prosumidores y emirecs: Análisis de dos teorías enfrentadas. *Comunicar*, XXVI, (25), 71-79. doi: 10.3916/C55-2018-07
- Arellano, A. C. y Ceballos de la Mora, G. (2013). Consumo cultural y jóvenes universitarios: una reflexión desde la comunicación. *Diapasón*, 10, 121-149. Recuperado de [http://www.ucol.mx/interprettextos/pdfs/853\\_inpret1011.pdf](http://www.ucol.mx/interprettextos/pdfs/853_inpret1011.pdf)
- Cimet, E.; Dujovne, M.; García Canclini, N.; Gullco, J. Reyes Plama, F. y Soltero, G. (1987). *El público como propuesta. Cuatro estudios sociológicos en museos de arte*. Ciudad de México: Cenidiap-INBA.
- Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (2010). *Encuesta Nacional de hábitos, prácticas y consumo culturales Jalisco*. Recuperado de [https://www.cultura.gob.mx/encuesta\\_nacional/](https://www.cultura.gob.mx/encuesta_nacional/)
- Falassi, A. (ed.). (1987). *Time out of time. Essays on the festival*. New Mexico: University of New Mexico Press.
- García Canclini, N.; Gullco, J.; Módena, M. E.; Nivón, E.; Piccini, Mabel; Rosas, A. M. y Schmilchuk, G. (1991). *Públicos de arte y política cultural. Un estudio del II Festival de la Ciudad de México*. México: UAM.
- García Canclini, N. (Coord.). (1993). *El consumo cultural en México*. México: CONACULTA.

Giménez, G. (2007). *Estudios sobre la cultura y las identidades sociales*. Guadalajara: ITESO.

Gobierno Municipal de Ameca (2022). *Plan Municipal de Gobernanza y Desarrollo de Ameca 2021-2024. Visión 2030. ¡500 años de ser el corazón del Valle!* Recuperado de <https://ameca.gob.mx/municipio/transparencia/articulo-8/contenido/682>

Gobierno de Ameca (2022). *Indicadores Cultura*. Agosto 2022. Recuperado de <https://ameca.gob.mx/municipio/transparencia/articulo-8/contenido/252>

Gobierno de Ameca (2023). *Programa Operativo Anual Jefatura de Cultura 2023.* Recuperado de <https://ameca.gob.mx/municipio/transparencia/articulo-8/contenido/246>

Güell, P. y Pinochet, C. (2018). Visitantes, audiencias, públicos. Apuntes para un estudio desde las prácticas culturales. *Atenea*, 518, 151-166. doi: 10.4067/S0718-04622018000200151

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2020). *Censo de Población y Vivienda 2020.* Recuperado de <https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/#microdatos>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2012). *Encuesta Nacional de Consumo Cultural de México.* Recuperado de <https://www.inegi.org.mx/programas/enccum/2012/>

Lozano, E. (1991). Del sujeto cautivo a los consumidores nomádicos. *Diálogos de la Comunicación*, 30, 19-24.

Mejía, D. I. (2004). *La artesanía de México*. México: El Colegio de Michoacán.

Mora, M. (1996). Oferta y consumo cultural de los jóvenes de Guadalajara. *Renglones*, 36, 78-84.

- Nivón, E. (Coord.). (2012). *Cultura y arte*. México: Porruá.
- Orozco, G. (2018). La múltiple audienciación de las sociedades contemporáneas: desafíos para su investigación. *Disertaciones. Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social*, 11(1), 13-25. doi: 10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.6274
- Orozco, G. y González, R. (2011). *Una coartada metodológica. Abordajes cualitativos en la investigación en comunicación, medios y audiencias*. Argentina: Tintable.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2024). *Tesuaro de la UNESCO*. Recuperado de <https://vocabularies.unesco.org/browser/thesaurus/es/>
- Papalini, V. y Moguillansky, M. (2017). Los estudios sobre los públicos de artes. En M. Grillo; Papalini, V. y Benítez Larghi, S. (Coords.), *Estudios sobre consumos culturales en la Argentina contemporánea* (pp. 85-128). Ciudad de Buenos Aires: CLACSO. Recuperado de <https://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20170113054140/EstudiosCulturales.pdf>
- Puebla, F. (2012). Enfoques temáticos-conceptuales desarrollados en estudios de público. *Revista de Museología*, 55, 50-55. Recuperado de <http://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/handle/123456789/352>
- Ramírez, G. (2003). *Ramas de identidad. Historia y conceptos de la cultura y el arte popular*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara y Promoción cultural de Jalisco, A.C.
- Real Academia Española (2024). *Diccionario de la Lengua Española*. Recuperado de <https://dle.rae.es/diccionario>
- Rosas Mantecón, A. (2012). Itinerarios de un viajero por el consumo cultural. Públicos y ciudadanos en la obra de Néstor García Canclini.

- En E. Nivón, *Voces híbridas. Reflexiones en torno a la obra de García Canclini* (pp. 138-165). México: UAM y Siglo XXI.
- Sánchez Vázquez, A. (2024). *De la estética de la recepción a una estética de la participación*. Ciudad de México: UNAM.
- Schmilchuk, G. (2000). Recepción artística. En M. Piccini; A. Rosas Mantecón y G. Schmilchuk, *Recepción artística y consumo cultural* (pp. 245-260). México: Ediciones Casa Juan Pablos e INAH.
- Swedberg, R. (2016). *El arte de la teoría social*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas y Princeton University Press.
- Universidad Nacional Autónoma de México (2020). *Encuesta Nacional sobre hábitos y consumo cultural 2020*. Recuperado de <https://cultura.unam.mx/EncuestaConsumoCultural>
- Velasco, R. (2002). *Ameca, apuntes para su historia*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.