



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
ACATLÁN



"CULTURA JUVENIL: ANÁLISIS DEL CONSUMO CULTURAL
DE LOS ESTUDIANTES DEL CCH NAUCALPAN"

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN COMUNICACIÓN

P R E S E N T A :

MÓNICA GUADALUPE LÓPEZ DORANTES

ASESOR: LIC. FERNANDO MARTÍNEZ VÁZQUEZ

AGOSTO 2005

m347035



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Autorizo a la Dirección General de Bibliotecas de la UNAM a difundir en formato electrónico e impreso el contenido de mi trabajo recepcional.

NOMBRE: López Dorantes Mónica
Guadalupe

FECHA: 18/08/04

FIRMA: [Signature]

AGRADECIMIENTOS

Me sirve tu mirada
que es generosa y firme
y tu silencio franco si me sirve
me sirve la medida de tu vida

Mario Benedetti

A mis padres por todo el apoyo que me han
dado, porque siempre están conmigo.

A mis hermanos, que son luz:

Pepe, por tus ocurrencias y fortaleza
Chava, por tu alma de niño
Fany, por la inocencia y alegría que le das a
mi vida.

A Diana, por todo el tiempo que hemos compartido
por los sueños, tristezas y alegrías
porque eres otra hermana que Dios me ha dado
Gracias.

A Lud, por las ocurrencias y locuras que tienes
porque me has permitido conocer el gran ser
humano que eres.
Gracias amiga.

A Lalo, me enseñaste a mirar el mundo
a contemplar las cosas como son, sin juzgarlas
y admirar lo bello de la vida
porque me mostraste luz.

A Fernando Martínez "Fer", por ser mi maestro y ejemplo
admiro tu nobleza, calidad humana y dedicación al trabajo
porque pones en lo que haces tu alma
y siempre le tiendes la mano a los demás.
Gracias por todo.

A Mariana, Sarita, Claudia, Fabiola y Silvia
por los momentos que compartimos en la universidad
por su apoyo y confianza, por su amistad.

A la FES Acatlán por su azul y oro

A mis hermanos

La verdadera otredad hecha de deliciosos contactos, maravillosos ajustes con el mundo, no podría cumplirse desde un solo término, a la mano tendida debía de responder otra mano desde afuera, desde lo otro.

Julio Cortázar

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	7
--------------------------	----------

CAPÍTULO 1.CULTURA JUVENIL – CONSUMO CULTURAL

1. Concepto de Cultura un primer acercamiento a las Culturas Juveniles.....	17
1.1Representaciones sociales.....	19
1.1.1Funciones de las representaciones sociales.....	21
1.2 Identidad.....	21
1.3 Dinámica cultural.....	23
1.4 Culturas juveniles.....	24
1.4.1 La metáfora del reloj de arena.....	27
1.5 Cultura-Cultura juvenil.....	31
1.6 Cultura juvenil y Consumo Cultural.....	32

CAPÍTULO 2. JÓVENES MEXICANOS: UNA MIRADA AL NUEVO SIGLO

2.Jóvenes mexicanos: una mirada al nuevo siglo.....	39
2.1 Contexto nacional.....	40
2.1.1 Juventud mexicana.....	43
2.1.2 Jóvenes urbanos.....	45
2.2 Los jóvenes urbanos del Estado de México.....	47
2.3 El Colegio de Ciencias y Humanidades como espacio de las culturas juveniles.....	48

CAPÍTULO 3 ENCUESTA YGRUPO DE DISCUSIÓN

3. Encuesta y grupo de discusión.....	53
3.1 La encuesta como técnica para el Análisis del Consumo Cultural.....	53
3.1.1 Elaboración del cuestionario.....	56
3.1.1.1Tabla de especificaciones.....	57
3.1.1.1.1Arboreación.....	65
3.1.1.1.2Tabla de Equivalencias.....	67
3.1.1.1.3 Cuestionario.....	68
3.2 Levantamientos de datos.....	76
3.2.1 Codificación de resultados.....	81
3.3 Interpretación de resultados de la encuesta.....	82

“Consumo Cultural en las Cultura Juveniles”	
3.3.1 Datos sociodemográficos.....	82
3.3.2 Consumo Cultural.....	84
3.3.3 Percepción y valoración.....	87
3.3.4 Interpretación de resultados por cruce de variable sexo.....	93
3.3.4.1 Consumo Cultural.....	93
3.3.4.2 Percepción y valoración.....	95
3.3.5 Resultado por cruce de variable gastos.....	100
3.4 Grupo de Discusión: Una segunda mirada.....	103
3.4.1 Grupo de discusión.....	104
3.4.2 Diseño para la aplicación del grupo de discusión.....	105
3.4.2.2 Tópicos.....	107
3.4.3 Reclutamiento-Realización de la sesión.....	109
3.4.4 Análisis de sesión de grupo.....	110

CAPÍTULO 4. CCH NAUCALPAN: ESCENARIO DE DIÁLOGO PARA LOS JÓVENES

4. CCH Naucalpan: escenario de diálogo para los jóvenes.....	121
4.1 Cultura juvenil: CCH Naucalpan.....	122
4.2 Medios de Comunicación.....	124
4.3 Música.....	129
4.4 Actividades Culturales.....	131
4.5. Identidad: Trazos de la Cultura Juvenil.....	132
4.5.1 Estilo: Filtro de Arena.....	139

CONCLUSIONES	143
---------------------------	-----

REFERENCIAS	149
--------------------------	-----

ANEXOS 1	155
-----------------------	-----

ANEXOS 2	181
-----------------------	-----

INTRODUCCIÓN

Sin lugar a dudas los jóvenes juegan un papel importante ya que a través de sus prácticas manifiestan lo que viven en su sociedad, reflejan el contexto político, económico, los procesos de la globalización y los cambios que trae consigo, no sólo a nivel financiero sino también a nivel cultural. La juventud es un actor fundamental para comprender la estructura de una sociedad global; su participación delinea aspectos cotidianos.

Los estudios sobre jóvenes tienen diversas dificultades, principalmente de delimitación y carácter teórico, sobre todo por la amplitud del tema y la diversidad de enfoques con los que se puede abordar, desde plantear la delimitación para acercarse a lo que son las llamadas culturas juveniles "son las experiencias sociales de los jóvenes expresadas colectivamente mediante la construcción de estilos de vida distintivos, localizados principalmente en el tiempo libre, o en espacios intersociales de la vida institucional"(Feixa; 1997, p.7): Según Rossana Reguillo (2003) se reconocen dos tipos de actores juveniles; los incorporados cuyas prácticas han sido analizadas a través de su pertinencia al ámbito escolar, laboral o religioso; y los alternativos, cuyas prácticas han sido analizadas desde su incorporación a los esquemas de la cultura dominante, los denominados movimientos contraculturales.

Desde esta perspectiva existe la necesidad de reflexionar sobre el conocimiento que se tiene de los jóvenes. Sin duda, realizar un trabajo de investigación en este campo representa un reto, sin embargo, posibilita el acercamiento a nuevas perspectivas de estudio.

La elección del tema de esta investigación , radica en el interés y gusto personal por la juventud. Mis primeros acercamientos sobre prácticas juveniles se dan a través de las lecturas sobre movimientos contraculturales en México, libros de José Agustín y Maritza Urteaga marcan mis primeras inquietudes.

Durante sexto semestre de la carrera tuve la oportunidad de aproximarme más al tema, tenía que desarrollar un proyecto sobre el Ska como movimiento contracultural, la investigación me acercó a lecturas que ampliaban mi visión sobre lo que es la juventud y el gran campo que es para desarrollar investigaciones. Cuando concluí la licenciatura surge la necesidad de desarrollar el trabajo de titulación y al pensar en un tema para el trabajo de tesis, siempre estuvo presente que tenía que ser sobre jóvenes; la dificultad residió en la delimitación, la gran mayoría de los trabajos que había leído eran sobre actores juveniles alternativos (Punketos, Skatos, Chicos Banda, Darketos), no sabía de dónde partir, porque quería algo relacionado a actores juveniles incorporados en ámbitos como la escuela, el trabajo, en cuanto a rol de género y la política.

Platicando con mi asesor del tema que me gustaría desarrollar y sobre las limitaciones que tenía, me sugirió realizar un trabajo con los jóvenes del CCH Naucalpan, él imparte clases en ese plantel y tenía interés de conocer los procesos sociales que tienen los estudiantes durante su estancia en el Colegio. ¿Realizar una investigación de los estudiantes del CCH?, la idea me parecía genial, pues ahí cursé mi bachillerato y las experiencias personales que tengo son muy gratas. Pero ahora, ¿qué de los jóvenes que asisten al CCH?, entonces recordé la vida del Colegio, la gran cantidad de grupos que había cuando asistía y la diversidad de ideas, la música, su forma de vestir, la vida familiar, lo que les gustaba ver en la televisión eran parte central de la relación que establecíamos como estudiantes.

Pensar que la vida de los jóvenes que asisten al Colegio está hecha de procesos que describen lo que son, pero también del imaginario que la sociedad les asigna respecto al ser joven. La lectura trizada que existe de la juventud, la necesidad de voltear la mirada de lo que significa su vida cotidiana, la oferta cultural en los espacios institucionales como la escuela y los medios de comunicación, forman un conjunto de hábitos y estilos de interacción, constituyen parte de lo que son las culturas juveniles. Cómo organizan y se apropian de la circulación de mensajes, son preguntas inquietantes si lo pensamos; después de hacer una revisión de las posibilidades de estudio, surge el siguiente objetivo: *Analizar la cultura juvenil en el CCH Naucalpan a través de consumo cultural por medio de encuesta y grupo de discusión para definir a los jóvenes como portadores y productores de cultura.*

El CCH Naucalpan representa un escenario en donde se originan diferentes expresiones juveniles, las cuales reflejan la diversidad y modos de concebir la realidad. A través de la interacción que viven diariamente construyen sus representaciones y llevan a cabo prácticas que le dan sentido a su vida cotidiana y la búsqueda de su identidad. La vinculación que se da entre los jóvenes y su entorno social, se expresa en espacios como la escuela, en donde se manifiestan la producción, circulación y transformación de prácticas culturales, lo que lleva a definir su participación social.

Por ello, se aborda la investigación desde el enfoque cultural, ya que retoma los fenómenos sociales a partir del contexto en que se originan, cómo se producen, transmiten y reciben; determinando el sentido de los mismos; su relación con las representaciones sociales y la identidad. A través de la cultura se puede resaltar la importancia en la que se sumergen las prácticas juveniles, su dinámica social, la relación que existe entre la cultura y en el modo en que se están produciendo y reproduciendo.

Asimismo, las prácticas y las representaciones culturales resultan ser elementos importantes para la comprensión de los jóvenes. Se ha detectado espacios que han generado como productores del reconocimiento e identificación juvenil; el género, la música, los medios de comunicación y su vida en la escuela son aspectos que participan en este proceso para su inserción a la vida social. El consumo por cierta música, ropa, radio o lugares que frecuentan son prácticas socioculturales en la que se construyen significados y formas de vida, por ello es preciso pensar al CCH Naucalpan como espacio clave para la comprensión de los comportamientos sociales juveniles.

El CCH es un lugar donde se observa la diversidad de matices que tienen los jóvenes, el reflejo de la sociedad mexicana con múltiples desafíos y complejos escenarios, donde tienen un papel fundamental como actores para el desarrollo del país. Dentro de la escuela existen una serie de factores que hacen que la juventud dialogue con lo establecido, configurando así grupos con los cuales se sienten identificados, el constante bombardeo de ofertas culturales a la que se ven sometidos; los grupos manifiestan sus acuerdos o desacuerdos, de la misma forma, constituye un escenario en donde se dan diversas formas de expresión, los estudiantes llevan a cabo prácticas que le van dando sentido a su vida cotidiana.

El CCH Naucalpan es un espacio importante de análisis de la juventud porque: se producen prácticas y mecanismos de participación social de los jóvenes que asisten; configuraciones de representaciones e identidades; lo que permite hacer una interpretación de los sectores juveniles y de sus entornos en la estructura de la vida social.

Los jóvenes son construcciones sociales complejas, es decir, que constituyen un campo social donde se dan estructuras que proporcionan sentido social, resulta difícil referirse sólo a una juventud, por las grandes expresiones que tienen los jóvenes y sus complejas relaciones. De tal forma

que este trabajo es un intento de acercarse a rubros como , el consumo cultural que tiene respecto a la televisión, la radio , Internet y el cine, así como su percepción en cuanto a género, la familia, la escuela , asimismo, sus roles y participación social, el cómo se perciben y perciben a los demás.

El trabajo está organizado en cuatro capítulos, los cuales se desarrollan de la siguiente manera; en el primer capítulo se retoma la propuesta de Gilberto Giménez (2002), constituye el punto de partida para el análisis de lo que representa la cultura, ya que parte del objetivo de la investigación, es caracterizar a los jóvenes que asisten al CCH Naucalpan como portadores y reproductores de cultura, Giménez brinda elementos para acercarse a la juventud como actor social, las representaciones sociales ligadas a las prácticas culturales e identidad social, se parte de lo general y después se vincula con lo que son las culturas juveniles.

A partir del planteamiento de Rossana Reguillo y Carles Feixa (1997); se categoriza a las culturas juveniles, se define a los jóvenes como actores sociales, reproductores y transmisores de cultura, por medio de la clase social, género, territorio y estilo, elementos basados en el modelo del reloj de arena.

Asimismo se aborda el consumo cultural bajo el planteamiento de Néstor García Canclini (2000), ya que resulta un factor importante para la comprensión de las culturas juveniles. A partir del consumo cultural se pueden detectar los espacios que se generan como productores del reconocimiento e identificación; el consumo permite definir quienes son los unos y los otros por la selección de objetos materiales que tienen una carga simbólica; los modos de apropiación relacionados con los capitales culturales con que cuentan los jóvenes

En el segundo capítulo se desarrolla el contexto en el que se encuentran los jóvenes del país, para conocer las circunstancias sociales en las que se ubican los estudiantes del Colegio, los cambios sociales, económicos y culturales. El CCH Naucalpan se ubica en la parte Norte de la Zona Metropolitana, de igual manera se expone la situación de la población juvenil urbana de esta área y al mismo tiempo se liga con las características de los estudiantes.

En el tercer capítulo, se explica la metodología del trabajo, un primer acercamiento en cuanto a la recolección de datos es a partir de la técnica de la encuesta, con el fin de describir y señalar las principales características de la Cultura Juvenil en el CCH y su consumo cultural, se maneja de manera descriptiva y se presentan los resultados obtenidos. Igualmente, se expone una segunda técnica; grupo de discusión, ya que permite trabajar con el discurso de los jóvenes, en donde se localizan diferentes significaciones que poseen un carácter más vivencial y así entender sus representaciones. Ambas técnicas son trazos que brindan una lectura del consumo simbólico de los estudiantes.

En el cuarto capítulo se presenta la respuesta a la pregunta de investigación, por medio de categorías construidas a partir de marco teórico, el contexto y los resultados de ambas técnicas, se aborda al CCH como escenario de la cultura juvenil, los medios de comunicación, su preferencia por ciertos programas radiofónicos y televisivos, así como su gusto por la música y el cine, la construcción de la identidad a través de factores determinantes como el género, clase social y su relación con las instituciones sociales (Familia, Escuela y Gobierno) reflejados en estilos de cada joven. Por último se plantean las conclusiones, los alcances y las limitaciones en cuestión teórica, metodología y temática.

Dejo en estas páginas el esfuerzo de todo lo que implica la realización de una tesis, ya que se ha materializado, quiero abrir un diálogo de lo que presento y construir un sendero en el cual podamos llegar juntos, sus críticas y observaciones serán la parte más importante, pues es a través del diálogo que se puede visualizar nuevas posibilidades de cimentar más preguntas. Aspiro que la información presentada conduzca a una reflexión y crítica sobre lo que implica la cultura juvenil y el consumo cultural, y de encontrar la posibilidad de dialogar con otros campos de estudios.

CAPÍTULO 1

1. CULTURA JUVENIL – CONSUMO CULTURAL

Si, en efecto, hoy comienza todo de nuevo

José Revueltas

En el siguiente capítulo se presenta el concepto de cultura desde la perspectiva de Gilberto Giménez (2002), asimismo, se explica lo que son las culturas juveniles a partir de la visión de Rossana Reguillo (2003) y Carles Feixa (1997); finalmente se expone el consumo cultural desde los planteamientos de Néstor García Canclini (2000), con el fin de desglosar de manera particular lo que es la participación de los jóvenes en la sociedad.

1. Concepto de Cultura un primer acercamiento a las Culturas Juveniles.

Gilberto Giménez (2002) retoma los postulados de Clifford Gertz y John Thompson; que parten de la premisa de que la cultura es un conjunto de hechos simbólicos presentes en una sociedad. Es la que organiza lo social, lo dota de sentido, a partir de "pautas de significados históricamente transmitidos y encargados en formas simbólicas en virtud de las cuales los individuos se comunican entre sí y comparten experiencias, concepciones y creencias" (Giménez, 2002, p 39).

El enfoque simbólico ¹ de la cultura cubre al vasto conjunto de los procesos sociales de significación y comunicación; por lo que desglosa tres ejes principales:

¹ Lo simbólico es el mundo de las representaciones sociales materializadas en las "formas simbólicas" (expresiones), artefactos, acciones acontecimientos. La cultura de cierta sociedad se puede manifestar en sus prácticas, discurso, vestido o costumbres (Giménez, 2003).

1. Códigos sociales, son sistemas articulados de símbolos, toda cultura posee una estructura de significaciones que permiten comunicarse.
2. Producción de sentido, ideas y representaciones, dentro de la cultura existen signos que permite darle sentido a su vida cotidiana, es decir, que a través de estas estructuras se refleja la particularidad de cada cultura.
3. Interpretación, permite comprender la cultura; por medio de los códigos y las representaciones se puede llegar a percibir el sentido que se le da a cada práctica.

Giménez hace algunas observaciones importantes respecto a los procesos de significación que se dan; en primer lugar se debe de tratar como una dimensión constitutiva de todas las prácticas sociales, cada elemento que lo conforma es configurador del sentido de la misma; la segunda que hace es respecto al símbolo, no se agota en función del signo sino que abarca funciones a través de la mediación de la significación. Los sistemas simbólicos son al mismo tiempo representaciones "Modelos de", orientaciones para la acción "Modelos para". En cada cultura existen representaciones muy particulares que tienen un objetivo específico, se le asigna un significado determinado que van conformando las prácticas de las sociedades. En tercer lugar, es necesario construir sólo una dimensión analítica de las prácticas sociales, responde a la lógica de una estructura simbólica ya que la cultura se rige por una lógica semiótica propia, a través de las prácticas se le da el sentido a la realidad, por medio del significado de las mismas.

Por lo tanto, la cultura "es el proceso de continua producción, actualización y transformación de modelos simbólicos a través de la práctica individual y colectiva en conceptos históricamente definidos y socialmente estructurados" (Giménez, 2002; p 47). Se rige principalmente por las representaciones y las prácticas de un grupo; refleja un conjunto de modelos de representación y acción que orientan la organización de la vida social y las formas de pensamiento.

1.1. Representaciones sociales

La cultura está en un juego de continuo cambio, exhibe la propiedad de transversalidad, se hace la distinción entre las formas simbólicas interiorizadas, opera pasando por las experiencias sociales y mundos de vida de los actores en interacción, ya que su propia historia determina el sentido de su realidad y sus prácticas sociales.

Existen representaciones socialmente compartidas, ideologías, actitudes, creencias y en consideraciones de los conocimientos propios de un grupo determinado que constituyen formas interiorizadas. Se trata de distinguir las estructuras interiorizadas y las estructuras objetivadas de la cultura, entre las formas simbólicas y estructuras mentales que se reflejan por medio de las prácticas y objetos cotidianos. Se puede pensar a la cultura por limitados fragmentos; los llamados textos culturales, que son “un conjunto limitado de signos o símbolos relacionados entre si, en virtud que todos los significados contribuyen a producir los mismos efectos o tienden a desempeñar las mismas funciones”. (Brument, 2002).

Para las formas interiorizadas Giménez retoma el concepto de habitus de Pierre Bourdieu (1990), lo define como el proceso por el cual lo social se interioriza en los individuos y logra que las estructuras objetivas (Modelos de) concuerden con las subjetivas (Modelos para). Son sistemas de disposiciones durables y transponibles, estructuras predispuestas a funcionar como estructuras estructurantes; se puede entender como aquellos modelos de representaciones que existen en determinada sociedad que van configurando las prácticas y representaciones de cada individuo.

Asimismo, dialoga con el concepto de representaciones sociales de Serge Moscovici; las cuales son construcciones socio-cognitivas del sentido común conjunto de informaciones creencias, opiniones y actitudes a propósito de un objeto determinado². Dependen de las circunstancias contingentes y de factores más generales como el contexto social, ideológico, el lugar de los actores sociales en sociedad, historia del grupo o del individuo, dependen del contexto en las cuales fueron establecidas ya sea la época, el país, clase social, son condiciones de los acuerdos para establecer las representaciones de determinada

Dentro de las representaciones sociales se da la objetivación, que presenta de modo figurativo y concreto lo abstracto, se le va dando forma y creando diversos modelos que van explicando a la estructura social.

Se da también un anclaje que se refiere a incorporar lo nuevo a esquemas previamente conocidos, tiene un carácter estructurado en el cual se dan un sistema central y periférico; en el primero está ligado a condiciones históricas, sociales y una ideología más profunda, es el eje rector el cual estabiliza el contexto más inmediato, le proporciona los principales elementos de configuración; siempre existen representaciones centrales las cuales va rigiendo las representaciones individuales ; la segunda , depende más de contextos inmediatos y específicos que adaptan las experiencias cotidianas dependen de la historia de vida de cada individuo y las condiciones socioeconómicas en las cuales se pueda llevar a cabo las representaciones centrales. Son a la vez estables, móviles, rígidas y elásticas ya que a través de las prácticas individuales y colectivas se van produciendo y transformando.

²“ Constituye una forma de conocimiento socialmente elaborado y compartido que tiene una intencionalidad práctica y contribuye a la construcción de una realidad común a un conjunto social” (Giménez,2003).

1.1.1. Funciones de las representaciones sociales

Se ha dicho que las representaciones sociales son modelos que interiorizan los individuos, tienen un carácter operativo y se dan a través de las siguientes funciones:

- a. Función cognitiva: Comprende y explica la realidad, los actores sociales configuran un esquema en el cual perciben la realidad en la que se encuentran.
- b. Función identificadora: Se define en última instancia en la identidad social permite establecer la particularidad de cada grupo.
- c. Función de orientación: Constituye guías potenciales del comportamiento de las prácticas, se establecen ciertas reglas y normas dentro de cada grupo.
- d. Función justificadora: Permite explicar, justificar o legitimar la toma de posición y los compartimientos.

La cultura sólo puede existir cuando los individuos y los grupos llevan las representaciones a la acción social ya que “está en la misma raíz de las prácticas sociales, especifica a una colectividad delimitando su capacidad creadora, hace existir una colectividad, constituye su memoria, contribuye a forjar la cohesión de sus actores y legitima o deslegitima sus acciones” (Giménez, 2002, p 59).

1.2 Identidad

Las representaciones sociales se relacionan con la identidad porque implican la representación de si mismo y de los grupos de pertenencia ya que para los procesos sociales simbólicos comporten una lógica de distinciones, oposiciones y diferencias; por lo tanto, constituyen identidades y alteridades (u otredades) sociales. La identidad social se define y se afirma en la diferencia un grupo se puede definir por oposición de otro grupo existe una relación de

oposiciones que hace que se vayan configurando las identidades de los grupos; a través de como percibo a los demás es como me percibo.

La Identidad colectiva puede definirse como la (Auto-hetero) percepción de un “nosotros” relativamente homogéneo y estabilizado en el tiempo (in group) en oposición a “otros” (Out- group), en función del (auto-hetero) reconocimiento de caracteres, marcas o rasgos compartidos.

La identidad no es solamente efecto, sino objeto de las representaciones, la identidad colectiva puede definirse como la (Auto-hetero) percepción colectiva de un “nosotros” relativamente homogéneo y estabilizado en el tiempo (in group) en oposición a “otros” (out group), en función del (auto-hetero) reconocimiento.

Los científicos sociales han dividido su estudio en dos; objetivas las cuales siempre tienen criterios ya representados que funcionan como signos los cuales la van configurando por medio de prácticas sociales la realidad de una identidad es la realidad de su representación. Según Bourdieu, las identidades sociales cobran sentido dentro de un contexto de disputas pasadas y presentes, en las cuales existen posiciones de lucha; las dominantes que pugnan por imponer una definición absoluta de la identidad social; a las dominadas, se les ofrece dos posibilidades, aceptar o de reapropiarse del poder de construir y evaluar automáticamente la propia identidad.

La identidad debe ser aprendida y reaprendida permanentemente, entra en un juego de negociación de individuos y grupos, en el cual se van estableciendo las diferencias entre ellos; se deben de dar a conocer, se tiene que comunicar de manera tácita la identidad; está históricamente determinada y se configura por los procesos socio- históricos.

1.3. Dinámica Cultural

La problemática del cambio cultural se da a través de las configuraciones sujetas a transformaciones; existen "zonas de estabilidad" en las cuales hay mayor solidez y consistencia que rigen principalmente la cultura; las "zonas de movilidad" en las cuales hay mayor celeridad y frecuencia, es ahí donde se dan los cambios. La cultura puede ser vista como herencia, tradición y persistencia así como desviación, innovación y metamorfosis permanente.

En este sentido el cambio cultural se puede manifestar con desplazamientos de significados:

- Innovación o invención: consiste en la creación de nuevas formas simbólicas y prácticas
- Extraversión cultural: consiste en apropiarse de elementos culturales ajenos para someterlos a objetivos o intereses propios.
- Transferencia de significados : Traspasar el sentido de una práctica de un lugar de un símbolo o de un texto a otras prácticas lugares o textos.
- Fabricación de autenticidad: preservar la pureza original.

Las representaciones sociales cambian si las circunstancias exteriores se modifican, entran en conflicto, por ejemplo, la conquista en México cuando los españoles llegan se establece una fuerte dinámica cultural ya que se da un choque de culturas.

1.4. Culturas Juveniles

Dentro de la cultura existen categorías como la juventud, según Rossana Reguillo (2003), es una invención de la posguerra, la sociedad reivindicó la existencia de los niños y los jóvenes como sujetos de derechos y los jóvenes como sujetos de consumo³. La cultura juvenil se convirtió en la matriz de la revolución de la cultura, visible en los comportamientos y costumbres, pero sobre todo en el modo de disponer del ocio.

Los movimientos estudiantiles de los años sesenta vinieron a señalar a los jóvenes como actores sociales; la derrota política, pero especialmente simbólica los volvió prácticamente invisibles⁴ en el terreno político de los años ochenta. La configuración del contexto político y económico, fueron el detonante para que jóvenes del continente empezarán a ser pensados como los responsables de la violencia en las ciudades. Los jóvenes se han seguido manifestando y de cierto modo exigen que se les mire.

La construcción de las Culturas Juveniles se da a través de diferentes formas en las cuales los jóvenes de diferentes sectores participan como agentes activos en los procesos de creación y circulación de su cultura. Los movimientos juveniles se han orientado a diversas formas de agregación generan su propio espacio creando diversas formas de vida y valores de acuerdo a sus condiciones sociales. "Los jóvenes y las juventudes son construcciones heterogéneas. La diversidad de expresiones juveniles y la pluralidad de miradas desde las cuales se les interpreta y se les reconstruye han permitido conocer su heterogeneidad" (Valenzuela, 2002, p 29)

³ Es también en la posguerra cuando surge una poderosa industria cultural que ofertaba por primera vez bienes exclusivos para el consumo de los jóvenes. La música y el cine son los principales bienes culturales dirigidos a la juventud.

⁴ La juventud es una imagen cultural, que corresponde a cierta condición social, y que en determinadas culturas se atribuye a los individuos que se encuentran en fase biográfica de transición entre la infancia a la vida adulta.

“La juventud representa una categoría en la cual se pueden realizar investigaciones, en ese sentido son productos de acuerdos sociales y productoras del mundo. El reconocimiento de los jóvenes, que no comparten en absoluto los modos de inserción en la estructura social, se plantea que sus esquemas de representación configuran campos diferenciados y desiguales”. (Bourdieu, 1990, p 165) De acuerdo con Reguillo (2003) los estudios sobre las culturas juveniles pueden reconocerse dos tipos de actores:

- Los “incorporados” cuyas prácticas han sido analizadas a través de su pertinencia al ámbito escolar, laboral o religioso o desde el consumo cultural.
- Los “alternativos” cuyas prácticas han sido analizadas desde su incorporación a los esquemas de la cultura dominante (movimientos contraculturales).

Los jóvenes tienen la capacidad de percibir y reproducir los significados que le dan a su vida cotidiana ya sea como estudiantes, hijo de familia, trabajador o militante de algún partido político, en ello representan una complejidad que vuelve imposible articular un solo campo, es necesario ubicar el contexto para comprender bajo que dinámica cultural se produce. Para Reguillo (2003) las culturas juveniles pueden ser reconocidas por tres ejes:

1. El grupo juvenil y las diferentes maneras de entender y nombrar su constitución, lo que hace referencia a la identidad como un factor clave para entender las culturas juveniles. La problematización radica en torno a cómo o los modos de estar juntos de los jóvenes, a partir de la constitución grupal a la social.
2. La segunda temática es respecto a los “otros”, es decir, cómo los jóvenes se identifican y diferencian a partir de la construcción simbólica de ellos mismos y de los demás.

3. Las diferentes prácticas juveniles, se centra en aquellas formas de participación.

La problematización en torno a los modos de estar juntos de los jóvenes se puede establecer desde dos perspectivas; la constitución grupal a la social permite tener un acercamiento a la interacción de los sujetos con su mundo, sus espacios sociales en grupo. Los "otros"; la identidad es una parte primordial tanto para Reguillo como Giménez ya que establece un carácter relacional con los demás es donde se configura la identificación y la diferenciación, "la construcción simbólica de nosotros los jóvenes" (Reguillo, 2003, p 369).

En las culturas juveniles se dan condiciones sociales (Urteaga, 1997, p 6) "son un conjunto de derechos y obligaciones que define su identidad en el seno de una estructura social, se construyen con elementos provenientes de las identidades generacionales, género, clase, etnia y territorio". A partir del contexto en el que se encuentre se les da una serie de particularidades, por ejemplo; un joven de clase media, varón, estudiante que vive en la ciudad, tiene ya determinadas ciertas características que hacen que por medio de las condiciones sociales en las que se encuentra, lo guíen a sus acciones como actor social ya sea en la escena económica, escolar, política o cultural.

Existen también condiciones sociales para que la juventud exista, como las normas comportamientos e instituciones que distinguen a los jóvenes de otros grupos, cada sociedad determina las formas de ser joven, es decir que la construcción de la cultura juvenil se da mediante las formas en las cuales participan en los procesos culturales.

1.4.1 La metáfora del reloj de arena

Carles Feixa (1997) establece un modelo para el estudio de las culturas juveniles⁵. La juventud es una construcción sociocultural relativa en el tiempo y en el espacio, por lo tanto su acercamiento tiene una complejidad enorme, según la articulación social de las culturas juveniles puede abordarse en tres escenarios:

1. La cultura hegemónica; refleja la distribución del poder cultural a escala de la sociedad más amplia, es decir, la relación de los jóvenes con la cultura dominante.
2. Culturas parentales; puede considerarse como las grandes redes socioculturales, definidas principalmente por identidades étnicas, clase, género, lenguaje, etcétera.
3. Culturas generacionales, se refiere a la experiencia específica que los jóvenes adquieren en espacios institucionales.

El carácter histórico temporal de las culturas juveniles, hacen su propia historia en la medida en que su historia es hecha por las influencias de lo social. La cultura y la sociedad construyen socialmente a los jóvenes asignándoles un espacio y roles; la construcción de la cultura juvenil se da a través de las formas en las cuales los jóvenes de los diversos sectores participan como agentes activos en los procesos de creación y circulación cultural.

Según Feixa, las culturas juveniles pueden analizarse desde, a partir de las condiciones sociales, ya que son el conjunto de derechos y las obligaciones que define la identidades el seno de una estructura social determinada, se constituyen con elementos provenientes de las identidades generacionales,

⁵ Algunos autores se refieren como movimientos contraculturales. La contracultura, es el rechazo a la cultura institucional, se muestra una profunda insatisfacción, lo que permite crear nuevas formas de pensar, costumbres, expresiones y representaciones diferentes a las establecidas constituyendo subgrupos dentro de la misma cultura.(Feixa,1997)

género, clase, etnia y territorio. Imágenes culturales, que es el conjunto de atributos ideológicos y simbólicos asignados y apropiados por los jóvenes, se traducen en estilos visibles que se pueden reflejar en la música, el lenguaje, las prácticas culturales. Establece elementos los cuales constituyen una parte de un modelo para el análisis de las culturas juveniles:

- a. Culturas juveniles y generación: la generación puede considerarse el nexo que une las biografías, estructuras e historia, es también referente a la identidad de un grupo de edad socializado en un mismo periodo histórico, se puede caracterizar de acuerdo en el periodo en el cual les tocó vivir.
- b. Culturas juveniles y género: Los jóvenes se configuran a partir también de la diferencia cultural del género, ser un o una joven es un elemento que da una perspectiva diferente a pesar que compartan las mismas representaciones.
- c. Culturas juveniles y clase: Este es principalmente a la clase social a la que pertenece.
- d. Cultura juvenil y territorio: este se refiere al espacio en donde se encuentran las culturas juveniles.
- e. Culturas juveniles y estilo: puede definirse como la manifestación simbólica de las culturas juveniles, expresada en un conjunto coherente de elementos materiales e inmateriales que los jóvenes consideran representativos de su identidad.

Para analizar cómo se construye el estilo propone dos conceptos: *Bricolaje*, sirve para comprender la manera en que los objetos y símbolos aislados son reordenados y recontextualizados para comunicar nuevos significados; el concepto *homología*; se refiere a la asociación que se establece para cada subcultura particular entre los objetos, el estilo y la identidad, es decir, que por medio de sus representaciones y prácticas a través de los objetos se va configurando el grupo.

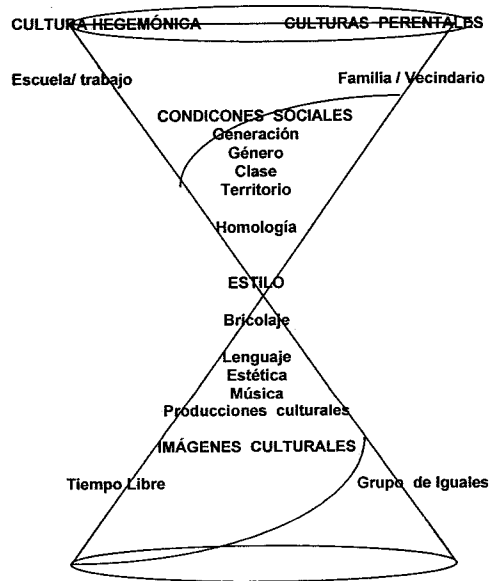
El estilo constituye una combinación jerarquizada de elementos culturales de los que Feixa destaca:

1. Lenguaje: se refiere a las formas de expresión oral características de los jóvenes.
2. Música: la producción musical es un elemento central en la mayoría de las culturas juveniles⁶.
3. Estética: la mayor parte de los estilos se han identificado con algún elemento estético, como por ejemplo la forma de vestir
4. Producciones culturales: se pueden manifestar con producciones culturales.

Las culturas juveniles pueden representarse como un reloj de arena. En el cual en el plano superior se sitúan la cultura hegemónica y las culturas parentales. En el plano inferior se sitúan las culturas y microculturas juveniles, con sus respectivos espacios de expresión. Los materiales base (la arena inicial) lo constituye las condiciones sociales de generación, género, etnia y territorio. En la parte central, el estilo filtra estos materiales mediante las técnicas de la homología y del bricolaje. Las imágenes culturales resultantes (la arena filtrada) se traducen en el lenguaje, estética, música producciones culturales, las culturas juveniles tienen un carácter histórico temporal, las relaciones no son unidireccionales: cuando la arena ha a acabo de vestirse, se da la vuelta al reloj, de manera que las culturas juveniles muestran también su influencia en la cultura hegemónica y las culturas parentales. (Feixa, 1997 p 73)

⁶ Los Punketos en la Ciudad de México configuran su identidad a través del consumo y producción de música

CULTURAS JUVENILES: EL RELOJ DE ARENA (1997, p73)



1.5 Cultura-Cultura Juvenil

Si la cultura se rige principalmente por las representaciones y las prácticas de un grupo determinado y refleja un conjunto de modelos de representación y acción que orientan la organización de la vida social de las formas de pensamiento de un determinado grupo, las culturas juveniles⁷ pueden considerarse como portadoras y productoras de la cultura, ya que son la manera en que “las experiencias sociales de los jóvenes son expresadas colectivamente mediante la construcción de estilos de vida distintivos ,localizados principalmente en el tiempo libre, o en espacios intersociales de la vida institucional”(Urteaga, 1997, p. 7)

La construcción cultural de las culturas juveniles como sistemas de clasificación social son también productos de acuerdos, es decir que entra en las representaciones sociales que establece Giménez. Los jóvenes constituyen una categoría, comparten los modos de inserción en la estructura social. Sus esquemas de representación configuran campos de acción diferenciados y desiguales, los jóvenes si bien poseen y desglosan sus representaciones de la cultura hegemónica⁸ también le dan ciertas particularidades determinadas. La cultura dominante genera condiciones sociales para que a través de las culturas juveniles exista, pues establecen, normas, comportamientos que distinguen a los jóvenes de otros grupos.

Para pensar en los jóvenes es necesario hacer una articulación entre los contextos en los que se ubican, tanto sociales, económicos y culturales ya que por medio de ellos se da una dinámica cultural, la reproducción de sus modos de vida y su interacción social .Los escenarios en los que los jóvenes dialogan,

⁷ Se habla de culturas juveniles en plural, porque existe una heterogeneidad en ellas mismas

⁸ Es aquella que organiza la totalidad de las relaciones de sentido en una determinada formación social ,no tanto imponiendo a todos sus propios modelos o parámetros sino logrando su reconocimiento universal como los únicos válidos y legítimos.

se vinculan por sus prácticas y el sentido que le dan a partir del espacio-tiempo en los que se ubiquen a partir de sus dimensiones culturales y sociales.

Se establecen diferencias principalmente de los roles que ocupan en la sociedad. La constitución de la juventud ya no se agota en la lógica de mercado, el vestuario, la música y ciertos objetos; constituyen una importante mediación para la construcción de la identidad colectiva. Se da peso a las prácticas que tienen los jóvenes porque configuran su vida cotidiana y la de la sociedad.

Si los jóvenes dependen de las circunstancias contingentes y de factores más generales como el contexto social, las configuraciones de los actores juveniles también depende de la historia de cada uno, así como el contexto y condiciones socioculturales en las que se hallan. Entonces las prácticas culturales deben ser entendidas desde la perspectiva de la cultura dominante, de la cual retoman los principales rasgos que se apropian para después expresarlo de diferente forma.

Asimismo el proyecto y la acción a futuro, se centra en aquellas formas de participación en el ámbito social, cómo la juventud percibe la realidad que está viviendo y cómo lo proyecta hacia su visión de vida que tiene, así como sus representaciones y prácticas actuales van orientando esa visión.

1.6. Cultura juvenil y consumo cultural

El consumo cultural es un configurador de las culturas juveniles, ya que a través de la relación que tienen los jóvenes con los bienes culturales se da una negociación con los significados sociales y le otorgan sentido a su vida.

Néstor García Canclini (2000), plantea que el consumo cultural como el conjunto de procesos de apropiación y usos de los productos en el que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y cambio, las prácticas culturales que tienen los jóvenes por medio de ciertos objetos van ir configurando los

grupos de pertenencia. Se puede entender el consumo cultural como la forma de identificación y diferenciación que tienen los jóvenes de la cultura dominante.

Es importante la interacción social que tienen, ya que por los procesos de apropiación se consolidan como parte de una cultura, pero también como una cultura muy particular ;se ve reflejada en sus mundos de vida y la interacción con sus alteres e iguales

García Canclini (2000) establece seis modelos de consumo simbólico, brindan elementos para aproximarnos, a los procesos de apropiación que hacen los jóvenes con respecto a objetos materiales e inmateriales, en los cuales adquieren una carga de significados y de expresiones que se manifiestan a través de sus prácticas culturales.

Modelo 1. El consumo es el lugar de la producción de la fuerza de trabajo, cómo los consumidores mezclan estrategias de quienes fabrican y comercializan los bienes con el fin de adaptarlos a la vida cotidiana.

Modelo 2. El consumo es el lugar en donde las clases sociales y grupos compiten por la apropiación de los productos sociales, se establecen los escenarios de disputas por aquello que la misma sociedad produce y las maneras que lo usa. Los jóvenes negocian y dialogan, se vinculan a través de sus prácticas y el sentido que le dan a partir del espacio- tiempo en los que se ubiquen por medio de las dimensiones socioeconómicas en la que se encuentren; por ejemplo dos jóvenes de diferentes clases sociales tienen prácticas diferentes porque las condiciones en las que se encuentran los determina, un ejemplo es la escuela donde asisten las normas y la estructura son diferentes

Modelo 3. El consumo como lugar de diferenciación social y distinción simbólica entre grupos, en este sentido, el consumo establece, el cómo se constituye las diferencias sociales, a través de qué se consume y cómo se hace. Si la identidad se manifiesta por las producciones culturales también es reflejo del consumo cultural que hace la juventud, en ese sentido no se pueden separar, ya que la identidad parte del acto de apropiación simbólica y las prácticas, así los jóvenes por medio de la música, el cine, la literatura, la ropa, etcétera se ven manifestados en ellas

Modelo 4. El consumo como sistema de integración y comunicación, consumir es intercambiar significados, es a través de las expresiones que los jóvenes enuncian su existencia, como por ejemplo, el vestido, la música que escuchan, lo integran a un mismo grupo y también los va diferenciando.

Modelo 5. El consumo es un escenario de objetivación de deseos, convirtiéndose en demandas socialmente reguladas, “el deseo no actúa como algo irracional o independiente de la cultura colectiva sino en función de ella” la juventud dialoga con lo establecido, configurando así grupos en los cuales se sienten identificados, manifiesta sus acuerdos o desconformidades en el sistema en el que se encuentran.

Modelo 6. El consumo como proceso ritual, su función radica en darle sentido a los acontecimientos que se dan en determinadas sociedades o grupos. Entre los jóvenes pueden existir diferentes rituales, los lugares que frecuentan, cómo y qué tipo de música escuchan.

El consumo cultural se entiende como la práctica sociocultural en la que se construyen significados y formas de vida por ello es necesario “ pensar como espacio clave para la comprensión de los comportamientos sociales” de igual forma, establece pautas para pensar las culturas juveniles, cuáles son esas representaciones y prácticas que configuran su realidad.

A partir del consumo cultural simbólico se ha detectado los espacios que ha generado como productores del reconocimiento e identificación⁹. Las producciones culturales también son el reflejo del consumo simbólico que hace la juventud, no se pueden separar, ya que parte del acto de apropiación simbólica y las prácticas, así los jóvenes a través de la música, el cine, la literatura y la ropa se ven manifestados en ellas

Existen espacios de interacción entre los jóvenes, donde dialogan, se perciben y perciben a los otros que los ligan con aspectos socio-culturales, configuran su realidad a partir de sus representaciones y prácticas con particularidades específicas. Por ello, es necesario conocer bajo qué contexto se desenvuelven, qué determina las condiciones en las que se dan las prácticas culturales.

⁹ Maritza Urteaga (1997) ha encontrado en el Rock, además de ser un género musical con el cual se identifican los jóvenes, es un campo de producción cultural y matriz cultural, ubicándolo analíticamente en una dimensión cotidiana y consumo simbólico

CAPÍTULO 2

2. JÓVENES MEXICANOS: UNA MIRADA AL NUEVO SIGLO

*¿Qué les queda por probar a los jóvenes en
este mundo de paciencia y asco?
¿sólo graffiti? ¿rock? ¿escepticismo?
también les queda no decir amén
no dejar que les maten el amor
recuperar el habla y la utopía
ser jóvenes sin prisa y con memoria
situarse en una historia que es la suya
no convertirse en viejos prematuros.*

Mario Benedetti

*"Me duermo en los entierros de mi generación
cada noche me invento... tan joven y tan viejo"*

Joaquín Sabina

En el siguiente capítulo, se presenta el contexto nacional para comprender cuál es la situación social, económica y cultural de los jóvenes en nuestro país, asimismo, se aborda las particularidades de la juventud urbana del Estado de México, y por último se menciona el perfil de los estudiantes del Colegio de Ciencias y Humanidades.

Pensar en las configuraciones que trae consigo un nuevo siglo, es necesario reflexionar en los cambios que se dan, sobre todo en un país como México, su riqueza cultural brinda la posibilidad de acercarse a ese mosaico de representaciones y prácticas que tienen los mexicanos, asimismo, recapacitar en las problemáticas que existen, para entender lo que somos y las posibilidades en el futuro.

Una de esas posibles líneas de análisis son los jóvenes. Se dice que México es un país joven, pues de una población de 100 millones, el 35 % se encuentra entre los 12 y 29 años, por ello es importante conocer cuáles son sus representaciones, cómo construyen sus hábitos, prácticas sociales. Para ello, es preciso conocer el contexto en que se encuentran, ya que "las identidades juveniles son construcciones social e históricamente situadas y significadas; la juventud no es un sector social

cristalizado , sino un conglomerado polisémico y cambiante” (Valenzuela, 2002, p 27). Es importante situar el espacio - tiempo en que se gestan las culturas juveniles, pues hacen su propia historia en la medida en que es hecha por las influencias de lo social.

2.1 Contexto Nacional

Se ha comentado que los jóvenes influyen y son influidos por los procesos que expresan los cambios de sus sociedades, se debe de considerar la construcción del tiempo social en el que viven, es decir, cuáles son las condiciones sociales , económicas y culturales con las que se ha formado la juventud mexicana actual.

La sociedad mexicana, y en especial el sistema económico ha sufrido diferentes cambios, como parte de la reestructuración del capitalismo mundial, en la década de los ochenta ha predominado la tendencia a disminuir la participación estatal en la economía y privatizar las empresas públicas. Un elemento clave para comprender la crisis en la que se encuentran sumidos la mayoría de los países de tercer mundo.

El sistema político, por su parte, ha repercutido en las circunstancias en las que se encuentra la sociedad mexicana. El proceso del cambio político que ha caracterizado la evolución de México en los últimos años, como los son; el movimiento del 68, la Reforma político electoral de los 70, las elecciones de 1988 e incluso las del 1997, en donde el Partido Revolucionario Institucional (PRI), perdió la mayoría en la Cámara de Diputados y se eligió por primera vez al Jefe de Gobierno del Distrito Federal. México ha adquirido compromisos comerciales con distintos países y regiones de mundo¹. La estabilidad

¹ Como lo es el Tratado de Libre Comercio en América del Norte, firmado entre Canadá, México y Estados Unidos.

económica ya no depone sólo de factores internos, sino que cada vez más el exterior determina el rumbo financiero del país, con ello la vida social.

Por otro lado, el sistema político mexicano en los últimos años ha tenido cambios estructurales. Por primera vez en 70 años un partido opositor llega a la presidencia, el Partido Acción Nacional (PAN) y su candidato Vicente Fox Quesada, el 2 de julio del 2000 ganaron las elecciones presidenciales. También, en los últimos periodos legislativos, el Congreso de la Unión está conformado por distintas fuerzas políticas, la oferta de partidos políticos es más amplia. Algunos analistas llaman a esta etapa histórica un "periodo de transición" a la democracia.

Las condiciones políticas y económicas del país han generado que varios movimientos² vayan en contra de las implantaciones neoliberales, movimientos por la democracia, nuevos nacionalismos, nuevos internacionalismos, por la defensa de los derechos de los trabajadores, de los derechos humanos, de los derechos de la mujer y de los niños, por la defensa del ambiente, de la igualdad, de las culturas indígenas, de los campesinos que buscan cambios de las políticas agrarias.

Asimismo, es ineludible pensar en que México vive en la globalización, que viene a cambiar no sólo las estructuras económicas, políticas y culturales, sino que además incide en aspectos cotidianos sociales. Los aspectos sociales que son considerados en una sociedad global son básicamente: el desempleo cíclico y estructural; crecimiento de subclase;

² Esta situación también provocó que el primero de enero de 1994 se diera el levantamiento armado en Chiapas, misma fecha en que entraría en vigor el TLCAN. La figura dirigente era el subcomandante Marcos del llamado Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN). La firma del TLCAN, fue el mejor pretexto para que el EZLN, declarara la guerra al gobierno mexicano, puesto que las reformas que se suscitaron, acabarían por destruir a las etnias indígenas más marginadas del país

sobreexplotación de la fuerza de trabajo; discriminación racial, sexual, de edad, política, religiosa; migraciones de individuos, familias, grupos y colectividades en todas las direcciones; múltiples manifestaciones de pauperización absoluta y relativa que en su gran mayoría son en términos de pobreza, miseria y hambre.

En el mundo de flujos globales de riqueza, poder e imágenes, la búsqueda de la identidad, colectiva o individual, atribuida o construida, se convierte en la fuente fundamental de significado social. No obstante la identidad se está convirtiendo en la principal, y a veces única, fuente de significado en un periodo histórico caracterizado por una amplia desestructuralización de las organizaciones, deslegitimación de las instituciones, desvanecimiento de los principales movimientos sociales y expresiones culturales.

La realidad nacional plantea un cambio en la sociedad, a partir de la ciudadanización del gobierno, sin embargo hay que reconocer la dependencia del país de las decisiones de las instituciones crediticias a nivel mundial. Existen diferencias entre lo que es la realidad nacional y lo que en verdad necesita. La distribución de la población está determinada por factores políticos, económicos y sociales de las distintas regiones del país, el creciente desempleo hace que la mayoría de las familias en pobreza que viven principalmente en provincia busquen oportunidades de trabajo en Estados Unidos.

En este contexto sin precedentes , es preciso investigar y reflexionar sobre el papel y los retos que afronta la juventud mexicana, el cambio histórico que está viviendo es una posibilidad y una oportunidad para conocer y desentrañar la identidad, las formas de percepción y construcción de la cultura mexicana, los niveles de sociabilidad y las expectativas afectovivenciales de la sociedad.

Los jóvenes de los noventa y de este nuevo siglo, son nacidos en todas las crisis, no sólo a nivel económico, sino esencialmente por la quiebra de valores y pérdida de los sentidos y significados que hacían factible la vida social. La globalización trajo consigo nuevas configuraciones tanto económicas, sociales y culturales, las culturas juveniles tienen a mundializarse, "la globalización cultural conlleva a la circulación y apropiación de bienes materiales dirigidos a los jóvenes" (Nateras, 2000, p 202)

2.1.1. Juventud mexicana

La población actual del país está compuesta en su mayoría por jóvenes: poco más de 50% de la población tiene menos de 25 años, la quinta parte cursa la educación básica, son menores de 15 años. Las condiciones de los jóvenes de México, pueden comprenderse a través de las categorías que establece Carlos Feixa, a partir del territorio donde habitan, la clase social y género, es por ello, que se retoman para conocer las características de nuestra juventud.

Se debe voltear la mirada a esa pluralidad sociocultural para tratar de vislumbrar la realidad de la juventud. Los escenarios en los que los jóvenes negocian y dialogan, se vinculan a través de sus prácticas y el sentido que le dan a partir del contexto en el que se ubiquen y a partir de las dimensiones sociales

Si la identidad se manifiesta por las producciones culturales, es producto del consumo cultural que tiene la juventud, en ese sentido no se pueden alejar, ya que la identidad parte del acto de apropiación simbólica y las prácticas, así los jóvenes a través de ellas se manifiestan.

Es importante conocer las relaciones sociales de los jóvenes, la familia es un factor primordial para que el joven vaya configurando su ser y hacer en la sociedad. La mayoría de los jóvenes mexicanos viven con la presencia de ambos padres. En cuanto a la estructura de las familias se encuentra que todavía es el padre el encargado de sustento de la casa, mientras la madre se encarga del hogar, los roles sociales en cuanto a género se van configurando desde seno del hogar.

El género es también un elemento que configura del significado de los jóvenes, hombre o mujer, es un factor de distinción sociocultural. En el país la población entre los 12 y 19 años es de 33.6 millones; 16.3 millones son hombres mientras que el 17.3 millones son mujeres; las expresiones y representaciones que tienen estos jóvenes también marcan diferencias en las prácticas culturales dependiendo de la visión de cada género.³

En cuanto a la educación, el 45% de la población juvenil se encuentra estudiando, es también un factor de distinción social, ya que las posibilidades de tener un mejor desarrollo y la participación en la vida del país es influida por su nivel académico, las relaciones que entablan dentro de las instituciones educativas son cruciales para las formas de relación con los demás.

Las prácticas y los hábitos de los jóvenes mexicanos que hacen de su tiempo no tiene grandes diferencias entre un día laboral y uno de descanso, incrementándose sólo en este último caso, ciertas actividades recreativas como por ejemplo ver televisión, salir con los amigos, el mayor tiempo libre los jóvenes lo usan para estar con su familia y escuchar música.

³ “Cuando se habla de culturas o estilos juveniles se alude automáticamente a lo masculino; las mujeres han sido casi invisibles para los estudios sociales e investigadores...se conoce poco lo que está pasando con las mujeres de diferentes agrupamientos juveniles actuales, en el que atañe a la configuración de sentidos como usurarias de bienes materiales, espacios públicos” (Nateras, 2000, p 204)

De acuerdo con la Encuesta Nacional de la Juventud (ENJ) realizada en el 2002, la manifestación simbólica de las culturas juveniles, es expresada en un conjunto coherente de dispositivos materiales e inmateriales, los elementos que los jóvenes mexicanos consideran representativos de su identidad son "la apariencia y la moda", a distancia les siguen "el lenguaje, la música y los gustos", "la conciencia, las responsabilidades y el compromiso" y "la fuerza y la agilidad".

La percepción juvenil sobre los problemas del país destaca la pobreza como el más grave, seguidos por: el desempleo y la corrupción. En contraparte, lo que más les gusta a los jóvenes de México es su cultura y tradiciones, seguido por su nivel de vida, consideran a la seguridad pública como el problema comparativamente más agudo que los afecta, a continuación están la falta de vivienda propia, el obtener ingresos adecuados y la posibilidad para trabajar. En cambio perciben que, las posibilidades de estudiar y divertirse son mejores para ellos que para sus padres (ENJ, 2002).

2.2.2 Jóvenes Urbanos

Según la ENJ 2002, los jóvenes se concentran en áreas urbanas donde viven cuatro de cada cinco, en ellos radica una gran cantidad de expresiones juveniles en las ciudades, cuatro de cada cinco residen en áreas urbanas, donde se concentra la pobreza, en cuya mayor intensidad se registra en los hogares formados por jóvenes. "La pobreza es predominantemente urbana y joven" (Valenzuela, 2002, p 33), en el país las entidades donde se concentra la población juvenil más numerosa, son el Estado de México, el Distrito Federal, Veracruz y Jalisco.

Es importante situar el tipo de jóvenes que se encuentran en la zona metropolitana⁴ principalmente porque ahí se encuentran los estudiantes que acuden al Colegio de Ciencias y Humanidades Plantel Naucalpan, es primordial para comprender los procesos por lo cuales pasan para incorporarse a la sociedad. Las culturas juveniles urbanas se distinguen por los estilos con los que se ven identificados “se ven representados y puestos en escena en el espacio urbano que habitan, en las calles, se apropian real y simbólicamente de lugares específicos como terrenos baldíos, plazas, parques, tianguis, fiestas, bares, centros y espacios para la expresión y recreación cultural”⁵. (Nateras, 2000, p 204)

Los jóvenes urbanos tienen en su vida cotidiana un entramado de cruces y en contradicciones por el tipo de espacio en el que se localizan. En la ciudad, el barrio representa el epicentro de sus prácticas⁶, es el lugar central donde pasan los procesos de construcción de identidad. Se crean grupos de iguales se van configurando las identidades juveniles, asimismo, sus representaciones y prácticas, van llenando de sentido su realidad y la de la ciudad. “Las culturas juveniles tienen la cualidad de apropiarse y usar un sinnúmero de espacios o territorios tanto públicos, semipúblicos y privados donde se encuentran” (2000, p193)

⁴ Según el censo del año 2000 (INEGI) tres de cada cuatro habitantes residen en una zona urbana.

⁵ Existen lugares de reunión en donde se ven los estilos y las culturas juveniles, un ejemplo de ello es el Tianguis Cultural del Chopo

⁶ En la Ciudad de México y la Zona Metropolitana, se dan diversas manifestaciones de las culturas juveniles, como los skatos, punks y darks.

2.2.1 Los jóvenes urbanos del Estado de México

La distribución de la población entre 15 y 29 años es de 3.8 millones en el Estado de México, los jóvenes tienen como principales hábitos de recreación asistir al cine, a la iglesia y de paseo; los principales centros de reunión son la escuela, las fiestas, los parques y conciertos.

El ambiente y las preferencias socioculturales de los y las jóvenes son diferentes su tiempo libre es principalmente estar con su familia o con amigos; según las respuestas que arroja la ENJ, los padres y la escuela son los principales distribuidores de conocimiento en el Estado de México. "El saber público, tiene como maestros a los padres pero aparecen en este rubro los medios de comunicación como una fuente importante de acceso a la información (en el estado de México, más de 80% de los jóvenes tiene acceso a las televisoras del país, además la televisión es el medio más importante para enterarse de las noticias, (68 de cada 100 jóvenes reportaron conocer las noticias a través de este medio)". (Navarrete, 2002)

Para Emma Navarrete (2002) los espacios de reunión de los jóvenes mexiquenses son fundamentalmente cuatro: la calle o el barrio, la casa de alguno de ellos, la escuela y los centros deportivos. Sin embargo, al corte por sexo se advierten diferencias tajantes, primero se reporta un elemento que remite a cierto aislamiento en cuanto a vida social de las mujeres, pues 20 de cada 100 no se reúne porque no tiene amigos (cifra incluso mayor que la remitida a nivel nacional que fue de 18.6%); y segundo que los varones encuentran en espacios públicos los principales espacios para convivir con los amigos, en tanto que las mujeres tienen espacios más bien familiares.

Los jóvenes del Estado de México, viven en una entidad urbana, pero con poca participación social; aunque el nivel de escolaridad es mayor al resto del país, tienen mayores oportunidades en cuanto a nivel de estudio también están bombardeados de muchas ofertas culturales y es difícil encontrar un camino estable. Su vida familiar es importante, a pesar que la mayoría de los padres trabajan, los jóvenes buscan fortalecer los lazos afectivo dentro de su hogar, pues consideran que es parte fundamental para su formación como personas.⁷

2.3. El Colegio de Ciencias y Humanidades como espacio de las Culturas Juveniles

Se ha comentado que es importante conocer las relaciones que tienen los jóvenes para comprender sus prácticas y representaciones, un lugar donde se gestan es precisamente en la escuela, pues es considerado como uno de los esferas donde se relacionan con sus iguales y de cierta forma con la sociedad. Esta investigación está basa en conocer cuál es el consumo cultural que tienen los estudiantes de Colegio de Ciencias y Humanidades Plantel Naucalpan, para ello, es necesario conocer la lógica educativa de esta institución, así como las características de los jóvenes que asisten a él, para reflexionar cómo se instauran a partir de las relaciones que entablan con sus compañeros, maestros y cómo contribuyen al sentido que le dan a su vida cotidiana.

El Colegio de Ciencias y Humanidades (CCH) es un proyecto de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), nace el año de 1971 con el fin de crear un espacio donde se pueda forjar una nueva forma académica; intenta dar una solución en el sentido de integrar al individuo

⁷ Habría que conocer más acerca de su espacio familiar y ver si aparecen cambios en el significado e importancia de la familia para los jóvenes.

con la sociedad, es decir, se pretende hallar una unidad existente entre la educación y la vida cotidiana.

El CCH fue creado para atender una creciente demanda de ingreso a nivel medio superior en la zona metropolitana y al mismo tiempo para resolver la desvinculación existente entre las diversas escuelas facultades, institutos y centros de investigación de la UNAM. Los primeros planteles en abrir fueron Azcapotzalco, Naucalpan y Vallejo, el 12 de abril de 1971, al siguiente año hicieron lo mismo los planteles Oriente y Sur.

La UNAM en sus dos subsistemas de bachillerato tiene aproximadamente 96 mil de estudiantes, más de 50 mil están inscritos en el Colegio de Ciencias y Humanidades. La mayoría de los alumnos del CCH provienen de secundarias públicas, la edad aproximada que ingresan es con menos de 15 años.

La situación familiar de los estudiantes de los CCHS, se caracteriza como núcleo , generalmente está compuesta de cinco miembros, en sus casas; se precisa la carencia de espacios, útiles, libros, o ambiente adecuado para el estudio, el capital cultural es pobre y con poca relación con actividades científicas y artísticas. Algunas características socioeconómicas, culturales y académicas de los estudiantes es que "tienen bien definido su deseo de continuar estudiando y convertirse en profesionalitas, para ello cuentan con el aval de la familia"(2003, p10).

El 56 % de los alumnos tiene 15 años de edad, el 23% cuenta con 16 años, más del 77% que ingresa tiene menos de 16 años. En los últimos años han aumentado el número de alumnos de género femenino, el Colegio tiene una población compuesta de 53% por mujeres y el 47 % de hombres.

El CCH es un espacio de interacción de las diversidades que existen entre los jóvenes y en donde también se vinculan, cómo se perciben y perciben a los otros que los ligan con aspectos sociales y culturales, cómo configuran su realidad a partir de sus representaciones y sus prácticas.

Existe una relación social donde además de interactuar con sus compañeros, también se insertan al ámbito educativo y su camino a la construcción de sus necesidades como sujetos sociales. Las ocupaciones de los padres son dos principalmente comerciantes y empleados, representan el 70 %, el nivel de escolaridad de los padres de los estudiantes es que el 28% de los padres y el 40% de las madres tienen un nivel máximo de primaria; mientras que el 25% de ambos padres llegó hasta la secundaria, sólo el 8% de las madres y el 15% de los padres tienen bachillerato, a nivel de estudios superiores, el 7% tiene licenciatura y sólo el 1% posgrado. Los alumnos pertenecen a familias económicamente activas y con un ingreso seguro

Comprender los procesos culturales que atraviesan los estudiantes del Colegio durante su estancia en el mismo, y ayudar a construir propuestas tanto a nivel educativo y desarrollar nuevos proyectos de investigación sobre cultura juvenil y consumo cultural, sobre todo en el ámbito de los grupos juveniles incorporados, además representa un espacio donde se dan diferentes formas de expresión.

Se puede situar a los estudiantes que asisten a los CCHS, de acuerdo con Rossana Reguillo (2003), como actores juveniles a los "incorporados" cuyas prácticas han sido analizadas a través de su pertinencia al ámbito escolar, laboral y religioso.

CAPÍTULO 3

3. ENCUESTA Y GRUPO DE DISCUSIÓN: TRAZOS PARA EL ANÁLISIS DEL CONSUMO CULTURAL

Pensar juntos el pensamiento con el que pensamos
Jesús Ibáñez

En el siguiente apartado se desglosa la metodología para el análisis del consumo de los estudiantes del Naucalpan. En primer lugar se expone la encuesta. Posteriormente se aborda el grupo de discusión y la interpretación del mismo.

3.1 La encuesta como técnica para el Análisis del Consumo Cultural

Las primeras aproximaciones que se dan en cuestión metodológica respecto a los estudios culturales juveniles han sido a través de una metodología cualitativa, quizá porque las primeras miradas son por medio de disciplinas como la antropología; las técnicas que más predominan son la etnografía y las historias de vida¹. En este sentido, el trabajo intenta marcar las primeras líneas del mapa para después profundizar en cuestión al consumo cultural como configurador de las Culturas Juveniles. Por otro lado, esta técnica arroja datos duros, pero más allá de los datos permite ver la relación de ellos.

Asimismo, la encuesta tiene algunas características para su aplicación. En diversos estudios como lo menciona Heriberto López (1998):

- a. Variedad y flexibilidad de aplicaciones
- b. Comparabilidad: Permite contrastar y comparar los resultados de manera directa y objetiva.

¹ Los acercamientos metodológicos - técnicos de investigadores como Maritza Urteaga(1991), Rossana Reguillo (2003) y Carles Freixa (1997) se dan a partir de técnicas como la etnografía e historias de vida, ya que les interesa abordar el fenómeno de la cultura juvenil desde el mismo campo de acción . los jóvenes mismos.

- c. Desarrollo tecnológico: Los sistemas de levantamiento, codificación, captura, validación, procesamiento y presentación de la información se han modificado para la utilización de la información
- d. Oportunidad: Permite ofrecer resultados con gran velocidad
- e. Precisión: La naturaleza de la técnica permite conocer el nivel de precisión de los resultados
- f. Costo y eficacia: La encuesta permite proporcionar resultados con un alto índice de costo/eficiencia.

Se aplica esta técnica por los resultados que da para la investigación, la travesía de los estudios sobre la Cultura Juvenil genera una rica discusión y diálogo de los investigadores que se han centrado en esta línea, pero sobre todo deja una enorme grieta en cuanto al estudio de los actores juveniles "incorporados"², ya que la gran mayoría de las investigaciones se han enfocado en los "alternativos"³, existe la posibilidad de trazar las primeras líneas. La encuesta por las características que se mencionan permite tener una aproximación más sólida respecto al Consumo Cultural.

El tema del Consumo Cultural como configurador de las culturas juveniles, implica pensar en diversos caminos o áreas de interés, en este sentido, se resuelve optar por una técnica cuantitativa para ir construyendo el camino y otras posibles líneas de análisis como primera aproximación.

En la aplicación de la encuesta existe una etapa en la cual se diseña y planea. Para López (1998) esta etapa define el tipo de encuesta que se desea aplicar y por ello las clasifica en dos; las que proporcionan amplia información de carácter estratégico y las que proporcionan información de carácter específico o tácito.

² Según Rossana Reguillo(2002), son los que han sido pensados en cuyas prácticas han sido analizadas a través desde su pertinencia al ámbito escolar, laboral o religioso; o bien desde el Consumo Cultural

³ Cuyas prácticas culturales han sido analizadas desde su incorporación a los esquemas de la cultura dominante (Contracultura)

A partir del nivel de información que requieren alcanzar de acuerdo con el problema de investigación y el objeto de estudio se pueden dividir en cuatro criterios:

- a. Encuestas exploratorias: sirven para identificar las características generales o dimensiones del problema.
- b. Encuestas descriptivas: describir con precisión las características del fenómeno observado
- c. Encuestas explicativas: describir la frecuencia con la que ocurre un fenómeno asociado a otro.
- d. Encuestas causales: intentan marcar una relación causal entre las variables

Ahora bien, se ha mencionado el tipo de encuestas que existen, con el objetivo de exponer cuál es la que se utiliza, para el fin que se ocupa se decidió optar por una encuesta de tipo descriptivo, por tanto que permite describir con precisión las características que tienen los jóvenes que asisten al CCH Naucalpan con respecto al Consumo Cultural.

Es importante ubicar bajo que coordenadas teóricas nos encontramos para la interpretación empírica. Se parte del Consumo Cultural ya entiende cómo se puede detectar los espacios que se generan como productores del reconocimiento e identificación; así como el conjunto de procesos de apropiación y usos de los productos en el que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y cambio (Canclini, 2001, p 42).

Asimismo, permite reflexionar respecto a la cultura juvenil sobre todo en rubros como, religión, política, educación, estudios de género, trabajo y sexualidad, aspectos fundamentales para pensar nuestra cultura pues como menciona Néstor García Canclini "Cuando se refiere al consumo cultural estamos aludiendo a los procesos mediante los cuales los sujetos sociales seleccionan, apropian e integran a sus universos de significación objetos que circulan por las redes del mercado y de los medios masivos" (2001, p 34)

3.1.1 Elaboración de Cuestionario

Después de entablar un diálogo entre la teoría y la técnica, en este apartado se presenta la elaboración del cuestionario, que sirve para la recolección de datos

En la técnica de la encuesta, el instrumento que más se utiliza es el cuestionario, es por definición un instrumento de recopilación de datos, estandarizado, que traduce y operacionaliza determinados conceptos de acuerdo con la investigación (Ander-Egg, p 273) .Se realiza por medio de preguntas que van dirigidas a los sujetos de estudio, permitiendo estudiar o responder a la pregunta de investigación.

La encuesta, tiene por objetivo medir, en este sentido, es el proceso por el cual las ideas o conceptos son dimensionados de acuerdo a reglas, éstas son plasmadas en el cuestionario, que es producto de la operacionalización, para que un concepto sea medido adecuadamente, debe cumplir con dos requisitos:

- a. Validez: asegura la consistencia, exactitud y capacidad de predicción de resultados, cuando mide lo que tiene que medir. Por ello, el cuestionario debe de arrojar preguntas que ayuden a responder la pregunta de investigación, basado en la teoría.

- b. **Confiabilidad:** el cuestionario como instrumento de recolección de datos, tiene que ser confiable para los resultados en cuestión de su organización, es decir, debe de ser diseñado de manera que se obtenga lo que se quiere medir.

3.1.1.1 Tabla de Especificaciones

Para la elaboración del cuestionario es necesario operacionalizar los conceptos principales del objeto de estudio y del marco teórico, en este sentido es el Consumo Cultural, es decir se debe de ir de lo complejo a lo concreto, se logra a través del desglose a unidades medibles y específicas que se van dando por medio de la operacionalización.

Para llevar a cabo la operacionalización, es necesario hacer una tabla de especificaciones, es un instrumento metodológico que se utiliza para operacionalizar los conceptos que determinan su construcción; la principal función es desglosar y ubicar los conceptos empleados en el marco teórico ligado con el objeto de estudio, debe de dar elementos que permitan elaborar el cuestionario

La tabla de especificaciones contiene cinco columnas:

- a. *Concepto:* es la representación literaria que expresa un rasgo característico del fenómeno estudiar.
- b. *Categoría:* se despliega del concepto, es decir, es la dimensión de concepto que caracteriza la temática a estudiar
- c. *Indicador:* se despliega de la categoría, expresa como la medida única y unívoca que se presenta en la realidad social.
- d. *Ítem:* se despliega del indicador, es la parte más particular de las características de la temática
- e. *Reactivo:* es el producto final, es la pregunta que se empleará en el cuestionario para la medición.

Los conceptos a operacionalizar son Consumo Cultural y Demografía, para identificar a las culturas juveniles del CCH Naucalpan .A continuación se presenta la tabla de especificaciones.

Encuesta y Grupo de Discusión: Trazos para el análisis del consumo cultural

TABLA DE ESPECIFICACIONES					
CONCEPTO	CATEGORIA	INDICADOR	INDICE	ITEM	REACTIVO
1. Consumo Cultural: Conjunto de procesos de apropiación, y usos de los productos en que el valor simbólico prevalece sobre el de uso	1.1 Apropiación y uso	1.1.1 Música	1.1.1.1 Géneros	1.1.1.1.1 Rock	1.1.1.1.1 ¿Cuáles son los géneros de música que más escuchas?
				1.1.1.1.2 Clásica	
				1.1.1.1.3 Pop	
				1.1.1.1.4 Norteña	
				1.1.1.1.5 Electrónica	
				1.1.1.1.6 Rock Pesado	
				1.1.1.1.7 Grupera	
				1.1.1.1.8 Jazz	
				1.1.1.1.9 Ska	
				1.1.1.1.10 Reagge	
				1.1.1.1.11 Trova	
					1.1.1.1.1.2 ¿Por qué motivo escuchas esos géneros?
					Reagge
					Trova
					Gusto
					Moda
					Letras de las canciones
					Por la Música
					1.1.1.2.1 ¿Qué tipos de programas prefiere ver en televisión?
				1.1.1.2.1 Televisión	
				1.1.1.2.2 Radio	
				1.1.1.2.3 Cine	
				1.1.1.2.4 Internet	
				1.1.1.2.5 Motivo	
	1.1.2 Medios de Comunicación		1.1.2.1 Tipos de Programas		
					1.1.12.1.2 ¿Qué canales de televisión abierta prefiere ver?
					2,4,5,7,9,11,13,22,28,34,y40

	<p>1.1.1.2.1.3 ¿Por qué motivo prefieres esos programas?</p> <p>Gusto Moda Programas Contenido Entretimiento</p>				
	<p>1.1.1.2.1.4 ¿Qué tipos de programas prefieres escuchar en la radio?</p> <p>Culturales Informativos Musicales Educativos Deportivos</p>				
	<p>1.1.1.2.1.5 ¿Qué estaciones de radio escuchas?</p>				
	<p>1.1.1.2.1.6 ¿Por qué motivo prefieres esos programas?</p> <p>Gusto Moda Programas Contenido Entretimiento</p>			<p>1.1.1.2.3.1 ¿Asistes regularmente al Cine?</p> <p>Si No</p>	<p>1.1.1.2.3.2 ¿Por qué motivo ves una película?</p> <p>Moda Actores</p>

Encuesta y Grupo de Discusión: Trazos para el análisis del consumo cultural

				<p>Temática Género Director 1.1.1.2.4.1 ¿Has utilizado alguna vez Internet? Sí No 1.1.1.2.4.2 ¿Por que motivo has utilizado Internet? Bajar música Chatear con mis amigos Información para mis tareas escolares Correos Información para eventos culturales Entretimiento</p>
1.1.3 Productos	1.1.3.1 Ropa 1.1.3.2 Accesorios			<p>1.1.3.1.1 ¿En qué prefieres gastar tu dinero? 1.1.4.1.1.1 ¿Con qué frecuencia realizas las siguientes actividades en tu tiempo libre? Ir al cine Ver televisión Escuchar música Asistir a museos, exposiciones, danza, etc. Leer libros Practicar deporte Participar en alguna asociación civil Ir a conciertos Ir a fiestas Reunirme con mis amigos</p>
1.1.4 Prácticas	1.1.4.1 Cultura y recreación		<p>1.1.4.1.1 Actividades 1.1.4.1.2 Tiempo libre 1.1.4.1.3 Territorio</p>	<p>1.4.1.1.2 ¿En qué</p>

				lugares te reúnes con tus amigos? Escuela Casa Parque Plaza Centros comerciales Áreas deportivas Antros, bares, cantinas Organizaciones civiles Calle Barrio
1.2 Identidad	1.2.1.1 Clase	1.2.1.1.1 Alta 1.2.1.1.2 Media 1.2.1.2.3 Baja	1.2.1.1.1 ¿De qué clase social te consideras? 2.1.2.1.1 Señala el grado de acuerdo o desacuerdo que tienes con relación a las siguientes afirmaciones Las mujeres sólo deben dedicarse al hogar Tanto hombres como mujeres tienen las mismas posibilidades para desempeñarse profesionalmente Las mujeres son más responsables que los hombres La mujer debe de llegar virgen al matrimonio Los hombres son los que deben tener el cargo económico del hogar Tanto hombres como mujeres pueden desempeñar un cargo público Las mujeres sufren más discriminación Estoy de acuerdo con el	
	1.2.1.1.1 Autovaloración y Percepción			
	1.2.1.2 Género	2.1.2.1 Roles sociales		
	1.2.1.3 Proyección a Futuro	1.2.3.1. Educación 1.2.3.2. Trabajo 1.2.3.3. Familia		

Encuesta y Grupo de Discusión: Trazos para el análisis del consumo cultural

					<p>aborto Tanto hombres como mujeres pueden hacerse cargo de las labores domésticas La escuela es importante para la difusión de valores éticos y sociales La escuela es importante para la divulgación del conocimiento y la cultura El gobierno actual ha resuelto los problemas sociales Los encargados de las decisiones del país (presidente, gobernadores, senado, cámara de diputados) se han ocupado de resolver los problemas económicos y sociales del país La familia es la principal institución para la formación social de los jóvenes Los partidos políticos sólo se preocupan por el poder sin pensar lo que necesita el país 1.2.3.1.1 ¿Cómo te ves en el futuro? Título Trabajo Casado y con hijos Posgrado</p>
--	--	--	--	--	---

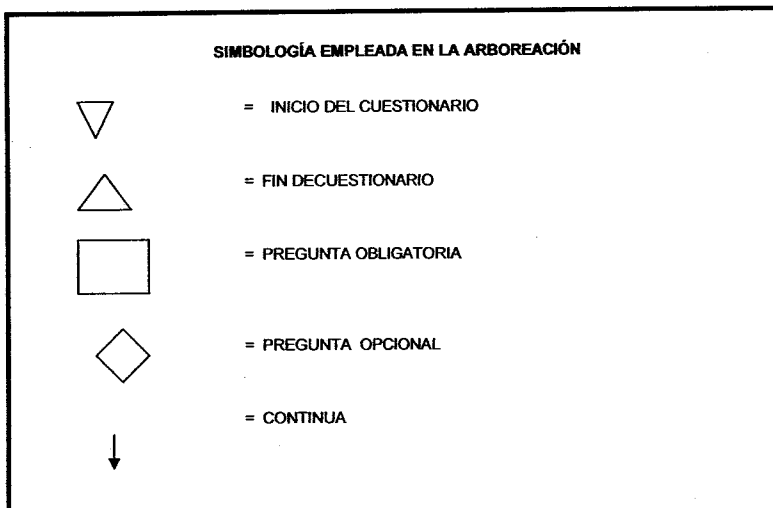
Capítulo 3

<p>2. Demografía</p>	<p>2.1 Género</p>	<p>2.1.1 Masculino 2.1.2 Femenino</p>	<p>2.2 Edad</p>	<p>2.2.1 14-15 años 2.2.2 16-17 años 2.2.3 18-19 años 2.2.4 Más de 20</p>	
	2.3 Turno	2.3.1 Matutino 2.3.2 Vespertino			
	2.4 Semestre	2.4.1 Primero 2.4.2 Tercero 2.4.3 Quinto			
	2.5 Estado Civil	2.5.1 Soltero 2.5.2 Casado 2.5.3 Divorciado			
	2.6 Situación económica	2.6.1 Sostén económica del hogar 2.6.2 Dependencia económica 2.6.3 Gastos diarios			
	2.7 Situación Familiar	2.7.1 Con quién vives			
	2.8 Actividad Secundaria	2.8.1 Trabajo			
	2.9 Situación escolar	2.9.1 Adeudo de materias			

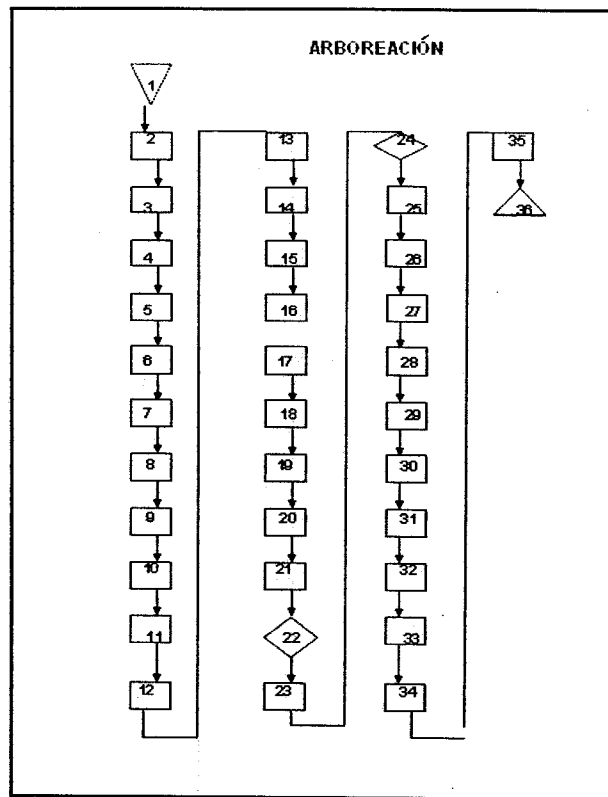
3.1.1.1 Arboreación

La arboreación es una técnica que permite ordenar el cuestionario a partir de los reactivos producto de la Tabla de Especificaciones, en una lógica de presentación a partir de varios criterios.

Para llevar a cabo la arboreación se utilizan un conjunto de símbolos que son los siguientes:



A continuación se presenta la arboreación para ordenar el cuestionario, contiene dentro de cada símbolo el número progresivo y se lee comenzando con el número 1 y se continúa dependiendo de las flechas.



Una vez establecida la simbología se presentan los criterios bajo los cuales se ordenó el cuestionario:

- a) Al principio del cuestionario se colocarán los datos demográficos
- b) A continuación se colocarán la situación Económica-Académica
- c) Los reactivos se colocarán de manera general del más sencillo al más complejo, las preguntas se ordenaron por tópicos
 - a. Consumo Cultural
 - b. Percepción y valoración

3.1.1.1.2 Tabla de Equivalencias

La Tabla de Equivalencias permite localizar el reactivo que tiene el mismo número del ítem con respecto al número con el que aparece en el cuestionario, de tal forma que en la primera columna se anota el número del ítem/ reactivo y en la segunda columna el número del reactivo/cuestionario

REACTIVOS	NÚMERO DE PREGUNTA
1.1.1.1.1.1	27
1.1.1.1.1.2	28
1.1.1.2.1.1	15
1.1.1.2.1.2	16
1.1.1.2.1.3	17
1.1.1.2.1.4	18
1.1.1.2.1.5	19
1.1.1.2.1.6	20
1.1.1.2.3.1	23
1.1.1.2.3.2	24
1.1.1.2.4.1	21
1.1.1.2.4.2	22
1.1.3.1.1	26
1.1.4.1.1.1	14
1.4.1.1.1.2	25
1.2.1.1.1.1	29
2.1.2.1.1	30
1.2.3.1.1	33
1.2.1.1.2	31
1.2.1.1.1	32
1.2.3.1.1	34
1.2.3.1.2	35
2.1	1
2.2	2
2.3	3
2.4	4
2.5	5
2.6.1	9
2.6.2	10
2.6.3	11
2.7.1	8
2.8.1	6
2.9.1	13

3.1.1.1.3Cuestionario

Ya teniendo la Tabla de Equivalencias con los reactivos que arrojó la Tabla de especificaciones; el siguiente paso es organizar la información en una secuencia lógica que permita que el cuestionario tenga un orden con el fin de que brinde los resultados que se espera. Para lo cual se tomaron en cuenta los siguientes principios:

- a. De lo general a lo específico
- b. De lo simple a lo complejo
- c. Por Tópicos

El cuestionario tiene la siguiente estructura:

- a. Presentación del objetivo
- b. Instrucciones
- c. Preguntas demográficas
- d. Preguntas por Tópico
 - a. Consumo Cultural
 - b. Percepción y valoración

El cuestionario se aplicó a 10 alumnos del CCH Naucalpan de tercer semestre, turno vespertino para de comprobar que las instrucciones y las preguntas fueran claras con el objetivo de mayor claridad a la hora de responder y codificar el cuestionario.

Las correcciones fueron principalmente el las preguntas 14, 15 y 34 con respecto a las instrucciones. Asimismo, se agregó una pregunta en la parte sociodemográfica -En qué delegación o municipio vives. Después de hacer las correcciones pertinentes el cuestionario final es el siguiente:

FOLIO _____

CONSUMO CULTURAL EN LAS CULTURAS JUVENILES

El siguiente cuestionario tiene como objetivo conocer cuál es el Consumo Cultural que tienen los estudiantes del CCH Plantel Naucalpan

La información que proporcionas será confidencial y sólo se utilizará para fines académicos

INSTRUCCIONES

Marca con una "X" tu respuesta

1. DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS

1. Sexo	2. Edad	3. Turno	4. Semestre	5. Estado Civil	6. Trabajas	7. En qué delegación o municipio vives
a. Femenino b. Masculino	a. 14 -15 años b. 16-17 años c. 18-19 años d. Más de 20	a. Matutino b. Vespertino	a. Primero b. Tercero c. Quinto	a. Soltero (a) b. Casado(a) c. Divorciado(a)	a. Sí b. No	_____ -

SITUACIÓN ECONÓMICA- ACADÉMICA

8. Con quién vives	9. Quién(es) trabaja(n) en tu familia	10. De quién dependes económicamente	11. Cuánto dinero te gastas a la semana (Incluye gastos personales y pasajes)	12. De los siguientes aparatos y servicios con cuáles cuentas en tu casa	13. Debes materias
a. Padres o/ hermanos b. Familiares c. Amigos d. Solo e. Otro _____ (Especifica)	a. Padre b. Madre c. Ambos d. Hermanos e. Familiares f. Otro _____ (Especifica)	a. Padre b. Madre c. Ambos d. Hermanos e. Familiares f. Autosuficiente g. Otro _____ h. (Especifica)	a. 50 pesos b. 100 pesos c. 200 pesos d. 300 pesos e. 400 pesos f. Más de 500	a. Televisión b. Radio c. Televisión por cables d. Internet e. Computadora	a. No b. Sí Cuántas _____

2. CONSUMO CULTURAL

**14 ¿Con qué frecuencia realizas las siguientes actividades en tu tiempo libre?
Elige una opción por cada región**

Actividad	Muy frecuentemente	Frecuentemente	Regularmente	Frecuentemente poco	No las realizo
Ir al cine					
Ver televisión					
Escuchar música					
Asistir a museos, exposiciones, danza, etc.					
Leer libros					
Practicar deporte					
Participar en alguna asociación civil					
Ir a conciertos					
Ir a fiestas					
Reunirme con mis amigos					

15. Enumera del uno al tres los programas que prefieres ver en televisión, donde 1 es el que más ves y 3 el que menos ves

- Culturales
 - Informativos
 - Educativos
 - Telenovelas
 - Documentales
 - De revista
 - Caricaturas
 - Deportes
 - Musicales
 - Talk Show
 - Otro _____
- (Específica)**

16. Enumera del uno al tres los canales de televisión abierta que ves, donde 1 es el que más ves y 3 es el que menos ves

- Canal 2
- Canal 4
- Canal 5
- Canal 7
- Canal 9
- Canal 11
- Canal 13
- Canal 22
- Canal 28
- Canal 34
- Canal 40

17. ¿Por qué motivo ves esos canales de televisión? (Marca sólo dos opciones)

- a. Gusto
- b. Por moda
- c. Por los programas
- d. Por el contenido de los programas
- e. Entretenimiento
- f. Otro _____
(Específica)

18. ¿Qué tipo de programas prefieres escuchar en la radio? (Marca sólo dos opciones)

- a. Culturales
- b. Deportivos
- c. Educativos
- d. Musicales
- e. De revista
- f. Informativos
- g. Otro _____
(Específica)

19. ¿Cuáles son las estaciones de radio que escuchas? (Marca sólo tres opciones)

- a. La k Buena
- b. Digital 99
- c. Alfa 91.3
- d. 97.7
- e. EXA FM 104.3
- f. AMOR 95.3
- g. Órbita 105.7
- h. La Z 107.3
- i. Otra _____
(Específica)

20. ¿Por qué motivo escuchas esas estaciones de radio? (Marca sólo tres opciones)

- a. Gusto
- b. Por moda
- c. Por los programas
- d. Por la música
- e. Por entretenimiento
- f. Por la información
- g. Otra _____
(Específica)

21. ¿Has utilizado alguna vez Internet?

- a. Sí
- b. No

Si contestaste que NO pasa a la pregunta 23

22. ¿Por qué motivo has utilizado Internet? (Marca sólo tres opciones)

- a. Para bajar música
- b. Chatear con mis amigos
- c. Buscar información para mis tareas escolares
- d. Enviar correos electrónicos
- e. Buscar información para eventos culturales
- f. Entretenimiento

Otro _____
(Especifica)

23. ¿Asistes regularmente al cine?

- a. Sí
- b. No

Si contestaste que NO pasa a la pregunta 25

24. ¿Por qué motivo decides ver una película? (Marca sólo tres opciones)

- a. Porque está de moda
- b. Por los actores
- c. Por la temática
- d. Por el director
- e. Por el género
- f. Otra _____

(Especifica)

25. ¿En qué lugares te reúnes con tus amigos? (Marca sólo tres opciones)

- a. Escuela
- b. Casa
- c. Parque
- d. Plaza
- e. Centros comerciales
- f. Áreas deportivas
- g. Antros, bares, cantinas
- h. Organizaciones civiles
- i. Calle
- j. Barrio
- k. Otro _____

(Especifica)

26. ¿En qué prefieres gastar tu dinero? (Marca sólo tres opciones)

- a. Ropa
- b. Cd's
- c. Accesorios
- d. Libros
- e. Revistas
- f. Cine
- g. Conciertos
- h. Otro _____

(Específica)

27. Enumera del uno al tres los géneros de música que prefieres, donde 1 es el que más escuchas y 3 el que menos escuchas

- ___ Rock en español
- ___ Rock en inglés
- ___ Clásica
- ___ Pop
- ___ Nortea
- ___ Electrónica
- ___ Rock pesado
- ___ Grupera
- ___ Jazz
- ___ Ska
- ___ Regge
- ___ Trova
- ___ Otro

28. ¿Por qué motivo escuchas esos géneros musicales? (Marca sólo tres opciones)

- a. Gusto
- b. Por moda
- c. Por la letras de las canciones
- d. Por la música
- e. Por el cantante o el grupo que lo interpreta
- f. Otro _____

(Específica)

3. PERCEPCIÓN Y VALORACIÓN

29. ¿De qué clase social te consideras?

- a. Alta
- b. Media
- c. Baja
- d. Ninguna

Capítulo 3

30. Señala el grado de acuerdo o desacuerdo que tienes con relación a las siguientes afirmaciones (Elige una opción por cada renglón)

GÉNERO

Afirmaciones	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Las mujeres sólo deben dedicarse al hogar					
Tanto hombres como mujeres tienen las mismas posibilidades para desempeñarse profesionalmente					
Las mujeres son más responsables que los hombres					
La mujer debe de llegar virgen al matrimonio					
Los hombres son los que deben tener el cargo económico del hogar					
Tanto hombres como mujeres pueden desempeñar un cargo público					
Las mujeres sufren más discriminación					
Estoy de acuerdo con el aborto					
Tanto hombres como mujeres pueden hacerse cargo de las labores domésticas					

31. Señala el grado de acuerdo o desacuerdo que tienes con relación a las siguientes afirmaciones (Elige una opción por cada renglón)

VALORES SOCIALES

Afirmaciones	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Todos los políticos son corruptos					
Existe mucha desigualdad social y económica en el país					
Todos los jóvenes tienen las mismas posibilidades económicas para estudiar					
Los indígenas son los más discriminados del país					
Todos tienen las mismas posibilidades de conseguir un buen trabajo					
A los jóvenes no les interesa la política					
Los jóvenes no son tomados en cuenta para las decisiones del país					
Los jóvenes son apáticos ante los problemas del país					
Los jóvenes que viven en el DF y la Zona Metropolitana tienen mejores oportunidades de educación y trabajo que los que habitan en provincia					
Los jóvenes promueven valores éticos y morales					

32. Señala el grado de acuerdo o desacuerdo que tienes con relación a las siguientes afirmaciones (Elige una opción por cada renglón)

INSTITUCIONES SOCIALES

Afirmaciones	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
La escuela es importante para la difusión de valores éticos y sociales					
La escuela es importante para la divulgación del conocimiento y la cultura					
El gobierno actual ha resuelto los problemas sociales					
Los encargados de las decisiones del país (presidente, gobernadores, senado, cámara de diputados) se han ocupado de resolver los problemas económicos y sociales del país					
La familia es la principal institución para la formación social de los jóvenes					
Los partidos políticos sólo se preocupan por el poder sin pensar lo que necesita el país					

33. ¿Cómo te ves en el futuro? (Marca sólo dos opciones)

- a. Con título universitario
- b. Con trabajo
- c. Desempleada (a)
- d. Casada (o) y con hijos
- e. Estudiando un posgrado

34. Señala el grado de identificación que tienes con respecto a los siguientes grupos juveniles (Elige sólo una opción por renglón)

Grupos juveniles	Me identifico totalmente	Me identifico	Me identifico poco	No me identifico
Estudiantes				
Porros				
Deportistas				
Darketos				
Skatos				
Punketos				

35. De acuerdo con las siguientes opciones jerarquiza los motivos por los cuales te identificas con los demás jóvenes, donde 1 es el más importante y 8 el menos.

- Por la música que escuchan
- La forma de vestir
- Las formas de pensar
- Preferencias y gustos
- Por los lugares que frecuentan
- Por el lugar donde viven
- Por la escuela a la que asisten
- Por la clase social

36. ¿Qué es lo que más te gusta de asistir al CCH? (Marca sólo 3 opciones)

- a. Que puedo tener una mejor educación y cultura
- b. Que conozco a más personas
- c. Que aquí me reúno con mis amigos
- d. Los maestros
- e. Las instalaciones de la escuela
- f. Las actividades deportivas y culturales que se organizan
- g. Otro _____
(Especifica)

MUCHAS GRACIAS POR TU COLABORACIÓN

3.2. Levantamientos de Datos

Diseño de la Muestra

En este apartado se menciona el diseño de la muestra de la encuesta. Para saber que tipo de muestra se requiere conocer a nuestro universo o población "el universo es el conjunto de elementos a los cuales se desea explorar, los resultados de la muestra" (López, 98, 48). En este sentido, se define como universo de esta investigación a todos los jóvenes que son estudiantes inscritos en el Colegio de Ciencias y Humanidades Plantel Naucalpan.

Después de haber definido el universo o población, el siguiente paso es determinar el tamaño de la muestra. El marco muestral es la lista de todos los estudiantes inscritos durante el semestre 2005-1, la información del total de la población de los alumnos fue proporcionada por la Coordinadora de Servicios Escolares del Plantel, la Bióloga Guadalupe Mendiola. La información solicitada fue:

1. Población total
2. Población por semestre
3. Población por turno
4. Población por género

La información que se proporcionó fue la siguiente:

Población Total: **11317**

Semestre -Género

Semestre	Hombres	Mujeres	Total
Segundo Semestre	1613	1932	3545
Tercer Semestre	1743	2039	3782
Quinto Semestre	1797	2193	3990
Población Total	5153	6164	11317

Semestre-Género -Turno

Turno	Hombres	Mujeres	Total
Matutino	2863	2139	5002
Vespertino	3362	2773	6135
Población Total	6225	5092	11317

El tipo de muestra que se empleó es aleatoria-estratificada, tiene bases de muestreo probabilístico, consiste en que todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos, pero como se conoce ciertas características se decidió agrupar y de igual forma se tiene una selección al azar

Con la información del total del universo, se desea obtener la muestra, es decir una porción representativa del universo o población total. Para ello se tomó en cuenta la siguiente fórmula. Las variables que se consideran son las siguientes:

Variable	Descripción
n	Tamaño de la muestra
N	Tamaño del universo
p	Probabilidad de ocurrencia (Homogeneidad del fenómeno)
q	Probabilidad de no ocurrencia
Me	Margen de error o precisión(1-p)
Nc	Nivel de confianza o exactitud .Expresado como valor z que determina el área de probabilidad

La fórmula es la siguiente:

$$N = \frac{NPq}{\left[\frac{ME^2 (N-1)}{NC^2} \right] + PQ}$$

Para calcular el tamaño de la muestra se sustituyó con los siguientes valores:

N= es la población total del CCH -11317

P= Se desconoce la probabilidad de ocurrencia. Por esta razón se asume el punto de incertidumbre que es de 50%.Se expresa como probabilidad (.5)

q=1-.5=.5

Me=+/- .5 por ciento de margen de error

Nc= 95% de nivel de confianza o exactitud

Al realizar las operaciones el valor de n, es decir el valor de la muestra con respecto al universo es de **371** .Habiendo definido el tamaño, se precisó el tipo de selección, es decir, cómo vamos a organizar

Para esta investigación se consideró necesario estratificar la muestra, consiste en dividir en submuestras a los que consideramos como estratos, para ello se tomó en cuenta la información proporcionada por Servicios escolares, la población total por semestre, turno y sexo, así se obtuvieron los siguientes estratos.

MUESTRA POR ESTRATOS DEL CCH PLANTEL NAUCALPAN

Muestra de la población total	Muestra del género femenino	Muestra del género masculino
371	202	169

Muestra por semestre y género

▪ **PRIMER SEMESTRE**

Turno	Hombres	Mujeres	Total
Matutino	29	34	63
Vespertino	24	29	53
			116

▪ **TERCER SEMESTRE**

Turno	Hombres	Mujeres	Total
Matutino	32	36	68
Vespertino	25	30	55
			123

▪ **QUINTO SEMESTRE**

Turno	Hombres	Mujeres	Total
Matutino	32	40	72
Vespertino	28	32	60
			132

Después de haber definido el tipo de muestra y tener los estratos que la conforman, se aplicaron los cuestionarios. Para mayor practicidad en el levantamiento de datos se optó por escoger al azar los grupos de materia de Taller de Redacción I y Taller de Redacción III, para primer y tercer semestre respectivamente, ya que son materias obligatorias para los estudiantes, ayudó para tener un mejor control y la posibilidad de que todos los estudiantes pudieran ser escogidos para responder el cuestionario. Para ello se acudió a la lista de los grupos de Talleres en la Coordinación de Comunicación y Lenguaje de ambos turnos.

Para los alumnos de quinto semestre, se optó por acudir a las listas de la materia de Filosofía por las mismas razones ya mencionadas con la materia de Talleres, para ello se acudió a la lista de grupos en el Colegio de Historia del plantel, ya que ellos son los encargados de llevar un control.

Los encargados de aplicar la encuesta, fueron tres encuestadores, los cuales recibieron instrucciones previas. Para la aplicación de los cuestionarios se enumeró cada uno de acuerdo con el Folio para tener mayor control, asimismo, se hicieron paquetes para que cada encuestador inspeccionara el número de cuestionarios que se le había dado; se les proporcionó una lista de cuestionarios de acuerdo al folio y a cuantos hombres y mujeres se les tenía que aplicar y número de grupos que debía de visitar para ello se consideró lo siguiente:

- 2 grupos de Taller de Redacción I Turno Matutino
- 2 grupos de Taller de Redacción I Turno Vespertino
- 2 grupos de Taller de Redacción III Turno Matutino
- 2 grupos de Taller de Redacción III Turno Vespertino
- 3 grupos de Filosofía Turno Matutino
- 3 grupos de Filosofía Turno Vespertino

La aplicación de los cuestionarios se realizó en la hora de clases en las materias ya mencionadas con el fin que los estudiantes tuvieran el tiempo y el ambiente adecuado para contestar. Para ello se les solicitó a los profesores encargados del grupo el permiso para el levantamiento de la encuesta en su hora de clase.

Los días de levantamiento fueron el 25 de Noviembre de 2004, en este día se hizo aplicación de todos los cuestionarios correspondientes al Turno Vespertino

Los días 25, 29,30 de Noviembre se aplicaron los cuestionarios correspondientes al Turno Matutino.

3.2.1. Codificación de resultados

El vaciado de datos se realizó en el Programa EXCEL 2000, con el fin de crear una Base de Datos, con el objetivo de tabular y graficar la información. Los resultados se obtuvieron por medio de Autofiltros y Tablas Dinámicas.⁴

⁴ Véase Anexos

3.3 Interpretación de resultados de la encuesta “Consumo Cultural en las Culturas Juveniles”

En el siguiente apartado se presentan los resultados de la encuesta realizada a los estudiantes del Colegio de Ciencias y Humanidades Plantel Naucalpan para conocer cuál es el Consumo Cultural que tienen los jóvenes⁵.

3.3.1 Datos Sociodemográficos

La población del CCH Naucalpan, está compuesta por un 47% de hombres y un 53% de mujeres, estos porcentajes no varían en los turnos que tiene el Colegio ya que tanto el turno Matutino como Vespertino el porcentaje es el mismo.

El 61% de los estudiantes se encuentran entre los 16-17 años de edad, mientras que el 25% tiene entre 14-15 años estos jóvenes se encuentran estudiando el primer semestre, sólo 12% tienen entre 18-19 años.

Únicamente el 19% de los estudiantes trabaja, de este porcentaje el 71% son hombres y el 29% son mujeres, mientras que el 48% depende económicamente del padre, el 12% de la madre, el 39% depende de ambos padres y sólo 1% es autosuficiente.

Los lugares de procedencia de los jóvenes que acuden al Colegio son principalmente de la Zona Norte del Estado de México y el DF. Entre los municipios de mayor procedencia son: Naucalpan 28.57%, Atizapán 12.13%, Tlalnepantla 4.85%, Nicolás Romero 8% y las delegaciones mayor procedencia son: Miguel Hidalgo, Cuauhtémoc y Gustavo A. Madero.

El 42% gasta semanalmente 200 pesos mientras que 24% gasta aproximadamente entre 50 y 100 pesos; sólo el 34% de los estudiantes gasta en promedio 300, 400 y más de 500 pesos, en este presupuesto se incluye pasajes, comida, actividades recreativas y para tareas escolares.

⁵ Algunos cuadros de porcentajes no fueron incluidos en esta parte del trabajo, para una lectura más dinámica, si desea consultarlos se encuentran en Anexos 1.

Encuesta y Grupo de Discusión: Trazos para el análisis del consumo cultural

CUADRO 1 SEXO –TURNO

TURNO	MATUTINO	VESPERTINO	TOTAL GENERAL
Masculino	48%	47%	47%
Femenino	52%	53%	53%

CUADRO 2 EDAD-SEXO-TURNO

EDAD	MASCULINO	FEMENINO	TOTAL GENERAL
14-15	14 %	26 %	25 %
16-17	62 %	61 %	61 %
18-19	14 %	10 %	12 %
Más de 20	1 %	3 %	2 %

CUADRO 3 TRABAJO

TRABAJAS	MASCULINO	FEMENINO	TOTAL GENERAL
Sí	71 %	29 %	19 %
No	41 %	59 %	81 %

CUADRO 4 DELEGACIÓN-MUNICIPIO

DELEGACIÓN	PORCENTAJE
Álvaro Obregón	0.27%
Atizapán	12.13%
Azcapozalco	2.70%
Benito Juárez	0.27%
Coacalco	7.80%
Coyotepec	0.53%
Cuauhtémoc	1%
Cuajimalpa	%
Cuatitlan	8%
Cumbria	0.27%
Ecatepec	0.80%
Gustavo A. Madero	1.30%
Huixquilucan	4%
Iztacalco	0.27%
Iztapalapa	1%
Los Reyes la Paz	0.27%
Melchor Ocampo	1.30%
Miguel Hidalgo	0.27%
Naucalpan	28.57%
Neza	1.60%
Nicolás Romero	8%
Tecamac	0.27%
Teoloyucan	1%
Tepozotlan	1%
Tlalnepantla	4.85%
Tultepec	0.8%
Tultitlan	8.89%
Zumpango	0.27%

3.3.2 Consumo Cultural

ACTIVIDADES - TIEMPO LIBRE

Las actividades recreativas que más realizan en su tiempo libre, son en primer lugar escuchar música ya 64% realiza esta actividad muy frecuente y el 26 % frecuentemente, en segundo lugar está el reunirse con sus amigos y ver televisión

Mientras que asistir a museos, leer, participar en alguna asociación civil son actividades que realizan regularmente y frecuentemente poco en su tiempo de esparcimiento. Sólo el 19% asiste frecuentemente a museos, exposiciones, danza o actividades culturales, el 14% participa en alguna asociación civil y el 10% dice leer muy frecuentemente y el 25% frecuentemente. Regularmente asisten al cine, practican deporte, acuden a fiestas y conciertos.

CUADRO 5 ACTIVIDADES

ACTIVIDAD	MUY FRECUENTEMENTE	FRECUENTEMENTE	REGULARMENTE	FRECUENTEMENTE POCO	NO LAS REALIZO
Ir al cine	4 %	18 %	26 %	45 %	9 %
Ver televisión	24 %	35 %	26 %	13 %	2 %
Escuchar música	64 %	26 %	7 %	3 %	0 %
Asistir a museos, exposiciones, danza, etc	3 %	19 %	35 %	36 %	6 %
Leer libros	10 %	25 %	34 %	28 %	3 %
Practicar deporte	26 %	19 %	24 %	20 %	10 %
Participar en alguna asociación civil	2 %	12 %	8 %	28 %	58 %
Ir a conciertos	5 %	11 %	18 %	32 %	32 %
Ir a fiestas	18 %	24 %	24 %	24 %	9 %
Reunirme con mis amigos	46 %	23 %	18 %	10 %	3 %

TELEVISIÓN-RADIO

Los programas de televisión que prefirieron ver, son en primer lugar los musicales, en segundo las caricaturas y en tercero los deportivos e informativos. Sólo el 6% prefieren ver en primer lugar los programas culturales, el 2% educativo y 6% documentales. Aunque los jóvenes no prefieren las telenovelas, talk show ni programas de revista.

Los tres canales de televisión que más son el canal 5, canal 2, y el 7. El motivo por el cual prefieren estos canales, más del 50% respondió que es por gusto-entretención, gusto- contenido de los programas, gusto y programas.

Asimismo, más del 50% prefieren escuchar en la radio programas musicales e informativos, sólo el 14% elige una programación cultural e informativa, al 3% le gusta escuchar emisiones culturales e informativas, y sólo el 15% escucha programas deportivos.

CUADRO 6 PROGRAMAS-TELEVISIÓN

PROGRAMAS	PRIMER PROGRAMA	SEGUNDO PROGRAMA	TERCER PROGRAMA
CULTURALES	6 %	9 %	9 %
INFORMATIVOS	8 %	9 %	14 %
EDUCATIVOS	2 %	2 %	3 %
TELENOVELAS	5 %	4 %	7 %
DOCUMENTALES	6 %	9 %	9 %
DE REVISTA	1 %	1 %	1 %
CARICATURAS	13 %	16 %	11 %
DEPORTES	12 %	9 %	6 %
MUSICALES	22 %	13 %	11 %
TALK SHOW	0 %	0 %	1 %

Capítulo 3

CUADRO 7 CANALES DE TELEVISIÓN QUE MÁS VEN

CANAL	PRIMER CANAL	SEGUNDO CANAL	TERCER CANAL
Canal 2	19%	13%	17%
Canal 4	2%	7%	4%
Canal 5	28%	21%	13%
Canal 7	10%	16%	13%
Canal 9	1%	3%	8%
Canal 11	19%	11%	11%
Canal 13	9%	8%	9%
Canal 22	2%	7%	7%
Canal 28	8%	6%	9%
Canal 34	2%	7%	3%
Canal 40	2%	1%	6%

CUADRO 8 MOTIVO-CANALES

MOTIVO	PORCENTAJES
Gusto-Entretenimiento	20%
Gusto-Contenido	13%
Gusto	10%
Gusto-Programas	11%
Programas	5%
Programas-Contenido	7%
Entretenimiento	7%
Contenido-Entretenimiento	9%
Contenido	6%

MÚSICA

Los tres géneros de música que prefieren escuchar es en primer lugar el rock en inglés y rock en español, en segundo son los géneros musicales como el reagge, electrónica y ska, en tercer lugar están el pop, norteña y grupera .Los motivos por los cuales dicen escuchar esos géneros son principalmente por gusto, música, letras y el cantante o grupo que interpreta.

CUADRO 9 MÚSICA

GÉNERO	PRIMER GÉNERO	SEGUNDO GÉNERO	TERCER GÉNERO
Rock en español	18%	20%	13%
Rock en inglés	27%	17%	7%
Clásica	1%	5%	3%
Pop	9%	9%	10%
Norteña	2%	4%	13%
Electrónica	9%	13%	9%
Rock pesado	6%	4%	5%
Grupera	2%	6%	7%
Jazz	1%	1%	3%
Ska	10%	4%	9%
Reagge	2%	11%	11%
Trova	2%	3%	8%
Hip Hop	2%	-	-
Punk	1%	-	-

INTERNET

El 96% de la población estudiantil del CCH Naucalpan, ha utilizado alguna vez Internet, los principales usos que le dan son: bajar música, buscar información para sus tareas escolares y entretenimiento.

CINE

Sólo el 45% asiste frecuentemente al cine, los motivos por los cuales deciden ver una película, son: el 27% por que está de moda y el género, temática o actores, el 11% por los actores-temática-género, el 10% por la temática que presenta.

LUGARES DE REUNIÓN

Más del 70% de los estudiantes prefieren reunirse con sus amigos en la escuela, otros de los lugares en que prefieren son la casa, la calle y áreas deportivas. Los centros de reunión que menos prefieren para estar con sus amigos son los bares y antros.

3.3.3 Percepción y Valoración

CLASE SOCIAL

El 75% de la población se considera de clase media, el 1% se piensa de clase baja y de clase alta el 1%, y el 17% cree no pertenecer a ninguna.

CUADRO 10 CLASE SOCIAL

CLASE	PORCENTAJE
Alta	1%
Media	75%
Baja	1%
Ninguna	17%

GÉNERO

En cuanto a la percepción que tienen los estudiantes sobre las funciones que deben de tener tanto hombres como mujeres, el 73% está totalmente desacuerdo que la mujer debe dedicarse sólo al hogar, asimismo, 85% considera que ambos sexos tienen las mismas posibilidades de desempeñarse profesionalmente, aunque menos del 50% considera que los hombres no son los únicos responsables del cargo económico del hogar y también pueden hacerse cargo de las labores domésticas pues, más del 69% está totalmente de acuerdo con esta afirmación.

En cuestiones como, si la mujer debe de llegar virgen al matrimonio, el 40% no está ni de acuerdo ni desacuerdo, sin embargo; el 48% considera estar en desacuerdo totalmente y en desacuerdo. El 73% piensa que la mujer sufre más discriminación. En cuanto al aborto, el 37% tiene una actitud neutral, mientras que el 38% no está de acuerdo en que se practique

CUADRO 11 GÉNERO

Afirmaciones	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Las mujeres sólo deben dedicarse al hogar	1%	1%	10%	15%	73%
Tanto hombres como mujeres tienen las mismas posibilidades para desempeñarse profesionalmente	85%	11%	1%	1%	1%
Las mujeres son más responsables que los hombres	19%	23%	40%	6%	12%
La mujer debe de llegar virgen al matrimonio	6%	5%	40%	18%	30%
Los hombres son los que deben tener el cargo económico del hogar	7%	12%	33%	25%	22%
Tanto hombres como mujeres pueden desempeñar un cargo público	66%	24%	5%	2%	2%
Las mujeres sufren más discriminación	36%	37%	17%	5%	5%
Estoy de acuerdo con el aborto	9%	15%	37%	12%	26%
Tanto hombres como mujeres pueden hacerse cargo de las labores domésticas	69%	19%	8%	1%	3%

VALORES SOCIALES.

Más del 60% considera que los políticos son corruptos, y el 63% piensa que hay mucha desigualdad social en el país y el considera que los indígenas son los más discriminados; pues el 48% dice estar totalmente de acuerdo con esta afirmación.

Asimismo, consideran que no todos los jóvenes tienen las mismas posibilidades económicas de estudiar y de conseguir trabajo, aunque piensan que los jóvenes que viven en el DF y la Zona Metropolitana tienen mejores oportunidades de educación y trabajo que los que habitan provincia.

El 18% dice estar totalmente de acuerdo y el 33% de acuerdo en que los jóvenes no son tomados en cuenta para las decisiones del país; aunque el 44% dicen estar de acuerdo en que los jóvenes son apáticos ante los problemas del país.

En cuanto a si los jóvenes promueven valores éticos y sociales, 13% dice estar totalmente de acuerdo y el 31% de acuerdo, sin embargo, 39% dice no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo.

CUADRO 12 VALORES SOCIALES

Afirmaciones	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Todos los políticos son corruptos	37%	30%	22%	9%	2%
Existe mucha desigualdad social y económica en el país	63%	31%	2%	1%	2%
Todos los jóvenes tienen las mismas posibilidades económicas para estudiar	13%	11%	14%	29%	33%
Los indígenas son los más discriminados del país	48%	27%	9%	7%	8%
Todos tienen las mismas posibilidades de conseguir un buen trabajo	24%	16%	12%	26%	21%
A los jóvenes no les interesa la política	12%	16%	40%	24%	7%
Los jóvenes no son tomados en cuenta para las decisiones del país	18%	33%	26%	15%	6%
Los jóvenes son apáticos ante los problemas del país	12%	23%	32%	22%	10%
Los jóvenes que viven en el DF y la Zona Metropolitana tienen mejores oportunidades de educación y trabajo que los que habitan en provincia	25%	33%	22%	14%	6%
Los jóvenes promueven valores éticos y morales	13%	31%	39%	12%	5%

INSTITUCIONES SOCIALES

Para los estudiantes del Colegio, la escuela es importante para la difusión de valores sociales ya que el 53% está totalmente de acuerdo y el 39% de acuerdo, asimismo, consideran que es importante para la divulgación de la cultura y el conocimiento ya que el 59% está totalmente de acuerdo y 35% de acuerdo.

Consideran que la familia es la principal institución para la formación social de los jóvenes; el 56% muestra estar totalmente de acuerdo y el 29% de acuerdo con la afirmación.

En cuanto a instituciones como el gobierno y partidos políticos, los estudiantes piensan que los encargados de las decisiones del país como el presidente, gobernadores, senadores no se han ocupado de resolver los problemas económicos. Asimismo, consideran que los partidos políticos sólo se preocupan por el poder sin pensar lo que necesita el país, ya que el 46% muestra estar totalmente de acuerdo y el 26% de acuerdo con la afirmación.

CUADRO 13 INSTITUCIONES SOCIALES

Afirmaciones	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
La escuela es importante para la difusión de valores éticos y sociales	53%	39%	5%	1%	1%
La escuela es importante para la divulgación del conocimiento y la cultura	59%	35%	5%	1%	0%
El gobierno actual ha resuelto los problemas sociales	4%	7%	24%	38%	26%
Los encargados de las decisiones del país (presidente, gobernadores, senado, cámara de diputados) se han ocupado de resolver los problemas económicos y sociales del país	3%	6%	25%	36%	29%
La familia es la principal institución para la formación social de los jóvenes	56%	29%	12%	2%	1%
Los partidos políticos sólo se preocupan por el poder sin pensar lo que necesita el país	46%	26%	16%	4%	7%

FUTURO

De los jóvenes que asisten al CCH el 32% se ve a futuro con título universitario y trabajo, el 15% con título, el 5% con título y casado ; sólo 6% piensa en casarse y tener título, mientras que el 15% piensa seguir estudiando un posgrado, sólo el 8% se ve únicamente trabajando.

CUADRO 14 FUTURO

FUTURO	PORCENTAJE
Título-Trabajo	32%
Título	15%
Título-Casado	5%
Trabajo	8%
Trabajo-Casado	6%
Trabajo-Posgrado	6%
Posgrado	15%

IDENTIFICACIÓN CON GRUPOS JUVENILES.

Los grupos juveniles con los que más se identifican los jóvenes que asisten al Colegio son los estudiantes ya que el 46% se identifica totalmente y el 49% se identifica; así como los deportistas puesto que 20% se identifica totalmente y el 30% se identifica.

Podemos encontrar que dentro del CCH existen ciertos estudiantes que se identifican con algunos grupos juveniles como el Ska, ya que el 13% se identifica e identifican totalmente con el movimiento, de igual forma el Punk pues el 10% se identifica e identifica totalmente con el grupo. Entre los grupos juveniles con los que menos se identifican los estudiantes están, los darketos (68%) y los porros (80%)

Capítulo 3

CUADRO 15 IDENTIFICACIÓN CON GRUPOS JUVENILES

Grupos juveniles	Me identifico totalmente	Me identifico	Me identifico poco	No me identifico
Estudiantes	46%	49%	4%	1%
Porros	1%	5%	13%	80%
Deportistas	20%	30%	34%	15%
Darketos	1%	4%	13%	81%
Skatos	2%	11%	18%	68%
Punketos	2%	8%	12%	77%

MOTIVOS POR LOS CUALES SE IDENTIFICAN CON LOS DEMÁS JÓVENES.

Para que los estudiantes se identifiquen con los demás, consideran en primer lugar la forma de pensar ya que el 53% piensa que es el primer motivo por el cual se identifican con otros jóvenes, el segundo son los gustos, en tercero son la música o los gustos, entre el cuarto y el quinto lugar se encuentran los lugares que frecuentan, en sexto y séptimo lugar se encuentran la forma de vestir y el lugar donde viven. Para el 64% el último motivo por el cual se identifica con los demás jóvenes es la clase social

CUADRO 16 IDENTIFICACIÓN CON OTROS JÓVENES

Motivos	1	2	3	4	5	6	7	8
Música	13%	14%	17%	15%	15%	14%	6%	7%
Vestir	2%	10%	10%	15%	11%	19%	25%	6%
Pensar	53%	13%	9%	9%	6%	3%	2%	6%
Gustos	9%	35%	24%	10%	8%	8%	4%	1%
Lugares que frecuentan	2%	7%	12%	20%	26%	16%	13%	4%
Lugar donde viven	3%	8%	10%	10%	16%	18%	25%	8%
Escuela	13%	10%	15%	13%		17%	17%	4%
Clase social	4%	3%	3%	6%	7%	5%	8%	64%

3.3.4 Interpretación de resultados por cruce de variable sexo

3.3.4.1 Consumo Cultural

ACTIVIDADES - TIEMPO LIBRE

Entre las actividades que más prefieren realizar las mujeres son ver televisión, ya que el 27% realiza la actividad muy frecuentemente y el 32% frecuentemente, asimismo, escuchar música el 69% escucha muy frecuentemente y el 21% frecuentemente y reunirse con sus amigos, el 42% se reúne muy frecuentemente y el 23% frecuentemente.

Las actividades que más realizan los hombres no varía mucho con las mujeres ya que el 20% ve televisión muy frecuentemente y 39% frecuentemente, el escuchar música 57% muy frecuentemente y 31% frecuentemente, así como reunirse con sus amigos pues el 48% se reúne muy frecuentemente y el 24% frecuentemente.

En cuanto a asistir a museos, exposiciones, danza, leer y participar en alguna asociación civil, las mujeres realizan más estas actividades en su tiempo libre. Aunque los hombres realizan con más frecuencia actividades como practicar deporte y asistir a fiestas.

CUADRO 17 ACTIVIDADES-SEXO FEMENINO

ACTIVIDAD	MUY FRECUENTEMENTE	FRECUENTEMENTE	REGULARMENTE	FRECUENTEMENTE POCO	NO LAS REALIZO
Ir al cine	4%	13%	23%	48%	11%
Ver televisión	27%	32%	26%	12%	2%
Escuchar música	69%	21%	5%	4%	-
Asistir a museos, exposiciones, danza, etc	4%	22%	35%	34%	4%
Leer libros	12%	29%	33%	23%	2%
Practicar deporte	13%	8%	27%	26%	14%
Participar en alguna asociación civil	15	3%	4%	26%	64%
Ir a conciertos	4%	11%	19%	31%	33%
Ir a fiestas	16%	18%	28%	29%	8%
Reunirme con mis amigos	42%	23%	18%	14%	2%

Capítulo 3

CUADRO 18 ACTIVIDADES SEXO-MASCULINO

ACTIVIDAD	MUY FRECUENTEMENTE	FRECUENTEMENTE	REGULARMENTE	FRECUENTEMENTE POCO	NO LAS REALIZO
Ir al cine	6%	13%	29%	42%	10%
Ver televisión	20%	39%	26%	14%	1%
Escuchar música	57%	31%	9%	3%	-
Asistir a museos, exposiciones, danza, etc	2%	15%	34%	40%	9%
Leer libros	8%	20%	34%	33%	1%
Practicar deporte	39%	20%	21%	13%	6%
Participar en alguna asociación civil	2%	3%	11%	30%	53%
Ir a conciertos	6%	12%	18%	33%	29%
Ir a fiestas	20%	31%	20%	19%	9%
Reunirme con mis amigos	48%	24%	18%	6%	4%

TELEVISIÓN

La programación que le gusta a los estudiantes del género masculino, es en primer lugar de deportes 31%, en segundo musicales 19% y las Caricaturas 21%, en tercer lugar son los programas informativos 17% y documentales 16%.

Mientras que las mujeres prefieren en primer lugar los musicales 36%, en segundo las caricaturas 22% y en tercer los informativos.21%. Los canales de televisión que más les gustan tanto hombres como mujeres, son el canal 5, canal 7 y el canal 2, en este punto los porcentajes no varían mucho.

CUADRO 19 PROGRAMAS-TELEVISIÓN-SEXO FEMENINO

PROGRAMAS	PRIMER PROGRAMA	SEGUNDO PROGRAMA	TERCER PROGRAMA
CULTURALES	9%	17%	12%
INFORMATIVOS	12%	15%	21%
EDUCATIVOS	3%	2%	7%
TELENOVELAS	11%	7%	11%
DOCUMENTALES	11%	11%	10%
DE REVISTA	1%	1%	1%
CARICATURAS	13%	22%	17%
DEPORTES	4%	6%	5%
MUSICALES	36%	17%	14%
TALK SHOW	-	-	-

CUADRO 20 PROGRAMAS-TELEVISIÓN-SEXO MASCULINO

PROGRAMAS	PRIMER PROGRAMA	SEGUNDO PROGRAMA	TERCER PROGRAMA
CULTURALES	7%	8%	13%
INFORMATIVOS	8%	10%	17%
EDUCATIVOS	2%	5%	1%
TELENOVELAS	2%	3%	8%
DOCUMENTALES	5%	13%	16%
DE REVISTA	1%	-	1%
CARICATURAS	22%	19%	12%
DEPORTES	31%	21%	13%
MUSICALES	20%	21%	16%
TALK SHOW	-	-	2%

MÚSICA

La música que escuchan los y las estudiantes que asisten al Colegio, en primer género los hombres prefieren el rock en inglés 27%, mientras que las mujeres el pop con el 34%, en cuanto al segundo género a los dos les gusta el rock en español; y en tercero, el género masculino elige la música norteña y el reague, y el género femenino la música electrónica.

3.3.4.2 Percepción y valoración

GÉNERO

La percepción que tienen en cuanto así las mujeres deben de dedicarse sólo al hogar las mujeres consideran con el 88% totalmente en desacuerdo mientras que los hombres piensan con el 58% lo mismo. Así tanto hombres como mujeres tienen las mismas posibilidades para desempeñarse profesionalmente las mujeres están 90% totalmente de acuerdo mientras que los hombres 78% totalmente de acuerdo. Ante la afirmación de si la mujer debe de llegar virgen al matrimonio, la opinión no varía mucho entre ambos sexos ya que entre el 40% tienen una posición neutral y entre el 50% se consideran en desacuerdo y totalmente de acuerdo.

Capítulo 3

En cuanto a los cargos públicos y las labores domésticas, las mujeres muestran más un grado de totalmente de acuerdo a diferencia que los hombres, de igual manera tienen esa percepción a situaciones como si las mujeres son más responsables o si sufren más discriminación

Ante la afirmación "si estoy de acuerdo" con el aborto las mujeres muestran más un grado de neutralidad que los hombres, de igual manera se encuentran en una posición totalmente de acuerdo y de acuerdo que el género masculino.

GÉNERO
CUADRO 21 SEXO-FEMENINO

Afirmaciones	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Las mujeres sólo deben dedicarse al hogar	—	—	3%	9%	88%
Tanto hombres como mujeres tienen las mismas posibilidades para desempeñarse profesionalmente	90%	7%	1%	1%	—
Las mujeres son más responsables que los hombres	28%	26%	37%	4%	5%
La mujer debe de llegar virgen al matrimonio	5%	4%	41%	16%	34%
Los hombres son los que deben tener el cargo económico del hogar	5%	9%	30%	30%	26%
Tanto hombres como mujeres pueden desempeñar un cargo público	74%	19%	3%	2%	2%
Las mujeres sufren más discriminación	37%	44%	10%	5%	3%
Estoy de acuerdo con el aborto	5%	13%	45%	26%	26%
Tanto hombres como mujeres pueden hacerse cargo de las labores domésticas	78%	16%	2%	1%	35%

CUADRO 22 SEXO-MASCULINO

Afirmaciones	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Las mujeres sólo deben dedicarse al hogar	2%	3%	17%	20%	58%
Tanto hombres como mujeres tienen las mismas posibilidades para desempeñarse profesionalmente	78%	15%	1%	1%	3%
Las mujeres son más responsables que los hombres	7%	6%	38%	21%	28%
La mujer debe de llegar virgen al matrimonio	7%	6%	38%	21%	28%
Los hombres son los que deben tener el cargo económico del hogar	10%	16%	36%	20%	18%
Tanto hombres como mujeres pueden desempeñar un cargo público	57%	31%	7%	2%	3%
Las mujeres sufren más discriminación	35%	30%	24%	7%	4%
Estoy de acuerdo con el aborto	13%	17%	30%	13%	27%
Tanto hombres como mujeres pueden hacerse cargo de las labores domésticas	58%	22%	15%	2%	2%

VALORES SOCIALES

En cuestiones como si los partidos políticos, la desigualdad social en el país y si los indígenas son los más discriminados del país, los hombres y las mujeres están totalmente de acuerdo y de acuerdo.

Las mujeres consideran que no todos tienen las mismas posibilidades de estudiar, mientras que los hombres tienen una posición más favorable a esta afirmación, aunque ambos consideran estar totalmente de acuerdo y de acuerdo en que todos tienen las mismas posibilidades de conseguir trabajo.

En cuanto si a los jóvenes no les interesa la política, no son tomados en cuenta para las decisiones del país y si son apáticos ante los problemas del mismo, ambos géneros tienen una posición neutral al respecto, aunque los hombres tienen una postura de estar más de acuerdo con esta afirmación.

Si los jóvenes promueven valores éticos y sociales, ambos géneros no están ni de acuerdo ni desacuerdo ante esta afirmación. Aunque las mujeres muestran estar más de acuerdo.

VALORES SOCIALES

CUADRO 23 SEXO FEMENINO

Afirmaciones	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Todos los políticos son corruptos	32%	36%	23%	8%	1%
Existe mucha desigualdad social y económica en el país	62%	32%	2%	1%	2%
Todos los jóvenes tienen las mismas posibilidades económicas para estudiar	9%	9%	12%	10%	29%
Los indígenas son los más discriminados del país	47%	29%	11%	7%	6%
Todos tienen las mismas posibilidades de conseguir un buen trabajo	26%	18%	11%	24%	21%
A los jóvenes no les interesa la política	9%	21%	40%	23%	7%
Los jóvenes no son tomados en cuenta para las decisiones del país	13%	37%	28%	16%	6%
Los jóvenes son apáticos ante los problemas del país	10%	24%	33%	9%	14%
Los jóvenes que viven en el DF y la Zona Metropolitana tienen mejores oportunidades de educación y trabajo que los que habitan en provincia	21%	36%	20%	18%	5%
Los jóvenes promueven valores éticos y morales	10%	37%	37%	13%	10%

CUADRO 24 SEXO MASCULINO

Afirmaciones	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Todos los políticos son corruptos	42%	24%	21%	10%	3%
Existe mucha desigualdad social y económica en el país	64%	29%	3%	1%	2%
Todos los jóvenes tienen las mismas posibilidades económicas para estudiar	18%	12%	16%	26%	28%
Los indígenas son los más discriminados del país	51%	26%	6%	8%	9%
Todos tienen las mismas posibilidades de conseguir un buen trabajo	22%	16%	12%	29%	21%
A los jóvenes no les interesa la política	16%	30%	40%	24%	7%
Los jóvenes no son tomados en cuenta para las decisiones del país	25%	31%	24%	14%	6%
Los jóvenes son apáticos ante los problemas del país	14%	21%	33%	21%	11%
Los jóvenes que viven en el DF y la Zona Metropolitana tienen mejores oportunidades de educación y trabajo que los que habitan en provincia	29%	30%	25%	9%	7%
Los jóvenes promueven valores éticos y morales	16%	24%	42%	10%	8%

INSTITUCIONES SOCIALES

Con respecto a las instituciones sociales, la escuela es importante para la difusión de valores éticos y sociales así como si es importante para la divulgación del conocimiento y la cultura, ambos sexos consideran estar totalmente de acuerdo y de acuerdo, aunque existe un porcentaje mayor de una posición más positiva en los hombres.

En cuanto si el gobierno actual ha resuelto los problemas sociales del país y si los encargados de las decisiones se han ocupado de resolver los problemas económicos y sociales, ambos sexos están totalmente de acuerdo y de acuerdo. De la misma manera piensan que la familia es la principal institución para la formación social de los jóvenes.

Encuesta y Grupo de Discusión: Trazos para el análisis del consumo cultural

INSTITUCIONES SOCIALES

CUADRO 25 SEXO-FEMENINO

Afirmaciones	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
La escuela es importante para la difusión de valores éticos y sociales	46%	47%	5%	1%	-
La escuela es importante para la divulgación del conocimiento y la cultura	54%	49%	6%	1%	-
El gobierno actual ha resuelto los problemas sociales	3%	5%	28%	41%	23%
Los encargados de las decisiones del país (presidente, gobernadores, senado, cámara de diputados) se han ocupado de resolver los problemas económicos y sociales del país	-	5%	28%	39%	27%
La familia es la principal institución para la formación social de los jóvenes	56%	28%	13%	2%	1%
Los partidos políticos sólo se preocupan por el poder sin pensar lo que necesita el país	46%	28%	13%	4%	8%

CUADRO 26 SEXO-MASCULINO

Afirmaciones	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
La escuela es importante para la difusión de valores éticos y sociales	60%	28%	9%	2%	-
La escuela es importante para la divulgación del conocimiento y la cultura	62%	30%	5%	2%	-
El gobierno actual ha resuelto los problemas sociales	5%	10%	19%	35%	30%
Los encargados de las decisiones del país (presidente, gobernadores, senado, cámara de diputados) se han ocupado de resolver los problemas económicos y sociales del país	6%	8%	22%	32%	31%
La familia es la principal institución para la formación social de los jóvenes	53%	31%	11%	3%	1%
Los partidos políticos sólo se preocupan por el poder sin pensar lo que necesita el país	45%	23%	19%	5%	7%

IDENTIFICACIÓN CON GRUPOS JUVENILES

Cuando se les cuestiona el grado de identificación ambos, se identifican con los estudiantes, aunque el sexo masculino muestra estar un 10% más identificado que las mujeres. Por otra parte los hombres se identifican más con los deportistas que las mujeres, ya que el 30% se identifica totalmente y el 34% se identifica.

La identificación que tienen ambos sexos con respecto a grupos juveniles como los Punketos, Darketos y Skatos, sólo entre 5% se identifican con ellos, el porcentaje no varía mucho.

MOTIVOS POR LOS CUALES SE IDENTIFICAN CON LOS DEMÁS JÓVENES.

Para las mujeres el primer motivo por el cual se identifican con otros jóvenes es la forma de pensar 63%, seguido por los gustos 43%, en tercer y cuarto lugar está la música, gustos y los lugares que frecuentan entre los últimos motivos están la forma de vestir y la clase social.

Para los hombres el primer motivo es el pensar 43%, en segundo y tercer lugar se encuentran los gustos, en cuarto y quinto lugar están la escuela y la forma de vestir, los últimos lugares la forma de vestir y la clase social.

3.3.5 Resultado por cruce de variable Gastos

ACTIVIDADES⁶

Entre las actividades que realizan los estudiantes de CCH Naucalpan según los gastos que tienen a la semana. Los alumnos que gastan semanalmente 50 pesos, su principal actividad es escuchar música ya que el 69% lo hacen muy frecuente y frecuentemente, en segundo lugar prefieren reunirse con su amigos pues realizan esta actividad 49% muy frecuentemente y 13% frecuentemente. Asimismo, en su tiempo libre prefiere regularmente leer y asistir a actividades

⁶ Véase cuadros en Anexo I

culturales como la danza, el teatro o visitar museos, así como ir a fiestas. Las actividades que menos prefieren, son ir al cine, practicar deporte, ir a conciertos y participar en alguna asociación civil.

Los alumnos que gastan aproximadamente 100 pesos a la semana, las actividades que prefieren realizar durante su tiempo libre, son en primer lugar escuchar música pues el 77% escucha muy frecuentemente y frecuentemente, así como ver televisión, reunirse con sus amigos. Aunque, poco frecuentemente asisten a actividades como el teatro o la danza, así como leer libro, asistir al cine y participar en alguna asociación civil.

Entre los alumnos que gastan semanalmente entre 200 y 300 pesos, no existe mucha diferencia entre las actividades que realizan los que gastan 100 pesos, ya que lo que prefieren hacer en su tiempo libre, no varía mucho pues sigue en primer lugar escuchar música, ver televisión y reunirse con sus amigos. De igual manera con las actividades que realizan regularmente y poco frecuentemente.

A diferencia de los otros presupuestos los alumnos que gastan más de 500 pesos a la semana, muestran un 40% más de frecuencia en cuanto actividades como escuchar música, practican más frecuentemente algún deporte. Acuden con mayor frecuencia al cine así como asistir a museos y leer libros. Entre las actividades que realizan frecuentemente es asistir a fiestas.

BIENES QUE PREFIEREN COMPRAR

En más del 50% de los estudiantes gastan su dinero en ropa, CD'S y accesorios, pero a partir del presupuesto que tiene a la semana existen variaciones en lo que gastan los estudiantes su dinero:

De los que gastan semanalmente 50 pesos el 35% prefiere comprar ropa, CD'S y conciertos y el 14% en ropa y CD'S.

Los jóvenes que tienen un ingreso aproximado de 100 pesos, entre los porcentajes más altos se encuentran, ropa-accesorios-libros 10.20%, otro 10.20% ropa-CD'S-accesorios y 8.80% prefiere gastar su dinero en ropa-CD'S y conciertos.

Los que tienen un ingreso semanal de 200 y 300 pesos prefieren gastar su dinero en ropa, ropa-accesorios-libros, ropa-CD'S-accesorios y en conciertos.

Para los que tienen un ingreso semanal de 400 pesos prefieren su dinero principalmente en tres artículos que son: ropa, accesorios y CD'S; aunque también les interesa adquirir libros.

En cuanto a los estudiantes que gastan semanalmente más de 500 pesos, el 35% prefiere gastar su dinero en ropa-CD'S- y conciertos. Entre otros artículos varía el cine, la novia, conciertos y libros.

GASTOS SEMANALES Y PERCEPCIÓN DE CLASE

Los estudiantes que tienen un gasto aproximado de 50, 100, 200 300 pesos por semana se consideran de clase media pues más del 70% se considera perteneciente a ésta. Mientras que sólo el 9% de los que tienen un ingreso de 400 pesos a la semana se considera de clase alta, aunque el 7% que tienen este mismo presupuesto cree pertenecer a la clase baja.

3.4 Grupo de Discusión: Una segunda mirada

Después de haber realizado la encuesta, se quiere tener un acercamiento por medio del grupo de discusión, ya que permite trabajar con el discurso, en donde se pueden localizar las diferentes significaciones que poseen un carácter más vivencial.

Hacer una análisis sobre lo que implica las representaciones y las prácticas de los jóvenes, resulta difícil y complejo, para ello, es necesario tener un acercamiento por medio de su discurso, ya que como menciona Bernardo Russi (1998), "el discurso es un flujo de mensajes que pone en forma de habla las representaciones de la realidad", en él que se puede encontrar el sentido de lo que es la Cultura Juvenil, se propone la técnica de grupo de discusión, para que a través del lenguaje(discurso) se pueda comprender mejor lo que implica hablar de la juventud. Ya que se habla de cultura⁷, esta técnica permite ver desde un enfoque simbólico ya que cubre un vasto conjunto de los procesos sociales de significación y comunicación, que se da en el discurso del discurso. A continuación se presenta el grupo de discusión como la otra mirada para comprender a las Culturas Juveniles.

La técnica se ubica desde una perspectiva cualitativa, ya que da la posibilidad de trabajar con el lenguaje, permite ocuparse dentro de lo que se dice, pero de una manera más flexible, pues no tiene un diseño a priori como la encuesta, en este sentido la materia prima es lo que el mismo sujeto dice de su realidad, de lo que ve y cómo está estructurada su vida. "El grupo de discusión trabaja la reproducción crítica de los contenidos, mismo que se reproducen y reordenan el sentido, poniendo en juego toda su extensión , el nivel de habla, a fin de que configure el tema del que cada caso se trate como campo semántico"(Russi,1998,p 77)

⁷ "Es el proceso de continua producción, actualización y transformación de modelos simbólicos a través de la práctica individual y colectiva en conceptos históricamente definidos y socialmente estructurados" (Giménez: 2002; p 47).

La técnica consiste en reunir a cierta cantidad de sujetos con el fin de que hablen de determinado tema, "las hablas individuales tratan-entre sí- de acoplarse al sentido (social) el grupo es una fábrica de discursos que hacen uno solo, el del mismo grupo. Este discurso se produce por medio de discursos individuales que chocan y se escuchan, a su vez, son usados por los mismos participantes" (Russi, 1998, p 81)

3.4.1 Grupo de discusión

Pensar en el grupo de discusión como técnica, lleva también a comprender como es su planeación y su diseño, Bernardo Russi propone lo siguiente:

- a. **Diseño:** El diseño está siempre en todo el proceso de investigación, se da a partir de las necesidades de investigación.
- b. **Tamaño:** La sesión se empieza indicando que es importante escuchar lo que dicen los demás. Asimismo, se debe de cuidar el mínimo de canales de comunicación (en este caso cada canal es cada participante). Por ello se recomienda cuatro participantes como mínimo y diez como máximo.
- c. **Tiempo:** Se recomienda no más de una hora y media.
- d. **Configuración del grupo de discusión:** Está configurado por dos partes: el moderador/preceptor y grupo
 - a) Se denomina moderador a la persona que va a dirigir la sesión. Propone los temas que se va a discutir el grupo. Está en una situación de dominio, ya que convoca, provoca el tema de discusión, asigna el espacio y limita el tiempo.
 - b) **Selección de participantes:** se dan dos tipos de operaciones, cada grupo tiene fronteras y exteriores, cuando se opera sobre las relaciones de inclusión, todo es común y repetitivo; cuando se opera sobre relaciones de exclusión nada es comunicable y no hay posibilidad de relación. Sólo hay comunicación si las relaciones son de intersección: hay parte común, pero también hay parte no común. Se puede también utilizar las redes de relaciones primarias,

son redes preexistentes de parentesco, de vecindad, de trabajo, de amistad, etcétera pero los participantes no se deben de conocer entre sí y no sepan nada del perceptor/ observador.

- e. Territorio: El local donde se realiza la sesión del grupo es por lo general, un recinto cerrado hacia fuera y abierto hacia dentro. Es cerrado hacia fuera pues se trata que mientras dura la sesión, de que nadie moleste y de que los participantes se sientan lo más confortable posible para poder dialogar con los demás, es abierto hacia dentro pues irá poniendo nuevas rutas o temas a tratar por los miembros participantes y por el perceptor-observador. El grupo tiene la posibilidad de crear consensos y nueva información

3.4.2 Diseño para la Aplicación del Grupo de Discusión

Organización

- a) Lugar: Para llevar a cabo el grupo de discusión se requiere de un lugar donde pueda realizar lo mejor posible la técnica "un recinto cerrado hacia fuera y abierto para que mientras dure la sesión nadie moleste y los participantes se sientan confortables para dialogar con los demás (Russi1998,p 89-94) .En este sentido se adapto un salón de clases del Colegio.
- b) Recursos Humanos: Para realizar el grupo tendrán participación el Moderador quien es el que va dirigir la sesión. Asimismo, se requiere la participación de dos personas para que apoyen a la coordinación del grupo.
- c) Recursos Materiales: Grabadora
- d) Duración: Se sugiere que la duración sea de una hora a hora y media.

Después de haber aplicado la encuesta para conocer por dónde se puede caminar para hablar de los jóvenes, es decir, conocemos cuales son las características principales de los estudiantes del Colegio, como la edad, actividades recreativas y percepción que tienen con respecto a roles de género, la familia, la escuela y los problemas del país

Rossana Reguillo (2003) menciona que “los jóvenes no constituyen una categoría homogénea, no comparten los modos de inserción en la estructura social, lo que implica una cuestión de fondo: sus esquemas de representación configuran campos de acción diferenciados”. Es por ello, que se considera necesario trabajar con esta técnica, ya que brinda la posibilidad de tener un acercamiento al universo simbólico de los estudiantes y comprender cómo a través de sus representaciones le da sentido a su realidad

3.4.2.2 Tópicos

A continuación se presenta el desglose de los tópicos que se quiere explorar en la sesión de grupo

Desglose de Tópicos para el Grupo de Discusión			
Categoría	Indicador	Índice	Tópicos
1. Apropiación y uso	1.1 Música	<p>1.1.1. Significado 1.1.2. Diferenciación e identificación a partir del género que se escucha</p> <p>1.2. Los medios de comunicación como mediadores y/o configuradores de las representaciones de los jóvenes</p>	<p>1.1.1.1. ¿Cuál es el significado que le dan los jóvenes a la música? 1.1.1.2. ¿Existe diferenciación e identificación con otros jóvenes a partir del género que se escucha? 1.2.1.3. Por qué motivo escuchan ese género</p> <p>1.2.1.1. ¿Qué papel juegan los medios en la vida cotidiana para los jóvenes? 1.2.1.2. ¿Cuáles son los medios más importantes para los jóvenes y por qué? 1.2.1.3. ¿Ofertas culturales en los medios de comunicación?</p>
	1.2 Medios de Comunicación		<p>1. ¿La televisión, la radio han influido en su forma de pensar? 2. ¿De qué forma? 3. ¿Consideran a los medios importantes para la sociedad en que vivimos? 4. ¿Cuáles son los programas que más les gustan en la radio y televisión?</p>
	1.3 Ofertas Culturales	<p>1.3.1. Oferta y demanda de las ofertas culturales para los jóvenes</p>	<p>1. ¿A los jóvenes les interesa asistir a museos, danza, teatro, cine etcétera? 2. ¿Por qué? 3. ¿Cuáles son las ofertas culturales promueven más los jóvenes?</p>
	1.4 Prácticas		<p>1. ¿Qué actividades realizan en su tiempo libre? 2. ¿Por qué deciden realizar estas actividades y no otras?</p>

Capítulo 3

<p>2. Identidad</p>	<p>2.1. Autovaloración y Percepción</p>	<p>2.1.1. Clase</p> <p>2.1.2. Género</p> <p>2.1.3. Roles sociales</p> <p>2.1.4. Familia</p>	<p>2.1.1. 1. Los jóvenes construyen su identidad a partir de la clase social a la que pertenecen</p> <p>2.1.2. 1. Es importante la perspectiva de género para el significado y representaciones tanto de los hombres como las mujeres cuando se es joven</p> <p>2.1.2.2. Como se construye la identidad juvenil a partir del género</p> <p>2.1.2.3. Como se da diferenciación de hombres y mujeres, cómo se manifiesta</p> <p>2.1.3. 1. Cuáles son los roles sociales de los jóvenes dentro de la cultura</p> <p>2.1.3.2. Como se diferencian e identifican con los otros grupos</p> <p>2.1.4. 1. Cuál es significado que le dan los jóvenes a la familia</p>	<p>1. ¿Se consideran de alguna clase social?</p> <p>2. ¿La clase social a la que pertenecen determina su forma de vida?</p> <p>1. ¿Existe diferencia entre hombres y mujeres jóvenes, en la forma de pensar?</p> <p>2. ¿Los roles sociales son los mismos para ambos, en la escuela, familia y trabajo?</p> <p>3. ¿Cuáles son roles sociales que comparten como género?</p> <p>1. ¿Cuáles son los roles sociales de los jóvenes dentro de la cultura, es decir, como se manifiesta su participación en ella?</p> <p>2. ¿Cómo definirían a la juventud mexicana?</p> <p>1. ¿La familia es importante para su formación?</p> <p>2. ¿Por qué?</p>
<p>2.2. Percepción y valoración</p>	<p>2.2.1. Instituciones Sociales</p> <p>2.2.3. Grupos Juveniles</p>	<p>2.2.1.1. Cuáles es la importancia y el papel que juegan las siguientes instituciones para la construcción de representaciones para los jóvenes: Familia Escuela Gobierno</p> <p>2.2.3.1. Cuáles son los principales grupos juveniles</p> <p>2.2.3.1.1. Por qué motivo existen los grupos juveniles</p> <p>2.2.3.1.2. Cuáles son las principales características de los grupos juveniles</p>	<p>1. ¿Para ustedes ha influido la escuela su forma de pensar?</p> <p>2. ¿Qué opinan del gobierno actual?</p> <p>1. ¿Dentro de los jóvenes existen diversos grupos, cuáles son los más importantes?</p> <p>2. ¿Por qué motivo creen que existan esos grupos?</p> <p>3. ¿Cómo logran identificar a esos grupos?</p>	<p>1. ¿Para ustedes ha influido la escuela su forma de pensar?</p> <p>2. ¿Qué opinan del gobierno actual?</p> <p>1. ¿Dentro de los jóvenes existen diversos grupos, cuáles son los más importantes?</p> <p>2. ¿Por qué motivo creen que existan esos grupos?</p> <p>3. ¿Cómo logran identificar a esos grupos?</p>

3.4.3 Reclutamiento-Realización de sesión

Para llevar a cabo la sesión se requiere crear a un grupo de que tenga que ver con lo que se desea investigar, es necesario que los participantes cumplan ciertas características para que se represente una homogeneidad. Sólo es necesario que sea estudiante del Colegio de Ciencias y Humanidades Plantel Naucalpan que curse alguno de los semestres.

Para reclutar a las personas que participarían en el grupo, se contó la con ayuda de profesores del área de talleres de Comunicación y Lenguaje del Colegio para seleccionar a los estudiantes, se les comentó cuál era el objetivo de aplicar la técnica y se les solicitó su ayuda .Se seleccionaron estudiantes de dos grupos de tercer semestre de la materia de Taller de Redacción IV del turno vespertino, cuatro alumnos por cada salón, dos hombres y dos mujeres con el fin de obtener la homogeneidad que se desea . El grupo quedó configurado de ocho sujetos, cuatro mujeres y cinco hombres.

Para conocer cuáles son las características de los participantes del grupo se le aplicará cuestionario, se retoma la parte de la encuesta "Consumo Cultural en las Culturas Juveniles" la parte de Datos Sociodemográficos y Situación Económica-Académica, la a información se pidió antes de entrar. La sesión de grupo se realizó el día 4 de abril de 2005, tuvo una duración de 1:25 minutos, se grabo en audio, después se realizó la transcripción de discurso generado en la sesión⁸

⁸ Véase Anexos

3.4.4 Análisis de Sesión de Grupo

Consumo Cultural de los Estudiantes del CCH Naucalpan -Interpretación del Grupo de Discusión

Para el análisis de la sesión, se diseñó una matriz que permitió clasificar los temas que se abordaron⁹. Para citar el discurso producido por los estudiantes se utilizará la siguiente forma; (Estudiante del CCH Naucalpan, comunicación personal, Abril 4 de 2005).

APROPIACIÓN Y USO

MÚSICA

La música para los jóvenes es una forma de expresión, a través de ella conviven y se comunican con los demás, los integra y los diferencia, es por ello que quizá sea el producto cultural que les encanta y disfrutan. Es por medio de las letras y la música que se sienten identificados y pueden expresarse *"te lo meten más que la tele, por ejemplo te juntas, - ¿oye, ya escuchaste a esta banda?-, vas escuchando más música, es con lo que te vas identificando, es lo que la mayoría de los jóvenes hacen"* (Estudiante del CCH Naucalpan, comunicación personal, Abril 4 de 2005).

La música es una forma de expresión, buscan que cada canción que escuchan comunique lo que sienten o se identifiquen, depende del estado de ánimo que tengan, por medio de la música expresan su sentir y su vivir *"es una forma de expresión, también depende mucho del estado de ánimo, porque, por ejemplo, a mí me puede gustar el ska en una fiesta, pero cuando estoy en mi casa, pues pongo pop, si estoy depre... Pues pongo banda"* (Estudiante del CCH Naucalpan, comunicación personal, Abril 4 de 2005).

⁹ Véase Anexo 2

Demuestran tener una gran aceptación con la música actual, a la mayoría no le gusta un género en especial, pero si depende mucho de lo que se diga o lo que comuniquen las letras de las canciones, piensan que expresan de cierta forma lo que están viviendo. *“en la trova, te dice como se siente en ese momento, y las otras cosas así como bien fumadas, cosas que no entiendes”* (Estudiante del CCH Naucalpan, comunicación personal, Abril 4 de 2005).

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y OFERTAS CULTURALES

Los medios de comunicación influyen en su vida cotidiana, en cuestión de moda, forma de vestir, hablar y gustos. A través de lo que presentan es como construyen sus representaciones. *“...lo que es moda y todo eso, ¿qué te influye?, la televisión, pues en donde lo ves es en la televisión”* (Estudiante del CCH Naucalpan, comunicación personal, Abril 4 de 2005).

Asimismo, aunque existen muchas ofertas culturales, son los medios los que proponen respecto a la programación que les presentan, pero a final de cuentas ellos son los que eligen que es lo que quieren ver y escuchar *“Yo creo que medios de comunicación hay muchos y tú decides”* (Estudiante del CCH Naucalpan, comunicación personal, Abril 4 de 2005). Los programas de televisión que son dirigidos para los jóvenes son las telenovelas, las caricaturas y musicales, no existe otro tipo de programación para ellos, pues no les llama la atención.

Los medios sólo dan a conocer lo que les interesa, pues no le dan relevancia a acontecimientos importantes para el país. La televisión es el medio que más acapara el interés, es por medio de esta se informan y entretienen, aunque la información que presenta es limitada o sólo se enfoca a ciertos hechos.

En cuestión de cómo elegir lo que los medios presentan, tiene que ver con la educación que cada uno tiene, en ésta influyen los maestros, la familia y sus amigos, pero sobre todo la misma sociedad ya que es por medio de estas relaciones que se va formando cierta preferencia por la programación. Lo que hace falta es una cultura educativa sobre lo que son los medios. *“la sociedad, tus amigos, ellos te empiezan a decir hay que ver esto o vamos a ver aquello, empiezan a influir en ti”* (Estudiante del CCH Naucalpan, comunicación personal, Abril 4 de 2005).

OFERTAS CULTURALES

Los jóvenes tienen conocimiento respecto a lo que son las otras ofertas culturales como, la danza, el teatro, museos pero no asisten; sólo cuando los maestros les dejan realizar alguna de estas actividades. El motivo por el cual no van, es por la falta de información o propaganda de estas actividades, pues consideran que en los medios de comunicación sólo se enfocan a lo que es el cine y no le dan mucho interés en difundir este tipo de eventos. *“Pero creo entonces regresamos a lo de los Medios de Comunicación, como que no hay mucho, mucha propaganda, mucha promoción hacia ese tipo de cultura, como que te meten más así el cine, es lo que más te meten, por eso es lo que más te puede interesar”* (Estudiante del CCH Naucalpan, comunicación personal, Abril 4 de 2005).

Además que no existe una oferta de estas actividades culturales especialmente para ellos sólo se enfocan a cierto público. Asisten al cine por la publicidad que tiene a diferencia de las otras ofertas, además de que lo ven como medio de comunicación también como medio de recreación. *“el cine es un medio a que muchas personas acuden como medio de comunicación o como medio de recreación”* (Estudiante del CCH Naucalpan, comunicación personal, Abril 4 de 2005).

El cine es un medio que les trasmite lo que sucede en su realidad, pues consideran que lo que les presenta está basado en lo que pasa en la sociedad, el cine que más refleja esto, es el mexicano ya que creen que si manifiesta lo que somos, a diferencia del extranjero que está alejado más de lo que sucede en nuestro contexto *"Hasta cierto punto yo creo que lo extranjero es lo que las personas prefieren que una película mexicana, por lo mismo igual es más consumido tienen más presupuesto, pueden sacar más películas, mucha gente prefieren estar viviendo en una fantasía que lo que es su realidad"* (Estudiante del CCH Naucalpan, comunicación personal, Abril 4 de 2005).

IDENTIDAD

Los jóvenes construyen su identidad a partir de su autovaloración y percepción que tienen respecto a elementos como la clase social, el género, éstos se ven reflejados en sus roles sociales dentro de la cultura y la sociedad mexicana.

CLASE SOCIAL

Para lo jóvenes pertenecer a una clase social lo determina tanto el nivel económico y el nivel intelectual, el nivel de educación y de cultura influye para pertenecer a cierto status social, aunque eso depende más del interés de cada persona por superarse que el nivel de ingreso que se tiene, existen jóvenes con más ingresos, pero eso no impide de que unos aprendan de otros, para ellos relacionarse con los demás la clase social, no importa *"yo puedo decir de clase baja, pero si tienes forma de pensar bien chida y estás preparado y lees y te informas, no depende tanto de eso"* (Estudiante del CCH Naucalpan, comunicación personal, Abril 4 de 2005)

“...uno piensa que lo intelectual y uno piensa para él mismo, pero la sociedad no te ve así, la sociedad es lo que dice -sabes qué yo te veo bien jodido - tú eres pobre-, porque yo traigo carro, traigo ropa chida, la sociedad es la que te inculca tu clase social” (Estudiante del CCH Naucalpan, comunicación personal, Abril 4 de 2005), la sociedad sí influye el nivel económico que tengas, ya que determina quienes son de cierta clase social.

De cierta forma la sociedad establece su forma de vida, ya que es la sociedad la que elige cómo son vistos dentro y qué papel juegan a partir de su status social, los jóvenes determinan sus prácticas y formas de percibirse y percibir a los otros, así como la relación que tiene con lo demás, pues los lugares a que acuden o el consumo que tienen depende de la clase social a la que pertenecen, aunque para ellos este factor no es importante para relacionarse con los demás *“...en el CCH, hay tipos que tienen dinero, no mucho pero tienen más que uno, entonces de todos modos te sigues llevando bien con ellos, y ellos aprenden de ti y tu aprendes de ellos, entonces yo creo que es intelectual”* (Estudiante del CCH Naucalpan, comunicación personal, Abril 4 de 2005).

GÉNERO

La sociedad es la que sigue asignado los roles sociales de los hombres y las mujeres, la familia también influye, las relaciones que le asignan a cada género, depende de la educación que tenga cada uno en su hogar es como se percibe y percibe a los otros. Piensan que tanto hombres como mujeres tienen las mismas posibilidades, aunque están limitados por la sociedad *“Es la misma la sociedad, nos limita las posibilidades que haya más igualdad”* (Estudiante del CCH Naucalpan, comunicación personal, Abril 4 de 2005).

Tanto hombres como mujeres tienen las mismas posibilidades de desempeñarse en el aspecto profesional, todavía existe mucha desigualdad en cuestiones sociales, las mujeres sufren todavía una desigualdad social ya que a pesar de que han demostrado que son capaces de realizar cualquier actividad, todavía se considera que no pueden realizar otras cuestiones que los hombres sí, sólo por su físico

ROLES SOCIALES DE LOS JÓVENES EN LA CULTURA – GRUPOS JUVENILES

Dentro de la cultura los jóvenes se ven más abiertos, de igual forma consideran que a pesar de que están viviendo en un tiempo difícil, tienen una mirada positiva y ven nuevas posibilidades de ser mejor *“Somos la cultura de México”*.

No se puede definir a la juventud o los roles que tienen dentro de la cultura en un solo concepto, pues ser joven quiere decir que cada uno escoge lo que quiere y dónde quiere estar. Para ellos la juventud es igual a diversidad. *“Pues imagínate, ves a chavos drogándose por allá, unos chavos según estudiando, ves a chavos en las canchas, ves a chavos robando, en la explanada ves a chavos haciendo política, definir a la juventud como una sola, no. No puedes decir que la juventud es esto, pero tampoco puedes decir que es mala. La juventud es diversa”* (Estudiante del CCH Naucalpan, comunicación personal, Abril 4 de 2005).

“Dependiendo de la diversidad, por ejemplo si se sale de la escuela y trabaja está aportando algo a la sociedad, también lo que se quedan en la biblioteca a estudiar” (Estudiante del CCH Naucalpan, comunicación personal, Abril 4 de 2005). En cuanto a su participación en la cultura, la ven más en cuanto al papel que se les asigna como estudiantes e hijos. De igual forma creen aportar algo al país, pues se consideran parte de él y creen que cada joven aporta algo según se lo exigen y lo que quiere dar.

Existen diversos grupos juveniles, que se diferencian de los demás es en su forma de pensar, es una forma de expresión y que se puede dar una gran convivencia entre ellos y generar tolerancia hacia las formas de pensar y expresarse de los jóvenes *“Soy quien soy, no me parezco a nadie, ser yo y no copiarle el estilo a otros”* (Estudiante del CCH Naucalpan, comunicación personal, Abril 4 de 2005).

En lo único que creen que se diferencian es en su forma de vestir y de expresarse, a través de los grupos es como lo dan conocer. Cada quien tiene su propio estilo, y que es lo que los diferencia de los demás y es lo que aportan en la diversidad de los grupos.

FAMILIA

La familia es un factor importante para los jóvenes en la construcción de sus representaciones, es la que les inculcan sus creencias y los valores que tienen, de igual forma es parte fundamental, ya que es parte importante para ellos como factor educativo. Pero cuando entran a la escuela la familia pasa a segundo término, pues el tiempo de convivencia es escaso al contrario del tiempo que pasan en la escuela.

ESCUELA

La escuela es un centro de reunión y de convivencia, es a través de este espacio donde también van construyendo sus representaciones, sus amigos y los maestros tienen una carga simbólica para ellos, es a través de la vida cotidiana e interacción con los demás que van construyendo el sentido y el significado de lo que son. *“...puedes venir a la escuela hacer vida social y también a estudiar .El hecho de que estudies no quiere decir, que si estudias ya no tienes amigos porque igual en el salón de clases te llevas bien, estás platicando de los asuntos de la escuela”* (Estudiante del CCH Naucalpan, comunicación personal, Abril 4 de 2005).

En cuanto al nivel educativo, opinan que no está peleado con el esparcimiento, ya que la escuela además de ser un centro de enseñanza también es un lugar para relacionarse con los demás, se puede ver más la diversidad de ideas y expresiones que tienen, de igual forma aprender de eso ser tolerantes.

A los estudiantes del CCH Naucalpan les agrada asistir a este colegio pues consideran que es un espacio en donde existe una gran diversidad de ideas. Así como la libertad que se les dan, ya que cada estudiante decide lo que quiere y cómo quiere aprender., les ayuda a formar un criterio más amplio de lo que pasa en el país y les genera el interés de participar más, los maestros y los compañeros son los que contribuyen a esta formación, a diferencia de otras instituciones privadas y públicas que no se ocupan de estos aspectos.

GOBIERNO

Para los jóvenes el gobierno actual no se preocupa por los problemas más importantes, opinan que sólo se encarga de resolver cuestiones que no tienen mucha importancia. El gobierno no los toma en cuenta, y que los que están a cargo del país sólo les interesa el poder. De igual forma no ven un avance y que la vida socio-económica no mejora.

Hablar de política para los jóvenes es muy complicado, ya que opinan que es un tema muy amplio y que se tiene que estar bien informado de lo que pasa en esta cuestión, aunque consideran que a los partidos políticos sólo les interesa obtener el poder.

Opinan que a ningún partido político le interesa verdaderamente lo que sucede en la sociedad, ya que cuando llegan al poder lo único que hacen es robar el dinero del pueblo, es por eso que no les interesa votar ya que opinan que no cambia nada y que los partidos no proponen nada para mejorar.

CAPÍTULO 4

4. CCH NAUCALPAN: ESCENARIO DE DIÁLOGO PARA LOS JÓVENES.

*¿Qué les queda por probar a los jóvenes
en este mundo de consumo y humo?
¿vértigo? ¿asaltos? ¿discotecas?
también les queda discutir con dios
tanto si existe como si no existe
tender manos que ayudan/abrir puertas
entre el corazón propio y el ajeno/
sobre todo les queda hacer futuro
a pesar de las ruinas del pasado
y los sabios granujas del presente*
Mario Benedetti

Una de las grandes inquietudes por realizar esta investigación, surge por el interés de comprender la complejidad que implica la juventud, cómo se constituye y bajo qué condiciones se desarrolla. El CCH es un espacio de interacción entre los jóvenes, en donde dialogan y se expresan, ponen en juego sus representaciones a través de las prácticas cotidianas le dan sentido a su realidad; por ello surge la pregunta *¿Cuáles son las características de la cultura juvenil en el CCH Naucalpan que se da a través del Consumo Cultural y al mismo tiempo define a los jóvenes como productores y reproductores de cultura?* En el siguiente apartado una lectura a la información obtenida de la aplicación de las técnicas de la encuesta y el grupo de discusión, se desarrollan aspectos como el consumo de los medios de comunicación, música, el rol social en cuento a género, la participación social de los jóvenes en instituciones como la escuela y la familia, así como la configuración de su identidad.

4.1 Cultura juvenil: CCH Naucalpan.

En el Colegio de Ciencias y Humanidades Plantel Naucalpan se producen prácticas y mecanismos de participación social, los jóvenes que asisten a él; traen consigo pautas de significación, se comunican entre sí, intercambian experiencias y concepciones, contribuye a los procesos de comunicación, ya que los vinculan modos de inserción en la estructura social.

Se puede hablar de una cultura juvenil en el Colegio porque sus estudiantes son parte en la construcción que se da a través de la contribución de diferentes sectores; participan como agentes activos en la creación y circulación de la cultura dentro del CCH. Recordemos que la escuela es el principal centro de reunión más del 70% de los estudiantes se reúne con sus amigos en este lugar. Además que para ellos forma parte primordial para su formación social y académica, consideran que es después de la familia una de las principales instituciones para la formación social, asimismo, enfatizan el papel que juega para la divulgación y generación del conocimiento y la cultura.

Es un escenario de configuración de representaciones e identidades juveniles, lo social se ve reflejado ya que es un espacio de reconocimiento para los diferentes grupos y sujetos que lo ocupan; en él asisten principalmente jóvenes que viven en la Zona Norte del Estado de México, los municipios de mayor procedencia son Naucalpan, Tlalnepantla, Nicolás Romero y Atizapán de Zaragoza y algunas delegaciones del DF, vienen de una zona predominantemente urbana, en donde se cuenta con los principales servicios y acceso a los medios de comunicación, el nivel de vida que tienen es bueno. Todo el entramado de significaciones que tienen del lugar donde viven se manifiesta en la relación que entablan en la escuela, su situación familiar, económica y social son factores determinantes para entender sus representaciones.

Más de 50 % de la población tiene entre 16-17 años, sólo un poco más del 10% cuenta con la mayoría de edad, se ve reflejado en la dependencia económica de los padres, más del 90% depende todavía de ellos, estas son condiciones con las que se van delineando las relaciones con los amigos y de cierta manera con lo social, pues ellos son parte de un sector de ella.

Son jóvenes que todavía no son laboralmente activos, no se encuentran insertos en instituciones de trabajo, no han formado una familia, los únicos espacios de implantación social son la escuela y la familia. Sus roles sociales están más enfocados al ámbito escolar y la vida familiar, por lo tanto el Colegio es un espacio de interacción, producción y reproducción relaciones socio-afectivas de los jóvenes que a el asisten.

Su participación social se manifiesta con las actividades que realizan, su percepción de ellos mismos y de los demás, se pone en juego sus relaciones que entablan con su compañeros y maestros; la exteriorizan por medio de su gusto por determinada música, su opinión respecto a los roles de los jóvenes en la sociedad, la participación social del hombre y la mujer y la búsqueda de su identidad.

Los estudiantes son un grupo de consumo particular, su nivel académico y el contacto con los maestros y amigos, hacen que la escuela configure un espacio simbólico, en este sentido la cultura se vuelve fundamental para entender las relaciones y diferencias sociales. En primer lugar porque se reproduce a través de las representaciones y las prácticas de cada uno, para ellos es importante la forma de pensar de los demás jóvenes para que se identifiquen con ellos, quiere decir que le dan más peso a la carga de significaciones que traen consigo, sus hábitos en el tiempo libre, su gusto por ciertas actividades; la convivencia diaria le da sentido a su ser y hacer en la escuela y al mismo tiempo en la sociedad.

4.2 Medios de Comunicación

Los Medios de Comunicación tienen una carga simbólica, a través de lo que les presentan; los jóvenes seleccionan, apropian y significan. En un mundo de redes de interconexiones, la economía, política y cultura muestran aspectos dinámicos de un mundo globalizado; el mercado, los flujos de capitales, las tecnologías de información, el creciente número de imágenes que se exponen en la televisión, el Internet y la prensa son a la vez mediadores de lo que sucede. "Es un espacio de comunicación al que se conecta entre sí sus diversos territorios y los conecta al mundo" (Barbero, 2002, p 289)

La radio y la televisión son los dispositivos de comunicación capaces de ofrecer formas de vínculos culturales para los jóvenes; todos tienen por lo menos un aparato televisivo y uno radiofónico en su casa; su vida cotidiana se ve bombardeada por una gran cantidad de ofertas culturales, cómo se apropian y resignifican los contenidos que les presentan es indicador para comprender las configuraciones de la cultura juvenil.

Los jóvenes se apropian de lo que les presentan los medios de comunicación, es una línea donde se pueden comprender mejor su inclusión en la vida social; explican e interpretan su realidad en el universo simbólico de los medios. Representan una estructura de poder, ideologías y lenguajes por medio de los mensajes que difunden los procesos de globalización y mundialización de las formas culturales, los jóvenes los adoptan y adecuan a su realidad.

TELEVISIÓN

Una de las actividades que más realizan los estudiantes del CCH Naucalpan es ver televisión, es el medio que más acapara su atención "Desde México hasta la Patagonia Argentina la televisión convoca hoy a las gentes como ningún otro medio, pero el rostro que aparece de nuestros países en la

televisión es un rostro contrahecho y deformado por la trama de intereses económicos y políticos que sostienen y moldean a este medio" (2002, 361). Los jóvenes que habitan en el Estado de México y el DF, tienen acceso a las principales cadenas televisivas (Televisa y TV Azteca), así como compañías de televisión por cable, viven con una exposición de grandes cantidades de imágenes.

Ven en la televisión un medio especialmente de entretenimiento, la programación que prefieren es principalmente de corte musical, caricaturas, deportivos e informativos, es importante resaltar el papel que juega en términos de mediación social que logra con las imágenes que presentan, por medio de la selección de programas, los sitúa en las redes nacionales y transnacionales de lo que es el entretenimiento y la información.

Para ellos es primordial el aspecto de entretenimiento que presenta la televisión, los canales que prefieren ver son el canal 5, 2 y 7, la gran mayoría de la programación que exhiben estos canales son: telenovelas, caricaturas, películas y programas de entretenimiento, carecen de un contenido de calidad.

Los estudiantes acogen y adecuan los contenidos que se difunden en la televisión; el gusto que tienen por ciertos programas, hace que vayan construyendo una relación con el discurso de lo social; lo acomodan según sus necesidades, lo transforman en moda, en discursos nuevos y aceptan estereotipos que les presentan. "*...lo que es moda y todo eso, ¿qué te influye?, la televisión, pues en donde lo ves es en la televisión*" (Estudiante del CCH Naucalpan, comunicación personal, Abril 4 de 2005).

Aunque en los resultados de la encuesta realizada no figura entre los programas preferidos, en el grupo de discusión aparece la telenovela como uno de los que más les gusta ¹, es también un género mediático que proyecta

¹ Según la agencia de medición de audiencias IBOPE (Marzo, 2005) las telenovelas ocupan los primeros lugares.

mucho la industria cultural²; México es un de los principales productores en América Latina, y en los últimos años ha puesto un mayor énfasis en las telenovelas de corte juvenil, les presenta estereotipos³, estilos de vida y de igual forma configura su formas de vida, los adaptan y modifican en el plano social cotidiano *“Por ponerte un ejemplo, los estos chavos de la novela de Rebelde, ves a varias chavitas creyéndose bien “Mía Coluci”, o ¿cómo se llama?. Ya ves varias chavas creyéndose así.-jes muy difícil ser yo! Y en su forma de hablar y de vestir“(Estudiante del CCH Naucalpan, comunicación personal, Abril 4 de 2005).*

De igual forma, es importante el consumo que tienen de la programación musical, es por medio de la música que se da una integración cultural, de nueva cuenta las grandes industrias le dan peso a este sector, la gran cantidad que se genera de videos musicales, y el espacio que han generado las televisoras a este tipo de programación (TV Azteca y Televisa han incorporado en su programación de fin de semana programas musicales, asimismo existen canales especialmente para la transmisión de videos como lo son MTV y Telehit). Igual que la telenovela presenta estilos de vida, pero aquí se puede ver más el aspecto globalizado de las imágenes, existen un gran número de cantantes y grupos extranjeros, se puede decir que es uno de los productos audiovisuales que presenta la televisión más explotado para el público juvenil es el video musical.

La televisión es el medio por el cual los jóvenes se informan, es a través de ésta que se enteran de lo que sucede en el país y en el mundo; las noticias o los noticieros representa el tercer programa que prefieren los estudiantes, quizá por el interés que tienen y la influencia de la escuela por mantenerse informados. Los noticieros son parte importante, los vincula con la vida política-

² “Está organizada sobre modelos de la industria más concreta, técnica y económicamente. En el cuadro de lo privado, algunos grandes grupos de prensa, cadenas de radio y televisión concentran el utillaje de las comunicaciones. en la cultura de masas”(Morin,1996,33)

³ “En la industria cultural existen arquetipos: modelos –patrones del espíritu que clasifican los sueños que vienen a ser temas novelescos y míticos: basados reglas y convencionalismos de la estructura social” (Morin, 1996, 34-35)

social y lo que acontece en otras partes de mundo, se enteran por medio de la televisión *"hasta donde yo he visto en las noticias, no se ha sabido nada de López Obrador, todo lo tienen abarcado con lo del Papa, en todos los medios, -¡qué triste, murió!- ya fue, pero ahorita lo que importa es lo que va a pasar"* (Estudiante del CCH Naucalpan, comunicación personal, Abril 4 de 2005).

La televisión es el medio con más recursos financieros, la programación que presenta se somete a intereses políticos y económicos, representa no sólo para los jóvenes sino para toda la sociedad un contacto de comunicación mediática que tiene influencia en aspectos socioculturales. La preferencia de los jóvenes por la programación de entretenimiento por encima de la cultural obedece, por la gran oferta y de la lógica de mercado, la publicidad, el espacio que le dan en las televisoras, además del poco presupuesto e interés que se tiene para realizar programas culturales especialmente para ellos.

RADIO

La radio más que ser un medio de información para los estudiantes que asisten al Colegio, representa un espacio en donde pueden escuchar su música favorita; más del 90% prefiere estaciones de radio de programación musical, poco más del 1% prefiere programas informativos (más del 80% de las estaciones de radio son comerciales mientras que el otro 20% tienen una programación musical).

Conjuntamente con la televisión representa "un papel reproductivo del orden social" (Canclini, 1998, p 22), su programación va dirigida a ciertas audiencias y gustos, existe una gran variedad, pero los jóvenes prefieren estaciones de radio musicales (las que más escuchan, son 99.3, Alfa 91.3, 97.7, Órbita 105.7⁴, La k Buena) la gran mayoría de su repertorio musical es en español aunque también se toca música en inglés.

⁴ Actualmente es Reactor 105.7 FM

Su preferencia por la estaciones de radio es por gusto y la música que programan , la radio también construye y plasma el sentido a su vida, el consumo que tienen está asociado simbólicamente, sus gustos por cierta estación es enlace con sus demás compañeros, a través de los mensajes radiofónicos se apropian de estereotipos, se va configurando su gusto por cierto género musical, se enteran del cantante y de grupos de moda, son también discursos mediáticos, por medio de la radio también resignifican y localizan sentidos.

INTERNET

Las tecnologías de la información como la Internet, constituye uno de las nuevas estructuras de información y de interacción, los jóvenes ven más a este medio como un distribuidor en donde pueden tener acceso a grandes cantidades de información. Los principales usos que dan, son buscar información para sus tareas escolares y para chatear con sus amigos.

Ven al Internet más como un medio en donde pueden tener fácil acceso a información que les interesa y al mismo tiempo de esparcimiento, los estudiantes se instauran en su vida académica y social. Aunque más del 90% de los estudiantes lo han utilizado alguna vez, no todos disponen con la infraestructura, pues sólo el 15% cuenta con este servicio en su casa, todavía en ese sentido existe una gran grieta entre quienes tienen acceso y quienes no , se necesita estar conectado para tener una apropiación y uso del medio, y no todos lo jóvenes pueden aprovechar está tecnología.

CINE

A los jóvenes que asisten al Colegio les gusta ir al cine, poco menos del 50% asiste con frecuencia. Su elección por cierta película tiene que ver si está de moda, el género, la temática y los actores que aparecen en ella, se debe a la gran publicidad que maneja, además que en el área Metropolitana existen

multisalas. En México existe poca producción de películas, la gran mayoría que presenta estas salas son extranjeras, es también un medio de comunicación que influye en ellos, se acerca más a costumbres de otros países y estereotipos globalizados.

El cine proyecta y expresa culturalmente, es más que entretenimiento un medio de información *“el cine es un medio a que muchas personas acuden como medio de comunicación o como medio de recreación”* (Estudiante del CCH Naucalpan, comunicación personal, Abril 4 de 2005). En cuando a la opinión del cine producido en el país, consideran que retoma aspectos de la vida social y política en la que vivimos, es por medio de él que también se informan de un imaginario colectivo, de cierta forma se rebasa y los sitúa en lo global. *“Yo creo que va más basado en lo real, estamos en un país que carece de mucha cultura, nos estamos dejando ir más por las cosas banales, como es el sexo, si te das cuenta ver una película así no me asusta, por que las groserías las escucho aquí todo el día y groserías peores, pues el sexo tampoco somos chavos...y es algo que está actual, igual cosas así .Creo que van más basados a lo que es real”* (Estudiante del CCH Naucalpan, comunicación personal, Abril 4 de 2005).

4.3 Música

La música es una de las producciones culturales más representativas de lo juvenil, en ella se encierra un gran entramado de significaciones la gran riqueza de carga simbólica que se refleja en la elección de un género musical o de un cantante. Por medio del gusto que tienen hacia la música se puede proyectar el imaginario de los jóvenes, y de cómo se apropian de los diferentes géneros y los integran a su vida cotidiana.

La apropiación que le dan los jóvenes a la música es socio-afectiva, tratan de comunicar sus vivencias cotidianas como; la soledad, amores frustrados, inconformidad, enojo, los integra y comunica con los demás, expresa su sentir en determinado momento. A través de la música los jóvenes comparten una misma biografía y una misma historia. *"Para mí la música es una forma de expresión, también depende mucho del estado de ánimo, porque, por ejemplo, a mí me puede gustar el ska en una fiesta, pero cuando estoy en mi casa, pues pongo pop, si estoy depre, pues pongo banda, entonces depende mucho del estado de ánimo, o ciertamente hay una canción, que dices no inventes, esta canción me recuerda a mi amiga tal, entonces si influye mucho en la comunicación que tengas con tus amigos"* (Estudiante del CCH Naucalpan, comunicación personal, Abril 4 de 2005).

Buscan en las letras de las canciones expresarse, se generan imaginarios colectivos de la juventud, el género que prefiere cada joven lo determina a partir de lo que se dice, ya sea el pop, el rock, la norteña o las baladas. La música los integra y diferencia; existen diversos grupos juveniles que tienen diferentes gustos musicales, como los son los Punketos, Skatos, Hoperos, etcétera, la música es parte de su diferenciación.

Uno de los géneros musicales predilectos de los jóvenes es el rock, es uno de los más solicitados por ellos, en México se realizan festivales de rock latinoamericano como lo es el Vive Latino que llega a convocar hasta más de 60 mil jóvenes en un mismo escenario y con el mismo objetivo; escuchar música en vivo, por sus bandas favoritas, "entre las grandes industrias musicales pasan hoy movimientos de integración cultural nada despreciables. El movimiento del rock latino rompe con la mera escucha juvenil para despertar creativities insospechadas de mestizajes e hibridaciones; tanto de lo cultural con lo político como estéticas transnacionales con los sonos y ritmos más locales" (Barbero, 2002, p 368)

Los jóvenes tienen una variedad de oferta musical, en la radio y la televisión les presentan grupos y cantantes nacionales e internacionales(Más 20% prefieren la música en inglés), es donde la industria cultural pone mayor énfasis, no es sólo la oferta de música sino también de estereotipos, pues se crean ídolos juveniles. Se define la música como uno de los espacios de apropiación con referentes significativos para los jóvenes (sus letras y el significado) es el lugar donde se miran y se constituyen los bordes de lo juvenil, se trata de máxima expresión de la juventud.

4.4 Actividades Culturales

Cuando se habla del consumo cultural que tienen los estudiantes además de abarcar lo que son los Medios de Comunicación interesa saber qué sucede con las otras ofertas culturales, asisten al teatro, la danza, museos, exposiciones o la literatura. Según la encuesta realizada, a este tipo de actividades no les gusta asistir, sólo al 21% les agrada acudir.

Esto se debe a que a través de la televisión se informan y en este medio casi no existe promoción de lo que son estas actividades, la influencia de la programación y los canales que escogen no se enfocan a estas opciones. Si llegan a asistir, es porque algún profesor les deja ver una obra o alguna exposición *“pero no es muy común que vayamos, excepto cuando nos mandan por parte de la escuela”* (Estudiante del CCH Naucalpan, comunicación personal, Abril 4 de 2005).

La escuela y los profesores, juegan un papel importante para el vínculo con estas ofertas culturales, tienen más contacto, a pesar de que se encuentran estudiando y que la UNAM tiene varios talleres culturales, además en el Colegio se promueven el teatro, danza y música. Es claro que con la escuela se tiene de cierta forma más acceso a estas actividades “se ha comprobado que la relación con las instituciones culturales, la proximidad de

los visitantes, así como su mayor nivel educativo favorecen la asistencia” (Canclini, 1998, p 42)

De la misma forma, influye que en la zona del Estado de México donde la mayoría de los estudiantes viven, no se cuentan con centros culturales y existe poco equipamiento cultural, para asistir alguna obra o exposición tienen que trasladarse al DF⁵, “se indica que las periferias sobre todo el norte y oriente, están aún menos equipadas en bienes culturales” (1998, p 43) De igual forma tiene que ver la cuestión económica ya que los estudiantes que tienen mayor nivel de ingresos son los que asisten con mayor frecuencia a estas actividades, además de que todavía no se encuentran trabajando y dependen de sus padres, esto también influye en su participación en los eventos culturales pues los consideran un poco caros.

4.5. Identidad: Trazos de la Cultura Juvenil

La cultura juvenil es una construcción cultural de la categoría joven, es producto de acuerdos que entra en las representaciones sociales, sus modos de comportamiento de inserción a la estructura social poseen esquemas de acción diferenciados, la cultura hegemónica la dota de condiciones sociales, su construcción se da a través en que los jóvenes participan en diferentes sectores, son agentes dinámicos de la creación y circulación de la cultura.

La cultura juvenil, es producto de acuerdos sociales y productoras del mundo, se ubican en una dinámica cultural, pueden ser reconocidos a los modos de estar juntos, existen diferentes maneras de entender y nombrar su constitución, es decir, su identidad, se identifican y diferencian a partir de su construcción simbólica “se dan condiciones sociales, son un conjunto de derechos y obligaciones que define la identidad en el seno de la estructura social” (Reguillo, 2002, p371-373)

⁵ Aproximadamente el 50 por ciento de los auditorios, teatros y galerías de la ciudad se halla en la Delegación Cuauhtémoc, en pleno Centro. En segundo lugar aparecen Coyoacán y luego Miguel Hidalgo (Canclini, 1998, 45)

La identidad, implica la representación de sí mismo y de los grupos de pertenencia ya que para los procesos sociales simbólicos comparten en una lógica de distinciones, oposiciones y diferencias; por lo tanto constituyen identidades y alteridades, se manifiesta por las producciones culturales también es reflejo del consumo cultural que hace la juventud.

Unos de los rasgos que son más importantes para comprender los procesos de diferenciación e identificación de los jóvenes, es el hecho de pertenecer a cierta clase social y la cuestión de género ya que son atributos ideológicos y simbólicos asignados y apropiados de la identidad.

CLASE SOCIAL

El consumo es también un espacio decisivo para la construcción de las clases y la organización de sus diferencias "la clase social se da por la relación con la producción, por la propiedad de ciertos bienes, pero también a nivel simbólico del consumo, osea por la manera de usar los bienes transmutándolos de signos" (Canclini, 1990, p15).

El aspecto económico no es tan importante para los jóvenes en la relación que entablan con sus iguales, pero determina el acceso a ciertos bienes y actividades. La mayoría de los jóvenes que estudian en el Colegio el 75% se considera de clase media, son jóvenes que todavía viven con su padres, dependen económicamente de ellos, el presupuesto que reciben semanalmente, oscila entre los 100 y 200 pesos, incluye pasajes, para actividades recreativas y material que lleguen a necesitar en la escuela. Las zonas de donde provienen cuentan con los principales servicios y un buen nivel de vida.

A partir de su percepción de clase se va estableciendo su consumo y relación con los demás, se integran y se diferencian. Sus prácticas culturales son rasgos de su ubicación de clase y en el proceso de diferenciación, funciona como parte de la selección o exclusión de ciertos bienes o actividades." *No somos tan ricos, no puedo decir voy a pagar con este de 500 que traigo aquí, o-¡ve mi ropa nueva!, casi compro una diario*" "Tu tienes 500 pesos para gastarte en la semana y vas a ir con un burgués que trae 500 pesos para gastarse en ese momento, vas a decir si estoy jodida, y el es el rico y yo soy el del medio" (Estudiante del CCH Naucalpan, comunicación personal, Abril 4 de 2005).

Para los jóvenes es la sociedad la que determina a que clase social pertenecen, ya que elige cómo son vistos dentro y qué papel juegan a partir de su status social, esto depende de cómo se visten, a qué escuela asisten y cuál es el ingreso que tienen y sus gustos.

GÉNERO

Hablar de ser un o una joven representa también la parte de diferenciación distinción social y parte de la formación de identidad es el género "una construcción social que reglamenta y condiciona la conducta objetiva y subjetiva de las personas, atribuyendo características distintas a cada sexo" (Lamas, 2003, p 342).

El género ayuda a comprender los procesos sociales y culturales que atraviesan los jóvenes, conocer cuáles son las estructuras que tienen tanto hombres como mujeres y analizar los estereotipos. Sus roles cambian, se produce un imaginario de los papeles sociales de ambos géneros.

Las jóvenes todavía viven mucha desigualdad, se debe a la educación que tuvieron en su entorno familiar y los roles que les asignan, la mayoría de los estudiantes y los jóvenes que viven en el Estado de México viven con ambos padres y la relación que tienen con ellos ayuda a desarrollar los roles de

género. El machismo y la desigualdad en el trabajo son algunos de los obstáculos que tienen, ser una mujer joven representa, luchar contra los tabúes y estigmas que tienen desde sus familias y la sociedad. Aunque parecen más abiertas a los roles tradicionales, consideran que las mujeres no son las únicas encargadas de las labores domésticas, que pueden desempeñarse en otros rubros que no sea el hogar; en la cuestión profesional tienen las mismas posibilidades de desempeñarse que los hombres. También influye que a mayor acceso a la educación y al trabajo, se da una liberación del rol femenino.

Ven la diferencia de género a partir de la condición física, para ellos lo determina varios factores para desempeñarse en cuestiones profesionales; piensan que las mujeres son un sector muy discriminado en la sociedad y susceptible en ese aspecto *"las mujeres corren más riesgo de ser violadas, o en la calle se les robe que a un hombre"* (Estudiante del CCH Naucalpan, comunicación personal, Abril 4 de 2005). De la misma forma el papel social de los hombres sigue estigmatizado porque los ven como los responsables del cargo económico del hogar y proveedores del bienestar familiar.

El consumo por determinados bienes también establece diferencias entre los géneros, el gusto por determinada música, las actividades culturales y prácticas, ya que las mujeres eligen escuchar con más frecuencia música pop y los hombres el rock; además que las mujeres prefieren estar más en el ambiente familiar y tienen mayor acercamiento a las actividades culturales, mientras que los jóvenes asisten a fiestas con más frecuencia y practican más deporte esto se manifiesta en que ellos prefieren más una programación deportiva.

INSTITUCIONES SOCIALES

FAMILIA

La familia es una institución que contribuye a la estructura del joven a la vida social, pues es una red compleja de reproducción de elementos, afectivos, económicos, sociales y culturales. Es un factor importante para la construcción de representaciones, creencias y valores, es su principal apoyo afectivo "*Para mí, mi familia es todo*" (Estudiante del CCH Naucalpan, comunicación personal, Abril 4 de 2005). Más del 80% de los estudiantes viven con su familia; los roles que tienen los padres son tradicionales, casi el 50 por ciento depende económicamente del padre, mientras que la mamá se dedica al hogar, sólo menos de 40 por ciento su dependencia económica es de ambos padres.

La familia cumple un papel importante como elemento socializador y regulador de las representaciones y en las relaciones que entablan los jóvenes con los demás, en ella radica las bases de sus conductas, su percepción de género, clase y como actores sociales, se establecen primeramente a través de su relaciones familiares, se manifiestan en su opinión respecto a los roles de la mujer y el hombre. "*Entonces en mi casa es más compartido es lo que me han enseñado. Te casas trabajas, trabaja tu marido y se reparten los quehaceres*" (Estudiante del CCH Naucalpan, comunicación personal, Abril 4 de 2005).

ESCUELA

La escuela representa para los estudiantes un centro de reunión y de convivencia, tienen influencia de sus amigos y maestros, además de la carga simbólica, el papel que juega es primordial, pues reafirman lo que son a través de ella. La escuela y la familia son instituciones que dialogan y se

retroalimentan, cada joven es influido por ambas. Aunque de cierta manera le dan más peso a ésta por el tiempo y la convivencia con los demás *"Yo creo que cuando entramos a la escuela ya es mínimo, pasamos más tiempo en la escuela que con nuestros papás, o por ejemplo, como nuestros papás trabajan y llegan tarde, pues como sea, entre hermanos, la escuela y los amigos, realmente nosotros que vamos en la tarde a qué hora llegamos aquí, a la una o a las dos de la tarde y a qué hora nos vamos a las ocho y llegamos a las nueve, pasa a segundo término la familia"* (Estudiante del CCH Naucalpan, comunicación personal, Abril 4 de 2005).

Es un punto de encuentro, comparten sus experiencias y se manifiestan significaciones, comparten su vida académica, pero también la social *"Pues yo creo que no están peleados una cosa con otra, puedes venir a la escuela hacer vida social y también a estudiar. El hecho de que estudies no quiere decir, que si estudias ya no tienes amigos porque igual en el salón de clases te llevas bien, estás platicando de los asuntos de la escuela"* (Estudiante del CCH Naucalpan, comunicación personal, Abril 4 de 2005).

La escuela es distribuidora del conocimiento y de cultura; es parte fundamental para desarrollar estos aspectos dentro la sociedad, además de que es a través de lo que les enseñan y aprenden en ella se van formando una opinión de la que sucede *"te empiezas a interesar por otras cosas que vas aprendiendo aquí...empiezas a conocer más, empiezas a interesarte más por otras nuevas cosas"* (Estudiante del CCH Naucalpan, comunicación personal, Abril 4 de 2005).

El nivel académico que tienen implica un elemento de distinción social, son jóvenes que tienen mayores posibilidades de trabajo, adquieren nuevos conocimientos y consigo nuevas formas u otras alternativas de relaciones sociales; más del 80 por ciento de los jóvenes que asisten se identifican con su rol de estudiantes este es un factor determinante para su relación con los demás.

GOBIERNO

Los aspectos sociales, económicos y políticos han generado en los jóvenes grandes inquietudes dentro de la vida social y su participación en ella, en los últimos meses se han expuesto ante los medios los grandes desafíos a los que se han enfrentado, el desempleo, la desigualdad social, los cambios políticos y las nuevas reformas, la constante inseguridad en la ciudad, los movimientos sociales son factores que influyen en su opinión respecto al gobierno actual y la vida social.

Muestran su gran preocupación por lo que pasa en el país, para ellos el Gobierno y los partidos políticos no se han encargado de los problemas más importantes, pues no ven que mejore la situación de los indígenas, la poca participación que tienen en la política, la escasa confianza que tienen hacia los gobernantes; ya que en sus colonias y barrios son los escenarios en donde se reflejan con más claridad las carencias y las necesidades de la sociedad

La globalización viene a cambiar no sólo las estructuras económicas, políticas y culturales, sino que además incide en aspectos cotidianos sociales, los jóvenes son partícipes de estos cambios, se sienten parte de las transformaciones económicas, sociales, su preocupación por estar más preparados en un mundo competitivo, la falta de oportunidades de trabajo, la inseguridad, la desigualdad social – económica y la crisis política son asuntos que les preocupan .

4.5.1 Estilo: Filtro de Arena

Los estudiantes del Colegio viven una constante búsqueda de identidad, de pertenencia, ante el constante bombardeo de ofertas culturales a la que se ven sometidos. El CCH es un lugar donde se observa la diversidad de matices que tienen los jóvenes, el reflejo de la sociedad mexicana con múltiples desafíos y complejos escenarios, donde tienen un papel fundamental como actores para el desarrollo del país.

Esa gran diversidad se ve manifestada a través de la diferenciación y por lo tanto por la identidad, implica la representación de sí mismo y de los grupos de pertenencia, ya que para los procesos sociales simbólicos comparten en una lógica de distinciones, oposiciones y diferencias; por lo tanto constituyen identidades y alteridades, se manifiesta por las producciones culturales, también reflejo del consumo simbólico de los jóvenes, en ese sentido no se pueden desvincular, ya que la identidad parte del acto de apropiación simbólica y las prácticas.

El consumo cultural que tienen los estudiantes del Colegio se ve manifestado un estilo propio sus relaciones con la escuela, familia, la cultura, su condición de género y clase se manifiestan en él "el estilo: puede definirse como la manifestación simbólica, expresada en un conjunto coherente de elementos materiales e inmateriales que los jóvenes consideran representativos de su identidad" (Feixa, 1997, p 47).

Por lo general cuando se refiere al estilo particularmente en las culturas juveniles, es principalmente por grupos contraculturales (skatos, punketos, hoperos, por poner un ejemplo). Pero los jóvenes que no pertenecen a estos grupos juveniles como lo son la gran mayoría de los estudiantes del Colegio también reflejan su estilo propio lo hacen por medio de sus prácticas y representaciones, el estilo va más allá de una simple forma de vestir, mas

bien, es el reflejo de su identidad sus creencias , valores y costumbres lo determinan, la manera de relacionarse con los demás, sus gustos *"Bueno, yo en lo personal creo que tengo un estilo propio, no quiero ser como nadie, yo siento que lo que puedo aportar, es mi personalidad, accesible"* (Estudiante del CCH Naucalpan, comunicación personal, Abril 4 de 2005).

Ser joven quiere decir que está determinado por factores culturales y sociales a partir del contexto en el que se ubiquen, son configurados por las condiciones sociales, pero a la vez ellos las reconfiguran y aportan a ese gran complejo cultural su participación en la vida social, la música, su forma de vestir, sus discursos, sus hábitos, sus intereses, forman parte de la cultura y la cultura forma parte de ellos, por eso se dice que es diversa.

"Pues imagínate, ves a chavos drogándose por allá, unos chavos según estudiando, ves a chavos en la canchas, ves a chavos robando, en la explanada ves a chavos haciendo política, definir a la juventud como una sola, no. No puedes decir que la juventud es esto, pero tampoco puedes decir que es mala. La juventud es diversa" (Estudiante del CCH Naucalpan, comunicación personal, Abril 4 de 2005).

Aunque cada joven tiene su propio estilo, y al mismo tiempo se relacionan, esa gran cantidad de matices es lo que nombran la heterogeneidad y la convierte en homogeneidad: Juventud. *"Soy quien soy, no me parezco a nadie, ser yo y no copiarle el estilo a otros"* (Estudiante del CCH Naucalpan, comunicación personal, Abril 4 de 2005).

CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

Espacios como el CCH ofrecen un campo de investigación que establece el surgimiento de nuevos procesos de socialización e identificación, se reproducen segmentos poblacionales juveniles. Se nombra a jóvenes institucionalizados vinculados y determinados por la escuela, enganchados en una sociedad globalizada, que influye en la construcción de su identidad, individual y colectiva. Los estudiantes, desarrollan modos de vida en el Colegio, se distinguen principalmente porque se apropian de un espacio de interacción cimentado por representaciones que les son dadas desde sus entornos más inmediatos, la familia y el lugar en donde viven. Es un escenario de configuración de identidades juveniles, lo social se ve reflejado, cada uno de los estudiantes tiene su propia historia de vida, que es compartida con los demás, y que al mismo tiempo se integra para estructurar la vida social de lo juvenil.

El consumo cultural que tienen por ciertos bienes simbólicos como los medios de comunicación y la música, son fundamentales para entender su relación con lo social, a través de los medios los estudiantes se apropian de productos sociales, pues son intermediarios de lo que acontece en la sociedad y la cultura. La televisión, radio y cine son los dispositivos de comunicación capaces de ofrecer formas de vínculos culturales para los jóvenes; su vida se ve influenciada por unas ofertas culturales, por ejemplo los programas de televisión, les presentan estereotipos que se apropian y resignifican, son indicadores para comprender las configuraciones de la cultura juvenil.

Asimismo, son mediadores de la vida social, estructuras de poder e ideología, los ven como medios de entretenimiento e información, la televisión representa el medio más importante para mantenerlos informados de lo que sucede. Las telenovelas y los videos musicales les presentan estereotipos, que

adoptan. La radio también es un anclaje en donde se muestran sus intereses, se apropian, principalmente de la música, la elección de cierta estación, radica más a su gusto por la música. Se ven reflejados en la moda, discursos y estilos de vida.

La música es la producción cultural más representativa de lo juvenil, proyectan necesidades de identificación, sobre todo porque es una forma de expresión, la insertan en su vida cotidiana, la apropiación musical es uno de los referentes más significativos de la juventud.

Existe una gran diversidad juvenil, se ve manifestada a través de la diferenciación y por lo tanto por la identidad, implica pues la representación de sí mismo y de los grupos de pertenencia ya que para los procesos sociales simbólicos comparten una lógica de distinciones, oposiciones y diferencias. Se manifiesta por las producciones culturales, también es reflejo del consumo simbólico de la juventud, ya que la identidad parte del acto de apropiación simbólica y las prácticas. A partir de lo que consumen y cómo consumen se diferencian, así las diferencias generan identidades.

El consumo simbólico proyecta la constitución de la cultura juvenil permite crear una nueva sociabilidad, una agrupación capaz de conceder a los jóvenes un nuevo estatus, un estilo de vida y una ideología; el acceso a ciertos bienes, además establece una de las más importantes mediaciones para la construcción de la identidad. La forma de estar juntos, lo determinan sí las condiciones sociales, pero también la identificación y diferenciación con los demás, la forma de pensar, los gustos, la música y los lugares que frecuentan son factores que hacen que se conformen los distintos estilos de cada joven. De igual forma influyen factores como:

- El género; hablar de ser un o una joven representa una diferenciación y distinción social en cuanto a roles sociales y en los modos de apropiación de bienes simbólicos.

- La clase social, establece una forma de vida, las condiciones económicas también determinan las circunstancias de las prácticas y las representaciones son determinantes para los jóvenes.
- La familia es una institución que contribuye a la estructura del joven a la vida social, es una red compleja de reproducción de elementos, afectivos, económicos, sociales y culturales.

El país vive en la globalización, que viene a cambiar no sólo las estructuras económicas, políticas y culturales, sino que además incide en aspectos cotidianos, los jóvenes son partícipes de estos cambios, en sus prácticas y representaciones lo expresan. En consecuencia, buscan y conforman una identidad transitoria y dinámica, pues los factores de clase, territorio, género, consumo cultural asignan a su vida una serie de cambios y significados, se manifiestan por medio de la diversidad de expresiones que construyen y reconstruyen, su percepción de si mismo y la de los otros.

CONCLUSIONES TEÓRICAS

El enfoque cultural permite analizar los procesos de significación de los jóvenes, porque los constituye en una categoría de "productores culturales", la cual tiene relaciones socioculturales como un campo de enlaces donde se inserta lo social. Además, que considera aspectos como la identidad, sistemas de significación, recepción - circulación de mensajes, prácticas y hábitos

La definición de las culturas juveniles se da por medio de una visión multidisciplinaria (la antropología y la sociología) Rossana Reguillo(2003) y Carles Feixa(1997) brindan elementos para categorizar a los jóvenes en la estructura social. Es necesario reflexionar hasta dónde se define el campo de cada disciplina y su participación en los estudios de la juventud.

Se resalta la importancia del consumo cultural como punto de encuentro entre la cultura-cultura juvenil, principalmente porque implica la práctica sociocultural en la que se apropian de significados y formas de vida de los jóvenes, por ello es necesario pensarlos como espacio clave para la comprensión de sus comportamientos sociales

CONCLUSIONES METODOLÓGICAS

La propuesta metodológica de la investigación involucra diferentes visiones para el análisis de consumo cultural de los estudiantes, porque se sustenta desde lo cuantitativo y cualitativo. La recolección de datos por medio de la encuesta permitió establecer algunas coordenadas; como consumo cultural más representativo, se alimenta de los resultados del grupo de discusión; el discurso propio de los jóvenes.

El trabajo está orientado más al aspecto cuantitativo, falta darle énfasis desde el enfoque cualitativo al consumo simbólico; la recepción de medios y la construcción de la identidad, son aspectos primordiales para entenderlo desde la lógica del discurso social. Quizás hubiera sido conveniente realizar más sesiones de grupo de discusión, para profundizar en temáticas como la cuestión de género e identidad. De igual forma, las entrevistas profundas podrían contribuir a agotar más el discurso de los jóvenes.

CONCLUSIONES TEMÁTICAS

Sin lugar a dudas, la travesía de los estudios sobre la Cultura Juvenil genera una rica discusión entre los investigadores que se han centrado en esta línea, pero sobre todo deja una enorme grieta en cuanto al estudio de los actores juveniles "incorporados", ya que la gran mayoría se han enfocado en los agrupamientos juveniles contraculturales (actores alternativos).

Esta investigación está enfocada a los jóvenes que asisten al CCH Naucalpan, es un estudio de caso, con características específicas, aunque se rescata el aspecto de consumo cultural; en donde se abordan el papel que juegan los medios de comunicación y cómo se apropian de ciertos bienes (materiales y simbólicos) para la construcción de su identidad en la estructura social.

Si bien es cierto que existen ya trabajos enfocados a los jóvenes y sus representaciones, como el realizado por Instituto Mexicano de la Juventud en el 2002 (Encuesta Nacional de la Juventud) y trabajos de la Universidad Autónoma Metropolitana en consumo y recepción de medios en la Ciudad de México, la investigación retoma los dos aspectos, jóvenes y consumo simbólico como generadores de cultura juvenil, dispositivos que se retoman en un espacio de interacción de los jóvenes: la escuela.

El camino a seguir es largo y el conocimiento que se tiene es escaso principalmente porque las propuestas de trabajos se han ido deteniendo por el poco interés hacia este campo de estudio, de ahí radica la importancia de seguir contribuyendo a esta línea en investigaciones como: ¿Qué sucede con los jóvenes que tienen un mayor nivel educativo en cuestión de consumo cultural?, la construcción de la identidad juvenil a partir de género, un análisis profundo de recepción de medios en los jóvenes, su participación en las actividades culturales, análisis de los estereotipos que les presentan los medios de comunicación Así como su participación en ámbitos como la política y religión , además falta conocer más de sus entornos inmediatos la familia y los lugares donde viven.

REFERENCIAS

- Ander-Egg, E. (1995). Técnicas de investigación Social. México. Lumen
- Bourdieu, P. (1990). "La juventud no es más que una palabra", en Sociología y Cultura. México; CNCA/ Grijalbo.
- Barbero J. M. (2002). "Integración en la Globalización: espacio cultural latinoamericano" en Oficio de Cartógrafo: Travesías latinoamericanas de la comunicación y la cultura. México. FCE.
- Canclini, N. (2000). "El consumo cultural: una propuesta teórica", en El consumo cultural en América Latina. México; Grijalbo
- _____ (1998). "La sociología de Pierre Bourdieu", en Sociología y Cultura; CNCA/Grijalbo
- _____ (1998). "Qué hay que ver: mapas de la oferta cultura y prácticas culturales" en Cultura y Comunicación en la Ciudad de México. Primera Parte. México; UAM/Grijalbo
- _____ (1998) "La ciudad y los medios" en Cultura y Comunicación en la Ciudad de México. Segunda Parte. México. UAM/Grijalbo
- CECU. (2003) Diagnóstico Institucional 2003. México. Colegio de Ciencias y Humanidades
- Feixa C. (1997). El reloj de arena. Las culturas juveniles en México. México; IMJ.
- Galindo C. J. (1998) Técnicas de investigación: sociedad, cultura y comunicación. México; Pearson.
- Giménez G. (2003). Prolegómenos. México
- _____ (2003) "La investigación cultural en México. Una aproximación" en Valenzuela M. Los estudios culturales en México. México; FCE
- Hammett B (2001) Historia de México. México
- Kuri R. (2001). "Cultura juvenil y medios de Comunicación" en México; IMJ.
- Lamas M. (2003) "Cultura, género y epistemología" en Valenzuela Arce, Estudios Culturales en México. México; FCE
- López R. H. (1998) "La metodología de la Encuesta" en Galindo C. J. Técnicas de investigación: sociedad, cultura y comunicación. México; Pearson.
- Morín, E (1996) El espíritu del tiempo: ensayo sobre la cultura de masas .. España, Taurus

Muñoz. L. (2003) Ingreso Estudiantil al CCH. México Dirección General del Colegio de Ciencias y Humanidades

Nanteras D. (2002). "Las identificaciones en los agrupamientos juveniles urbanos: graffiteros y góticos" en Chihu Amparán A., (coordinador) Sociología de la Identidad, México, UAM Iztapalapa

Reguillo R. (2003). "Jóvenes y estudios culturales. Notas para un balance reflexivo, en Estudios Culturales en México. México; Fondo de cultura Económica

Russi B. (1998) "Grupos de discusión. De la investigación social a la investigación reflexiva" en Técnicas de investigación: sociedad, cultura y comunicación. México; Pearson.

Surkel G (1999) El Consumo Cultural en América Latina, Bogota, Convenio Andrés Bello.

Urteaga C. P. M. (2000) "Identidad, cultura y afectividad en los jóvenes punks mexicanos" .México; Colegio de México.

Valenzuela A. M (2002) "Jóvenes y Juventudes en México" en Encuesta Nacional de la juventud. México. IMJ

_____ (1997), La vida del barro duro: cultura popular en Brasil. Guadalajara; El Colegio de la frontera Norte.

_____.(1997), "Identidades juveniles en México: Cholos Punks y chavos. banda. México. Colegio de la Frontera.

Winocur R. (1998), "Radio y Ciudadanos: usos privados de a voz pública" en Cultura y Comunicación en la Ciudad de México. Segunda Parte; México. UAM/ Grijalbo

TESIS

Pimentel B. E. (2003). Trazos llenos de sentido: Propuesta para Diseñar un Perfil de Estancia. Tesis de Licenciatura, ENEP Acatlán .México

FUENTES ELECTRÓNICAS

Navarrete E. (2004, Agosto 23) Los Jóvenes en el Estado de México. Un Análisis a Partir de su Propia Concepción. Instituto Mexicano de la Juventud. [Página Electrónica]. Disponible en: <http://www.imjuventud.gob.mx/main.asp>

Universidad Nacional Autónoma de México (2004, Agosto 17). Colegio de Ciencias y Humanidades. [Página Electrónica]. Disponible en: <http://www.cch.unam.mx/antecedentes.php>

Instituto Nacional Estadística Geografía e Informática (2004 Agosto 17) Estadísticas Sociodemográficas/ Educación [Página Electrónica]. Disponible en: <http://www.inegi.gob.mx/est/default.asp?c=3994&e=15>

Instituto Nacional Estadística Geografía e Informática (2000, Agosto 17), Jóvenes en México. [Catalogo Electrónico] Disponible en: http://www.inegi.gob.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/estudios/sociodemografico/jovenesm/2000/jovenesm.pdf

ANEXOS 1

RESULTADOS GENERALES POR PREGUNTA

1. DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS

SEMESTRE

SEMESTRE	HOMBRES	MUJERES	TOTAL GENERAL
PRIMERO	47%	53%	31%
TERCERO	47%	53%	33%
QUINTO	48%	52%	36%

ESTADO CIVIL

ESTADO CIVIL	MASCULINO	FEMENINO	TOTAL GENERAL
Soltero(a)	100 %	98.3%	98.7 %
Casado	0 %	1.3%	1.3%
Divorciado	0 %	0 %	0 %

ADEUDO DE MATERIAS

ADEUDO DE MATERIAS	PRIMER SEMESTRE	TERCER SEMESTRE	QUINTO SEMESTRE	TOTAL GENERAL
SI	3%	66%	72%	49%
NO	97%	34%	27%	51%

NÚMERO DE MATERIAS ADEUDADAS

NÚMERO DE MATERIAS	PORCENTAJE
1 Materia	21%
2 Materias	23%
3 Materias	13%
4 Materias	9%
5 Materias	7%
6 Materias	10%
7 Materias	3%
8 Materias	4%
9 Materias	2%
10 Materias	2%
Más de 10	5%

DEPENDENCIA ECONÓMICA

DEPENDENCIA	PORCENTAJE
Padre	48 %
Madre	12 %
Ambos	39 %
Autosuficiente	1 %

GASTOS PERSONALES

GASTOS	PORCENTAJE
50 pesos	6 %
100 pesos	18%
200 pesos	42%
300 pesos	24%
400 pesos	6 %
Más de 500	4 %

2. CONSUMO CULTURAL

PROGRAMAS-RADIO

PROGRAMAS	PORCENTAJE
Musicales	30%
Musicales-Informativos	22%
Deportivos-Musicales	15%
Culturales	5%
Culturales-Deportivos	5%
Culturales-Informativos	3%
Culturales-Musicales	14%

MOTIVO-MÚSICA

MOTIVO	PORCENTAJE
Gusto	9.40%
Gusto	0.27%
Gusto-Canciones-Cantante	0.27%
Gusto-Cantante	1.30%
Gusto-Letras	4%
Gusto-Letras-Cantante	9.70%
Gusto-Letras-Cantante	0.27%
Gusto-Letras-Música	30.40%
Gusto-Letras-Música-Cantante	0.27%
Gusto-Letras-Vida Cotidiana	0.27%
Gusto-Moda	0.80%
Gusto-Moda-Letras	0.27%
Gusto-Moda-Cantante	0.80%
Gusto-Moda-Letras	2.15%
Gusto-Moda-Música	6.70%
Gusto-Música	7%
Gusto-Música-Cantante	7%
Gusto-Música-Ideología	0.27%
Gusto-Música-Mensaje	0.27%
Letras	2.15%
Letras-Música	3.50%
Letras-Música-Cantante	5.12%
Letras-Música-Mensaje	0.27%
Moda	0.27%
Moda-Letras	0.50%
Moda-Letras-Cantante	0.27%
Moda-Letras-Música	0.27%
Moda-Música-Cantante	0.27%
Música	2.90%

INTERNET

USO	PORCENTAJE
SÍ	96%
NO	3%

USOS-INTERNET

MOTIVO	PORCENTAJE
Música-Tareas-Entretención	10%
Música-Tareas-Culturales	5%

CINE

ASISTE	PORCENTAJE
SÍ ASISTE	45%
NO ASISTE	54%

MOTIVO PELÍCULA

MOTIVO	PORCENTAJE
Moda-Temática-Género	22%
Moda-Actores-Género	21%
Moda	4%
Actores-Temática-Género	21%
Género	9%
Temática	10%
Actores-Temática	6%

LUGARES DE REUNIÓN

LUGARES DE REUNIÓN	PORCENTAJE
Antros	0.27%
Áreas-Calle	0.27%
Áreas-Calle-Barrio	0.27%
Calle	2.10%
Casa	1.80%
Casa-Antros-Calle	0.27%
Casa-Antros-Raves	0.27%
Casa-Áreas-Barrio	0.53%
Casa-Áreas-Calle	0.80%
Casa-Bares	0.27%
Casa-Calle-Barrio	0.27%
Casa-Centros-Antros	0.27%
Casa-Centros-Calle	0.53%
Casa-Parque-Antros	0.27%
Casa-Parque-Áreas	0.27%
Casa-Parque-Calle	0.53%
Casa-Parque-Centros	1.35%
Casa-Plaza-Centros	0.80%
Centros	0.53%
Centros-Calle-Barrio	0.27%
Escuela	5.90%
Escuela	0.27%
Escuela-Casa-Parque	0.27%
Escuela-Antros	0.27%
Escuela-Antros-Barrio	1.60%
Escuela-Antros-Calle	3.50%
Escuela-Áreas	1.35%
Escuela-Áreas-Antros	1.60%
Escuela-Áreas-Bar.	0.53%
Escuela-Áreas-Barrio	1.35%
Escuela-Áreas-Calle	4.30%

Escuela-Áreas-Civil	0.27%
Escuela-Áreas-Museos	0.27%
Escuela-Áreas-Organizaciones	0.27%
Escuela-Barrio	0.27%
Escuela-Calle	2.15%
Escuela-Calle-Barrio	0.80%
Escuela-Calle-Otro	0.27%
Escuela-Calle-Parque	0.27%
Escuela-Casa	2.60%
Escuela-Casa-	0.27%
Escuela-Casa- Calle	0.27%
Escuela-Casa Parque	0.27%
Escuela-Casa-Antros	4.00%
Escuela-Casa-Áreas	5.60%
Escuela-Casa-Barrio	2.90%
Escuela-Casa-Calle	11.85%
Escuela-Casa-Centros	5.12%
Escuela-Casa-Fiestas	0.53%
Escuela-Casa-Organizaciones	0.53%
Escuela-Casa-Parque	3.70%
Escuela-Casa-Plaza	1.80%
Escuela-Centros	0.53%
Escuela-Centros-Antros	0.53%
Escuela-Centros-Áreas	1%
Escuela-Centros-Bares	0.27%
Escuela-Centros-Calle	1.60%
Escuela-Parque	0.80%
Escuela-Parque-Antros	0.53%
Escuela-Parque-Áreas	2.40%
Escuela-Parque-Calle	2.15%
Escuela-Parque-Centros	2.15%
Escuela-Parque-Plaza	0.27%
Escuela-Plaza	0.53%
Escuela-Plaza-Antros	4.30%
Escuela-Plaza-Áreas	0.27%
Escuela-Plaza-Calle	1%
Escuela-Plaza-Centros	1%
Escuelas-Áreas-Calle	0.27%
Escuelas-Parque-Centros	0.27%
Escuela-Temática-Género	0.27%
No contestó	0.80%
Plaza-Centros-Áreas	0.27%
Parque	0.80%
Parque-Áreas-Calle	0.53%
Parque-Plaza-Antros	0.27%
Plaza	0.53%
Plaza-Calle-Barrio	0.53%
Plaza-Centros-Áreas	0.27%
Plaza-Centros-Calle	0.27%
Plaza-Organizaciones-Calle	0.27%

EN QUÉ PREFIEREN GASTAR DINERO

OPCIONES	PORCENTAJE
Accesorios	0.80%
Accesorios-Cerveza	0.27%
Accesorios-Cine	0.27%
Accesorios-Libros-Cine	0.27%
Accesorios-Libros-Conciertos	0.27%
Accesorios-Libros-Revistas	0.27%
Accesorios-Revistas-Conciertos	0.27%
CD'S	0.27%
CD'S -Accesorios	0.27%
CD'S-Accesorios	0.27%
CD'S-Accesorios-Cine	0.27%
CD'S-Accesorios-GIM	0.27%
CD'S-Accesorios-Libros	0.27%
CD'S-Accesorios-Revistas	0.27%
CD'S-Cine-Conciertos	1.30%
CD'S-Conciertos	0.27%

CD'S-Libros-Cine	0.53%
CD'S-Libros-Conciertos	0.80%
CD'S-Libros-Revistas	0.80%
CD'S-Revistas-Celular	0.27%
CD'S-Revistas-Cine	0.53%
Cerveza	0.27%
Cine	0.53%
Cine-Conciertos	0.27%
Conciertos	0.27%
Escuela-Areas-Antros	0.27%
Libros	0.27%
Libros-Cine-Conciertos	0.27%
Libros-Comida-Pasajes	0.27%
Libros-Revistas	0.53%
Libros-Revistas-	0.27%
Libros-Revistas-Cine	0.27%
Libros-Revistas-Conciertos	0.27%
Libros-Visitas	0.27%
Lo necesario	0.27%
No contestó	1.60%
Ropa	7%
Ropa- Libros- Revistas	0.27%
Ropa-Accesorios	3.20%
Ropa-Accesorios-Cine	3.70%
Ropa-Accesorios-Comida	0.53%
Ropa-Accesorios-Conciertos	2.40%
Ropa-Accesorios-Fiestas	0.27%
Ropa-Accesorios-Juegos	0.27%
Ropa-Accesorios-Libros	8.90%
Ropa-Accesorios-Revistas	2.60%
Ropa-Acessorios-Comida	0.27%
Ropa-Acessorios-Libros	0.27%
Ropa-CD'S	2.60%
Ropa-CD'S- Cine	0.27%
Ropa-CD'S -Conciertos	0.27%
Ropa-CD'S- Revista	0.27%
Ropa-CD'S-Accesorios	13.18%
Ropa-CD'S-Celular	0.27%
Ropa-CD'S-Cine	2.15%
Ropa-CD'S-Cine-Concierto	0.27%
Ropa-CD'S-Coche	0.27%
Ropa-CD'S-Comida	0.27%
Ropa-CD'S-Conciertos	8.60%
Ropa-CD'S-Fiestas	0.27%
Ropa-CD'S-Juegos de video	0.27%
Ropa-CD'S-Libros	5.60%
Ropa-CD'S-Mujeres	0.27%
Ropa-CD'S-Novia	0.27%
Ropa-CD'S-Revistas	2.40%
Ropa-CD'S-Revistas	0.27%
Ropa-Cine	1%
Ropa-Cine-Conciertos	1.80%
Ropa-Cine-Novia	0.27%
Ropa-Cine-Revistas	0.27%
Ropa-Comida	0.27%
Ropa-Conciertos	0.27%
Ropa-Conciertos-Escuela	0.53%
Ropa-Libros	2.15%
Ropa-Libros-Aerosol	0.27%
Ropa-Libros-Cine	4.50%
Ropa-Libros-Comida	0.53%
Ropa-Libros-Conciertos	1%
Ropa-Libros-Escuela	0.27%
Ropa-Libros-Revistas	1.30%
Ropa-Revistas	0.53%
Ropa-Revistas-Cine	0.27%
Ropa-Revistas-Comida	0.27%
Ropa-Revistas-Conciertos	0.53%
Ropas-CD'S-Libros	0.27%
Rops-CD'S-Cine	0.53%

ASISTIR AL CCH

OPCIONES	PORCENTAJE
Educación-Amigos-Actividades	0.27%
Actividades	0.53%
Amigos	0.80%
Amigos-Instalaciones-Actividades	0.27%
Amigos-Instalaciones-UNAM	0.27%
Educación-Personas-Instalaciones	0.27%
Educación-Personas-Maestros	0.27%
Educación	0.27%
Educación-Personas-Actividades	0.27%
Educación	2.16%
Educación-Actividades	1.30%
Educación-Amigos	1.80%
Educación-Amigos-Actividades	4.80%
Educación-Amigos-Instalaciones	3.23%
Educación-Amigos-Instalaciones	0.27%
Educación-Amigos-Maestros	1.60%
Educación-Actividades-Libertad	0.27%
Educación-Diversidad	0.27%
Educación-Instalaciones	0.80%
Educación-Instalaciones-Actividades	10.50%
Educación-Instalaciones-Ambiente	0.27%
Educación-Instalaciones-Propias decisiones	0.27%
Educación-Maestros	0.27%
Educación-Maestros-Actividades	1.80%
Educación-Maestros-Actividades-Instalaciones	0.27%
Educación-Maestros-Actividades	0.27%
Educación-Maestros-Instalaciones	3.50%
Educación-Maestros-Libertad	0.53%
Educación-Nivel Académico	0.27%
Educación-Personas	2.40%
Educación-Personas-Actividades	13.40%
Educación-Personas-Amigos	17.25%
Educación-Personas-Amigos	0.27%
Educación-Personas-Escuela	0.27%
Educación-Personas-Instalaciones	10.24%
Educación-Personas-Libertad	0.27%
Educación-Personas-Maestros	1.80%
Educación-Personas-UNAM	0.27%
Educación-Pertenece a la UNAM	0.27%
Instalaciones	0.27%
Instalaciones-Actividades	0.27%
Maestros-Actividades	0.27%
Maestros-Instalaciones-Actividades	0.53%
Nada	0.27%
No contestó	0.80%
No le gusta	0.27%
Otro	0.53%
Pase directo a Licenciatura	0.27%
Personas	1%
Personas-Amigos	1.60%
Personas-Amigos-Actividades	1.80%
Personas-Amigos-Fiestas	0.27%
Personas-Amigos-Instalaciones	2.15%
Personas-Amigos-Maestros	1%
Personas-Instalaciones-Actividades	1.80%
Personas-Instalaciones-Libertad	0.53%
Personas-Maestros-Actividades	0.53%
Personas-Maestros-Instalaciones	0.27%
Todo	0.53%

RESULTADO POR CRUCE DE VARIABLE SEXO – CONSUMO CULTURAL -GÉNERO

PROGRAMAS-TELEVISIÓN-SEXO FEMENINO

PROGRAMAS	PRIMER PROGRAMA	SEGUNDO PROGRAMA	TERCER PROGRAMA
CULTURALES	9%	17%	12%
INFORMATIVOS	12%	15%	21%
EDUCATIVOS	3%	2%	7%
TELENOVELAS	11%	7%	11%
DOCUMENTALES	11%	11%	10%
DE REVISTA	1%	1%	1%
CARICATURAS	13%	22%	17%
DEPORTES	4%	6%	5%
MUSICALES	36%	17%	14%
TALK SHOW	-	-	-

PROGRAMAS-TELEVISIÓN-SEXO MASCULINO

PROGRAMAS	PRIMER PROGRAMA	SEGUNDO PROGRAMA	TERCER PROGRAMA
CULTURALES	7%	8%	13%
INFORMATIVOS	8%	10%	17%
EDUCATIVOS	2%	5%	1%
TELENOVELAS	2%	3%	8%
DOCUMENTALES	5%	13%	16%
DE REVISTA	1%	-	1%
CARICATURAS	22%	19%	12%
DEPORTES	31%	21%	13%
MUSICALES	20%	21%	16%
TALK SHOW	-	-	2%

CANALES DE TELEVISIÓN QUE MÁS VEN –SEXO FEMENINO

CANAL	PRIMER CANAL	SEGUNDO CANAL	TERCER CANAL
Canal 2	27%	14%	14%
Canal 4	3%	7%	3%
Canal 5	14%	25%	16%
Canal 7	9%	9%	12%
Canal 9	-	3%	7%
Canal 11	20%	12%	12%
Canal 13	12%	9%	8%
Canal 22	3%	7%	8%
Canal 28	10%	6%	8%
Canal 34	1%	7%	6%
Canal 40	1%	1%	6%

CANALES DE TELEVISIÓN QUE MÁS VEN –SEXO MASCULINO

CANAL	PRIMER CANAL	SEGUNDO CANAL	TERCER CANAL
Canal 2	10%	14%	20%
Canal 4	1%	6%	5%
Canal 5	45%	17%	5%
Canal 7	10%	25%	7%
Canal 9	7%	2%	9%
Canal 11	16%	10%	11%
Canal 13	4%	6%	11%
Canal 22	2%	6%	6%
Canal 28	6%	6%	11%
Canal 34	2%	2%	1%
Canal 40	2%	2%	6%

MÚSICA-GÉNERO FEMENINO

GÉNERO	Primer Género	Segundo Género	Tercer género
Rock en español	10%	17%	10%
Rock en inglés	18%	14%	11%
Clásica	1%	9%	9%
Pop	34%	12%	15%
Norteña	1%	3%	4%
Electrónica	7%	15%	20%
Rock pesado	1%	1%	2%
Grupera	3%	3%	8%
Jazz	-	-	2%
Ska	6%	6%	3%
Reagge	13%	10%	8%
Trova	4%	6%	8%
Hip Hop	-	-	-
Punk	-	-	-

MÚSICA-GÉNERO MASCULINO

GÉNERO	Primer Género	Segundo Género	Tercer género
Rock en español	18%	17%	7%
Rock en inglés	27%	20%	13%
Clásica	2%	5%	3%
Pop	13%	9%	10%
Norteña	2%	4%	13%
Electrónica	9%	13%	9%
Rock pesado	6%	3%	5%
Grupera	1%	6%	7%
Jazz	1%	1%	3%
Ska	10%	4%	9%
Reagge	3%	11%	11%
Trova	2%	3%	8%
Hip Hop	2%	-	-
Punk	-	-	-

IDENTIFICACIÓN CON GRUPOS JUVENILES-SEXO FEMENINO

Grupos juveniles	Me identifico totalmente	Me identifico	Me identifico poco	No me identifico
Estudiantes	41%	52%	5%	2%
Porros	-	5%	17%	78%
Deportistas	11%	26%	44%	19%
Darketos	1%	4%	14%	81%
Skatos	1%	4%	14%	81%
Punketos	1%	4%	14%	81%

IDENTIFICACIÓN CON GRUPOS JUVENILES-SEXO MASCULINO

Grupos juveniles	Me identifico totalmente	Me identifico	Me identifico poco	No me identifico
Estudiantes	51%	45%	3%	1%
Porros	2%	5%	1%	85%
Deportistas	30%	34%	26%	10%
Darketos	1%	3%	12%	84%
Skatos	1%	3%	12%	84%
Punketos	1%	3%	12%	84%

IDENTIFICACIÓN -SEXO FEMENINO

Motivos	1	2	3	4	5	6	7	8
Música	10%	14%	23%	17%	14%	14%	6%	5%
Vestir	3%	9%	10%	13%	9%	19%	30%	7%
Pensar	63%	12%	8%	7%	2%	3%	3%	3%
Gustos	8%	43%	23%	9%	7%	5%	3%	-
Lugares que frecuentan	1%	6%	12%	26%	28%	17%	10%	3%
Lugar donde viven	1%	6%	10%	12%	20%	7%	24%	10%
Escuela	11%	9%	13%	10%	14%	20%	18%	3%
Clase social	3%	1%	1%	6%	6%	5%	4%	69%

IDENTIFICACIÓN -SEXO MASCULINO

Motivos	1	2	3	4	5	6	7	8
Música	17%	13%	10%	14%	16%	13%	7%	10%
Vestir	4%	12%	11%	16%	13%	19%	21%	5%
Pensar	41%	15%	11%	10%	11%	4%	1%	9%
Gustos	9%	25%	22%	11%	9%	11%	6%	3%
Lugares que frecuentan	4%	7%	13%	16%	23%	16%	16%	6%
Lugar donde viven	6%	10%	10%	12%	12%	18%	24%	6%
Escuela	15%	11%	13%	16%	8%	13%	16%	4%
Clase social	4%	7%	6%	5%	8%	6%	9%	57%

RESULTADO POR CRUCE DE VARIABLE TURNO- CONSUMO CULTURAL

ACTIVIDADES-TURNO MATUTINO

ACTIVIDAD	MUY FRECUENTEMENTE	FRECUENTEMENTE	REGULARMENTE	FRECUENTEMENTE POCO	NO LAS REALIZO
Ir al cine	6%	14%	24%	44%	12%
Ver televisión	28%	37%	22%	12%	1%
Escuchar música	65%	45%	6%	4%	-
Asistir a museos, exposiciones, danza, etc.	2%	15%	37%	40%	6%
Leer libros	9%	29%	32%	27%	3%
Practicar deporte	30%	25%	23%	21%	11%
Participar en alguna asociación civil	2%	4%	8%	32%	54%
Ir a conciertos	5%	12%	17%	34%	32%
Ir a fiestas	19%	24%	25%	21%	11%
Reunirme con mis amigos	45%	23%	17%	11%	4%

ACTIVIDADES -TURNO VESPERTINO

ACTIVIDAD	MUY FRECUENTEMENTE	FRECUENTEMENTE	REGULARMENTE	FRECUENTEMENTE POCO	NO LAS REALIZO
Ir al cine	3%	11%	29%	48%	9%
Ver televisión	19%	33%	32%	14%	2%
Escuchar música	65%	26%	7%	2%	-
Asistir a museos, exposiciones, danza, etc.	4%	5%	32%	36%	5%
Leer libros	12%	20%	34%	29%	4%
Practicar deporte	23%	15%	29%	22%	10%
Participar en alguna asociación civil	1%	2%	7%	24%	64%
Ir a conciertos	5%	12%	21%	30%	32%
Ir a fiestas	16%	25%	24%	30%	5%
Reunirme con mis amigos	47%	24%	18%	8%	3%

PROGRAMAS-TURNO MATUTINO

PROGRAMAS	PRIMER PROGRAMA	SEGUNDO PROGRAMA	TERCER PROGRAMA
CULTURALES	8%	13%	12%
INFORMATIVOS	9%	10%	20%
EDUCATIVOS	3%	3%	3%
TELENOVELAS	11%	7%	10%
DOCUMENTALES	8%	11%	13%
DE REVISTA	1%	-	1%
CARICATURAS	16%	20%	12%
DEPORTES	12%	15%	10%
MUSICALES	31%	21%	16%
TALK SHOW	-	-	1%

PROGRAMAS-TELEVISIÓN-TURNO MATUTINO

PROGRAMAS	PRIMER PROGRAMA	SEGUNDO PROGRAMA	TERCER PROGRAMA
CULTURALES	8%	12%	12%
INFORMATIVOS	12%	15%	18%
EDUCATIVOS	2%	4%	5%
TELENOVELAS	2%	3%	10%
DOCUMENTALES	8%	14%	13%
DE REVISTA	-	1%	1%
CARICATURAS	18%	21%	17%
DEPORTES	20%	11%	7%
MUSICALES	28%	16%	15%
TALK SHOW	-	-	1%

CANALES DE TELEVISIÓN QUE MÁS VEN -TURNO MATUTINO

CANAL	PRIMER CANAL	SEGUNDO CANAL	TERCER CANAL
Canal 2	20%	13%	18%
Canal 4	1%	9%	3%
Canal 5	28%	21%	12%
Canal 7	6%	17%	13%
Canal 9	9%	3%	12%
Canal 11	21%	13%	8%
Canal 13	8%	4%	10%
Canal 22	3%	5%	6%
Canal 28	7%	6%	9%
Canal 34	3%	7%	4%
Canal 40	1%	2%	5%

CANALES DE TELEVISIÓN QUE MÁS VEN -TURNO VESPERTINO

CANAL	PRIMER CANAL	SEGUNDO CANAL	TERCER CANAL
Canal 2	17%	15%	16%
Canal 4	3%	4%	5%
Canal 5	25%	20%	13%
Canal 7	14%	15%	13%
Canal 9	1%	2%	3%
Canal 11	15%	10%	15%
Canal 13	9%	12%	8%
Canal 22	2%	9%	8%
Canal 28	9%	6%	10%
Canal 34	1%	6%	2%
Canal 40	3%	1%	7%

MÚSICA-TURNO MATUTINO

GÉNERO	Primer Género	Segundo Género	Tercer género
Rock en español	14%	14%	14%
Rock en inglés	27%	13%	9%
Clásica	1%	8%	8%
Pop	25%	13%	11%
Norteña	2%	2%	8%
Electrónica	4%	15%	13%
Rock pesado	4%	6%	5%
Grupera	1%	5%	6%
Jazz	1%	2%	2%
Ska	7%	4%	6%
Reagge	6%	12%	7%
Trova	4%	5%	10%
Hip Hop	1%	-	-
Punk	2%	-	-

MÚSICA-TURNO VESPERTINO

GÉNERO	Primer Género	Segundo Género	Tercer género
Rock en español	13%	18%	10%
Rock en inglés	18%	19%	9%
Clásica	2%	6%	5%
Pop	23%	8%	13%
Norteña	1%	5%	9%
Electrónica	12%	15%	16%
Rock pesado	3%	4%	4%
Grupera	2%	4%	9%
Jazz	-	-	2%
Ska	9%	6%	6%
Reagge	12%	10%	12%
Trova	2%	5%	5%
Hip Hop	1%	-	-
Punk	-	-	-

RESULTADO POR CRUCE DE VARIABLE –TURNO

GÉNERO-MATUTINO

Afirmaciones	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Las mujeres sólo deben dedicarse al hogar	1%	-	10%	15%	74%
Tanto hombres como mujeres tienen las mismas posibilidades para desempeñarse profesionalmente	83%	13%	-	1%	2%
Las mujeres son más responsables que los hombres	16%	21%	41%	8%	14%
La mujer debe de llegar virgen al matrimonio	6%	5%	42%	16%	30%
Los hombres son los que deben tener el cargo económico del hogar	7%	12%	26%	29%	25%
Tanto hombres como mujeres pueden desempeñar un cargo público	70%	21%	4%	2%	2%
Las mujeres sufren más discriminación	37%	34%	18%	5%	6%
Estoy de acuerdo con el aborto	8%	16%	40%	12%	24%
Tanto hombres como mujeres pueden hacerse cargo de las labores domésticas	66%	21%	7%	2%	4%

GÉNERO-VESPERTINO

VALORES SOCIALES-MATUTINO

Afirmaciones	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Las mujeres sólo deben dedicarse al hogar	-	2%	10%	15%	73%
Tanto hombres como mujeres tienen las mismas posibilidades para desempeñarse profesionalmente	89%	8%	1%	1%	1%
Las mujeres son más responsables que los hombres	23%	26%	48%	3%	8%
La mujer debe de llegar virgen al matrimonio	5%	4%	39%	20%	31%
Los hombres son los que deben tener el cargo económico del hogar	7%	12%	42%	20%	18%
Tanto hombres como mujeres pueden desempeñar un cargo público	62%	29%	6%	1%	2%
Las mujeres sufren más discriminación	36%	41%	15%	4%	4%
Estoy de acuerdo con el aborto	9%	13%	35%	12%	29%
Tanto hombres como mujeres pueden hacerse cargo de las labores domésticas	72%	17%	9%	1%	1%

VALORES MATUTINO

Afirmaciones	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Todos los políticos son corruptos	34%	31%	21%	12%	2%
Existe mucha desigualdad social y económica en el país	66%	30%	2%	-	2%
Todos los jóvenes tienen las mismas posibilidades económicas para estudiar	16%	10%	12%	35%	27%
Los indígenas son los más discriminados del país	45%	33%	9%	6%	7%
Todos tienen las mismas posibilidades de conseguir un buen trabajo	23%	17%	13%	25%	21%
A los jóvenes no les interesa la política	14%	18%	39%	22%	6%
Los jóvenes no son tomados en cuenta para las decisiones del país	20%	32%	27%	14%	6%
Los jóvenes son apáticos ante los problemas del país	12%	25%	28%	25%	9%
Los jóvenes que viven en el DF y la Zona Metropolitana tienen mejores oportunidades de educación y trabajo que los que habitan en provincia	29%	31%	23%	12%	5%
Los jóvenes promueven valores éticos y morales	14%	31%	40%	11%	4%

VALORES SOCIALES-VEPERTINO

Afirmaciones	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Todos los políticos son corruptos	40%	30%	23%	5%	2%
Existe mucha desigualdad social y económica en el país	61%	32%	3%	2%	1%
Todos los jóvenes tienen las mismas posibilidades económicas para estudiar	10%	11%	16%	32%	31%
Los indígenas son los más discriminados del país	54%	20%	8%	9%	8%
Todos tienen las mismas posibilidades de conseguir un buen trabajo	24%	16%	11%	27%	21%
A los jóvenes no les interesa la política	11%	14%	40%	25%	8%
Los jóvenes no son tomados en cuenta para las decisiones del país	17%	37%	24%	15%	5%
Los jóvenes son apáticos ante los problemas del país	11%	20%	37%	20%	10%
Los jóvenes que viven en el DF y la Zona Metropolitana tienen mejores oportunidades de educación y trabajo que los que habitan en provincia	20%	35%	21%	16%	8%
Los jóvenes promueven valores éticos y morales	13%	30%	37%	13%	7%

INSTITUCIONES SOCIALES -MATUTINO

Afirmaciones	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
La escuela es importante para la difusión de valores éticos y sociales	51%	40%	7%	1%	-
La escuela es importante para la divulgación del conocimiento y la cultura	61%	34%	4%	1%	-
El gobierno actual ha resuelto los problemas sociales	2%	4%	23%	45%	25%
Los encargados de las decisiones del país (presidente, gobernadores, senado, cámara de diputados) se han ocupado de resolver los problemas económicos y sociales del país	3%	7%	23%	42%	24%
La familia es la principal institución para la formación social de los jóvenes	60%	26%	13%	1%	-
Los partidos políticos sólo se preocupan por el poder sin pensar lo que necesita el país	45%	29%	14%	4%	8%

INSTITUCIONES SOCIALES -VESPertino

Afirmaciones	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
La escuela es importante para la difusión de valores éticos y sociales	56%	37%	6%	1%	-
La escuela es importante para la divulgación del conocimiento y la cultura	57%	35%	7%	1%	-
El gobierno actual ha resuelto los problemas sociales	5%	10%	25%	32%	3%
Los encargados de las decisiones del país (presidente, gobernadores, senado, cámara de diputados) se han ocupado de resolver los problemas económicos y sociales del país	2%	5%	27%	30%	35%
La familia es la principal institución para la formación social de los jóvenes	52%	34%	10%	3%	1%
Los partidos políticos sólo se preocupan por el poder sin pensar lo que necesita el país	49%	22%	18%	4%	6%

IDENTIFICACIÓN CON GRUPOS JUVENILES-TURNO MATUTINO

Grupos juveniles	Me identifico totalmente	Me identifico	Me identifico poco	No me identifico
Estudiantes	44%	49%	5%	2%
Porros	1%	5%	13%	81%
Deportistas	22%	30%	32%	15%
Darketos	2%	4%	16%	73%
Skatos	3%	11%	15%	70%
Punketos	2%	10%	9%	78%

IDENTIFICACIÓN CON GRUPOS JUVENILES-TURNO-VESPERTINO

Grupos juveniles	Me identifico totalmente	Me identifico	Me identifico poco	No me identifico
Estudiantes	47%	49%	3%	1%
Porros	-	4%	12%	83%
Deportistas	18%	30%	37%	14%
Darketos	-	2%	17%	88%
Skatos	1%	11%	21%	66%
Punketos	2%	5%	15%	77%

IDENTIFICACIÓN -MATUTINO

Motivos	1	2	3	4	5	6	7	8
Música	15%	9%	11%	12%	10%	9%	7%	7%
Vestir	2%	10%	10%	13%	11%	13%	24%	10%
Pensar	45%	13%	10%	7%	5%	3%	3%	6%
Gustos	8%	32%	20%	6%	7%	7%	5%	2%
Lugares que frecuentan	2%	3%	11%	15%	24%	14%	13%	3%
Lugar donde viven	3%	6%	10%	11%	13%	14%	23%	10%
Escuela	11%	10%	10%	12%	6%	15%	15%	5%
Clase social	5%	4%	2%	5%	5%	5%	10%	61%

IDENTIFICACIÓN -VESPERTINO

Motivos	1	2	3	4	5	6	7	8
Música	8%	14%	18%	11%	4%	12%	4%	7%
Vestir	4%	7%	8%	10%	5%	16%	21%	6%
Pensar	47%	9%	6%	7%	5%	2%	1%	5%
Gustos	7%	28%	20%	10%	5%	4%	2%	1%
Lugares que frecuentan	1%	8%	10%	18%	15%	11%	10%	6%
Lugar donde viven	2%	8%	7%	7%	12%	13%	19%	6%
Escuela	13%	7%	15%	7%	11%	13%	14%	2%
Clase social	4%	2%	2%	4%	6%	3%	3%	67%

RESULTADO POR CRUCE DE VARIABLE GASTOS- CONSUMO CULTURAL
Actividades –Gasto Semanal 50 Pesos

ACTIVIDAD	MUY FRECUENTEMENTE	FRECUENTEMENTE	REGULARMENTE	FRECUENTEMENTE POCO	NO LAS REALIZO
Ir al cine	13%	9%	26%	39%	13%
Ver televisión	17%	36%	26%	17%	4%
Escuchar música	39%	30%	22%	9%	-
Asistir a museos, exposiciones, danza, etc	9%	22%	30%	39%	-
Leer libros	9%	30%	17%	44%	-
Practicar deporte	13%	17%	22%	17%	27%
Participar en alguna asociación civil	-	9%	4%	26%	57%
Ir a conciertos	9%	4%	4%	17%	54%
Ir a fiestas	9%	22%	4%	42%	13%
Reunirme con mis amigos	49%	13%	17%	17%	4%

Gatos 100 pesos

ACTIVIDAD	MUY FRECUENTEMENTE	FRECUENTEMENTE	REGULARMENTE	FRECUENTEMENTE POCO	NO LAS REALIZO
Ir al cine	1%	6%	25%	55%	13%
Ver televisión	25%	41%	28%	6%	-
Escuchar música	61%	26%	10%	3%	1
Asistir a museos, exposiciones, danza, etc	-	15%	34%	44%	7%
Leer libros	10%	13%	42%	31%	4%
Practicar deporte	21%	22%	24%	25%	7%
Participar en alguna asociación civil	-	1%	4%	25%	67%
Ir a conciertos	4%	10%	15%	36%	34%
Ir a fiestas	15%	21%	28%	24%	12%
Reunirme con mis amigos	40%	32%	18%	13%	3%

Actividades –Gasto Semanal 200Pesos

ACTIVIDAD	MUY FRECUENTEMENTE	FRECUENTEMENTE	REGULARMENTE	FRECUENTEMENTE POCO	NO LAS REALIZO
Ir al cine	4%	11%	22%	50%	12%
Ver televisión	22%	35%	27%	13%	2%
Escuchar música	62%	29%	6%	2%	-
Asistir a museos, exposiciones, danza, etc	3%	18%	33%	38%	7%
Leer libros	11%	24%	30%	30%	4%
Practicar deporte	30%	18%	24%	18%	9%
Participar en alguna asociación civil	1%	3%	7%	26%	62%
Ir a conciertos	4%	10%	20%	34%	31%
Ir a fiestas	18%	24%	28%	22%	7%
Reunirme con mis amigos	46%	24%	17%	10%	2%

Actividades –Gasto Semanal 300 Pesos

ACTIVIDAD	MUY FRECUENTEMENTE	FRECUENTEMENTE	REGULARMENTE	FRECUENTEMENTE POCO	NO LAS REALIZO
Ir al cine	4%	14%	32%	42%	8%
Ver televisión	30%	30%	23%	16%	1%
Escuchar música	74%	21%	4%	1%	-
Asistir a museos, exposiciones, danza, etc	2%	20%	43%	32%	2%
Leer libros	8%	36%	33%	21%	2%
Practicar deporte	21%	21%	25%	21%	12%
Participar en alguna asociación civil	1%	3%	12%	30%	53%
Ir a conciertos	6%	14%	17%	34%	29%
Ir a fiestas	20%	24%	27%	22%	7%
Reunirme con mis amigos	45%	20%	21%	10%	4%

Actividades –Gasto Semanal más de 500 Pesos

ACTIVIDAD	MUY FRECUENTEMENTE	FRECUENTEMENTE	REGULARMENTE	FRECUENTEMENTE POCO	NO LAS REALIZO
Ir al cine	7%	21%	37%	21%	14%
Ver televisión	21%	36%	29%	7%	7%
Escuchar música	86%	7%	7%	-	-
Asistir a museos, exposiciones, danza, etc	14%	21%	36%	29%	-
Leer libros	14%	14%	36%	29%	7%
Practicar deporte	51%	14%	21%	7%	7%
Participar en alguna asociación civil	14%	-	-	43%	43%
Ir a conciertos	7%	14%	29%	29%	14%
Ir a fiestas	29%	36%	7%	14%	14%
Reunirme con mis amigos	86%	7%	7%	-	-

GASTOS-BIENES

Gastos	Bienes	Frecuencia	Porcentaje	
100 pesos	Accesorios	1	1.40%	
	Accesorios-Libros-Cine	1	1.40%	
	Accesorios-Libros-Conciertos	1	1.40%	
	Accesorios-Revistas-Conciertos	1	1.40%	
	CD'S-Libros-Cine	1	1.40%	
	CD'S-Revistas-Cine	1	1.40%	
	Cine-Conciertos	1	1.40%	
	Escuela-Áreas-Antros	1	1.40%	
	Libros-Revistas-Cine	1	1.40%	
	Libros-Revistas-Conciertos	1	1.40%	
	Lo necesario	1	1.40%	
	No contestó	2	2.90%	
	Ropa	3	4.40%	
	Ropa-Libros-Revistas	1	1.40%	
	Ropa-Accesorios	2	2.90%	
	Ropa-Accesorios-Cine	3	4.40%	
	Ropa-Accesorios-Conciertos	1	1.40%	
	Ropa-Accesorios-Libros	7	10.20%	
	Ropa-Accesorios-Revistas	1	1.40%	
	Ropa-CD'S	2	2.90%	
	Ropa-CD'S-Revista	1	1.40%	
	Ropa-CD'S-Accesorios	7	10.20%	
	Ropa-CD'S-Cine	2	2.90%	
	Ropa-CD'S-Coche	1	1.40%	
	Ropa-CD'S-Conciertos	6	8.80%	
	Ropa-CD'S-Juegos de video	1	1.40%	
	Ropa-CD'S-Libros	3	4.40%	
	Ropa-CD'S-Revistas	2	2.90%	
	Ropa-Cine	1	1.40%	
	Ropa-Cine-Conciertos	3	4.40%	
	Ropa-Comida	1	1.40%	
	Ropa-Conciertos-Escuela	1	1.40%	
	Ropa-Libros	2	2.90%	
	Ropa-Libros-Cine	2	2.90%	
	Ropa-Libros-Conciertos	2	2.90%	
	Total 100 pesos		68	18.30%
	200 pesos	Accesorios-Libros-Revistas	1	0.65%
		CD'S-Accesorios	1	0.65%
		CD'S-Accesorios-Cine	1	0.65%
		CD'S-Accesorios-GIM	1	0.65%
		CD'S-Accesorios-Libros	1	0.65%
		CD'S-Accesorios-Revistas	1	0.65%
		CD'S-Cine-Conciertos	4	2.60%
		CD'S-Libros-Revistas	2	1.30%
		CD'S-Revistas-Celular	1	0.65%
Cerveza		1	0.65%	
Conciertos		1	0.65%	
Libros		1	0.65%	
Libros-Comida-Pasajes		1	0.65%	
Libros-Revistas		2	1.30%	
No contestó		1	0.65%	
Ropa		14	9.10%	
Ropa-Accesorios		7	4.50%	
Ropa-Accesorios-Cine		7	4.50%	
Ropa-Accesorios-Comida		2	1.30%	
Ropa-Accesorios-Conciertos		5	3.20%	
Ropa-Accesorios-Libros		14	9.10%	
Ropa-Accesorios-Revistas		6	3.90%	
Ropa-Accesorios-Libros		1	0.65%	
Ropa-CD'S		3	1.90%	
Ropa-CD'S-Cine		1	0.65%	
Ropa-CD'S-Accesorios	23	15%		

	Ropa-CD'S-Celular	1	0.65%
	Ropa-CD'S-Cine	3	1.90%
	Ropa-CD'S-Conciertos	8	5.20%
	Ropa-CD'S-Fiestas	1	0.65%
	Ropa-CD'S-Libros	7	4.50%
	Ropa-CD'S-Novia	1	0.65%
	Ropa-CD'S-Revistas	1	0.65%
	Ropa-Cine	2	1.30%
	Ropa-Cine-Conciertos	4	2.60%
	Ropa-Conciertos-Escuela	1	0.65%
	Ropa-Libros	5	3.20%
	Ropa-Libros-Cine	7	4.50%
	Ropa-Libros-Comida	1	0.65%
	Ropa-Libros-Escuela	1	0.65%
	Ropa-Libros-Revistas	2	1.30%
	Ropa-Revistas	1	0.65%
	Ropa-Revistas-Conciertos	1	0.65%
	Ropas-CD'S-Libros	1	0.65%
	Rops-CD'S-Cine	2	1.30%
Total 200 pesos		153	41.30%
300 pesos	Accesorios	2	2.20%
	Accesorios-Cine	1	1.10%
	CD'S-Libros-Cine	1	1.10%
	CD'S-Libros-Conciertos	2	2.20%
	CD'S-Libros-Revistas	1	1.10%
	Cine	1	1.10%
	No contestó	3	3.30%
	Ropa	5	5.50%
	Ropa-Accesorios	1	1.10%
	Ropa-Accesorios-Cine	3	3.30%
	Ropa-Accesorios-Conciertos	2	2.20%
	Ropa-Accesorios-Fiestas	1	1.10%
	Ropa-Accesorios-Juegos	1	1.10%
	Ropa-Accesorios-Libros	9	10%
	Ropa-Accesorios-Revistas	3	3.30%
	Ropa-CD'S	1	1.10%
	Ropa-CD'S -Conciertos	1	1.10%
	Ropa-CD'S-Accesorios	11	12.20%
	Ropa-CD'S-Cine	3	3.35%
	Ropa-CD'S-Conciertos	12	13.30%
	Ropa-CD'S-Libros	7	7.70%
	Ropa-CD'S-Revistas	4	4.40%
	Ropa-Cine	1	1.10%
	Ropa-Cine-Novia	1	1.10%
	Ropa-Conciertos	1	1.10%
	Ropa-Libros	1	1.10%
	Ropa-Libros-Aerosol	1	1.10%
	Ropa-Libros-Cine	4	4.40%
	Ropa-Libros-Conciertos	1	1.10%
	Ropa-Libros-Revistas	1	1.10%
	Ropa-Revistas	1	1.10%
	Ropa-Revistas-Cine	1	1.10%
	Ropa-Revistas-Comida	1	1.10%
	Ropa-Revistas-Conciertos	1	1.10%
Total 300 pesos		90	24%
400 pesos	CD'S-Accesorios	1	4.50%
	CD'S-Cine-Conciertos	1	4.50%
	Cine	1	4.50%
	Ropa	2	9.00%
	Ropa-Accesorios-Cine	1	4.50%
	Ropa-Accesorios-Libros	2	9%
	Ropa-CD'S	1	4.50%
	Ropa-CD'S-Accesorios	2	9%
	Ropa-CD'S-Cine-Concierto	1	4.50%
	Ropa-CD'S-Libros	2	9%
	Ropa-CD'S-Revistas	1	4.50%
	Ropa-Cine-Revistas	1	4.50%
	Ropa-Libros-Cine	3	13.60%

	Ropa-Libros-Comida	1	4.50%
	Ropa-Libros-Conciertos	1	4.50%
	Ropa-Libros-Revistas	1	4.50%
Total 400 pesos		22	6%
50 pesos	Accesorios-Cerveza	1	4.30%
	CD'S-Conciertos	1	4.30%
	Libros-Revistas-	1	4.30%
	Ropa	2	8.60%
	Ropa-Accesorios	2	8.60%
	Ropa-Accesorios-Conciertos	1	4.30%
	Ropa-Accesorios-Comida	1	4.30%
	Ropa-CD'S	1	4.30%
	Ropa-CD'S-Accesorios	5	21%
	Ropa-CD'S-Comida	1	4.30%
	Ropa-CD'S-Conciertos	1	4.30%
	Ropa-CD'S-Libros	2	8.60%
	Ropa-CD'S-Revistas	1	4.30%
	Ropa-CD'S-Revistas	1	4.30%
	Ropa-Libros-Cine	1	4.30%
	Ropa-Libros-Revistas	1	4.30%
Total 50 pesos		23	6.20%
Más de 500	CD'S	1	7.10%
	CD'S-Libros-Conciertos	1	7.10%
	CD'S-Revistas-Cine	1	7.10%
	Libros-Cine-Conciertos	1	7.10%
	Libros-Visitas	1	7.10%
	Ropa-Accesorios-Libros	1	7.10%
	Ropa-CD'S	2	14.20%
	Ropa-CD'S-Conciertos	5	35.70%
	Ropa-CD'S-Mujeres	1	7.10%
Total Más de 500		14	3.70%
Total general		370	100%

GASTOS-PERCEPCIÓN DE CLASE

Gastos	Clase	Frecuencia	Porcentaje
100 pesos	Baja	3	4.4%
	Media	46	67%
	Ninguna	19	27%
Total 100 pesos		68	18.3%
200 pesos	Baja	12	7.8%
	Media	117	76%
	Ninguna	22	14.3%
	No contestó	2	1.3%
Total 200 pesos		153	41.2%
300 pesos	Baja	7	7.7%
	Media	68	75%
	Ninguna	14	15.5%
	No contestó	1	1.1%
Total 300 pesos		90	24.2%
400 pesos	Alta	1	4.5%
	Baja	1	4.5%
	Media	15	68.1%
	Ninguna	5	22.7%
Total 400 pesos		22	6%
50 pesos	Baja	1	4.3%
	Media	19	82.6%
	Ninguna	3	13.4%
Total 50 pesos		23	6.1%
Más de 500	Alta	1	7.1%

	Baja	1	7.1%
	Media	11	78.5%
	Ninguna	1	7.1%
Total Más de 500		14	4%
Total general		371	100%

ESTUDIANTES

Nivel de identificación	Primer Género	Frecuencia
Me identifico	Clásica	2
	Electrónica	11
	Español	17
	Grupera	2
	Jazz	1
	Norteña	1
	Pesado	1
	Pop	35
	Punk	1
	Rap	1
	Regge	7
	Rock en inglés	30
	Rock pesado	6
	Ska	11
Trova		5
Total Me identifico		131
Totalmente me identifico	Clásica	1
	Electrónica	8
	Español	17
	Grupera	3
	Hip Hop	3
	Japonesa	1
	Norteña	3
	Pop	30
	Punk	1
	Regge	15
	Rock en inglés	29
	Rock pesado	2
	Ska	10
	Trova	
Total Totalmente me identifico		127
Total general		258

GRUPOS-IDENTIFICACIÓN CON OTROS JÓVENES

SKATOS

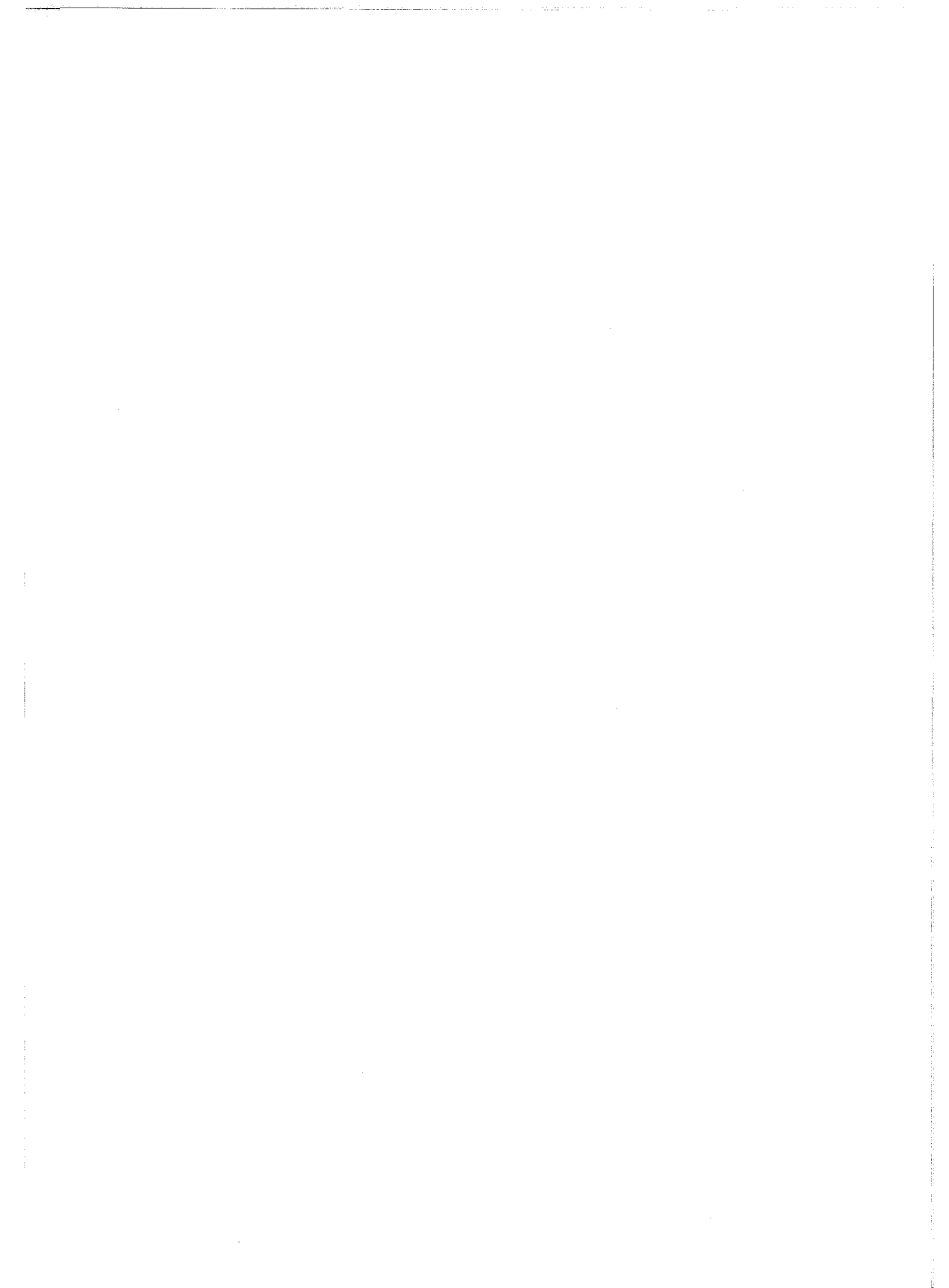
Nivel de Identificación	Primer Motivo	Frecuencia
Me identifico	Clase social	1
	Escuela a la que asisten	3
	Frecuentan	2
	Gustos	5
	Lugar donde viven	2
	Música	6
	Pensar	19
	Vestir	1
Total Me identifico		39
Totalmente me identifico	Clase social	1
	Música	3
	Pensar	4
Total Totalmente me identifico		8
Total general		47

PUNKETOS

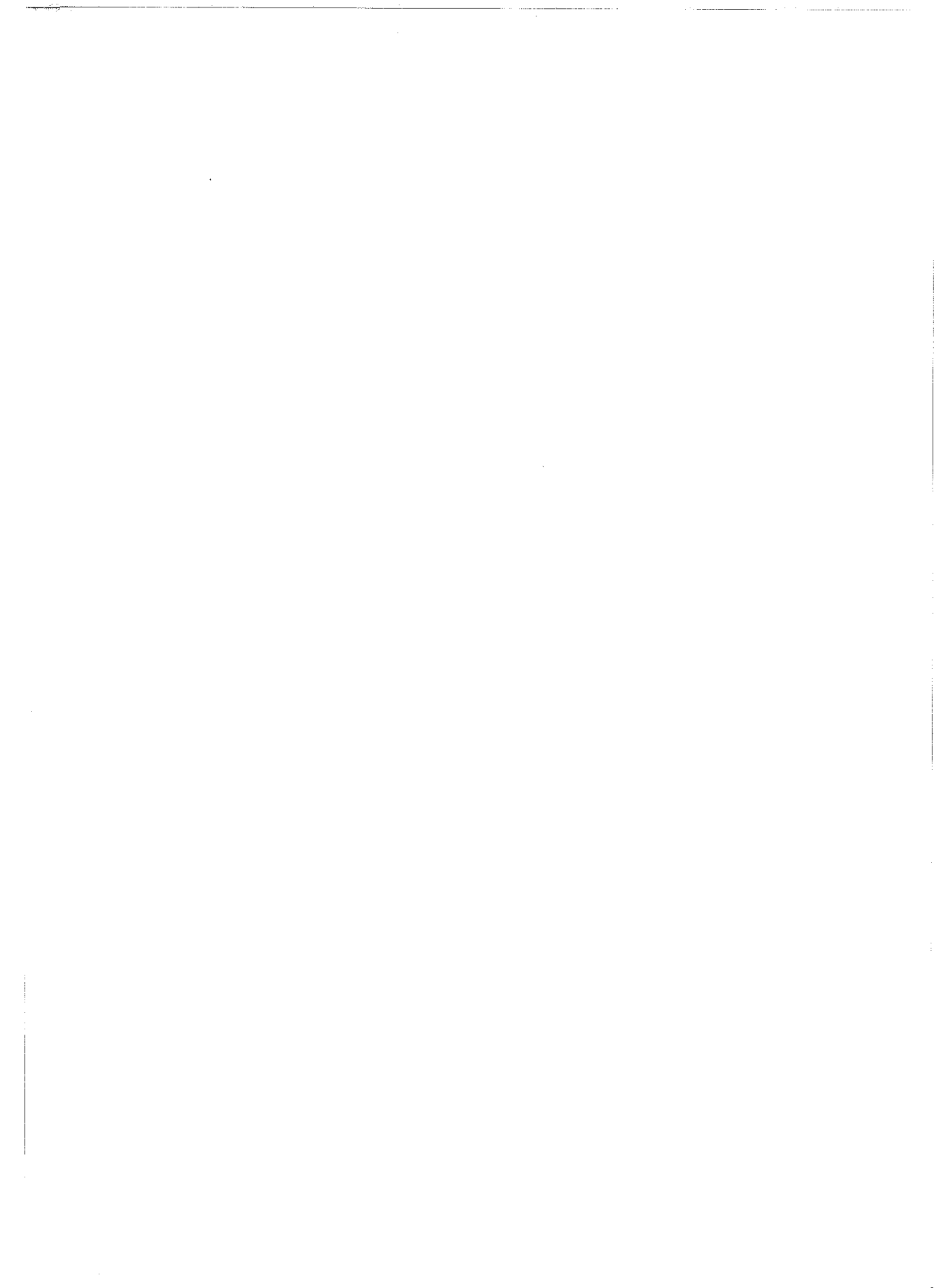
Nivel de Identificación	Primer Motivo	Frecuencia
Me identifico	Escuela a la que asisten	3
	Frecuentan	2
	Gustos	3
	Música	4
	Pensar	13
Total Me identifico		25
Totalmente me identifico	Escuela a la que asisten	1
	Música	3
Total Totalmente me identifico		2
Total general		31

DARKETOS

Nivel de Identificación	Primer Motivo	Frecuencia
Me identifico	Clase social	1
	Escuela a la que asisten	1
	Frecuentan	1
	Música	2
	Pensar	7
Total Me identifico		12
Totalmente me identifico	Música	1
Total Totalmente me identifico		2
Total general		3
Total general		15



ANEXOS 2



Grupo de discusión
“Consumo cultural en los estudiantes del CCH Naucalpan”

Sesión de grupo realizada el 4 de Abril de 2005

Moderador: Mónica Gpe. López Dorantes

Coordinador: Claudia Vieyra Benítez

Se enumera a las personas a partir del orden de participación.

Moderador: ¿Creen que la televisión o radio influye en su forma de pensar?

P1-M: Sí

P2-M: Sí

P3-H: Yo digo que no

M: ¿Por qué?

P1-M: Yo digo que sí, porque, en cuanto a tendencia de; todo a lo que es moda y todo eso, ¿qué te influye?, la televisión, pues en donde lo ves es en la televisión. Pues no sé también otras cosas. Por ponerte un ejemplo, los estos chavos de la novela de Rebelde, ves a varias chavitas creyéndose bien Mía Coluci, o ¿cómo se llama?. Ya ves varias chavas creyéndose así:-¡es muy difícil ser yo!-. Y el radio, pues igual te influye, porque escuchas un tipo de música, y te están poniendo a que la escuches, y/ o igual alguien te dice ya escuchaste esto, pues en dónde lo escuchaste, en la radio.

M: ¿Quién decía que no?

P3-H: Yo. En parte, ya depende de ti con lo que te quedas, por decir, lo de moda, por decir de la telenovela que dicen, pues yo pienso que si te quieres vestir como estas tipas, pues te vistes; sino ya depende de ti, también con la música que te quieras quedar, por ejemplo, hay música que no se escucha en el radio y cosas que no se ven en la tele, tú las ves y las haces como te parezca mejor.

M: ¿Están entendiendo a los medios sólo a televisión y radio o también a cine y la prensa? ¿Son importantes estos medios para ustedes como jóvenes?

Todos: Sí

M: ¿Por qué?

P4-M: Por ejemplo ahorita con lo del Papa, Ok, si-¡qué triste!-, pero también opaco todo lo de López Obrador, y como es algo de país nos interesa más lo de nuestra política, hasta cierto punto de lo que da entender que no tememos un mejor gobierno, hasta donde yo he visto en las noticias, no se ha sabido nada de López Obrador, todo lo tienen abarcado con lo del Papa, en todos los medios, Ok, -¡qué triste, murió!-; pero ya fue, pero ahorita lo que importa es lo que va a pasar.

M: Entonces, ¿para ustedes son importantes tanto radio, televisión y los periódicos?

Todos: Sí

M: ¿Qué opinan de las ofertas que les dan los medios, es decir los programas?
¿Ustedes deciden o son los medios los que deciden que ver o escuchar?

P3-H-P5-H: Los medios deciden

PH-5: Ellos nos dan a conocer lo que ellos quieren, sólo lo que les conviene darnos a conocer, ya depende de nosotros si lo aceptamos o no.

P1-M: Yo digo que no

M: ¿Por qué?

P1-M: Porque yo digo que en el momento en que hacen un programa es que se están dando cuenta de cómo es la vida, lo están basando de cierto modo en lo que es la vida. Por poner un ejemplo, en Estados Unidos ya hay muchos programas de homosexuales o de lesbianas, entonces ellos dicen para la gente normal, los heterosexuales hay programas, ¿por qué no para los gays?. También digo que se basan en lo que dice la gente, me imagino que los gays también dicen ¿Por qué no hay programas para nosotros? Y nosotros también somos espectadores y público.

M: ¿Están de acuerdo?

P4-M: Yo creo que realmente están los medios de comunicación y todo, pero tú decides lo que ves, por ejemplo si no te parece lo que estás viendo, por ejemplo la telenovela que decían, pues le puedes poner en el 11 ver un documental o buscar en Internet noticias, si en la televisión no las dan. Yo creo que medios de comunicación hay muchos y tú decides.

M: ¿Entonces los jóvenes deciden lo que quieren ver?

M: ¿Creen que los medios hacen programas especialmente para ustedes, hay programas especialmente para los jóvenes?

P4-M: Yo creo que solamente las telenovelas

M: ¿Sólo las telenovelas? Realice una encuesta, donde se dice que especialmente los jóvenes veían caricaturas, programas musicales y telenovelas, ¿Qué opinan? ¿Es cierto?

Todos: Sí

M: ¿Por qué?

P6-H: Por que es la mayoría, no hay programas interesantes, sólo son caricaturas o programas musicales o algo así.

M: ¿Son tomados en cuenta para la programación de los medios?

P4-M: Yo creo que sí

M: ¿Creen que es el tipo de programación que merecen?

P3-H: Yo creo que no, porque tu ves a las personas, y todas ellas quieren variar los gustos, por ejemplo en el 11 pasan buenos programas del Arca de Noe, hablan sobre

animales, documentales, etcétera entonces por qué ese canal no está en 5 si es el que más se ve. Tienen una programación de show, de Vida TV y esos programas.

M: De hecho, los canales más visto son el 5 y el 2, son vistos especialmente por los jóvenes, también se le cuestionó si veían documentales, programas educativos e informativos y éstos siempre estuvieron en último lugar, solamente el 2% de los estudiantes del CCH este tipo de programas ¿A qué creen que se deba, si existen canales que tienen este tipo de programación, 22, 11, 34 y 40?

P3-H: Yo creo se debe al interés de cada persona por conocer

P5-H: Yo digo que se debe a que no hay una cultura educativa

M: ¿Quiénes influyen en esa cultura educativa?

P5-H: Los padres o los maestros, la sociedad en sí, es lo que te inculcan desde el principio, ver caricaturas, los padres te dicen desde pequeño, si estás inquieto ponte a ver la tele, las caricaturas, es lo que te ponen.

P3-H: Yo pienso que la mayor parte es los padres, pero también la sociedad, tus amigos, ellos te empiezan a decir hay que ver esto o vamos a ver aquello, empiezan a influir en ti.

M: Los amigos y la escuela. En este sentido, ¿qué papel juega la familia para los jóvenes, para su formación social, qué roles les inculca?

P4-M: Yo creo que cuando entramos a la escuela ya es mínimo, pasamos más tiempo en la escuela que con nuestros papás, o por ejemplo, como nuestros papás trabajan y llegan tarde, pues como sea, entre hermanos, la escuela y los amigos, realmente nosotros que vamos en la tarde a qué hora llegamos aquí, a la una o a las dos de la tarde y a qué hora nos vamos a las ocho y llegamos a las nueve, pasa a segundo término la familia.

M: ¿La escuela está en primer término?

P1-M: Pero no porque vengas a educarte, sino porque es más por el debraye que se hace, más que nada, la escuela no es-jay sí!- Vamos a la escuela porque quiero aprender, sino por que va haber una película o algo así.

P4-M: O porque me aburro en mi casa

M: ¿Creen que la escuela es un lugar de esparcimiento e integrarse con su amigos también?

Todos: Sí

M: ¿Y el ámbito educativo, dónde queda o cómo se maneja?

P4-M: Pues yo creo que no están peleados una cosa con otra, puedes venir a la escuela hacer vida social y también a estudiar. El hecho de que estudies no quiere decir, que si estudias ya no tienes amigos porque igual en el salón de clases te llevas bien, estás platicando de los asuntos de la escuela.

M: ¿La escuela también les va formando su opinión respecto a lo que acontece en el país? Por ejemplo, venir al CCH, es muy diferente que ir a una Voca, Bachilleres no sé si han convivido con otros chicos que van a estas escuelas. ¿El hecho de pertenecer a la UNAM, también define su forma de pensar?

P4-M: Para mí sí ha cambiado, porque entras aquí, y por ejemplo, como que te empiezan a meter más el rollo político y lo que está pasando en la sociedad como que empiezas a ver las cosas desde un punto de vista muy diferente. Ya no es así que digas, a pues sí va ser presidente- ¡Pues que bueno! - no. Empiezas a crear tu propio criterio, formar tu opinión y todo eso. Y también por ejemplo los profesores, el profesor Fernando, con nosotros es muy así, por ejemplo, que lean el periódico, vean noticias que esto y que lo otro, y así, cuando tú vas viendo, vas tomando diferentes opiniones y ya no piensas igual, que como pensabas antes, igual, por ejemplo en la escuela particulares no les meten tanto lo que esa ahorita la sociedad y todos esos rollos políticos, les meten más cosas de la escuela, de las materias.

M: ¿Y los demás qué opinan?

Silencio

M: Alguien más quiere participar

Silencio

P3-H: Sí estoy de acuerdo con ella, porque empiezas a ver las cosas desde otro punto, te empiezas a interesar por otras cosas que vas aprendiendo aquí, antes por decir en la secundaria, no te interesaba tanto de que- ¡Ay pasó esto! -Van hacer el segundo puente del periférico, estabas en un entorno más chico, entonces ahorita sales más lejos, recorres más, empiezas a conocer más, empiezas a interesarte más por otras nuevas cosas.

P1-M: Yo digo que también te influyen los grupos que ves aquí en la escuela, hay grupos que son medios políticos, y tú les haces una pregunta de la política, y te empiezan a decir es esto, y entonces es cuando dices-¡ah!-, en verdad la política sí es interesante, pero muchas veces tú lo ves en la televisión, es como decían es en otro nivel académico que no sea de superior y medio superior, y lo ves. Yo por ejemplo, la semana yo en verdad ignoraba lo que es el desafuero, entonces estaba platicando con un amigo, y me dijo mira es esto y por esto -Ah-, entonces yo dije sí es interesante, yo creo que es más que nada la influencia.

M: ¿Entonces la escuela influye mucho en la forma de pensar?

Todos: Sí

M: Ya platicamos de lo que son los Medios de Comunicación, y de las ofertas culturales, hay otro tipo de ofertas que son el teatro, la danza, la pintura, la literatura ¿Les interesa ese tipo de ofertas culturales? ¿Asisten a ellas?

P1-M: A mí si me interesa, pero no asisto, la verdad. Tengo el conocimiento de lo que son y todo el rollo pero, la verdad no me llama mucho la atención, si acaso la danza pero creo que ciertos, tipos de danza, no toda.

M: ¿Y los demás?

P4-M: Pues a mí la verdad me es "x"

Risas

P4-M: Mira el teatro si me gustía, pero no es muy común, excepto cuando nos manda por parte de la escuela, el cine pues yo creo que a todos nos gusta, el género que sea, la danza y esas cosas la verdad no me llama la atención.

M: ¿Y los demás?

P5-H: Pues a mí no me gusta ni el teatro, ni la danza, nada que sea cultural

M: ¿Ni la literatura?

P4-M: La literatura sí

M: ¿Qué tipo de literatura?

P4-M: Pues esa de este... ¿Cómo se llama la que nos puso a leer el profe?

P5-H: ¿Cuál de todos?

P4-M: El primero

Silencio

P4-M: Uno que escribe literatura, pero es como más literatura política

M: ¿Fernando Savater?

P1-M: Pinpon es un muñeco

Risas

P4-M: Se me fue el nombre, es así como la literatura más reflexión y de política y de todo eso.

M: ¿Y a los demás?

P7-M: A mí, se me gusta el teatro

M: ¿Por qué?

P7-M: No sé, me gusta mucho el teatro que te hace alucinar, que tenga muchos colores, eso es lo que me llama la atención

P1-M: A mí, en el caso de teatro me gusta más pertenecer a la obra que verlo. Porque verla como qué hueva, o no sé

P4-M: Como que te involucras

P1-M: Bueno de hecho, cuando la estás viendo -¡Ah bien!- A mí me gustaría ser, o te imaginas otros mundos, me da mucha imaginación... por eso voy a ser actriz

Risas

M: Pero entonces es raro que a los chavos les guste ir al cine, teatro y a la danza

P6-H: Más que nada es que a los jóvenes les gusta ir más al cine, no les interesa mucho la danza, el teatro

P4-M: Pero creo entonces regresamos a lo de los Medios de Comunicación, como que no hay mucho, mucha propaganda, mucha promoción hacia ese tipo de cultura, como que te meten más así el cine, es lo que más te meten, por eso es lo que más te puede interesar.

M: El cine, ¿por qué especialmente el cine, qué tiene?

P7-M: A mí el cine no me gusta

P4-M: Yo creo que promoción

P6-H: Sí, porque en la tele casi no pasan que va haber una danza de CU... pasan más del cine

P4-M: A veces es más falta de información

P1-M: Pero si te das cuenta en le cine ya empiezan a meter como que más cosas culturales, en este caso te podría poner de ejemplo las películas que ha sacado la anoréxica de Barbie, como que acercan a las niñas a lo que es la cultura, porque si te das cuenta cuando uno es chico, cuando uno es niño, pues siempre yo cuando crezca me quiero ver como la anoréxica esa, o cuando yo sea grande yo quiero ser una gran bailarina o una gran pintora por que Barbie es así, yo lo digo porque me baso en mis primitas, porque dicen yo me quiero meter a un curso de pintura (...)Pero yo creo que el cine en ciertas categorías ya te empieza acerca a lo que más la cultura.

M: Tú ibas hablar

P3-H: Pues que si no había tanta información sobre las obras, era por falta de presupuesto porque así ya no las meten a la televisión, sólo meten a las que les dan el presupuesto, y que se les hace más interesante para la sociedad, como obras, no sé de risa, como las de Eugenio y Adal, etcétera. No tanto así, obras culturales que te promuevan algo, que te dejen algo.

P7-M: Son puras tonterías, la verdad a veces dicen cosas que realmente, mejor ve a un circo

P1-M: Hay mucha gente que si le gusta, por eso existe

M: OK, estamos hablando del cine, ¿qué opinión tienen del cine que hay en México?

P1-M: Para mi es lo máximo, por que tengo... dentro de uno 50 años... me veo recibiendo un Oscar.

M: ¿Son buenas las películas?...Porque dicen que les encanta el cine, a donde más van es al cine, supongo que es porque les llama la atención cierta película, cierta temática

P4-H: Yo creo que el cine desde el punto de vista es por cultura, ver de todo, a mí por ejemplo esa del Crimen de Padre Amaro, como que no se me hizo muy buena película, pero hay otras que sí, hay de todo.

P1-M: Es que sabes qué pasa en el cine mexicano, como que es muy grosero, toda la película se la pasan diciendo puras tonterías.

P5: Porque somos mexicanos, somos así.

P4-M: Yo creo que va más basado en lo real, estamos en un país que carece de mucha cultura, nos estamos dejando ir más por las cosas banales, como es el sexo, si te das cuenta ver una película así no me asusta, porque las groserías las escucho aquí todo el día y groserías peores, pues el sexo tampoco somos chavos...y es algo que está actual, igual cosas así. Creo que van más basados a lo que es real.

P1-M: Pero supuestamente, bueno, yo creo que el cine y el teatro son para transportarte, para perderte del mundo, como un momento de distracción, y si te ponen en la pantalla grande cosas así, pues dices la verdad si estamos bien jódidos. A mí me gusta el cine, porque me gusta transportarte en otras épocas.

P4-M: Pero yo creo que también, a veces nosotros vivimos en un mundo de color de rosa, no podemos decir no pasa nada, no está bien, cuando realmente, yo creo que si queremos que haya un cambio tenemos que empezar por darnos cuenta de que al está mal, y si el cine es un medio a que muchas personas acuden como medio de comunicación o como medio de recreación yo creo que para darnos cuenta de que sí, algo anda mal, y cómo podemos cambiar, cómo podemos hacer algo.

P6-H: Si porque el cine extranjero, se va más por la fantasía, hace más, cómo te diré, más ciencia ficción, porque el mexicano si se basa

P8-M: En el cine mexicano se da más cuenta uno de lo que pasa que le extranjero porque ya ocupa mucha ciencia ficción.

P7-M: Ya aparecen otros niveles, que te quedas así, ya ni al caso, se me un poquito menos porque en habla en realidad de lo que pasa, y el extranjero se ve más por es más ciencia ficción te imaginas más, yo creo que por eso

P4-M: Hasta cierto punto yo creo que lo extranjero es lo que las personas prefieren que una película mexicana, por lo mismo igual más consumido tienen más presupuesto, pueden sacar más películas, mucha gente prefieren estar viviendo en una fantasía que lo que es su realidad.

M: ¿Los jóvenes qué prefieren, vivir en la fantasía o en la realidad?

P5-H: En la fantasía

P4-M: Yo en la realidad

M: ¿Por qué en la realidad?

P4-M: Yo creo que cuando estás conciente de lo que está pasando, es como puede haber un cambio, contigo, o sea, no podemos cambiar al mundo, pero si empiezas por ti, es como se puede dar un cambio, yo creo que si falta mucho.

M: ¿Por qué en la fantasía?

P5-H: Porque a veces no te gusta lo que está pasando en la realidad, y dices esto está muy mal, te imaginas en otra parte, o cuando te sientes mal, como está así, como tanto robo y todo eso, mejor prefieres imaginarte en otro lado sin que haya todo eso a seguir ahí.

M: ¿Los demás están de acuerdo?

P3-H: Entonces, para cambiar al mundo deberíamos de empezar por nosotros mismos, entonces ¿ustedes creen que el mundo si se podría cambiar? o ¿cómo?

P4-M: Yo creo que tanto así como cambiar no, pero sí podría ser mejor.

P3-H: Entonces, es ahí, cuando nos damos cuenta que tenemos un aspecto negativo siempre, tanto así como cambiar no, cuando deberíamos de pensar que sí, ahí estaríamos más en la fantasía, porque es muy difícil, porque todos ni siquiera comenzamos por nosotros mismos, pues decir, vamos a cambiar, deberíamos de cambiar, no estar diciendo que voy a cambiar.

P1-M: Entonces, lo que estás diciendo es que deberíamos de pensar todos casi igual, es como dice una parte, no me quiero meter en la religión, hay una parte de un libro bíblico, que dice que feo sería si todos pensáramos igual, por eso Dios nos hizo diferentes a cada uno, porque si no, no manches todos pensamos igual, todos somos inventores del foco.

Todos: Risas

P4-M: Yo creo que es lo padre, que no todos pensamos igual.

M: Vamos a cambiar de tema, otra de las ofertas o que le encanta a los jóvenes y se sienten muy identificados, es la música, ¿es cierto?

Todos: Sí

M: ¿Por qué la música?

P6-H: Es lo que más influye en ti, es lo que más escuchas, por ejemplo con los amigos que te reúnes, te dicen oye escucha este grupo, es lo que te meten más así como, te lo meten más que la tele, por ejemplo te juntas, -oye, ya escuchaste a esta banda-, vas escuchando más música es con lo que te vas identificando, es lo que la mayoría de los jóvenes hacen.

P7-M: Yo creo que en lo que más te identificas es en la letra, porque hay grupos así como de Ska, que dicen cosas así como que...hay por ejemplo música pop, que dice cosas bonitas y te sientes identificado, también depende de la letra, el ritmo.

M: ¿Eso también influye para que se identifiquen con sus amigos y los demás jóvenes?

P4-M: Para mí la música es una forma de expresión, también depende mucho del estado de ánimo, porque, por ejemplo, a mí me puede gustar el ska en una fiesta, pero cuando estoy en mi casa, pues pongo pop, si estoy depre, pues pongo banda, entonces depende mucho del estado de ánimo, o ciertamente hay una canción, que dices-¡no

inventes!-, esta canción me recuerda a mi amiga tal, entonces si influye mucho en la comunicación que tengas con tus amigos.

M: ¿Qué opinan de la música que hay ahorita, por ejemplo, el hip hop, rock, ska, reage, banda?

P3-H: Depende del gusto de cada quien

P5-H: Depende del gusto de cada quien tenga

P1-M: A mí si degusta de todo

M: ¿Si les gusta de todo, o hay algún género que les guste especialmente?

P5-H: Yo sí

M: ¿Qué género te gusta?

P5-H: El rock pesado

M: ¿En inglés o en español?

P5-H: Que no sea en español, me gusta en otros idiomas

M: ¿Los demás tienen un género en especial o les gusta de todo?

P1-M: A mí me gusta la trova, porque es lo que dice más, se basa más en cosas reales, que en, -eres mi ángel de paz-, creo que es más realista, que como las canciones que dicen del cuchillo en la mantequilla y esas cosas

Todos: Risas

P7-M: Pero tú dijiste en el cine que no te gustaba lo real

P1-M: Pero real a cuanto a sentimientos, porque en la trova te dice, como se sienten en ese momento, y las otras cosas así como bien fumadas, cosas que no entiendes, por ponerte un ejemplo, Ricardo Arjona en sus principios, por ahora siento que ya ni hace trova, pero hay otro que también hace trova, ¿Cómo se llama? Es un cubano... entonces dice muchas cosas, como te sientes en ese momento y los demás se basan en otras cosas, cómo les explico

P4-M: En la fantasía

P1-M: Bueno sí

M: ¿Entonces tiene que ver muchísimo la letra para que se identifiquen, siente que las letras de las canciones expresan de cierta forma lo que están viviendo?

Todos: Sí

M: Ahora, a partir del género que les gusta, no sé cuál sea, pero se ven identificados con las letras, por qué

P7-M: Por ejemplo, cuando tienes a tu novio y cortaste con él, y te quieres cortar las venas, y dices esta canción me gusta porque habla de amor.

M: ¿Todo depende del estado de ánimo?

P6-H: Si estás triste no vas a poner una bien alegre

Todos: Risas

P4-M: Cuando estás sola no vas a poner una guaracha

Todos: Risas

P5-H: Si estás triste no vas a poner metal

Todos: Risas

P1-M: Todo depende de tu estado de ánimo, como te sientas escuchas

M: ¿Cómo te sientas escuchas?

Todos: Sí

M: Ahora, ya terminamos con lo que es música y vamos a pasar a otros puntos. ¿Se consideran de alguna clase social?

P1-M: Pobre

Risas

P3-H: Media

M: ¿Se consideran de clase media?

P1-M: Yo no

M: ¿Por qué?

P1-M: No me creo ni media ni pobre

M: ¿De ninguna?

P1-M: Sí. Como yo me mantengo solita, siento que todo el tiempo me hace falta dinero y cuando lo tengo, siento que tengo dinero

Todos: Risas

M: ¿Por qué se consideran de clase media?

P5-H: Porque no somos tan ricos, no puedo decir voy a pagar con este de 500 que traigo aquí, o ve mi ropa nueva, casi compro una diario, o así

M: Osea, por el nivel de ingresos que tienen, ¿es por el nivel de ingresos que tienen creen pertenecer, es decir, a partir del dinero que tengo es a la clase social que pertenezco, qué más lo determina?

P4-M: Yo creo que la forma de pensar y la cultura

M: ¿Por qué?

P4-M: Porque puedes decir, yo soy de clase alta, pero estás de acuerdo que el dinero no hace la educación ni la cultura, yo puedo decir de clase baja, pero si tienes forma de pensar bien chida y estás preparado y lees y te informas no depende tanto de eso. Respecto a ingreso, yo soy de clase media, pero al fin de cuenta es lo que más sale sobrando

M: ¿Entonces tiene que ver con el nivel académico e intelectual?

P1-M: Yo digo que no, porque yo conozco a gente que vive allá por mi casa en el pueblo de cartón porque así lo bautizaron, que platicas con ellos, con un acento medio fiero, pero si saben explicar, creo que hasta saben mejor que yo, y creo que si yo digo que

soy de clase media porque sé más que tú, yo creo que a cuanto a lo cultural, siendo pobre, siendo rico, siendo más o menos, siendo mendigo, puedes saber más que alguien que es de la sociedad, que es burgués.

P6-H: Pues se está viendo el aspecto económico o de conocimiento, porque hay pobres que no tienen ni siquiera una casa de cartón, y saben más de uno de clase alta, o sea, también especifiquen

M: Es lo que les estoy preguntando, yo como joven, qué entiendo en pertenecer a una clase social, su nivel intelectual o su nivel económico.

P3-H: Aquí se da, en el CCH, hay tipos que tienen dinero, no mucho pero tienen más que uno, entonces de todos modos de sigues llevando bien con ellos, y ellos aprenden de ti y tú aprendes de ellos, entonces yo creo que es intelectual.

M: ¿Todos creen que es intelectual?

P1-M: También tiene que ver lo económico, tu tienes 500 pesos para gastarte en la semana y vas a ir con un burgués que trae 500 pesos para gastarse en ese momento, vas a decir si estoy jodida, y el es el rico y yo soy el del medio. Y aparte el status ya es algo que cuenta mucho, hoy en día si no eres burgués no tienes casi la posibilidad de entrar a una industria donde saques mucho dinero, si no tienes palancas.

M: ¿Por qué dices que lo económico?

P6-H: Porque uno piensa que lo intelectual y uno piensa para él mismo, pero la sociedad no te ve así, la sociedad es lo que dice, sabes qué yo te veo bien jodido, tú eres pobre, porque yo traigo carro, traigo ropa chida, la sociedad es la que te inculca tu clase social.

P3-H: Pero estamos hablando de cosas intelectuales

P6-H: Estamos hablando de que eres pobre o eres rico, de eso depende de que la sociedad te acepte

P4-M: Porque ella puso la etiqueta de tu eres pobre, él es rico

M: ¿Creen que la clase social determina la forma de vida?

Silencio

P4-M: Yo creo que sí, definitivamente sí

M: ¿Por qué?

P4-M: Por mucho que tú quieras hacer las cosas diferentes, siempre va estar la sociedad encima, y por mucho que tú digas, no importa yo le voy a echar ganas, vas a un trabajo y si no vas vestido...

P3-H: Correctamente

P4-M: No correctamente, yo pienso que todas la formas de vestir son correctas, si no vas vestido por ejemplo con una marca Versaci o una marca Armani, pues no te quedas o si vienes de una escuela por ejemplo de la UNAM y van de un TEC, ¿A quién le van a dar

la preferencia? Al que va del TEC, porque es una persona preparada, porque a lo mejor tiene palancas, y yo siento que si influye muchas veces, la misma sociedad nos estanca como jóvenes y no nos da oportunidades, como cuando te dicen, tienes que tener experiencia, cómo quieren que tengamos experiencia si en ningún lugar nos dan trabajo, cómo la vamos a formar, vendiendo tacos o qué

M: ¿Todos piensan lo mismo?

Silencio

P1-M: Es que sí, la sociedad vale más que el Papa.

P6-H: La sociedad es la base de todo, la sociedad es la que te pone esto, te pone lo otro.

M: Y ahora que entramos en el tema de la sociedad, ustedes como chavos ¿Creen que existe una diferencia entre ser una chava joven que un chavo, sus papeles son diferentes, como hijos, estudiantes, en cuestión de género?

P4-M: ¿Con referente a qué?

M: ¿Es diferente el rol que él tiene como hombre al que tienes tú como mujer?

P1-M: Yo creo que sí, por más que digan entre hombres y mujeres ya hay una igualdad, yo digo que es una verdad falsa, por ejemplo en el caso familiar, tienes a dos hijos, un hombre de 18 y una mujer de 17, tu hermano se sale porque es hombre y tu no sales porque eres mujer y las mujeres deben de estar en su casa, o igual al revés, tu hermano estudia porque es hombre, tu no estudias porque eres mujer y te van a mantener para que estudias ya pa qué estudias, entonces tú dices , a poco a mí hermano porque es hombre no lo van a violar, o a poco porque mi hermano es hombre nunca se va a morir. Porque yo si le pregunte cuando una vez me dijo mi mamá, para qué estudias si te ven a mantener, y le dije- perdón- nada que ver con tu vida. Si vas a un trabajo de seguridad, prefieren al hombre nada más porque aguanta más.

M: ¿Los demás qué piensan?

P4-M: Yo también creo eso ve, a mí me pasa mucho con mi papás, luego digamos a las tres de la mañana de una fiesta y me dicen: por qué llegas a esa hora, así misa me dan, pero mi hermano no llega a dormir y no dicen nada, porque es niño ,qué él no corre riesgo en la calle, yo creo que estamos igualmente expuestos, a él también lo pueden violar, no solamente porque yo sea niña, yo creo que es lo mismo.

P3-H: No, las mujeres corren más riesgo de ser violadas, o en la calle se las roben a que un hombre, solamente que sean jotos o algo así... las mujeres pueden ser manoseadas por un borracho o por un mariguano, así

P1-M: En ese caso sí, puedes decir, que la mujer corre más riesgos y la pueden violar, y a un hombre quizás no, ok, la mujer corre más riesgos de ser violada, el hombre corre más

riesgo de ser asaltado o ser acuchillado en la calle, por ponérseles picudo, por que hay muchos hombres, si me asaltan, yo les rompo su madre.

P3-H: Yo pienso que otra vez la sociedad está presente porque siendo mujer, los vecinos dicen; -esa tipa a qué hora llegó-, siendo mujer. Si es hombre no dicen nada, la sociedad no dice nada, entonces si la mujer llega a las tres, cuatro o no llega - ¡no llegó es una cualquiera, quién con quién se fue a revolcar- o lo que tu quieras. Aparte de los papás, yo pienso que es la sociedad la que...

P7-M: Pero los papás no creo que lo dicen tanto por decirte; no pues eres una cualquiera, lo hacen por tu bien, siempre están pensando en ti, a lo mejor están mal porque no nos dejan ser, no podemos hacer lo que nosotros queremos.

P5-H: Si pero, un hombre se puede defender más, tiene más fuerza que una mujer.

P3-H: Pero siendo dos, tres hombres, no te pones tu solo, con un grupo de cinco amigos, y siendo dos tipos con una pistola, qué vas hacer.

P5-H: Con una pistola te agarra, una mujer no se va poder defender, un hombre tiene más fuerza

P4-M: Tú qué sabes, a lo mejor es luchadora

Todos: Risas

P3-H: Yo pienso que debería ser igual, el hombre y la mujer

P4-M: Yo creo que volvemos a lo mismo, la sociedad, no tanto los papás, los papás igual no legas y no te dicen nada, pero ciertamente una chava, que cortó con su novio, y al otro día anda con otro chavo dicen;- ¡Ay es una loca!-, y si un chavo lo hace, pues dicen;-¡qué chingón, qué guapo!-

Todos: Risas

P4-M: Es la misma la sociedad, nos limita las posibilidades que haya más igualdad.

M: Y los chavos, cómo se ven, sus roles trabajador, como el encargado económicamente de la casa y todo eso, qué papel juegan ustedes

Silencio

M: Yo como hombre joven, cómo me veo, en la escuela, en la casa o en el trabajo

Silencio

P3-H: Pues mi mamá, por decir, siempre me dice échale ganas en la escuela porque tu vas a ser el que va a mantener, es lo que siempre mi mamá me dice.

M: ¿Y qué piensas?

P3-H: Ya depende de mi pareja, lo podríamos platicar, si ella quiere trabajar, que tal si tiene un título más alto que yo, entonces no sé, si ella quiere trabajar pues tampoco se lo voy a impedir, pues entonces para qué estuvo estudiando hasta la universidad, sino la voy a dejar trabajar, es algo tonto.

M: ¿Los demás piensan lo mismo?

Silencio

Todos: Sí

M: Entonces la sociedad les inculca lo que va a ser y hacer el hombre y la mujer

Todos: Sí

P7-M: En mi casa es diferente, por ejemplo mi papá y mi mamá son muy compartidos, no viven juntos ya se separaron, pero mi papá siempre procura estar al pendiente, llega el sábado, y le dice a ver Irene, así se llama mi mamá, yo lavo y tú tiendes, tú planchas, yo me tengo que ir a trabajar y mañana les traigo dinero, cuando yo llegue hago de comer, tú les sirves a los niños, los dejas en la escuela, yo los voy a recoger. Entonces en mi casa es más compartido es lo que me han enseñado. Te casas trabajas, trabaja tu marido y se reparten los quehaceres.

P4-M: En casa también igual, tengo un hermano, pero no porque él sea niño no va a lavar trastes, él también lava trastes, lava su ropita, si tiene hambres se prepara de comer, mi mamá ha sido muy cuidadosa en ese aspecto de no crear a un macho.

P1-M: En mi casa si fue y si se creo un niño macho, porque éramos dos mujeres y un hombre, mi mamá cuando llegaba de la escuela me decía; acuérdate de hacerle de cenar a tu hermano, y yo le decía -yo por qué-, pues que se lo haga él, no inventes, me costó una semana sin comer, fue la semana pasada por eso ahorita casi me termino los chicharrones.

Todos: Risas

M: Entonces, creen que tanto hombres como mujeres tienen las mismas posibilidades, aunque estén limitados por la sociedad.

Todos: Sí

M: Bueno, ahora ¿Cómo definen ustedes a la juventud?

P1-M: Sexo, drogas y rock and roll

Todos: Risas

P6-H: Más abierta, tienden a escuchar más, tienen a... cómo decirlo... a vivir más

M: ¿Así definirían a la juventud?

P4-M: Yo la defino como una juventud con más aspiraciones, más preparada, con más deseos de ser mejor, ser mejores que sus papás, si mi mamá llevo hasta la universidad, yo voy a llegar hasta una licenciatura o un posgrado.

P5-H: Pero qué hay de esos que se salieron de estudiar, entonces, no toda la juventud no se definiría en eso.

P3-H: Pero antes era peor, pues se salían desde la primaria y ahorita ya se salen desde la prepa

P1-M: A parte para trabajar de obrero ya te piden hasta la preparatoria, aunque no quieras tienes que estudiar, para conseguir un trabajo de obrero para ganar 480 pesos a la semana y pararte todos los días temprano y llegar a las seis de la tarde.

Yo la definiría más como cada quién en su mundo

M: ¿Cada quién en su mundo?

P1-M: Pues imagínate, ves a chavos drogándose por allá, unos chavos según estudiando, ves a chavos en la canchas, ves a chavos a robando, en la explanada ves a chavos política, definir a la juventud como una sola, no. No puedes decir que la juventud es esto, pero tampoco puedes decir que es mala. La juventud es diversa.

M: ¿Juventud es igual a diversidad?

Todos: Sí

M: ¿Creen que dentro de la diversidad tengan cierto roles, los jóvenes tienen solo el deber de ir a la escuela y ya, son catalogados sólo como una etapa para pasar a la vida adulta? ¿Cómo se ven dentro de la sociedad?

P1-M: Si yo te digo que me considero estudiante es porque me siento orgullosa de ser estudiante, pero tengo una amiga que hace un buen que no veía y le pregunte, a qué te dedicas, se quedó callada y me dijo voy a la escuela, ya después me entere que está trabajando. Más que nada yo creo que también allí influye también la sociedad, porque si no eres estudiante eres un vago, cuando eres joven o adolescente o como lo quieras llamar.

M: Lo digo porque muchas veces creen que no les interesa la política, la economía, o sea, como que los encasillan solamente en un rol que es el ser estudiante o hijo de familia ¿Creen que eso es sólo ser joven y ya? ¿Cómo participan en la sociedad en la que vivimos?

P4-M: Somos personas

M: ¿Y qué aportan como personas?

P3-H: Somos la cultura de México

Todos: Risas

M: ¿Cómo participan ustedes?

Silencio

P1-M: ¿Qué aportamos a la sociedad?

M: Sí. La sociedad dice lo que tienen que hacer, pero al final de cuentas ustedes tienen la elección para dónde quieren ir. ¿Solamente les interesa ir a la escuela y a fiestas?

P6-H: En algunos casos

P1-M: Echamos nuestros puritos en algunos casos, pero puritos de cigarros no de esas cosas.

Todos: Risas

Silencio

P1-M: Es que yo puedo decir que apporto algo en la sociedad porque no tiro basura en la calle, ya estoy haciendo mi aportación, porque políticamente no, yo ya tengo 18 años es para que anduviera ahí campaña, políticamente hablando no te puedo decir que yo apporto algo.

P5-H: Dependiendo de la diversidad, por ejemplo si se sale de la escuela y trabaja está aportando algo a la sociedad, también lo que se quedan en la biblioteca a estudiar.

M: ¿Los jóvenes dentro de la sociedad tienen diversidad de papeles?

P5-H: Sí

M: Todo depende de la circunstancia en la que estés

P5-H: Sí, a ver qué va aportar si es un mariguano borracho.

P4-M: Ey, qué traes contra los mariguanos

P1-M: Que va a crecer el mercado de los narcos, aporta a la sociedad de los narcotraficantes.

Silencio

Risas

P5-H: Dependiendo de la diversidad

M: Creen que los jóvenes piensan en el hoy o en el mañana

P5-H: Yo creo que en el hoy

P1-M: Yo no, siempre pienso en el futuro.

M: A ver, por qué no creen que los chavos piensen en el hoy

P3-H: Porque por decir, yo por mí me la pasaría en fiestas, pero me pongo a pensar, pero cuando no tenga dinero y no tenga quien me mantenga, por decir mi papás, qué voy hacer, entonces ya me pongo en pensar en mi mismo y digo tengo que buscar una forma de ser alguien para poderme mantener, a así poder ir a fiestas, bailar, pero si me pongo a pensar a futuro, aunque preferiría estar de fiesta en fiesta.

Todos: Risas

M: ¿Y tú, por qué piensas que sólo piensan en el hoy?

P5-H: Porque no piensan nada, en la consecuencias, por ejemplo esos que embarazan a sus novias, van a traer a su hijo sufrir, por dar una media hora de placer.

P1-M: ¡Ay tan poquito duró!

Todos: Risas

P5-H: No piensan, piensan en nada más en ir a coger

Todos: Risas

M: ¿Y los demás creen que piensan en el mañana?

P6-H: Por ejemplo, él piensa en las consecuencias que va a traer si va a puras fiestas, el joven de hoy siempre está pensando en lo de mañana, siempre está planeando su futuro, sus consecuencias, o hay momentos en que sólo piensas en el hoy.

P1-M: En mi caso siempre estoy pensando en lo que voy a hacer mañana.

M: ¿Y qué piensas?

P1-M: Lo que nunca voy a hacer

Todos: Risas

P1-M: Es la verdad, a poco ustedes no se han puesto a pensar, mañana voy a hacer esto, y qué pasa, pues te la vives pensando en la mañana, en el mañana y ese mañana nunca llega y si vives en el hoy, pues que haces, nada.

P4-M: Yo creo que es eso por estar pensando en lo de mañana, no haces lo de hoy.

P1-M: No, sabes qué, por estar pensando en lo que quieres hacer no haces nada nunca, por eso mi mamá siempre me ha dicho, sabes qué, haz las cosas cuando las quieras hacer

P4-M: También a mí, siempre que le digo que al rato lo hago, me dice; mejor ahorita, no que mañana, mejor hoy, no sabes si mañana estás y lo puedes hacer, entonces yo pienso que es mejor hoy que mañana.

M: Vas a pasar a otro tema ¿Qué opinan del gobierno actual?

P4-M: Yo digo que está mal

M: ¿Por qué?

P4-M: Pues para mí Fox vive en el planeta de... los changarros, yo sigo viendo a la gente pobre, yo creo que realmente, no sé si es inconciente, no sé que pasa con él pero piensa que todo está bien.

P3-H: Yo creo que se preocupó por el problema más pequeño, pues no sé, que la leche ya la hizo más barata que ya puso tantas casas, puras cosas que se acaban, viene el otro gobierno y no sé las cosas de Fox desaparecen, y mientras a la gente que hizo feliz, está muy bien él nos dio esto, los compró como quien dice.

P4-M: Pues yo no conozco a una persona que diga que su casa se la dio Fox

P1-M: Yo sí

P3-H: Dónde

P1-M: En Acapulco en todo el rollo de las oportunidades sí se ha dado, pero ahorita el problema más chico de señor presidente Fox, es que su esposa no le guste a ser presidenta, es por lo que más se ha preocupado el tipo este, es que la política no la entiendo.

P6-H: En el gobierno de Fox, a comparación del gobierno pasado a reforzado relaciones exteriores con otros países, a comparación de gobierno pasado que no salía de aquí el presidente.

P4-M: Yo digo que Fox lo que tiene es vida social, lo vi en el periódico y todo, con Bush en su rancho , no creo que estén hablando del peso, yo creo que cuántos caballos tienen. Pues en dónde está el cambio.

P1-M: Bueno, sólo se cambio de casa a los pinos

Todos: Risas

P1-M: Es el único cambio que ha hecho

M: ¿Y los toma en cuenta?

P1-M: No, solo el verde

P4-M: El PRI.-¡Credencializate y gana!

Todos: Risas

P4-M: En verdad

P1-M: Es que hablar de política es entrar en muchos temas

P4-M: La política abarca muchas cosas

M: Sí, no es fácil

P6-M: Nunca están de acuerdo, por ejemplo si tu eres del verde y ella es del PRI

P1-M: No, soy de partido democrático, ¡ah!

Todos: Risas

P4-M: Yo creo que lo que están haciendo con el PG es un golpe de estado

P5-H: Todos los partidos son un par de ratas

P1-M: El PRI no

Todos: Risas

P6-H: Es como las elecciones cuando gano Fox, que decían, pues no quién prefieres que te robe los del PRI o los del PAN, pues mejor no voto

P1-M: Eso es un problema, porque dices; yo no vote porque todos son unos corruptos y ya están en el poner, y todos ¡vale madre, por qué no vote! Votas o no votas te chingas

P6-H: A ver ¿Quién prefieres que te robe?

P1-M: Me va a dar igual, me están robando los dos

P1-M: Al gobierno no le importa una vida más, una vida menos

P5-H: Pero para que quieres entonces votar si es igual

P3-H: ¿Qué ganas con dar tu voto? Que te roben menos o más

P4-M: Claro que no, igual con tu voto das oportunidad a un partido que puede ser mejor, que menos se acerque, al gobierno de Fox y del PRI.

P1-M: Todos son iguales

M: Bueno, definan el gobierno actual en tres palabras

P3-H: Mentiroso

P4-M: Deplorable

P1-M: Mierda

Silencio

P3-H: Ambicioso

P6-H: Corrupto

M: Tú

P8-H: Sin comentarios

M: En esta cuestión de definición cómo definen a la familia

P1-M: ¿Nuestra o a nivel general?

M: Familia

P4-M: Depende de la familia de cada quien

M: ¿Cómo la defines?

P4-M: Para mí, mi familia, todo

P1-M: Separada

P8-H: También, todo

P7-M: Lo único

M: Amigos, cómo los definen

P4-M: Amistad

P1-Despapalle

P3-H: No sé, como puedo ponerme hacer desmadre con ustedes, como con los de mi casa, con mi compañeros

P4-M: Pero amigos

P3-H: Pero amigos, amigos

P4-M: Amigos, amigos son como...

P6-H: Incondicionales

P4-H: Amigos, amigos también son todo, así como puedo ir a echarme la copa, también si estoy super depre, también me están consolando, lo amigos no sólo son en el relajo, son para todo

M: La escuela cómo la definen

P1-M: Lo máximo, la UNAM es lo máximo

M: Si digo escuela que es lo primero que se te viene a la mente

P7-M: Un problema más

P4-M: Lo máximo

P3-H: Sí, es lo máximo

P7-M: Progreso

M: ¿Están entendiendo como escuela el CCH?

Todos: Sí

M: Si les digo CCH Naucalpan qué es lo primero que se les viene a la mente

P3-H: Los porros

Todos: Risas

M: ¿Si les gusta venir al CCH?

Todos: Sí

M: ¿Qué les gusta del CCH?

P3-H: Todo

P5-H: La libertad que no había en la secundaria

P1-M: La autonomía

P4-M: La gente que conoces, desde lo más humilde hasta a chavos que igual traen un mercedes, y es gente tan accesible con la que pueden platicar e intercambiar ideas, no sé para mi la UNAM y el CCH Naucalpan lo es todo

P7-M: Libertad

P8-H: Lo mejor

M: Para mi también

Todos: Risas

M: Están hablando de diversidad, yo cuando venía en el CCH había muchos grupos, los skatos, punketos ¿Qué opinan de esos grupos?

P4-M: Yo creo que esos chavos, también tienen su forma de pensar, si tienen esas tendencias es por algo, no sé quien comentó que cada persona es un mundo, entonces yo los respeto, solamente es tolerancia si no se meten conmigo yo no me meto con ellos, y si se meten conmigo les doy por su lado me doy la vuelta

P7-M: Son como todos, normales

M: ¿Creen que exista algo diferente?

P7-M: Su vestimenta

P4-M: Su vestimenta

M: ¿Sólo su vestimenta?

P1-M: No, también su forma de pensar

P3-H: Es su forma de pensar

P1-M: Somos diferentes

M: ¿Se identifican con alguno de ellos, han llegado a platicar con ellos, les gustaría pertenecer alguno?

P4-M: Yo si he llegado a platicar con ellos no me gustaría pertenecer, pero si he llegado a platicar con ellos, no me identifico pero tienen su forma de pensar muy respetable.

M: No se consideran parte de alguno

Todos: No

P4-M: Me gustaría ser de los paristas

M: ¿Por qué?

P4-M: No sé, me gusta mucho la política, y con ellos platico de lo que si me interesa, es diferente si platico con un canchero, pues sólo platicaría de Basket Boll, por eso me acerco más a ellos, aunque no pertenezca a ellos

M: ¿No creen pertenecer algún grupo? ¿Creen que aporten algo? ¿Es una moda?

O sólo lo hacen para diferenciarse de los demás

P7-M: Hay dos que tres que sí, hay otros que de plano dicen, me gusto y ya.

P4: Bueno, yo en lo personal creo que tengo un estilo propio, no quiero ser como nadie, yo siento que lo que puedo aportar, es mi personalidad, accesible.

P6-H: Soy quien soy, no me parezco a nadie, ser yo y no copiarle el estilo a otros , como decían de la novela, que quiero ser como él .

P1-M: Pero si te das cuenta en ese aspecto de que dices, yo soy original y nadie es como yo , igual y si eres original que todo el mundo, por ejemplo ese pantalón, no eres el único que lo trae, no sé, los aretes que traes no son lo únicos, el tipo de bolsa no es la única. No puede ser original en cuanto vestimenta, no puedes decir que soy original.

P4-M: Yo pienso, que ciertamente si te inclinas más hacia algo, cada quien tiene su estilo, pero te inclinas hacia un género.

M: Si estamos hablando de estilo o de cómo se definirían, ¿Cómo se definirían cada uno? En este momento, ya para terminar.

P3-H: ¿Cómo te defines?

M: Sí

P1-M: De luto

M: ¿Así?

P1-M: Sí, de luto

P8-H: No sé, normal

P1-M: ¿Qué normal para ti?

P8-H: Pues no sé, no muy hacia lo que tienen lo demás, mis amigos son otra cosa y yo soy otra cosa

P2-M: "x"

P3-H: Yo que estoy como loco

P4-M: Pues no sé, "x", normal

p6-H: Antisocial

P7-M: Normal

P5-H: Normal

M: Ahora, ya entre en conflicto ¿Qué es normal?

p1-M: ¡Tómala papa!

Todos: Risas

M: ¿Normal es tener una familia, ir a la escuela salir con amigos, qué es normal?

P5-H: A mí no me gusta ir a fiestas en donde todos acaban alcohólicos, platicando de cosas que ni saben, a mí no me gusta tomar, ni fumar, me gusta una vida sin alcohol sin drogas.

P4-M: Entonces, lo que consumimos drogas y alcohol, ¿No somos normales?

P1-M: En tu mundo

P7-M: Sí, cada quien tiene su mundo

M: ¿Cada quien tiene su estilo?

Todos: Sí

M: Entonces otra vez, Juventud es diversidad

P1-M: Sí

P4-M: Si

P5-H: Sí

P3-H: Sí

P7-M: Sí

P3: H: Sí, diversidad de ideas, de todo

M: Bueno, eso es todo. Muchas gracias a todos.

**ANÁLISIS DE SESIÓN DE GRUPO
"CONSUMO CULTURAL DE LOS ESTUDIANTES DEL CCH NAUCALPAN"**

Construcción del Sentido

Tópico

A) Significado que le dan los jóvenes a la música

Para los jóvenes es importante la música, pues es el producto cultural que más consumen. A través de ella conviven con sus amigos, integra y diferencia de los demás y es por lo general la actividad que más realizan.

- *"te lo meten más que la tele, por ejemplo te juntas, - ¿oye, ya escuchaste a esta banda?-, vas escuchando más música, es con lo que te vas identificando, es lo que la mayoría de los jóvenes hacen"*

Es también una manera de expresión, por medio de las letras y la música se sienten identificados, depende del estado de ánimo, por medio de la música expresan su sentir, escuchan con la que se sienten más identificados y que cubran sus necesidades.

- *"es una forma de expresión, también depende mucho del estado de ánimo, porque, por ejemplo, a mí me puede gustar el ska en una fiesta, pero cuando estoy en mi casa, pues pongo pop, si estoy depre,.. pues pongo banda "*

Demuestran tener una gran aceptación con la música actual, la mayoría no tiene un género que les guste en especial, pero si depende mucho de lo que se diga o lo que comuniquen las letras de las canciones, piensan expresan de cierta forma lo que están viviendo.

- *"en la trova, te dice como se siente en ese momento, y las otras cosas así como bien fumadas, cosas que no entiendes"*
- *"Por ejemplo, cuando tienes a tu novio y cortaste con él, y te quieres cortar las venas, dices esta canción me gusta por que habla de amor"*

B) Qué papel juegan los medios en la vida cotidiana para los jóvenes

Los medios de comunicación influyen en su vida cotidiana, en cuestión de moda, forma de vestir, hablar y los gustos que tienen, ya que son los que ofertan y ellos deciden que es lo que retoman de lo que les ofrecen. (Los programas más vistos son videos musicales y telenovelas)

- *"...lo que es moda y todo eso, ¿qué te influye?, la televisión, pues en donde lo ves es en la televisión"*
- *"depende de ti con lo que te quedas, por decir, lo de moda, por decir de la telenovela que dicen, pues yo pienso que si te quieres vestir como estas tipas, pues te vistes; sino ya depende de ti"*

Los medios sólo dan a conocer lo que les interesa, pues no le dan relevancia a acontecimientos importantes para el país, y la televisión es el medio que más acapara su interés.

- *"hasta donde yo he visto en las noticias, no se ha sabido nada de López Obrador, todo lo tienen abarcado con lo del Papa, en todos los medios, Ok- qué triste, murió-; pero ya fue, pero ahorita lo que importa es lo que va a pasar"*

C) Ofertas culturales en los medios de comunicación

En cuanto a la programación que ofertan los medios, piensan que son los que deciden que es lo que tienen que ver o escuchar, de igual forma de que existe diversidad de ofertas y de medios, pero la última decisión es de los jóvenes, ellos son los que tienen la última palabra.

- *"nos dan a conocer lo que ellos quieren, sólo lo que les conviene darnos a conocer, ya depende de nosotros si lo aceptamos o no"*
- *"Yo creo que medios de comunicación hay muchos y tú decides"*

Los únicos programas de televisión que son dirigidos para los jóvenes son las telenovelas, las caricaturas y musicales, ya que piensan que no hay nada interesante que ver. También consideran que la decisión de ver cierto tipo de programación obedece al interés que tenga cada uno.

- *"no hay programas interesantes, sólo son caricaturas o programas musicales o algo así"*
- *"se debe al interés de cada persona por conocer"*

No existe una cultura educativa sobre lo que son los medios, ya que todo depende de como los educaron, en esta cultura; influyen los padres, los maestros pero sobre todo la misma sociedad pues es a través de ellos se van formando su preferencia por cierta programación y ciertos medios.

- *"es lo que te inculcan desde el principio, ver caricaturas, los padres te dicen desde pequeño, si estás inquieto -ponte a ver la tele- las caricaturas, es lo que te ponen"*
- *"la sociedad, tus amigos, ellos te empiezan a decir hay que ver esto o vamos a ver aquello, empiezan a influir en ti"*

D) Oferta y demanda de las ofertas culturales para los jóvenes

Los jóvenes tienen conocimiento respecto a lo que son las otras ofertas culturales como, la danza, el teatro, museos pero no asisten, sólo cuando los maestros les dejan realizar alguna de estas actividades. El motivo por el no van, es por la falta de información o de propaganda de estas actividades, pues consideran que en los medios de comunicación sólo se enfocan a lo que es el cine. Además que no existe una oferta de estas actividades culturales especialmente para ellos.

- *"pero no es muy común, excepto cuando nos manda por parte de la escuela, el cine pues yo creo que a todos nos gusta"*
- *"Pero creo entonces regresamos a lo de los Medios de Comunicación, como que no hay mucho, mucha propaganda, mucha promoción hacia ese tipo de cultura, como que te meten más así el cine, es lo que más te meten, por eso es lo que más te puede interesar"*
- *"Más que nada es que a los jóvenes les gusta ir más al cine, no les interesa mucho la danza, el teatro"*

Una de las ofertas en la que más asisten y les gusta a los jóvenes, es el cine. Consideran que tiene más promoción que las otras ofertas culturales, asimismo, porque de cierta forma retoma cosas de la realidad, ya que es un medio de comunicación y de recreación.

- *"el cine es un medio a que muchas personas acuden como medio de comunicación o como medio de recreación"*

En cuestión a lo que es el cine mexicano piensan que es el que se acerca más a su realidad y que presenta problemáticas que suceden en el país, en cuanto al cine extranjero, opinan que tiene que ver más con la fantasía y en la ciencia ficción.

- *"Hasta cierto punto yo creo que lo extranjero es lo que las personas prefieren que una película mexicana, por lo mismo igual más consumido tienen más presupuesto, pueden sacar son más películas, mucha gente prefieren estar viviendo en una fantasía que lo que es su realidad".*

E) Los jóvenes construyen su identidad a partir de la clase social a la que pertenecen

Se consideran de clase media. Para lo jóvenes pertenecer a una clase social lo determina tanto el nivel económico y el nivel intelectual. El nivel de educación y de cultura influye para pertenecer a cierto status social, aunque eso depende más del interés de cada persona por superarse que el dinero, ya que en el Colegio existen jóvenes con más ingresos que otros, pero eso no impide de que unos aprendan de otros, para ellos relacionarse con los demás la clase social no importa.

- *"yo puedo decir de clase baja, pero si tienes forma de pensar bien chida y estás preparado y lees y te informas, no depende tanto de eso"*
- *"...en el CCH, hay tipos que tienen dinero, no mucho pero tienen más que uno, entonces de todos modos te sigues llevando bien con ellos, y ellos aprenden de ti y tu aprendes de ellos, entonces yo creo que es intelectual"*

Para la sociedad sí influye el nivel económico que tengas, ya que determina quienes son de cierta clase social. Y de cierta forma establece su forma de vida, ya que es la sociedad la que elige cómo eres visto dentro y qué papel juegas a partir de tu status social.

- *"...uno piensa que lo intelectual y uno piensa para él mismo, pero la sociedad no te ve así, la sociedad es lo que dice -sabes qué yo te veo bien jodido - tú eres pobre-, porque yo traigo carro, traigo ropa chida, la sociedad es la que te inculca tu clase social"*

F) Es importante la perspectiva de género para el significado y representaciones tanto de los hombres como las mujeres cuando se es joven

Tanto hombres como mujeres tienen las mismas posibilidades de desempeñarse en el aspecto profesional, pero que todavía existe mucha desigualdad en cuestiones sociales. Las mujeres sufren todavía una desigualdad social ya que a pesar de que han demostrado que son capaces de realizar cualquier actividad, todavía se considera que no pueden realizar otras cuestiones que los hombres sí, sólo por su físico.

- *"... entre hombres y mujeres ya hay una igualdad, yo digo que es una verdad falsa, por ejemplo en el caso familiar, tienes a dos hijos, un hombre de 18 y una mujer de 17, tu hermano se sale porque es hombre y tu no sales porque eres mujer y las mujeres deben de estar en su casa"*

Asimismo, la sociedad es la que sigue asignando los roles sociales de los hombres y las mujeres, y que la familia también influye. En cuanto a los roles que le asignan a cada género, depende de la educación que tenga cada uno en su hogar es cómo percibe a los demás. Piensan que tanto hombres como mujeres tienen las mismas posibilidades, aunque estén limitados por la sociedad.

- *"Yo pienso que otra vez la sociedad está presente, porque siendo mujer, los vecinos dicen; esa tipa a qué hora llego, siendo mujer. Si es hombre no dicen nada, la sociedad no dice nada, entonces si la mujer llega a las tres, cuatro o no llega -no llegó es una cualquiera- con quién se fue a revolcar o lo que tu quieras. Aparte de los papás, yo pienso que es la sociedad"*
- *"Es la misma sociedad, nos limita las posibilidades que haya más igualdad"*

•
G) Cuáles son los roles sociales de los jóvenes dentro de la cultura
<p>Dentro de la cultura los jóvenes se ven más abiertos respecto a lo que se les ha inculcado, de igual forma consideran que a pesar de que están viviendo en un tiempo difícil, tienen una mirada positiva y ven nuevas posibilidades de ser mejor. Aunque sólo tomaron en cuenta a los jóvenes que asisten a la escuela.</p> <p>Asimismo, consideran que no se puede definir a la juventud o los roles tienen en la cultura en un solo concepto, pues ser joven quiere decir que cada uno escoge lo que quiere y dónde quiere estar. Para ellos la juventud es igual a diversidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>“Pues imagínate, ves a chavos drogándose por allá, unos chavos según estudiando, ves a chavos en la canchas, ves a chavos robando, en la explanada ves a chavos haciendo política, definir a la juventud como una sola, no. No puedes decir que la juventud es esto, pero tampoco puedes decir que es mala. La juventud es diversa”</i> <p>En cuanto a su participación en la cultura, la ven más en cuanto al papel que se les asigna como estudiantes e hijos. De igual forma creen aportar algo al país, pues se consideran parte de él y dentro de la diversidad que existe en la juventud, está su participación, en los jóvenes que les gusta la política, el deporte, la escuela, etcétera.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>“Somos la cultura de México”</i> • <i>“Dependiendo de la diversidad, por ejemplo si se sale de la escuela y trabaja está aportando algo a la sociedad, también lo que se quedan en la biblioteca a estudiar”</i>
H) Familia
<p>La familia es un factor importante para los jóvenes en la construcción de sus representaciones, pues consideran que es la que les inculcan sus creencias y los valores que tienen, de igual forma es parte fundamental, ya que es parte importante para ellos tanto en el lado sentimental ,apoyo y educativo.</p> <p>Aunque consideran que cuando entran a la escuela la familia pasa a segundo término, pues el tiempo de convivencia es escaso. Al contrario del tiempo que pasan en la escuela, ya que con las labores de los padres y el horario de la escuela es difícil convivir entre semana.</p>
I) Escuela
<p>La escuela es un centro de reunión y de convivencia, es por medio de este espacio donde también van construyendo sus representaciones, pues sus amigos y los maestros tienen una carga simbólica para ellos, es a través de la vida cotidiana e interacción con lo demás que van construyendo el sentido y el significado de lo que son.</p> <p>En cuanto al nivel educativo, opinan que no está peleado con el esparcimiento, ya que la escuela además de ser un centro de enseñanza también es un lugar para relacionarse con los demás, pues consideran que es allí donde se puede ver más la diversidad de ideas y expresiones que tienen y de igual forma aprender de eso y a ser tolerantes.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>“...no están peleados una cosa con otra, puedes venir a la escuela hacer vida social y también a estudiar. El hecho de que estudies no quiere decir, que si estudias ya no tienes amigos porque igual en el salón de clases te llevas bien, estás platicando de los asuntos de la escuela”</i>

J) Gobierno

Para los jóvenes el gobierno actual no se preocupa por los problemas más importantes, opinan que sólo se encarga de resolver cuestiones que no tienen mucha importancia. Asimismo consideran que el gobierno no los toma en cuenta, y que los que están a cargo del país sólo les interesa el poder. De igual forma no ven un avance en el país, y que la vida socio-económica no mejora.

- *“Yo creo que se preocupó por el problema más pequeño, pues no sé, que la leche ya la hizo más barata que ya puso tantas casas, puras cosas que se acaban”*

Hablar de política para los jóvenes es muy complicado, ya que consideran es un tema muy amplio y que se tiene que estar bien informado de lo que pasa en esta cuestión, aunque consideran que a los partidos políticos sólo les interesa obtener el poder.

- *“Todos los partidos son un par de ratas”*

Consideran que ningún partido político les interesa verdaderamente lo que sucede en la sociedad, ya que piensan que cuando llegan al poder lo único que hacen es robar el dinero del pueblo, es por eso que no les interesa votar ya que opinan que no cambia y que los partidos no proponen nada para mejorar

K) Grupos juveniles

Dentro de la juventud existen diversos grupos juveniles, en lo que se diferencian de los demás es en su forma de pensar, es una forma de expresión y que se puede dar una gran convivencia entre ellos y generar tolerancia hacia las formas de pensar y expresarse de los jóvenes

En lo único que creen que se diferencian es en su forma de vestir y de expresarse, a través de los grupos es como lo dan conocer.

Cada quien tiene su propio estilo, y que es lo que los diferencia de los demás y es lo que aportan en la diversidad de los grupos.

- *“Soy quien soy, no me parezco a nadie, ser yo y no copiarle el estilo a otros”*

L) CCH Naucalpan

A los estudiantes del CCH Naucalpan les agrada asistir a este colegio pues consideran que es un espacio en donde existe una gran diversidad de ideas. Así como la libertad que se les dan ya que cada estudiante decide lo que quiere y cómo quiere aprender.

Asimismo, ayuda a formarse un criterio más amplio de lo que pasa en el país y les genera el interés de participar más, los maestros y los compañeros son los que contribuyen a esta formación, a diferencia de otras instituciones privadas y públicas que no se ocupan de estos aspectos.

- *“para mi la UNAM y el CCH Naucalpan lo es todo”*

Uno de los factores que más le preocupa, es el de grupos porriles ya que se sienten inseguros al asistir a la escuela.