



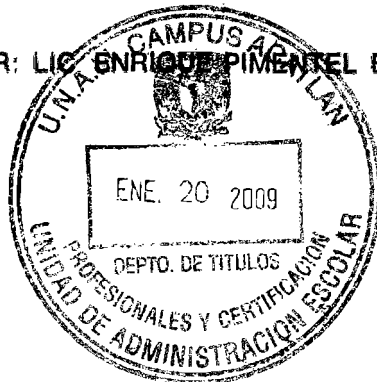
**UNIVERSIDAD NACIONAL  
AUTÓNOMA DE MÉXICO**

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES  
ACATLÁN**

**La Juventud es más que una sola palabra. El Impacto,  
uso y apropiación de las ofertas culturales en los jóvenes  
de la Delegación Azcapotzalco**

**SEMINARIO TALLER EXTRACURRICULAR  
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN  
P R E S E N T A  
KARLA GABRIELA ORTIZ VARGAS**

**ASESOR: LIC. ENRIQUE PIMENTEL BAUTISTA**



**ENERO 2009**



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**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.

## **AGRADECIMIENTOS**

### **A MIS PADRES:**

*Por que sin ustedes no podría llegar hasta donde ahora me encuentro, por su cariño, su apoyo constante, su motivación y su gran esfuerzo. Gracias por permitirme emprender este camino largo y difícil, por sus consejos y por darme la confianza y la oportunidad una vez más, porque a ustedes les debo todo.*

### **A PACO, LUI Y YARETZI:**

*Por habernos traído una hermosa luz de felicidad a la familia en estos momentos tan importantes para mí y por su apoyo constante.*

### **A MIS ASESORES:**

*Por su tiempo, su apoyo y su valioso esfuerzo, compromiso y dedicación, a Enrique Pimentel, Fernando Martínez, Edgar Morín, Humberto Ramos y Daniel Lara, a todos ustedes muchas gracias por su profesionalismo.*

### **A MI TIA PILAR Y A MI PRIMO JORGE ORTIZ:**

*Por la gran admiración que les tengo, porque tanto me acordé de ustedes en las noches de desvelo, porque Jorge siempre quedará en mi corazón.*

### **A PAVEL:**

*Por su apoyo y motivación, por haberme levantado cuando me vio caer en los momentos más difíciles de este proceso, por ser mi compañero en este camino tan importante de mi vida.*

### **A LA DELEGACIÓN AZCAPOTZALCO:**

*Por el apoyo y las facilidades que me brindaron para realizar este trabajo de investigación, en especial a mis jefes y compañeros de trabajo.*

**GRACIAS A MIS AMIGOS, FAMILIARES, COMPAÑEROS DE SEMINARIO Y A  
TODAS LAS PERSONAS QUE CONFIARON EN MÍ.**

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
-------------------	---

### **CAPITULO I. COMUNICACIÓN Y CULTURA.**

1. 1 Estudios de la Comunicación y la Cultura.....	5
1. 2 Definición de Cultura.....	14
1. 3 Consumo Cultural.....	19
1.3.1 Modelos teóricos de Consumo.....	21
1.4 Apropiación.....	23
1.5 Jóvenes y Consumo Cultural.....	24

### **CAPITULO II. LA JUVENTUD, UNA VISIÓN A TRAVÉS DEL TIEMPO.**

2.1. La Juventud un primer acercamiento a través del concepto.....	26
2.1.1 La Juventud desde la perspectiva de Carles Feixa.....	27
2.1.1.1 Metáfora del Reloj de Arena.....	29
2.1.2 Categorías o tipos de Jóvenes.....	31
2.2 Políticas dirigidas al sector juvenil en México.....	33
2.2.1.- Instituto Nacional de la Juventud Mexicana (INJM) (1950-1970).....	36
2.2.2 Instituto Mexicano de la Juventud.....	38
2.3 Políticas juveniles en el Distrito Federal.....	39
2.4 Jóvenes y oferta cultural en Azcapotzalco.....	40
2.4.1 Módulo de Atención Juvenil en Azcapotzalco (MAJA).....	42
2.5 ¿Cómo surge la Oferta cultural en Azcapotzalco? .....	43
2.5.1 Oferta y espacios culturales en Azcapotzalco.....	46

### **CAPITULO III. LA METODOLOGÍA, UN SENDERO QUE COMIENZA A ILUMINARSE**

3.1 La importancia de la metodología.....	50
3.2 La metodología cuantitativa.....	51
3.2.1 La Metodología de la encuesta.....	52
3.2.2 La Encuesta exploratoria, un primer acercamiento al pensamiento de los jóvenes.....	54
3.2.3 Arboreación.....	56
3.2.4 Tabla de equivalencias.....	58
3.2.5 Elaboración del cuestionario.....	58
3.2.6 Técnicas de medición en la encuesta.....	60
3.2.7 Levantamiento de datos.....	67
3.2.7.1 Diseño de la Muestra.....	67
3.2.7.1.1 Tipo de Selección: Aleatorio Simple.....	67
3.3 La metodología cualitativa, una segunda mirada.....	68
3.3.1 El Grupo de Discusión como segunda técnica para la recopilación de datos.....	69
3.3.1.1 Características del grupo de discusión.....	73
3.4 La aplicación de los grupos de discusión.....	74
3.4.1 Primer grupo de discusión.....	74
3.4.1.1 El desarrollo del grupo o la escena.....	75
3.4.1.1.1 Controles en el desarrollo de la discusión o <i>detonadores</i> .....	76
3.4.2 La aplicación del segundo Grupo de Discusión.....	76
3.4.2.1 Características del grupo.....	76

### **CAPITULO IV. LA INTERPRETACIÓN, MÁS QUE UNA SOLA PALABRA**

4.1 ¿Qué es la interpretación? .....	80
4.2. Gráficas e Interpretación de datos.....	82

4.2.1 Datos sociodemográficos.....	83
4.2.2 Consumo Cultural y recreación.....	84
4.2.3 Apropiación y uso de espacios.....	90
4.2.4 Consumo cultural enfocado, Delegación Azcapotzalco.....	93
4.3 Los jóvenes y su concepción de la cultura.....	98
4.3.1 Las zonas culturales más concurridas en el Distrito Federal.....	100
4.4 El análisis cultural.....	100
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>106</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>110</b>
<b>ANEXOS</b>	

## INTRODUCCIÓN

Esta investigación se ha realizado con la finalidad de saber qué impacto tiene en los jóvenes de la Delegación Azcapotzalco las ofertas culturales que propone esta instancia gubernamental y cómo es que se apropian o no de los espacios culturales.

Como joven y habitante de esta demarcación me surgió el interés de saber por qué los jóvenes acuden o no a los espacios culturales, cómo es que se apropian de ellos o no, y qué piensan acerca de lo que las autoridades delegacionales proponen en materia de cultura, lo anterior debido a que esta demarcación cuenta con más de 100 mil habitantes jóvenes, además de importantes centros de educación superior y media superior que albergan alrededor de 80 mil jóvenes.

A raíz de este problema de conocimiento se generó la pregunta general de investigación para determinar desde un enfoque comunicativo, el consumo cultural y las prácticas sociales de los jóvenes de 15 a 25 años de la Delegación Azcapotzalco.

Una vez definida nuestra pregunta de investigación y las preguntas generales, acudimos a expertos en culturas juveniles, consumo cultural, oferta cultural, apropiación, comunicación y cultura.

Existen estudios relacionados con comunicación y cultura pero la mayoría de ellos con la finalidad de analizar los contenidos culturales, dejando a un lado las prácticas sociales que tienen los individuos en su vida cotidiana.

Los estudios sobre la oferta y consumo cultural en México y en América Latina son recientes, se dice que fue a principios de la década de los ochenta cuando estas investigaciones tomaron mayor relevancia. A pesar de ello existen pocos estudios sobre consumo cultural y comunicación, sin embargo, parece que las Instituciones

encargadas en realizar estas investigaciones en México se ocupan más por la difusión y la propaganda que por las necesidades y las demandas.

Por lo anterior, este trabajo de investigación tiene como propósito mostrar una práctica social desde la perspectiva de la comunicación y la cultura, para detectar el impacto, uso y apropiación que tiene en los jóvenes de la Delegación Azcapotzalco y las ofertas culturales que ofrece esta Instancia gubernamental.

El primer paso para este trabajo fue la elaboración del marco teórico-conceptual, en donde resaltamos los conceptos clave que se considera, son eje medular de esta investigación: comunicación, cultura, consumo cultural, apropiación y culturas juveniles.

Por un lado señalamos la definición de Lluís Duch, quien establece que la comunicación es el soporte de la cultura y por otra parte retomamos el enfoque estructural de Thompson para efecto de vincular el concepto de cultura con nuestra investigación.

En este mismo capítulo mencionamos la definición de cultura desde la mirada de Thompson, con la explicación de los tres enfoques que a lo largo del tiempo se han concebido desde las distintas disciplinas.

Con respecto al consumo cultural retomamos la definición y los seis modelos de consumo que establece Néstor García Canclini, para relacionar algunos de ellos con nuestro objeto de estudio que son los jóvenes y sus prácticas cotidianas.

En el segundo capítulo realizamos el marco contextual que señala la definición de Juventud, desde la visión de algunos expertos en *culturas juveniles* como Pierre Bourdieu, Carles Feixa, Rossana Reguillo y José Manuel Valenzuela, quienes han dado grandes aportaciones en este tema.



En este sentido, se hace una retrospectiva del surgimiento de la oferta cultural y las políticas juveniles en México, en el Distrito Federal y en la Delegación Azcapotzalco, con la finalidad de proporcionar elementos que nos permitan entender el tiempo y el espacio en el que se desarrolla la investigación.

Una vez elaborados nuestro marco teórico-conceptual y contextual, nuestro siguiente capítulo contiene el marco metodológico que nos ha servido para obtener datos mediante la aplicación de dos técnicas: la encuesta exploratoria y el grupo de discusión.

Después de haber aplicado nuestras técnicas y de recopilar la información, el siguiente paso fue la elaboración de la interpretación de los datos, que de manera conjunta con las aportaciones de Clifford Geertz y John B. Thompson, nos han permitido construir el capítulo interpretativo y la conclusión de esta tesis, por lo que te invitamos a que comiences a dar lectura para tratar de comprender un mundo complejo e indescrible en el que se encuentran inmersos los jóvenes para comprender que *la juventud es más que una sola palabra*.

# CAPÍTULO

# I

*En el momento del nacimiento el ser humano se halla completamente sumergido en la naturaleza y, al mismo tiempo, totalmente separado de la cultura y de la alteridad.  
(Lluís Duch, 2004).*

### 1. 1 Estudios de la Comunicación y la Cultura

En América Latina los estudios sobre comunicación y cultura se han enfocado, por lo regular, a temas relacionados con los medios masivos de comunicación, los nuevos avances tecnológicos y la industria audiovisual como el cine, la radio, la televisión e Internet, sin embargo, estos estudios son escasos y experimentan una tentación análoga al transformar esa relación de comunicación y cultura en otra forma de totalización.

La comunicación en la esfera cultural aparece en las prácticas de difusión y como un vehículo de contenidos culturales y más bien funciona como movimiento de propagación y acercamiento de los públicos a las obras.

Hoy en día la cultura ha adquirido una presencia importante y sobresaliente en los estudios de la comunicación en México, a partir de la década de los ochenta se comenzó a observar un cambio en las perspectivas teóricas, así como la creación de nuevos centros de investigación y la postura epistemológica, conceptual y metodológica de indagación de algunos investigadores.

Sin embargo, esta década enfrentó momentos importantes y decisivos para la conformación del campo académico de la comunicación en México, por un lado, se vivieron severas crisis y tensiones en su interior, y por otra parte, fue en esos

momentos cuando se adquirieron los trazos de su institucionalización y su organización campal (Gómez Vargas, 2006:11).

Bajo este contexto se pudo observar en esos momentos la propuesta que hace (Martín Barbero, 1987), de "pasar de los medios a las mediaciones", cuando plantea estudiar la cultura como la perspectiva de análisis de la comunicación y de la acción de los medios masivos en la vida social, ya que los estudios de la comunicación adquieren un perfil y una organización que reflejaría en muchos de los pasos por dar su legitimación.

"En los ochenta la configuración de los estudios de comunicación mostraron cambios de fondo que provenían de deslizamientos internos al propio campo y de un movimiento general en las ciencias sociales." (Martín Barbero, 2002).

Ya para mitades de los noventa, la cultura fue una de las principales tendencias para el análisis de la comunicación, lo que dio pie al inicio de un nuevo perfil de la investigación de la comunicación que llegó a ser considerada como una transición "estructural".

Cabe señalar que uno de los enfoques que más llamó la atención en esos momentos fue el de Consumo Cultural, que con el paso del tiempo se convirtió en una de las principales corrientes de estudio de la comunicación en América Latina, al enfocarse en el análisis de "lo cotidiano" y de los sujetos sociales.

Algunos autores señalan que el diálogo entre comunicación y cultura es un tema que ha dado pie para numerosos trabajos, pues está lleno de paradojas y ambigüedades, debido a que cada uno tiene una historia y una genealogía diferente: "La Comunicación y la cultura son dos disciplinas que emergieron en épocas distintas, lo que significa que se tendrían que pensar en realidades y tiempos diferentes". (González, 2003).

Estas dos disciplinas han sido pensadas desde diferentes enfoques, por ejemplo, desde la antropología, con las aportaciones de quien señala que la comunicación es el soporte de la cultura Lluís Duch (2004), así como de Martín Barbero (2002) quien planteó pasar de los medios a la mediaciones, y desde la sociología con la propuesta de una concepción estructural de cultura Thompson (2006).

Duch establece que la comunicación nunca podría ser un producto "homogéneo" pues opera como un vínculo de significado y la cultura soporta o se sostiene a través de la comunicación verbal o no verbal. Para este autor la comunicación es un dato antropológico fundamental, imprescindible e imprescriptible, porque desde el nacimiento y hasta la muerte, la constitución del ser humano exige inacabables procesos de transmisión que permite – o deberían de permitir- la conversión de la "mera" información en auténtica comunicación humana. (2004:90).

A pesar del amplio conjunto de procesos abstractos e imaginativos que se encuentran implicados en lo que Thomas Luckmann y Peter L. Berger han denominado "la construcción social de la realidad", para Duch ésta siempre se encuentra precedida y determinada por una "*construcción simbólica de la realidad*", que en la pluralidad de culturas e historias, movilizan un amplio abanico de mediaciones informativas que, con una intencionalidad y unos intereses creados más o menos explícitos, inciden en el "imaginativo colectivo" del grupo de pertenencia.

Para Duch el ser humano siempre se construye comunicativamente con el concurso imprescindible de un gran número de lenguajes, mismos que incluso le permiten poner en duda su humanidad mediante las gramáticas de la creación.

Al señalar lo humano se refiere a una construcción simbólica y social de la realidad que posibilita la instalación del ser humano en su mundo cotidiano, una instalación que comporta constantes procesos de interpretación en su entorno

físico y humano, o lo que es lo mismo: en continuas contextualizaciones a tenor de los cambios que impone la propia biografía de los seres humanos.

La constante reflexión multidisciplinaria de la comunicación, que en la actualidad, desde el enfoque antropológico puede ser imprescindible e interesante, podría ser una reflexión que proponga un análisis crítico de las diversas modalidades comunicacionales.

Duch indica una relación de la comunicación humana con la teatralidad al plantear que ésta nos permite introducir otra relación o una faceta diferente de la comunicación, es decir, su carácter cultural. Este autor señala que toda forma comunicativa se adapta a unas pautas ritualizadas que han sido asumidas, consciente o inconscientemente, tanto por el emisor como por el receptor de la comunicación, por lo que desde lo biológico hasta lo cultural, el hombre es un *ser pautado*, sin embargo, otros investigadores señalan, desde el enfoque de estructuras lingüísticas, que “el ritual es sobre todo una forma de comunicación”, compuesta de actos culturales normales, cotidianos, con los que se pretende conseguir unos determinados efectos (y quizá también, *afectos*) en quienes reciben la comunicación.

Lo anterior significa que la comunicación humana, siempre de una manera u otra, ritualizada, es (o pretende ser) no tan sólo una praxis de dominación de la contingencia, sino también de la violencia, que es una suerte de “atmósfera epidémica” que pone gravemente en peligro la consistencia ética del individuo y de los grupos humanos.

En la actualidad, existe una relación muy estrecha con la comunicabilidad humana, desde prestarse una atención especial a la crisis de la *identidad* como situación de “desidentificación” provocada precisamente por la fractura o, al menos, por el colapso de los procesos de transmisión, que son los que posibilitan el progresivo asentamiento del ser humano concreto en su espacio y en su tiempo.

Por otra parte, Jesús Martín Barbero (2002), menciona que el campo de estudio de la comunicación se forma en América Latina del movimiento cruzado de dos hegemonías:

- a) La del paradigma informacional, instrumental procedente de la investigación norteamericana y,
- b) La de la crítica ideológico-denuncista de las ciencias sociales latinoamericanas.

Este autor señala que a finales de los sesenta se propagó un modelo de sociedad que convierte a la comunicación en el terreno de punta de la "difusión de innovaciones" y en el motor de la transformación social: medios masivos, dispositivos tecnológicos, lenguajes y saberes propios.

"En América Latina la literatura sobre los medios masivos de comunicación está dedicada a demostrar su calidad, innegable, de elementos oligárquicos – imperialistas de penetración ideológica, pero casi no se preocupa por examinar cómo son recibidos sus mensajes y cuáles son los efectos concretos." (Martín Barbero, 2002).

En los años setenta existía una ruptura entre los saberes técnicos y la crítica social y una esquizofrenia entre posiciones teóricas y prácticas profesionales. Los aportes de la semiótica tampoco permitieron superar la ruptura y las herramientas semióticas sirvieron casi siempre para reforzar el paradigma ideologista.

En este contexto, los desplazamientos con los que se buscará rehacer conceptual y metodológicamente el campo de la comunicación provenían tanto de la **experiencia** de los movimientos sociales como de la **reflexión** que articulan los estudios culturales, es decir, se reconoce conceptual y metodológicamente la comunicación a través de la experiencia de los movimientos sociales y de la reflexión de los estudios culturales.

La idea de *información* – asociada a la innovación tecnológica- gana legitimidad científica y operatividad mientras la de *comunicación* se desplaza y aloja en campos aledaños: la filosofía y la hermenéutica.

Desde la comunicación se trabajan procesos y dimensiones que incorporan preguntas y saberes históricos, antropológicos, estéticos. Al mismo tiempo que la sociología, la antropología y la ciencia política se empiezan a hacer cargo, ya no de forma marginal, de los medios y de los modos como operan las industrias culturales.

Se les denomina Industria cultural y comunicaciones masivas a los nuevos procesos de producción y circulación de la cultura que corresponden no sólo a innovaciones tecnológicas sino a nuevas formas de la sensibilidad.

Es desde las nuevas maneras de juntarse y excluirse, de des-conocer y reconocerse, que adquiere espesor social y relevancia cognitiva lo que pasa en y por los medios y con las nuevas tecnologías de comunicación ya que los medios han entrado a construir lo público, a mediar en la producción de imaginarios.

Martín Barbero (2002), señala que la transdisciplinariedad en el estudio de la comunicación no significa la disolución de sus objetos en los de las disciplinas sociales, sino en la construcción de las articulaciones – mediaciones e intertextualidades- que hacen su especificidad.

Hoy en día, las investigaciones latinoamericanas presentan una convergencia cada vez mayor con los estudios culturales en su capacidad de analizar las industrias comunicacionales y culturales como matriz de desorganización y reorganización de la experiencia social en el cruce de las desterritorializaciones que acarrearán la **globalización** y las **migraciones** con las fragmentaciones y reubicaciones de la vida urbana.



Existen dos causas de los movimientos de ruptura en la comunicación, por un lado la mirada del *comunicacionismo*, que es una tendencia a ontologizar la comunicación como el lugar en donde la humanidad revelaría su más secreta esencia; y por otra parte, el *mediacentrismo*, que resulta de la identificación de la comunicación con los medios, ya sea desde la mirada de Mc Luhan o desde la perspectiva althuseriana como un mero aparato del Estado.

En términos sociológicos, Martín Barbero (2002), propone la idea de que la comunicación constituye el motor y el contenido último de la interacción social porque la idea de la centralidad de la comunicación en la sociedad está recibiendo ahora su legitimación teórica y política del discurso de la racionalidad tecnológica, que inspira la llamada "sociedad de la información".

Hoy en día, la centralidad que ocupan los medios resulta desproporcionada y paradójica en países con necesidades básicas insatisfechas en el orden de la educación o la salud como los nuestros, y en los que el crecimiento de la desigualdad atomiza nuestras sociedades deteriorando los dispositivos de *comunicación*, lo que significa: cohesión política y cultural.

El análisis de inserción de la comunicación en las prácticas sociales cotidianas se haya aún fuertemente condicionado por la diferenciación y especialización que la modernidad introdujo en la organización de lo social: diferenciación de las esferas y discursos de la ciencia, la moral y el arte, especialización de los espacios y las instituciones de lo político, lo económico y lo cultural.

La comunicación aparece constituyendo una nueva escena de mediación y reconocimiento social, en la que las imágenes y las representaciones de los medios al mismo tiempo que espectacularizan y adelgazan lo político lo reconstituyen.

Pensar la política desde la comunicación significa poner en primer plano los ingredientes simbólicos e imaginarios presentes en los procesos de formación del poder, la comunicación y la cultura se convierten en un campo primordial de batalla política.

En el ámbito económico, la comunicación reviste la figura tradicional, en donde funge como vehículo de información para el mercado o proceso de circulación del capital necesitado y la postindustrial, en donde la información es la materia prima de la producción de las mercancías y de la vida social.

Hoy en día apenas se empieza a asumir la comunicación como espacio estratégico de la *creación y apropiación cultural*, de activación de la competencia y la experiencia creativa de la gente, y de reconocimiento de las diferencias, lo que culturalmente son y hacen los otros.

La inscripción de la comunicación en la cultura ha dejado de ser mero asunto cultural pues son tanto la economía como la política las concernidas directamente en lo que ahí se produce, es por ello mi interés en el estudio de los jóvenes y el consumo cultural, pues es el análisis de una práctica social que en México se ha estudiado muy poco.

En la nueva trama comunicativa de la cultura, el lugar de ésta en la sociedad, cambia cuando la mediación tecnológica de la comunicación deja de ser meramente instrumental para convertirse en estructural: *la tecnología* no sólo remite a la novedad de nuevos aparatos, sino a los nuevos modos de *percepción* y de *lenguaje*, a nuevas sensibilidades y escrituras, a la mutación que implica la asociación del nuevo modo de producir en un nuevo modo de comunicar.

El lugar de la cultura en la sociedad cambia también cuando los procesos de globalización económica e informacional reavivan la cuestión de las identidades culturales – étnicas, raciales, locales, regionales- hasta el punto de convertirlas en

dimensión protagónica de muchos de los más feroces y complejos conflictos bélicos en los últimos años.

Los cambios en el ámbito de la tecnicidad y la identidad están reclamando imperiosamente pensar las *mediaciones comunicativas* de la cultura, un nuevo mapa que dé cuenta de la complejidad en las relaciones constitutivas de la comunicación en la cultura, pues los medios han pasado a constituir un espacio clave de condensación e intersección de la producción y el consumo cultural, al mismo tiempo que catalizan hoy algunas de las más intensas redes de poder.

Por lo anterior la necesidad de afrontar el pensamiento único que legitima la idea de que la tecnología es hoy el “gran mediador” entre los pueblos y el mundo, cuando lo que la tecnología media hoy más intensa y aceleradamente es la transformación de la sociedad en mercado, y de éste en principal agenciador de la mundialización.

Para algunos autores, confundir la comunicación con las técnicas o los medios, es tan deformador como pensar que ellos son exteriores y accesorios a la comunicación, lo que equivaldría a desconocer la materialidad histórica de las mediaciones discursivas en la que se produce.

Martín Barbero señala que existen mediaciones en las que se necesita trabajar para que el análisis y la crítica puedan vincularse creativamente a la producción:

- ❖ *Las estructuras sociales*, que se refieren al sentido de las relaciones entre comunicación y sociedad.
- ❖ *Lógicas de Producción*, acumulación/ rentabilidad del capital y del proceso industrial.
- ❖ *Las dinámicas culturales*, se refieren a las dinámicas de incorporación de las mayorías a la modernidad de la cultura audiovisual mediante el desplazamiento de la producción de cultura de las comunidades hacia

instituciones y aparatos especializados y a su vez insertados en el movimiento de integración a la economía mundial.

- ❖ *Gramáticas discursivas*, se refieren a las estrategias comunicativas en que se hace la ósmosis de las matrices estéticas y los formatos comerciales.
- ❖ *La dependencia*, que por un lado se niega al trabajo académico y por otro lado por la *Apropiación*, que es la forma que hemos ido haciendo nuestras las concepciones, los modelos y las teorías.

En este sentido, se puede hablar también de *invenciones*, si bien no se han gestado en nuestras universidades, al menos se hallan muy ligadas al trabajo en algunas de ellas, en las que no sólo se ha abordado de frente la especificidad de nuestra situación comunicacional sino que se hacen esfuerzos por contrastar las categorías por las cuales pensarla.

Con el desafío teórico que ha representado pensar *políticas de comunicación* en América Latina y el avance conceptual que permitió superar tanto los límites del modelo sociológico del que se partió como el enfoque comunicacional que aquél entrañaba, lo que ahora está sucediendo también en el replanteamiento de las concepciones sobre la relación entre comunicación y cultura, esto es en los aportes latinoamericanos a los “estudios culturales”.

## 1. 2. Definición de Cultura

Derivado del concepto de “*culturam*”, esta definición adquirió una presencia significativa en muchas lenguas europeas, durante el inicio del periodo moderno presentaron parte del sentido original de *cultura*, el cual significaba **cultivo** o el cuidado de algo, como las cosechas o los animales, pasando del cultivo de las cosechas al cultivo de la mente. (Thompson, 2006).

El concepto de cultura alude a una variedad de fenómenos y a un conjunto de preocupaciones que hoy día comparten analistas que trabajan en diversas disciplinas, que van desde la sociología y la antropología a la historia y la crítica literaria, por lo que Thompson (2006), señala tres concepciones de la cultura:

a) **Concepción clásica** que se refiere al desarrollo intelectual, espiritual y de la humanidad, proceso que difería en ciertos aspectos del de "civilización" y en donde se pensaba que la cultura tenía que ver con un proceso más elitista y desde donde muchas Instituciones aún mantienen esa visión.

b) **Concepción simbólica** que desplaza el enfoque hacia un interés por el simbolismo, de acuerdo con esta definición, los fenómenos culturales son fenómenos simbólicos, y el estudio de la cultura se interesa esencialmente por la interpretación de los símbolos y de la acción simbólica.

c) **Concepción descriptiva** de la cultura que Thompson retoma de Edward B. Taylor y establece que "la cultura se puede considerar como el conjunto interrelacionado de creencias, costumbres, leyes, formas de conocimiento y arte que adquieren los individuos como miembros de una sociedad particular".

En 1930 la perspectiva del estudio empírico de la cultura cambió para desarrollar una teoría científica bajo una orientación funcionalista desarrollada por Bronislaw Malinowski, quien retoma el enfoque de Taylor y cambia esta perspectiva que incluye nuevos conceptos como: artefactos, bienes, procesos técnicos, ideas, hábitos y valores heredados, define a la cultura en términos de satisfacción humana.

A pesar de la gran variedad de definiciones y los esfuerzos sobre el término de cultura, la concepción se torna vaga y Thompson resume su concepción descriptiva:

“La cultura de un grupo o sociedad es el conjunto de creencias, costumbres, ideas y valores, así como artefactos, objetos e instrumentos materiales que adquieren los individuos como miembros de ese grupo o sociedad”. (Thompson, 2006).

Al exponer esta concepción descriptiva, Thompson recurre a Clifford Geertz y señala a la cultura como el patrón de significados incorporados a las formas simbólicas – entre los que se incluyen acciones, enunciados y objetos significativos de distintos tipos- en virtud de los cuales los individuos se comunican entre si y comparten sus experiencias, concepciones y creencias.

Bajo esta definición la cultura contempla la parte integradora de los componentes simbólicos incorporados que permite a los individuos vivir en sociedad y participar en todo aquello que para ellos tiene una significación.

Del trabajo de Geertz, Thompson reconoce que la aportación más grande es haber reorientado el análisis de la cultura hacia un estudio de significados, simbolismo e interpretación aunque también reconoce errores o incoherencias como la doble definición que le da al termino de cultura, al decir en ocasiones que es un patrón de significados que se incorporan en símbolos y en otras como un conjunto de mecanismos de control para gobernar la conducta:

“Sea como sea de ninguna manera queda claro cómo se relaciona esta concepción de la cultura como reglas, planes o *programas* que gobiernan la conducta, con la concepción simbólica de la cultura como patrones de significados incorporados a las formas simbólicas”. (Thompson, 2006).

Según Thompson, la noción del texto es otro error encontrado en el trabajo de Geertz, porque utiliza esta definición de dos maneras distintas, en algunas sugiere que el análisis cultural se relaciona con los textos en el sentido de que la práctica de la etnografía es la producción de textos y otras veces sostiene que el análisis cultural se relaciona con textos, pero no aporta argumentos sobre su visión.



Por último y como tercer error que Thompson detecta en Geertz es la falta de interés de éste en los problemas de poder y conflicto social, mientras que para Thompson los fenómenos culturales están relacionados con estos conceptos y define lo siguiente:

“Los enunciados y las acciones cotidianas, así como los fenómenos más elaborados como los rituales, los festivales o las obras de arte, son producidos o actuados siempre en circunstancias sociohistóricas particulares, por individuos específicos que aprovechan ciertos recursos a fin de dar sentido a los fenómenos en cuestión.” (Thompson, 2006, pp. 201-202).

Ante estos argumentos, Thompson crea una **Concepción Estructural** de la cultura, que señala que los fenómenos culturales pueden entenderse como formas simbólicas en contextos estructurados, y por lo tanto el análisis cultural puede interpretarse como el estudio de las formas simbólicas.

“Las acciones, los objetos y las expresiones significativas de diversos tipos en relación con los contextos y procesos históricamente específicos y estructurados socialmente en los cuales, y por medio de los cuales, se producen, transmiten y reciben tales formas simbólicas”. (Thompson, 2006, p. 203).

Sin embargo, señala el concepto estructural de cultura como un enfoque alternativo que enfatiza tanto el carácter simbólico de los fenómenos culturales, como el hecho de que tales fenómenos se inserten siempre en contextos sociales estructurados.

Los cambios tecnológicos, las transformaciones culturales, la desterritorialización cultural y las nuevas identidades híbridas, son el resultado de la estrecha relación entre la comunicación y cultura, al menos en América Latina, ahora se incorpora a la modernidad desde los géneros de las industrias culturales del audiovisual, lo que implica graves retos, deja de lado la *oralidad* y se acopla a la sintaxis de los



medios como: el cine, la radio, la televisión e Internet, por lo que esto transforma los modos de ver, imaginar, sentir, narrar e incluso pensar. (Martín-Barbero, 2002)

En este contexto, las relaciones actuales entre la comunicación y la cultura se caracterizan por: la desestructuración de las comunidades, la fragmentación de la experiencia, la pérdida de la autonomía de lo cultural, la mezcla de las tradiciones, y las nuevas culturas que cambian los sistemas educativos.

En la doble frontera de la comunicación/cultura y de la investigación/docencia existen malentendidos ya que no hay forma de tomarse en serio la cultura sin caer en el culturalismo, ya que deshistoriza y despolitiza los procesos y las prácticas culturales y el hecho de que pensar la comunicación desde la cultura, puede implicar salirse del terreno *propio* de la comunicación, es decir, de su ámbito específico.

Por otra parte, Jorge González (1994), propone que la cultura es un modo de organizar el movimiento constante de la vida concreta, mundana y cotidianamente:

“La cultura es el principio organizador de la experiencia; mediante ella ordenamos y *estructuramos* nuestro presente a partir del sitio que ocupamos en las redes de las relaciones sociales” (González, 1994:57).

Al referirse a la cultura, este autor señala que es el sentido práctico de la vida, es escape, evasión y eversión de la realidad pues nos permite abrir las compuertas de la utopía y nos deja proyectar otras formas de organización distintas a lo vivido y la fábrica de nuestros sueños y el principio de todas nuestras esperanzas.

Por lo tanto, la cultura es una herramienta privilegiada para conferirle un *sentido* a la realidad “real”, tanto la que nos distingue porque nos ata con el grupo y la clase, como la que nos *unifica* porque nos funde en alguna de las múltiples formas de existencia de lo elementalmente humano.

De acuerdo con Jorge González, la cultura es una visión que nos define el mundo, sin embargo, esa visión es al mismo tiempo y por efecto de las desiguales posiciones dentro de la estructura social, una división práctica, efectiva y operante del mundo.

"Alrededor de la cultura se juegan cuestiones que sin ser inmediatamente políticas, no por ello son menos trascendentales. Ahí se pueden localizar procesos de atesoramiento, reproducción, utilización y escenificación de la memoria social; de búsqueda y autorrepresentación de identidades, de organización social, de creación y recreación signica" (González, 1994:62).

Ante este panorama González señala que el análisis de las culturas contemporáneas debería darnos algunas pistas y aportaciones al conocimiento de diversos procesos sociales de construcción de sentimiento mediante luchas por mostrar quién de los contendientes es capaz de sostener y elaborar las definiciones y visiones más plausibles de la realidad, de la vida y del mundo social.

### 1.3 Consumo Cultural

De acuerdo con Néstor García Canclini (1993), los estudios sobre el consumo cultural son recientes, no sólo en nuestro país sino en América Latina, ya que fue a principios de la década de los noventa cuando este tema adquiere mayor relevancia gracias a la publicación de su libro *El consumo Cultural en México*.

Este autor plantea que no existen estudios precisos, concretos y claros acerca del consumo cultural en México y señala que las instituciones que se ocupan en la difusión cultural tienen numerosos archivos dedicados a la difusión de proyectos y programas dejando a un lado las evaluaciones de las necesidades y las demandas.

Se dice que en las instituciones gubernamentales no existe un ordenamiento sistémico y comparativo de las estadísticas culturales, ni algún organismo dedicado al estudio de este campo. (Canclini 1993:16).

Para comenzar a abordar el consumo cultural es importante describir que la economía, la sociología, la antropología y la comunicación han aportado diferentes visiones con respecto al consumo; señalándolo como un simple intercambio económico, como una parte de reglas de convivencia y conflicto, o como la transmisión de información y significados.

Desde la perspectiva de García Canclini (1996:16), el consumo es "el escenario aprovechado por quienes controlan el poder político y económico para manipular las masas y alinearlas en la persecución de satisfacciones fútiles que las distraerían de sus necesidades básicas".

Cabe señalar que esta visión de consumo no es adaptable a las ciencias sociales, pues no solo responde a la oferta y la demanda, sino que también involucra una serie de cualidades sociales, como la raza, el sexo, el país, el nivel sociocultural, etcétera.

García Canclini descarta la *concepción naturalista* de las necesidades que se determina por las prácticas culturales, es decir, descarta que aún las necesidades más básicas como comer, dormir, vestir, se presentan de manera natural e igualitaria para todos los seres humanos, pues estas dependen en gran medida de la clase, el sexo, el grupo social al que se pertenece, y se apropian de diferente manera de acuerdo al contexto histórico aún dentro de una misma sociedad.

De acuerdo a lo anterior, el autor conduce el rechazo a una *teoría conductista*, que limita al consumo como "la relación que se establece entre un conjunto de bienes creados para satisfacer un paquete de necesidades como una relación estímulo-respuesta" y establece que las necesidades y los bienes son creados y recreados

de acuerdo a una determinada sociedad, un aspecto histórico y una serie de aspectos sociales por lo que propone seis modelos de consumo.

### **1.3.1 Modelos teóricos de Consumo**

*1.- El Consumo como el lugar de reproducción de la fuerza de trabajo y la expansión del capital.*

Este modelo expone que no es la demanda la que origina la oferta, ni las necesidades individuales o colectivas determinan la producción de los bienes y su distribución; sino que es a través de la incitación publicitaria, que se consumen determinados objetos. Por otro lado, el hecho de que cada determinado periodo los objetos consumidos se declaren obsoletos y sean reemplazados por otros explica la tendencia expansiva del capital que busca multiplicar sus ganancias.

*2.- Como el lugar donde las clases y los grupos compiten por la apropiación del producto social.*

Según este modelo el aumento de los objetos y de su circulación deriva del crecimiento de las demandas, pues se contraponen en un enfoque unidireccional expuesto en el modelo anterior. De ver al consumo como un canal de imposiciones verticales, pasamos a considerarlo como un escenario de disputas por aquello que la sociedad produce por las maneras de usarlo.

*3.- Como el lugar de diferenciación social y distinción simbólica entre los grupos.*

Las sociedades democráticas se basan en la premisa de que todos los hombres nacen iguales, así el consumo es el área fundamental para construir y comunicar las diferencias sociales. Las distinciones entre clases se manifiestan más que en los bienes materiales ligados a la producción, en las maneras de transmutar en signos los objetos consumidos.

#### *4.- Como el sistema de integración y comunicación.*

Este modelo expone que no siempre el consumo funciona como separador de las clases y los grupos. Entonces, el consumo puede ser, según este modelo, escenario de la integración y la comunicación; y, aún en los casos en los que el consumo se presenta como recurso de diferenciación, constituye, al mismo tiempo, un sistema de significados comprensible tanto para los individuos como para los excluidos. Consumir es por lo tanto, intercambiar significados.

#### *5.- Como el escenario de objetivación de los deseos.*

En este modelo, el consumo no sólo se limita a la atención de necesidades, sino, de anhelos personales y particulares, no a cada sociedad, sino a cada individuo.

#### *6.- Como proceso ritual.*

Para este modelo, los consumidores además de satisfacer necesidades o deseos, al apropiarse de los objetos, cargan significados.

Con lo anterior Canclini crea una definición sobre consumo cultural en la que el consumo se refiere a la apropiación de cualquier bien, pues este distingue, integra, comunica, objetiva de deseos y ritualiza su satisfacción, entonces, señala que todos los actos de consumo y no únicamente los relacionados con el arte, son culturales.

Por lo anterior consideramos importante dar una definición sobre la apropiación, pues el objetivo de esta investigación es determinar el impacto de las ofertas culturales en los jóvenes de la Delegación Azcapotzalco, así como el uso y apropiación que hacen de ellas.

## 1.4 Apropiación

La delimitación del consumo cultural como una práctica específica frente a una práctica más extendida del consumo justificaría por los productos culturales, es decir, los bienes ofertados, por las industrias culturales o por los agentes que actúan en el campo cultural como el Estado o las Instituciones culturales se distinguen porque son bienes donde prevalece el valor simbólico sobre el valor de uso y de cambio.

“Los productos denominados culturales tienen valores de uso y de cambio, contribuyen a la reproducción de la sociedad y a veces a la expansión del capital, pero en ellos los valores simbólicos prevalecen sobre los utilitarios y mercantiles”. (García, 1993:33-34).

Marcelo Bisbal, apoyándose en Walter Benjamín afirma que el consumo cultural es la “apropiación por parte de las audiencias de los productos y los equipamientos culturales, las relaciones que establecen con ellos, las resignificaciones y las nuevas asignaciones de sentido a los que someten, los motivos de su elección”. (Página electrónica, Bisbal, 2001).

Según Bisbal, existen rasgos comunes de la apropiación, ya que:

- a) Es un proceso sociocultural por el cual las personas adquieren productos, por lo tanto es parte del consumo cultural y puede llevarse a cabo con objetos tangibles e intangibles y;
- b) Es adoptar el producto social a nuestras vidas y a nuestro contexto en el que vivimos.

Se puede decir que la apropiación está vinculada con la producción de sentido y se refiere a la adquisición y uso de un producto social. (Lemus, 2007:22).

## 1.5 Jóvenes y consumo cultural

De acuerdo con los modelos anteriores, los que más se adaptan en nuestra investigación son el 4 y 5, pues los jóvenes construyen sus representaciones de "ser joven", de los símbolos, prácticas y espacios de consumo, a través de las cuales se hacen las diferencias de apropiarse de un espacio, la forma de simbolizar, de vestir y peinarse, incluso la manera en que se comunican entre sí.

El consumo cultural de los jóvenes puede entenderse como una actividad simbólica, en donde confluyen valores desarrollados por los individuos y en donde inciden factores múltiples, es decir, que el consumo puede obedecer a modas, estilos de vida, gustos personales, etc. (Lemus, 2007:31).

Rossana Reguillo señala que la juventud es una invención de posguerra que hizo posible el surgimiento de un nuevo orden internacional que conformó una geografía política en la que los vencedores accedían a inéditos estándares de vida e imponían sus estilos y valores. (2003:104).

Hoy en día los jóvenes conforman y determinan su capital cultural a partir de su vida cotidiana, al acudir a diversas fuentes de consumo de acuerdo a sus prácticas y formas simbólicas, que tienen un significado desde el lenguaje, hasta la forma de vestirse.

En el próximo capítulo explicaremos cómo han sido pensados los jóvenes a través del tiempo y a partir de las perspectivas de algunos estudiosos en este tema de las culturas juveniles, así como las ofertas y políticas culturales que van dirigidas a este sector de la sociedad.

# **CAPÍTULO**

## **II**



## LA JUVENTUD, UNA VISIÓN A TRAVÉS DEL TIEMPO

*En términos de cultura, la juventud es "un estado", no una etapa de transición, ni un proceso de metamorfosis.*

*Reguillo, Rossana*

### 2.1. La Juventud un primer acercamiento a través del concepto

Antes de comenzar un recorrido sobre el concepto de juventud, es importante entender este término que denomina la fase de la vida individual comprendida entre la pubertad fisiológica (condición natural) y el reconocimiento social adulto (condición cultural), pues este término designa una fase del desarrollo que se encontrará en todas las sociedades y momentos históricos (Pérez, 2000).

Para Pierre Bourdieu (1990), "*la juventud*" no es más que una sola palabra, pues explica que las divisiones entre las edades son arbitrarias y señala que la juventud y la vejez no están dadas, sino que se construyen socialmente en la lucha entre jóvenes y viejos, las relaciones entre la edad social y la edad biológica son muy complejas.

Bourdieu plantea las relaciones entre la edad social y la biológica, de las cuales se deriva una fácil manipulación de los individuos, ya que se presenta una complejidad entre estas dos variantes para concebir a la juventud; son entonces blancos comunes por el simple hecho de compartir un rango de edad, por ello, al referirse a la *juventud mexicana* suele incurrirse el error de homogeneizar sin distinguir que entre ella existen diferentes condiciones y significados que atraviesan distintos modos de vivir durante este periodo.

### 2.1.1 La Juventud desde la perspectiva de Carles Feixa

Por otra parte, Carles Feixa señala que las culturas juveniles son “la manera en que las experiencias sociales de los jóvenes son expresadas colectivamente mediante la construcción de estilos de vida distintivos, localizados fundamentalmente en el tiempo libre, o en espacios intersticiales de la vida institucional”. (1998:60)

Feixa afirma que las culturas pueden analizarse desde dos perspectivas:

- a) En el plano de las condiciones sociales, entendidas como el conjunto de derechos y obligaciones que definen la entidad del joven en el seno de una estructura social determinada, o
- b) En el plano de las imágenes culturales, entendidas como el conjunto de atributos ideológicos y simbólicos asignados y/o apropiados por los jóvenes, las culturas juveniles se traducen en estilos más o menos visibles, que integran elementos materiales e inmateriales heterogéneos, provenientes de la moda, la música, el lenguaje, las prácticas culturales y las actividades focales.

Para comprender más sobre las culturas juveniles, hay que entender que las condiciones sociales de éstas se configuran a partir de la interacción entre las culturas hegemónicas, parentales y generacionales, por lo que a continuación se explicará cada una de ellas:

1.- La cultura hegemónica refleja la distribución del poder cultural a escala de la sociedad más amplia, es decir, la relación que los jóvenes tienen con las diversas instancias en las cuales este poder se transmite y se negocia: escuela, sistema productivo, ejército, medios de comunicación, órganos de control social, etc.

2.- Las culturas parentales definidas fundamentalmente por identidades étnicas y de clase.

3.- Las generacionales, se refieren a la experiencia específica que los jóvenes adquieren en espacios institucionales (la escuela, el trabajo, los medios de comunicación), de espacios del ocio (la calle, el baile, los locales de diversión). En estos ámbitos circunscritos, el joven se encuentra con otros jóvenes y empieza a identificarse con determinados comportamientos y valores, diferentes a los vigentes en el mundo adulto.

Las culturas juveniles tienen una clara "identidad" generacional, que sintetiza de manera espectacular el contenido histórico que las vio nacer". (Feixa, 1998:64). Por otra parte, no son homogéneas y los jóvenes suelen identificarse con un estilo que es construido por ellos y que recibe influencias de varios, el cual depende de los gustos estéticos y musicales. (Lemus, 2007:28).

Sobre el estilo, Feixa dice que constituye "una combinación jerarquizada de elementos culturales (textos, artefactos, rituales), de los que pueden destacarse los siguientes:

a) Lenguaje: Nuevas formas de expresión oral características de este grupo social en oposición con los adultos: palabras, frases, giros, hechos, entonaciones, etc. El argot de cada estilo refleja las experiencias focales en la vida del grupo.

b) La Música, la audición y la producción musical son elementos centrales en la mayoría de los estilos juveniles. La música es utilizada por los jóvenes como un medio de autodefinición, un emblema para marcar la identidad del grupo.

c) La Estética. La mayor parte de los estilos se han identificado con algún elemento estético visible (forma de vestirse, autocontexto, accesorios, etc).

- d) Producciones culturales. Los estilos no son receptores pasivos de los medios audiovisuales, sino que se manifiestan públicamente en una serie de producciones culturales: revistas, graffiti, murales, tatuajes, video, radios libres, cine, etc. Esta producción tiene una función interna (reafirmación de las fronteras de grupo), pero también externa (promover el dialogo con otras instancias sociales y juveniles).
- e) Actividades focales. Habitualmente se trata de actividades del ocio, la asistencia a determinados locales o a la ejecución de determinadas rutas.

Para comprender mejor el término de estilo, Feixa lo relaciona con los conceptos "bricolager" y "homología" y los define así:

- a) Bricolage sirve para comprender la manera en que los objetos y símbolos inconexos son reordenados y recontextualizan para comunicar nuevos significados. En el caso de los estilos juveniles, esta resignificación se puede alcanzar por medios diversos.
- b) Homología se refiere a "la simbiosis que se establece para cada subcultura particular, entre los artefactos, el estilo y la identidad del grupo.

#### 2.1.1.1 Metáfora del Reloj de Arena

Carles Feixa propone a través de la metáfora del Reloj de Arena, una visión cíclica de la vida, basada en las ruedas de las generaciones. En nuestra sociedad, esta transición generacional persiste sobre todo en instituciones como la escuela, la iglesia, el ejército, etc.

Bajo esta visión, el individuo pone en movimiento su reloj de arena a partir de una serie de condiciones sociales determinadas por su origen: la edad, el sexo, rango, lugar de nacimiento y residencia. Estos granos de arena se transmiten a partir de

tres grandes instancias sociales: la familia, la comunidad y las estructuras de poder que median en las relaciones entre la cultura parental y hegemónica. Tras el paso de la arena, el individuo atraviesa una fase de separación y otra de integración, se incorpora en la sociedad con un nuevo estatus laboral, matrimonial, reproductivo, político y festivo. El consumo cultural de los jóvenes se limita a este último espacio, el lúdico, pues es el único que les permite un protagonismo no mediatizado.

Cuando el ciclo se acaba, se da vuelta al reloj de arena nuevamente para que las imágenes culturales puedan de nuevo verse sobre las condiciones sociales (Lemus, 2007):



Figura 1. Dibujo del reloj de arena

### 2.1.2 Categorías o tipos de Jóvenes

Por otra parte Rossana Reguillo (2003), considera que es importante cuestionar los modos en los que desde el campo cultural han sido pensadas las culturas juveniles que dice, se caracterizan por sus sentidos múltiples y móviles, incorporan, desechan, mezclan, inventan símbolos y emblemas, en continuo movimiento que las vuelve difícilmente representables en su ambigüedad.

Para fines de esta investigación se retoma la propuesta de Reguillo (2003), con respecto a las dos categorías que propone para reconocer básicamente a dos tipos de actores juveniles:

- a) Los "incorporados" que han sido analizados a través o desde su pertenencia al ámbito escolar o religioso; o bien desde el consumo cultural, punto desde el que abordaremos este trabajo.
- b) Los "alternativos" o "disidentes" cuyas prácticas culturales han producido abundantes páginas y que han sido analizados desde su no- incorporación a los esquemas de la cultura dominante.

Con relación a estas dos categorías, en la historia de los grupos juveniles, Marcial (1997), explica que se pueden distinguir tres épocas en la conformación de grupos de jóvenes, el primero abarca desde el comienzo del siglo XX, hasta la mitad de este (1900- 1958), aquí se ubican grupos que sintieron la necesidad de crear espacios propios para los jóvenes, diferentes de las instituciones sociales existentes y de la sociedad adulta.

Del mismo modo que Reguillo, Marcial dentro de dichas épocas distingue dos tipos de grupos:

- a) La existencia de los grupos **disonantes**, señala, dejó evidencias palpables, sin embargo, su inconformidad nunca cuestionó a fondo la estructura social de la que formaron parte, no buscaron cambiar los esquemas establecidos.
- b) En los grupos **refractarios** desde sus orígenes se hallan presentes tanto la oposición de los valores como las normas sociales a las que se enfrentan, expresan su inconformidad hacia las normas de la sociedad adulta, lo que les imprime características propias, además hacen manifestar su renuncia a aceptar el mundo tal y como se lo presentan los adultos.

Con lo anterior podemos relacionar dos términos que aunque han sido propuestos en contextos diferentes, permiten establecer dos categorías que caracterizan o en su caso, diferencian a los jóvenes, pues a pesar de que este concepto varía desde el modo en el que han sido pensados, estos dos elementos son de gran utilidad para comenzar a distinguirlos.

En cuestiones de contexto social, hoy en día los jóvenes enfrentan situaciones que considero, los vuelven más complejos, como lo es la formación de un nuevo mundo globalizado, el orden social marcado por la migración constante y los nuevos escenarios políticos, económicos, tecnológicos, culturales y de consumo, en los que enfocaremos esta investigación.

Reguillo (2003), indica que la juventud es una categoría construida "*culturalmente*" a diferencia de Pierre Bourdieu (1990), quien señala que es una categoría construida "*socialmente*", pues expresa que no se trata de una "esencia" y, en tal sentido, la mutabilidad de los criterios que fijan los límites y los comportamientos de lo juvenil, esta necesariamente vinculada a los contextos sociohistóricos, producto de las relaciones de fuerza en una determinada sociedad.

Se dice que la edad es un dato biológico manipulado y manipulable; muestra que el hecho de hablar de los jóvenes como de una unidad social, de un grupo

---

constituido, que posee intereses comunes, y de referir estos intereses a una edad definida biológicamente, constituye en sí una manipulación evidente.



Hoy en día existen algunas condiciones contextuales que caracterizan a los jóvenes por el desempleo masivo, la exclusión social y el auge las industrias culturales, fenómeno que se caracteriza por el capital financiero, mas allá de las fronteras y el crecimiento de las transacciones financieras y como consecuencia de ello la interdependencia extrema de las economías nacionales, la interrelación que desvanece las fronteras Estado- Nación y la implementación en todos los países de las políticas llamadas neoliberales de desregulación, privatización y apertura, se agudizan y exacerbaban los términos del intercambio desigual, desarrollo y subdesarrollo.

Es por condiciones como las que se mencionan anteriormente que los modos en los que los jóvenes son construidos socialmente se relacionan con el consumismo y se vinculan a los contextos sociohistóricos, pues se dice que la juventud es propiamente una invención de la posguerra que hizo posible el surgimiento de un nuevo orden internacional que conformó una geografía política en la que los vencedores accedían a inéditos estándares de vida e imponían sus estilos y valores.

En ese contexto cobraba forma un discurso jurídico, escolar y una floreciente industria, que reivindicaban la existencia de los niños y los jóvenes como sujetos de derecho y, especialmente, en cuanto a los jóvenes, como sujetos de consumo. (Reguillo 2003:104).

## **2.2 Políticas dirigidas al sector juvenil en México**

En México la ciudadanía se otorga a una edad en la que los jóvenes están aun muy lejos, (aún dependiendo de los niveles socioeconómicos) de acceder a una plena integración al sistema productivo, tanto por el deterioro de los mecanismos



de integración (crisis político- cultural), como por la incapacidad real de las instituciones para absorberlos (crisis político- económica).

Ante estas condiciones es importante señalar que la emergencia de la juventud como sujeto social ha desempeñado un papel fundamental en el paso de la ciudadanía civil a la ciudadanía política, en el sentido de la complementación de los derechos individuales, la libertad, la justicia y la propiedad, con los derechos a participar en el espacio público.

La sociedad contemporánea ha llegado a decidir libremente su adherencia hacia un grupo social de otro, de acuerdo con José Manuel Valenzuela (1997:12-35), lo juvenil es un concepto relacional, es decir, que sólo adquiere sentido en un contexto social más amplio y en relación con lo no juvenil (la interacción con categorías de género, étnicas, de clase social, etcétera).

Sin embargo, también es situacional, en lo que responde a contextos bien definidos, en tanto que deben evitar las generalizaciones, que hacen perder lo concreto y específico de cada caso.

Es representado. Pues sobre lo juvenil se dan procesos de disputa y negociación entre las "heterorepresentaciones", elaboradas por agentes o instituciones sociales externas a los jóvenes.

Históricamente construido, ser joven no ha significado lo mismo ahora que hace veinte años, el contexto social, económico y político configura características concretas sobre vivir y percibir lo joven.

En lo que respecta a la Ciudad de México<sup>1</sup>, las acciones dirigidas a la juventud históricamente fueron determinadas por el Gobierno Federal, así en los hechos, la

<sup>1</sup> La Ciudad de México cuenta con una extensión total de mil 479 m2, es la entidad más pequeña del país y a la vez la de mayor concentración de personas, según el conteo 2005 del Instituto Nacional de Estadística y

capital del país fue por su naturaleza, inicialmente el campo de experimentación de estas políticas, lo anterior implicó que la juventud, como sector potencial de atención, apenas apareciera en los grupos de la administración local capitalina.

“La revolución mexicana fue un hecho histórico que inició el camino para el desarrollo de la juventud en el sentido conceptual del término, ya que permitió la maduración de las condiciones necesarias para que grandes sectores de la población pudieran tener acceso a algo que bien podemos llamar el periodo de Juventud.” (Aguilar, 2004).

Al término del movimiento armado y en general con el surgimiento del partido de Estado, los jóvenes revolucionarios comienzan a organizarse en torno a este, buscando transformar su presencia en elemento político con peso real.

En 1938 surge la Confederación de Jóvenes Mexicanos (CJM) y en 1939 la Central Única de la Juventud (CUJ), con la finalidad del gobierno de crear un Departamento de Asuntos Juveniles, por lo que se crea la Oficina de Acción Juvenil (OAJ), que dependía de la Secretaría de Seguridad Pública. Esta oficina conforma en 1942 un Consejo Nacional Directivo de la Juventud (CNDJ), integrado por participantes de diversas centrales juveniles del país.

Es hasta comienzos de los años cincuenta cuando los jóvenes empezaron a tener un peso específico en el conjunto de la sociedad, así como una relativa autoconciencia de su existencia como tales. Desde entonces y a pesar de la permanencia por tantos años de un partido en el poder; se pueden ubicar diferentes concepciones sobre la juventud y con ello distintas formas de concebir las políticas hacia este sector.

---

Geografía (INEGI), en ella habitan alrededor de 8 millones 550 mil 170 habitantes, de los cuales 2 millones 666 mil 494 son jóvenes de 12 a 29 años de edad.

En este sentido, la historia de las políticas de la Juventud en nuestro país se puede abordar a partir de la caracterización de las instituciones creadas por el Estado para atender las demandas de este sector de la población, por lo que se consideran cinco instituciones que reflejan etapas determinantes en la historia de la acción estatal en materia de juventud:

### **2.2.1.- Instituto Nacional de la Juventud Mexicana (INJM) (1950-1970).**

A finales de 1946, se consolidó el impulso del periodo identificado como "Desarrollo Estabilizador", en el gobierno de Miguel Alemán, en donde cuatro años más tarde el Instituto Nacional de la Juventud Mexicana (INJM), originalmente tenía como propósito orientar a la juventud mexicana en todos los problemas nacionales, para alcanzar el ideal democrático, su prosperidad material y espiritual.

La actitud estatal pretendía incorporar a los jóvenes a una sociedad adulta en la cual todavía prevalecían valores de una estructura rural que había sido mayoritaria hasta ese momento en el país. (Aguilar, 2004)

A partir de aquí, los jóvenes beneficiarios de los programas juveniles ya no llegarían por la vía de sus propias organizaciones, sino que tendrían que afiliarse al INJM, lo que años más tarde significó afiliarse a las filas del Partido Revolucionario Institucional.

Durante el tiempo que existió el INJM se consideraba que la Juventud era aquella etapa de la vida que transcurre de los 15 a los 25 años, (rango que se tomará para fines de esta investigación). A pesar de que en un principio y debido a las limitaciones presupuestales su influencia estuvo más enfocada hacia la Ciudad de México y algunas zonas rurales prioritarias a partir de 1958 con la creación de las "Casas de la Juventud".

En el periodo del entonces presidente Gustavo Díaz Ordaz (1964-1970), las actividades de la Institución continuaron promoviendo la formación de la juventud desde la perspectiva de la capacitación y de la instrucción cívica, lo que reflejó que las necesidades e ideas de los jóvenes rebasaron la estructura y organización que esta Institución había tenido desde su origen.

Para los años setena, al llegar a la presidencia Luis Echeverría, cambia de siglas por las de INJUVE, manteniendo su nombre y decreto original, con la finalidad de modificar su imagen y tratando de abrir una oferta nueva que incorpora a los jóvenes, que producto del 68, se mantenían ajenos a la participación política institucional. Para entonces se comienzan a observar las primeras señales de debilitamiento del modo económico hasta entonces adoptado.

Ya para el periodo presidencial de José López Portillo el INJUVE vivirá su última etapa en el año de 1977, aunque dentro de la lógica global del gobierno, explica el conflicto del 68 como una mala formación y enfoca sus baterías proporcionando cursos con el fin de mejorar la situación de los jóvenes y comienzan a tomar conciencia de la necesidad de conocer los problemas de la juventud.

En 1977 se expidió el decreto que dio nacimiento al Consejo Nacional de Recursos para la Creación de la Juventud (CREA), cuyos objetivos fueron:

- a) fomentar el desarrollo integral de los jóvenes con el fin de prepararlos para asumir plenamente sus responsabilidades e incorporarse en los procesos sociales como factor de cambio en la justicia y la libertad, así como
- b) programar las acciones de gobierno orientadas a la promoción de los jóvenes con respeto a su personalidad y conforme a sus grandes objetivos democráticos de la sociedad mexicana y
- c) establecer, alentar y coordinar planes que favorezcan el desenvolvimiento y la expresión de los mismos jóvenes.

El mismo concepto de la juventud cambio en función de las nuevas condiciones, subrayando el papel social que desde el presente tenia, así el CREA atendió a cualquier joven que lo solicitara entre los 12 y los 29 años, rango que posteriormente toma el Instituto Mexicano de la Juventud.

### **2.2.2 Instituto Mexicano de la Juventud**

En 1994 surge el Instituto Mexicano de la Juventud, momento en el que la juventud mexicana fue identificada como uno de los "grupos vulnerables de la sociedad", por lo que se propuso atender de manera especial a los jóvenes con desventajas sociales y económicas, que requerían de apoyos esenciales en su integración y desarrollo.

Después de largas discusiones propiciadas en torno a la separación del Deporte y la Juventud en el interior de las Comisiones de Juventud en las Cámaras de Senadores y Diputados, se crea en noviembre de 1997, en la Comisión Permanente del Congreso de la Unión una iniciativa de ley para la creación del "Instituto Nacional de la Juventud" y es expedida la *Ley del Instituto Mexicano de la Juventud* en enero de 1999.

Los programas que genera el Instituto tienen como característica común "coordinar sus actividades con otras instancias publicas y/o civiles para lograr sus objetivos; impulsando la construcción de redes de trabajo que les permitan conjuntar acciones de manera integral para así tener una mayor incidencia en la población juvenil.

El Instituto Mexicano de la Juventud tiene como objetivo promover, generar y articular políticas públicas integrales de juventud que surjan del reconocimiento de las y los jóvenes en toda su diversidad, como sujetos y actores de su propio destino, que respondan a sus necesidades, propiciando el mejoramiento de su

calidad de vida y su participación plena y desarrollo nacional. (Página [www.imjuventud.gob.mx](http://www.imjuventud.gob.mx)).

Hoy en día esta institución actúa como representante en materia de juventud ante organismos nacionales e internacionales, así como en foros, convenciones, encuentros y demás reuniones en las que el Ejecutivo solicite una participación, para fortalecer los vínculos con organismos internacionales.

### **2.3 Políticas juveniles en el Distrito Federal**

Los jóvenes de la ciudad de México viven continuamente los problemas relacionados con el desempleo, la inseguridad ciudadana, la falta de apoyo para la educación y la capacitación, la escasez de vivienda que genera una creciente incertidumbre frente a su porvenir.

De acuerdo al conteo de población 2005 en el Distrito Federal existen 2, 241,362 jóvenes entre 15 y 29 años de los cuales el 48.8% son hombres, y el 51.2% mujeres.

Durante los últimos 20 años ha aumentado el número de jóvenes que entran en el mercado de trabajo, sin embargo, la población desocupada de jóvenes de entre 15 y 29 años representa 48.8% del total, de los cuales la mitad cuenta con educación media superior y superior, y al no encontrar acomodo en el mercado formal se emplean en puestos de baja remuneración y poca o nula seguridad laboral y estabilidad, afectando principalmente a las mujeres. Lo anterior se agrava más al momento que los jóvenes asumen responsabilidades tempranas y encabezan los hogares. (Página de Internet -Programa General de Desarrollo del Distrito Federal 2007-2012:24)

A lo largo del tiempo, las políticas locales dirigidas a los jóvenes en nuestro país se han derivado, desde sus inicios por el gobierno federal, lo que ha dado pie a la

creación de nuevas áreas y direcciones dentro de la administración pública, dirigidas a favor del sector juvenil.

La política de juventud del gobierno federal tenía en el Distrito Federal un espacio territorial en donde experimentar sus programas, por lo que la capital metropolitana fue el espacio de acción gubernamental federal en materia de juventud, pues los programa y recursos de la política de juventud en las más de las veces tenía como prioridad este territorio.

Lo anterior limitó en gran medida la construcción de una política local de la juventud. En el mejor de los casos, la “regencia” capitalina se limitaba a colaborar con las autoridades delegacionales en la aplicación de los programas. No obstante, al menos formalmente, el gobierno capitalino tenía contemplados a los jóvenes dentro de su propuesta de política social, ubicándolos como un “grupo de atención prioritaria”.

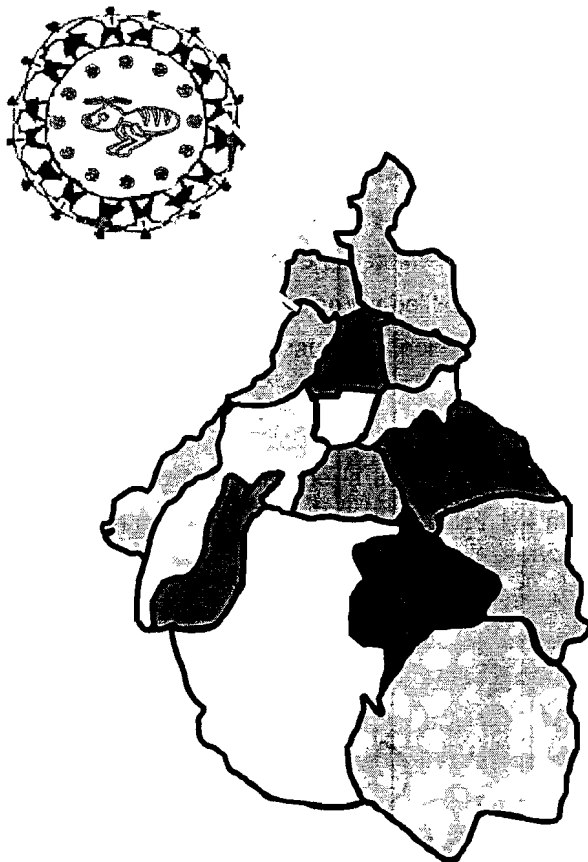
En nuestro país los jóvenes son parte importante de la izquierda, en 1998 el gobierno perredista de Cuauhtémoc Cárdenas crea por decreto la Dirección de Atención a la Juventud, que dependía de la Dirección General de Equidad Social y Desarrollo de la Secretaría de Desarrollo Social.

#### **2.4 Jóvenes y oferta cultural en Azcapotzalco**

Anteriormente ya hemos hablado acerca de los jóvenes y la visión que el Estado y los estudiosos en estos temas tienen en distintos momentos de la historia sobre ellos, ahora toca el turno de la oferta cultural, misma que (González,1994:12), define como “la presencia en el ambiente geográfico de posibilidades de acceso y disfrute de los bienes culturales producidos por una red desigual de instituciones precisas y especializadas”.

González menciona que desde la perspectiva estatal se reacciona frente a demandas o presiones coyunturales para salvar lo urgente sin remediar lo verdaderamente importante, ante esta premisa intentaremos confirmar si es que en la Delegación Azcapotzalco se manejan las políticas dirigidas a la juventud de esta manera, por lo que comenzaremos por el análisis de los datos sociodemográficos de este lugar.

De acuerdo con el Instituto Mexicano de la Juventud (2008), en la Delegación Azcapotzalco habitan 441 mil 8 personas, de las cuales 124 mil 616 son jóvenes de 12 a 29 años.





Sin embargo, este sector de la población presenta graves problemas por la falta de políticas públicas específicas como son: drogadicción, alcoholismo, delincuencia, falta de educación sexual, deserción escolar, desempleo, discriminación, por mencionar algunas.

#### **2.4.1 Módulo de Atención Juvenil en Azcapotzalco (MAJA).**

Ante este contexto, la actual administración presenta un programa con la finalidad de combatir algunas de las problemáticas sociales de la juventud, por lo que durante este periodo de gestión (2006-2009), crea el Módulo de Atención Juvenil Azcapotzalco (MAJA), con la finalidad de incluir las políticas públicas al sector juvenil, que según las cifras de este Módulo, representa el 24.7 % de la población total de la Delegación, además de:

- a) Conocer las principales demandas de la población juvenil de la demarcación, así como canalizar y dar respuesta a sus necesidades y problemáticas, y asimismo
- b) Promover y coadyuvar al ejercicio pleno de los derechos de las y los jóvenes de Azcapotzalco, a través de la definición de políticas, líneas de acción y mecanismos de vinculación, que posibiliten su desarrollo integral como sujetos de derecho y actores sociales plenos.

En cuestiones de educación, la Delegación Azcapotzalco cuenta con 18 centros académicos públicos de educación media superior y superior, que pertenecen a instituciones educativas de suma importancia, entre las que figuran la Universidad Nacional Autónoma de México, el Instituto Politécnico Nacional y la Universidad Autónoma Metropolitana, los cuales albergan a 81 mil jóvenes.

De acuerdo con el Módulo de Atención Juvenil Azcapotzalco (MAJA), dentro del contexto delegacional, en Azcapotzalco existe un total de 105 mil jóvenes de los

cuales 51 mil 651 son hombres y 53, 378 son mujeres, es decir, representa el 24.7% del total de la población.

En lo que respecta a los hogares, en la demarcación existen 114 mil 535 hogares, de los cuales 10 mil 81 son dirigidos por personas jóvenes que representan el 8.8.% del total de los hogares de la entidad. De estos el 78.5% tienen jefatura masculina y el 21.5% femenina.

## 2.5 ¿Cómo surge la Oferta cultural en Azcapotzalco?

“Para cuando termina el periodo de los funcionarios en turno, con muchos trabajos encontramos memoria detallada de lo hecho y mucho menos, con la siguiente administración, un seguimiento y profundización de lo andado. Mucha información, pero regada y sin *forma* ni manera de hincarle el diente.” (González, 1994:10).

Para poder obtener información acerca de este rubro se realizó una entrevista con el Cronista de la Delegación Azcapotzalco quien menciona que la oferta cultural es muy reciente, ya que de acuerdo al calendario cívico, las actividades del 15 de septiembre, por ejemplo, son las que más se han destacado, de ahí en fuera *han sido esfuerzos aislados por parte de particulares*<sup>2</sup>.

*Una de las instalaciones con las que la demarcación contó fue el Teatro Ángela Peralta, que se ubicó a un costado de lo que ahora es el Archivo Histórico de Azcapotzalco y que posteriormente se convertiría en el “Cine Rosita”, lo que ahora se conoce como Cinopolis y lugar que se ha convertido en un conjunto de establecimientos mercantiles entre ellos, bancos, restaurantes, tiendas de ropa, etc.*

También existió el *Cine Clavería*, que se encontraba en la glorieta que forman las calles de Salónica y Tebas y que actualmente es un auditorio que pertenece al

<sup>2</sup> Cronista Antonio Urdapilleta, véase entrevista completa en anexos.

Sindicato de Trabajadores de Petróleos Mexicanos. Asimismo el Cine Cuitláhuac se encontraba ubicado en las calles de Egipto y Palestina:

*“En terrenos de la colonia Clavería se va a levantar lo que es el Cine Cuitláhuac, estos majestuosos cines, muy grandes, quizás los cines más grandes que la Delegación haya tenido pero desafortunadamente en los años 80’s dejan de funcionar, ya que no es costearable mantener estas grandes salas y finalmente es derribado hacia finales del siglo pasado y es el momento en que nadie ha podido definir como sustituir este espacio cultural con otro, lo que más han pensado las autoridades, es instalar ahí una zona habitacional” (Urdapilleta, 2008).*

El cronista de la demarcación señala que en los años 60’s y 70’s la Delegación asume el papel de ser más gestor y promotor de actividades culturales porque prácticamente es hasta este momento cuando hay una reforma de lo que es la *Ley Orgánica del Departamento del Distrito Federal* y se les daba mucho mayor atribución a las administraciones locales, porque antes eran representantes sin decisión por parte del mismo departamento central del DF en estas zonas, entonces, si el Departamento Central no autorizaba nada no se hacía nada fuera de lo que ya estaba estipulado

*“Hacia lo que es el lado oriente de la Delegación Azcapotzalco se levantó hacia los años 40’s un gran teatro, el Teatro Virginia Fabregas que se va a rescatar hacia los años 70’s porque dejan de funcionar estos grandes espacios para convertirse en lo que ahora conocemos como el Foro Cultural Azcapotzalco.”*

Asimismo Antonio Urdapilleta nos cuenta cómo se construyen una serie de lugares, que desde su inicio, no tienen nada contemplado con la oferta cultural y más bien son de corte recreativo, por ejemplo, uno de los recintos más representativos en la Delegación Azcapotzalco es *La Casa de Cultura*, que se construyó en 1891 y fue hasta 1991 cuando comenzó a funcionar como centro cultural en donde se impartían clases de artesanía, danza, lenguas, artes y se

desarrollaban diversas actividades culturales, recreativas y científicas. Sin embargo, las instalaciones de este recinto cultural no estaban pensadas desde un principio para cada una de las actividades:

*“Quedó muy bonito pero nunca los arquitectos que participaron en la obra le preguntaron a una maestra de danza, de música, a un bailarín, o algún escritor qué necesidades debe de contar un espacio para impartir cursos, entonces hay ocasiones en donde hay conciertos en el Salón Cervantino y no se escucha nada porque nunca pensaron en la acústica” (Urdapilleta, 2008).*

Después de inaugurada la Casa de la Cultura, se quiso hacer la creación de los Consejos Delegacionales de Cultura e invitaron a todo mundo, a todas las asociaciones y nunca dieron presupuesto, algunos de estos consejos que se instalaron se convirtieron en Asociaciones Civiles, en esta Delegación se formó la Asociación denominada “Azcapotzalco en la Cultura”.

Sin embargo, esta asociación no ha cumplido con la función que originalmente tenía de impartir la cultura a lo largo y ancho de la demarcación y en realidad no impulsaron programas con fines culturales, pues solo realizaron uno que otro evento como concierto o presentación.

*“Hemos tenido como delegadas a dos personas que se suponía están involucradas en el ámbito cultural, Margarita Saldaña y Laura Velázquez y durante seis años no ha habido un Programa de Cultura en Azcapotzalco, se van por el evento y se caen en cosas tan absurdas como el Primer Festival Cultural en Azcapotzalco, donde se gastaron todo el presupuesto de un año para cultura en este Festival porque son gente que no sabe que hacer con tanto dinero y se lo gastaron en una sola cosa” (Urdapilleta, 2008).*

No obstante, hoy en día existe mayor variedad en cuanto a la oferta cultural en esta demarcación, pues a través de su Programa del Gobierno Delegacional

(2006-2009), plantean impulsar programas y acciones que coadyuven a elevar la calidad de vida de la población, entre las cuales mencionan:

\*Promover una oferta cultural variada y de calidad que refuerce la identidad de los habitantes de Azcapotzalco, así como,

\*Preservar el patrimonio histórico y cultural, rescatando la riqueza de las tradiciones de los pueblos, barrios y colonias.

\*Impulsar el Módulo de Atención Juvenil Azcapotzalco, para que éste importante sector de la sociedad cuente con una instancia de discusión y propuesta de políticas públicas.

\*Favorecer a grupos prioritarios y vulnerables en materia laboral, cultural, de salud, deporte, educación, capacitación, prevención situaciones de riesgo, y fortalecer sus capacidades y oportunidades con equidad para todos.

En este sentido, el impulso a la educación y a la cultura; la promoción del deporte masivo y el apoyo al alto rendimiento; apoyo a mujeres y jóvenes, lo han llevado a cabo con la apertura de nuevos centros y programas destinados a fortalecer este sector de la sociedad. (Programa de Gobierno Delegacional 2006-2009).

### **2.5.1 Oferta y espacios culturales en Azcapotzalco**

Esta demarcación cuenta con 17 sedes o recintos culturales, entre los que se encuentran: la Casa de Cultura, el Foro Cultural, los Museos Tridimensional y de Arte Regional, la Videoteca Manuel Álvarez Bravo, la Casa de la Palabra "José Emilio Pacheco", la Sala de Arte Fernando Montes de Oca, el Centro Cultural Nahui Hollín y el Archivo Histórico, entre otros.

Sin embargo, también se utilizan espacios o sedes alternas en donde se realizan eventos de tipo cultural o recreativo como son: el Parque Tezozómoc, la Explanada Delegacional, el Jardín Hidalgo, el Deportivo Reynosa, el Parque de la China y las bardas del panteón San Isidro para la pinta de graffitis, entre otros.

Entre las actividades que ofrece la Delegación se encuentran:

CURSOS Y TALLERES	CONCIERTOS	EVENTOS	CONCURSOS
Pintura	Jazz	Cine Club	"Tour de bandas de Rock por Azcapo"
Danza: Árabe, regional.	Rock	Video debate	
Guitarra	Blues	Obras de	
Alebríjes	Trova	Teatro	Bandas de Guerra
Danzón	Jaraneros	Tardeadas bohemias	
Ballet Folklórico	Boleros	Tertulias	Escoltas
	Escuela Libre de Música	Exposiciones de: pintura, foto, escultura, temáticas.	Ofrendas
	Guitarra y música libre, etc.		Graffiti
	Recital de Piano.	Crónicas	
		Performance	

Hasta el momento se han realizado cinco Festivales Culturales en esta demarcación que incluso ya son de corte internacional pues en este año, por ejemplo, se presentaron durante el *5º Festival Internacional Azcapotzalco '08* grupos provenientes de Cuba, Finlandia, Haití, Estados Unidos, Venezuela, Argentina, Italia, así como del interior de la República Mexicana.

# **CAPÍTULO**

## **III**

---

## LA METODOLOGÍA, UN SENDERO QUE COMIENZA A ILUMINARSE



*Quando un científico social define un problema de investigación y construye esa realidad social que lo contiene, trabaja como el artesano que ha decidido poner sus manos a la obra volcando su creatividad, sus conocimientos y sus deseos en la producción de un nuevo objeto.*  
Geyser Margen

Ya en capítulos anteriores se ha explicado el marco teórico y los aspectos contextuales de la Investigación, por lo que en este capítulo encontrarán información acerca de la metodología y las técnicas que se utilizaron para la obtención de datos reales, para ello fue necesario aplicar una técnica de cada uno de los métodos, es decir, por parte de la metodología cuantitativa se aplicó la encuesta exploratoria como primer paso y por el lado de la metodología cualitativa se decidió utilizar el Grupo de Discusión, que más adelante se explicarán detenidamente.

A pesar de que entre la perspectiva cuantitativa y la cualitativa ha existido una larga lucha e historia y se consideran insuficientes las formas en que se ha abordado su relación, en esta investigación consideramos importante tomar en cuenta la mirada de las dos perspectivas, porque se pensó que el tipo de investigación así lo ameritaba, ya que al tratarse de dos métodos distintos de recolección de información se está frente a dos paradigmas del proceso de investigación social al considerar que nos permitirán obtener una visión más holística de la realidad.



---

### 3.1 La importancia de la metodología

Rebeca Mejía y Sergio Antonio Sandoval (2002:22), definen la metodología como “el proceso de transformación de la realidad en datos aprehensibles y cognoscibles, que buscan volver inteligible un objeto de estudio”. Así pues, podemos decir que la metodología es un conjunto de procedimientos teórico-prácticos que comandan y guían el trabajo de investigación.

En tanto, resulta común la confusión entre epistemología y metodología. Mientras la primera “intenta dar respuesta a la incógnita de si el humano es capaz de alcanzar la verdad”. Es decir, “estudia las formas particulares del conocimiento; la metodología es una manera de tratar las cosas, es la guía del camino hacia dicho conocimiento” (Lumbreras, 2001, p. 21). En otras palabras, la metodología tiene “centralidad en el trabajo de las ciencias porque delinea los principios que demanda una investigación en términos de legalidad lógica, orden y sistema de argumentación; legitimidad, veracidad, fiabilidad y consistencia entre la comprensión y la explicación” (Lumbreras, 2001, p. 21).

Por tal motivo, la metodología cuantitativa tiene que desarrollarse en el marco de una epistemología empírica, sólo así cumplirá con los términos de legalidad científica, no contradiciendo sus principios epistémicos.

Así pues, el paradigma cuantitativo posee una concepción global positivista, hipotético-deductiva, particularista, objetiva, que alude a la descripción y explicación de los fenómenos sociales, de tal manera que se pueda llegar a las máximas generalizaciones objetivas posibles. Asimismo, insiste en el conocimiento sistemático, medible, comparable y comprobable.

### 3.2 La metodología cuantitativa

Esta propuesta metodológica trabaja sobre la base de medición de los fenómenos sociales, se dice que este método se define por su carácter numérico y por dar prioridad al análisis de la distribución, repetición, generalización o predicción de los hechos sociales. Vela Peón, Fortín (s.a).

Esta metodología utiliza lo que se denomina el método científico formal como eje de su acción, por lo tanto el conocimiento que busca es *objetivo, sistémico, ordenado, preciso* y que garantice el grado de certidumbre viable para la toma de decisiones.

Desde la perspectiva clásica, cuando se aplica una técnica de este método se busca obtener un conocimiento científico que nos permita descubrir, explicar y predicar la realidad.

En este sentido, la utilización de la metodología cuantitativa tiene la finalidad de comprender los fenómenos naturales y/o sociales y sus diferencias para construir una propia definición de lo observado.

Este método recae en la postura empírico- analítica, es decir, tiene sus bases en el empirismo, en donde el conocimiento surge a partir de la observación, medición y la experiencia. No está fundamentada en la realidad, orientada a la comprobación y al resultado, por lo que es confirmatorio, reduccionista, inferencial, hipotético y deductivo (Cook, 1995).

Además de establecer una forma directa entre el conocimiento y el objeto de estudio, la perspectiva cuantitativa proporciona actualización, precisión, relevancia, suficiencia y disponibilidad en la información.

En este caso, se busca saber qué impacto tiene en los jóvenes de 15 a 25 años, las ofertas culturales que propone la Delegación Azcapotzalco, y cuál es el uso y apropiación que hacen de estas, por lo que en el marco de esta metodología se ha utilizado la aplicación de la encuesta exploratoria como primer acercamiento al fenómeno para poder diseñar muestras.

### 3.2.1 La Metodología de la encuesta

La encuesta es una herramienta fundamental para el estudio de las relaciones sociales, ya que organizaciones contemporáneas, políticas, económicas o sociales han utilizado esta técnica como un instrumento indispensable para conocer el comportamiento de sus grupos de interés y tomar decisiones sobre ellos.

Según Heriberto López Romo (1998), la encuesta es la representante de las técnicas del análisis social, aunque también se ha posicionado en situaciones paradójicas pues:

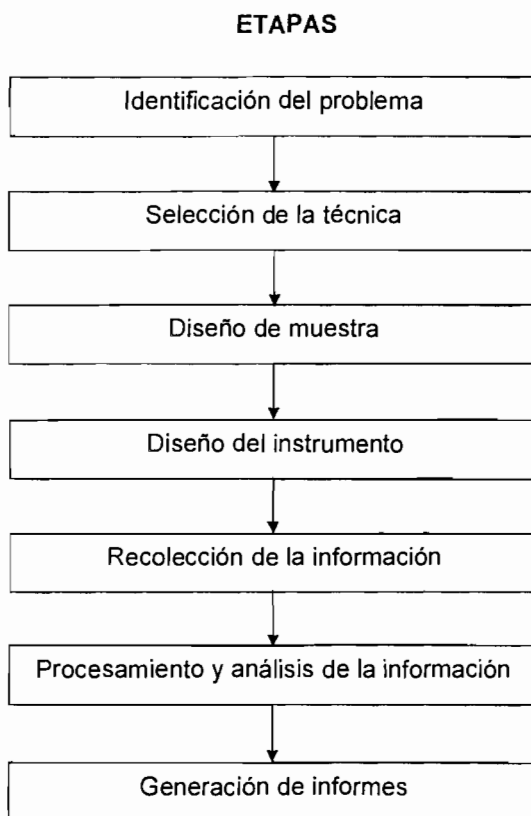
- a) Ha generado un ámbito favorable para la difusión y reflexión sobre ella, pero también ha producido mitos y confusiones.
- b) Por la gran difusión que se le ha dado dentro de las instituciones académicas y en los medios de comunicación al publicar resultados, ha generado una cultura de la encuesta.

Independientemente de las paradojas a las que se enfrenta actualmente la encuesta, esta técnica tiene características indiscutibles que explican su creciente demanda y aceptación entre los estudiosos de las diversas caras de la sociedad contemporánea por que se caracteriza por:

- a) variedad y flexibilidad de aplicaciones
- b) Comparabilidad

- c) Desarrollo tecnológico
- d) Oportunidad
- e) Comprensión
- f) Precisión
- g) Costo/ eficiencia
- h) Experiencia profesional organizada

Heriberto López Romo menciona las etapas para la aplicación de la encuesta con el siguiente esquema:



### 3.2.2 La Encuesta exploratoria, un primer acercamiento al pensamiento de los jóvenes

La encuesta exploratoria es una técnica que permite dar un primer acercamiento al fenómeno social para poder diseñar muestras, en este caso, se ha decidido aplicar esta técnica porque a diferencia de la encuesta descriptiva que, como lo dice por si misma, permite "describir" con precisión las características del fenómeno observado, o de la encuesta explicativa, que permite describir la frecuencia con la que ocurre un fenómeno asociado a otro.

La encuesta exploratoria sirve para identificar las características generales o dimensiones del problema, así como para establecer hipótesis y alternativas de trabajo. Además de que se distingue de otras porque en esta se realizan preguntas abiertas que permiten identificar las grandes dimensiones del problema. (López Romo Heriberto, 1998, p: 39).

Además de ayudar a identificar las categorías de análisis o esquema conceptual la encuesta exploratoria permitirá comenzar a conocer aspectos específicos como el uso y la apropiación de espacios y ofertas culturales que hacen los jóvenes en la Delegación Azcapotzalco, pero también del consumo que hacen de manera general. Para ello se realizó una tabla de especificaciones<sup>3</sup>, con la finalidad de conocer el consumo cultural que hacen los jóvenes, así como la oferta cultural que consumen (si es que lo hacen).

La *investigación exploratoria* es una investigación de reducidas dimensiones anterior a la investigación propiamente dicha, cuyo elemento definitorio es su consideración de prueba o ensayo y el carácter restringido de su planteamiento (Alvira, 1984: 60). La investigación exploratoria se utiliza, fundamentalmente, en las ocasiones que no hay información previa sobre un determinado fenómeno, de modo que el investigador la utilizará cuando desee realizar una primera "toma de

<sup>3</sup> Véase en anexos

contacto" con un objeto de estudio que no es muy conocido, ó para tener una primera familiarización con el problema de la investigación. Miguel et al (1997: 12) señalan los usos más importantes de los estudios exploratorios:

- Describir o formular una cuestión de manera más concreta.
- Determinar los cursos de acción alternativos.
- Desarrollar hipótesis.
- Aislar variables clave y conexiones para posteriores investigaciones.
- Conocer o conseguir intuiciones para desarrollar un enfoque del problema.
- Seleccionar prioridades para posteriores investigaciones.

Otro de los objetivos que inciden en el empleo de una investigación exploratoria es el deseo de conocer la estrategia de investigación que mejor se adecua al análisis de un determinado problema. La investigación exploratoria se utiliza también para verificar la factibilidad de la investigación y documentar los medios que se precisan para hacerla viable (Alvira, 1984: 60).

Grande y Abascal (1999: 34) señalan varias estrategias para realizar esa primera "toma de contacto" con el objeto de estudio, estrategias que pueden utilizarse de forma aislada o conjunta:

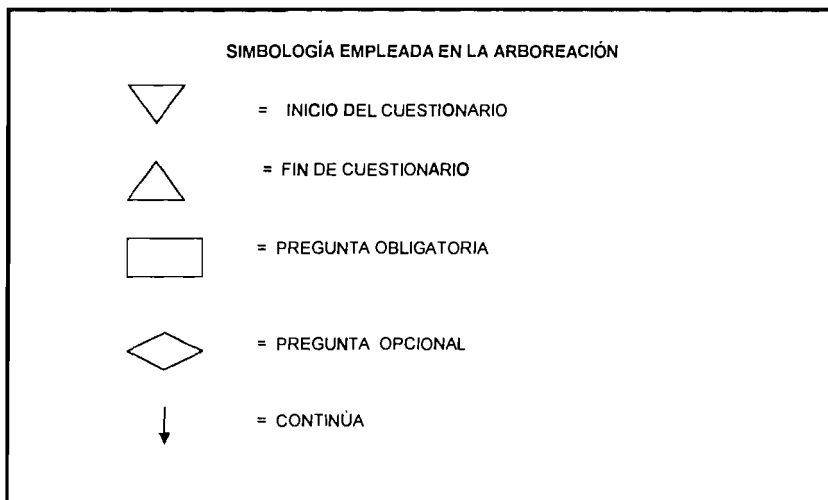
1. Consulta a expertos. Conversaciones y discusiones con las personas que toman decisiones o puedan aportar ideas, con el fin de realizar una puesta en común de conocimientos, valoraciones e inquietudes sobre el problema.
2. Búsqueda y análisis secundario de datos disponibles.
3. Análisis de situaciones similares para conocer cómo se actuó.
4. Realizar una recopilación de información adicional mediante técnicas exploratorias: entrevistas en profundidad, grupos de discusión, etc.

Aunque la encuesta por muestreo no es la técnica más adecuada para realizar una investigación exploratoria se ha utilizado en numerosas ocasiones con el fin de conocer aspectos concretos del universo objeto de estudio.

### 3.2.3 Arboreación

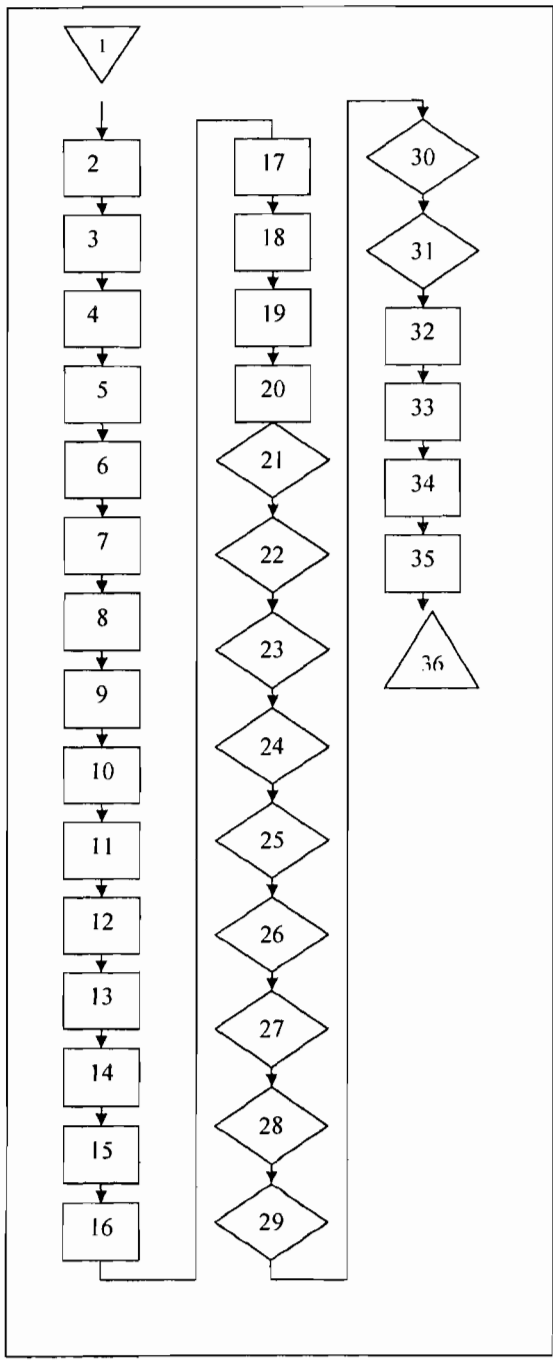
La arboreación es una técnica que permite ordenar el cuestionario a partir de los reactivos producto de la Tabla de Especificaciones, en una lógica de presentación a partir de varios criterios.

Para llevar a cabo la arboreación se utilizan los siguientes símbolos:



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

### ARBOREACIÓN





### 3.2.4 Tabla de equivalencias

La tabla de equivalencias servirá para confirmar los reactivos que se derivan del marco metodológico, con el número de pregunta que se integra en el cuestionario, por lo que es importante señalar que nuestras preguntas se derivan de tres conceptos básicos de la investigación:

- a) Consumo cultural
- b) Oferta cultural y
- c) Jóvenes (participación política)

TABLA DE EQUIVALENCIAS	
Reactivos	No. de Pregunta
1.1.1.1	Pregunta 5
1.1.1.2	Pregunta 20
1.1.1.3.	Preguntas 6 y 7
1.1.1.4	Preguntas 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17 y 18
1.1.1.5	Pregunta 19
1.1.1.6	Pregunta 21
2.1.2.1	Preguntas 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30
2.3.1.1 y 2.3.1.2	Pregunta 31
2.2.1.1	Preguntas de la 1,2, 3 y 4
3.1.1.1	Pregunta 35

### 3.2.5 Elaboración del cuestionario

Una vez elaborada la tabla de equivalencias que se confirma con los datos que arroja la tabla de especificaciones, el siguiente paso es ordenar la información que contendrá el cuestionario en una secuencia lógica, para lo cual se toma en cuenta la siguiente estructura, con el objetivo de que nos proporcione la información necesaria:

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

En esta ocasión existen preguntas abiertas ya que es una encuesta de tipo exploratorio y lo que se buscan son aspectos particulares en los encuestados.

El cuestionario contiene: instrucciones, preguntas para extraer datos sociodemográficos, situación económico-social, consumo cultural y recreación, consumo cultural y medios masivos de comunicación, apropiación y uso de espacios, consumo cultural enfocado (Delegación Azcapotzalco) y opinión de los jóvenes sobre su participación política en la sociedad.

Fórmula para poblaciones mayores a 10,000 personas

$$n = \frac{Z^2 (pq)}{E^2}$$

E<sup>2</sup>

n= número de encuestados

Z= nivel de confianza

E= nivel de precisión

pq= variabilidad del fenómeno

P q	Z= 92.5			Z= 95		
	5%	7.5%	10%	5%	7.5%	10%
.50	317	141	79	384	171	96
.55	314	139	78	380	169	95
.60	304	135	76	369	164	92
.65	288	128	72	350	155	87
.70	266	118	67	323	143	81
.75	238	106	59	288	128	72
	Z= 98			Z= 99		

	5%	7.5%	10%	5%	7.5 %	10%
.50	543	241	136	666	296	166
.55	537	239	134	659	293	165
.60	521	232	130	639	284	160
.65	494	220	124	606	269	151
.70	456	203	114	559	249	140
.75	407	181	102	499	222	125

### 3.2.6 Técnicas de medición en la encuesta

Las principales técnicas de la medición que se utilizan en la encuesta son las siguientes:

a) *Preguntas abiertas.* En este tipo de preguntas el encuestado expresa de manera libre su respuesta. No existe preclasificación de respuestas. Las principales ventajas de este tipo de preguntas es la riqueza de información que se obtiene, que se evitan los sesgos planteados por las hipótesis previas y que, en general son más fáciles de formular. En general las preguntas abiertas corresponden más bien a un estudio de carácter exploratorio.

b) *Preguntas cerradas.* Presentan a la persona encuestada las alternativas de respuesta. Las principales ventajas de este tipo de preguntas son el nivel de estructuración de las respuestas y la comparabilidad.

A continuación se presenta el cuestionario que se utilizó para realizar las "encuestas exploratorias" a jóvenes residentes de la Delegación Azcapotzalco que tuvieran entre 15 y 25 años de edad:

**CUESTIONARIO**

Lee con atención las siguientes preguntas y por favor contesta tachando la opción(es) que consideres correcta(s) y contestando la pregunta según sea el caso.

DATOS SOCIODEMOGRAFICOS	
Nombre:	
Sexo:	M [ ] F [ ]
Edad:	
Ocupación	
Nivel de Escolaridad:	
Estado Civil:	
Colonia:	

**SITUACION ECONOMICO- SOCIAL**

1. ¿Con quien vives?

- Padres y/o hermanos
- Familiares
- Amigos
- Solo
- Otro: \_\_\_\_\_

2. ¿Quiénes trabajan en tu familia?

- Padre
- Madre
- Ambos
- Hermanos
- Familiares
- Otro: \_\_\_\_\_

3. ¿Cuánto dinero te gastas a la semana? (Incluye gastos personales y pasajes)

- 50 pesos
- 100 pesos
- 200 pesos
- 300 pesos
- 400 pesos
- Mas de 400 pesos

4. ¿De los siguientes aparatos y servicios con cuáles cuentas en tu casa?

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Televisión           | <input type="checkbox"/> Lavadora            |
| <input type="checkbox"/> Radio                | <input type="checkbox"/> Horno de microondas |
| <input type="checkbox"/> Televisión por cable | <input type="checkbox"/> Tostador            |
| <input type="checkbox"/> Internet             | <input type="checkbox"/> Cafetera            |
| <input type="checkbox"/> Línea telefónica     | <input type="checkbox"/> Computadora         |

### CONSUMO CULTURAL Y RECREACIÓN

5. De las siguientes actividades, ¿cuáles son las que realizas con mayor frecuencia?

- Ir al cine
- Ver televisión
- Escuchar música
- Asistir a museos, exposiciones, obras, eventos culturales, etc.
- Leer libros
- Practicar deporte
- Participar en alguna asociación civil
- Ir a conciertos
- Ir a fiestas
- Reunirme con mis amigos

6. ¿Cuáles son los géneros de música que más escuchas?

- |                                      |                                      |
|--------------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Rock        | <input type="checkbox"/> Pop         |
| <input type="checkbox"/> Clásica     | <input type="checkbox"/> Nortea      |
| <input type="checkbox"/> Electrónica | <input type="checkbox"/> Metal       |
| <input type="checkbox"/> Grupera     | <input type="checkbox"/> Jazz        |
| <input type="checkbox"/> Ska         | <input type="checkbox"/> Reagea      |
| <input type="checkbox"/> Trova       | <input type="checkbox"/> Banda       |
| <input type="checkbox"/> Punk        | <input type="checkbox"/> Otros _____ |
| <input type="checkbox"/> Happy Punk  |                                      |

7. ¿Por qué motivo escuchas esos géneros?

- Gusto
- Moda
- Letras de las canciones
- Por la Música

### CONSUMO CULTURAL Y MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN

8. ¿Qué tipos de programas prefieres ver en televisión?

- Culturales
- Informativos
- Musicales
- Educativos
- Deportivos
- Otros \_\_\_\_\_

9. ¿Qué canales de televisión abierta prefieres ver?

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

10. ¿Por qué motivo prefieres esos programas?

- Gusto
- Moda
- Contenido
- Entretenimiento

11. ¿Qué tipos de programas prefieres escuchar en la radio?

- |                                       |  |
|---------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Culturales   | <input type="checkbox"/> Entretenimiento |
| <input type="checkbox"/> Informativos | <input type="checkbox"/> Deportivos      |
| <input type="checkbox"/> Musicales    | <input type="checkbox"/> Educativos      |

12. ¿Qué estación(es) de radio escuchas? \_\_\_\_\_

13. ¿Por qué motivo prefieres esos programas?

- Gusto
- Moda
- Programas
- Contenido
- Entretenimiento

14. ¿Asistes regularmente al Cine?

- Sí [ ] No

15. ¿Por qué motivo ves una película?

- Moda
- Actores
- Temática
- Género
- Director

16 ¿En qué prefieres gastar tu dinero?

17 ¿Has utilizado alguna vez Internet?

[ ] Sí [ ] No

18 ¿Por que motivo has utilizado Internet?

- [ ] Bajar música
- [ ] Chatear con mis amigos
- [ ] Información para mis tareas escolares
- [ ] Correos
- [ ] Información para eventos culturales
- [ ] Entretenimiento
- [ ] Otros \_\_\_\_\_

19 ¿Cómo te ves en el futuro? Enumera del 1 al 4 de acuerdo a tu preferencia.

- [ ] Título
- [ ] Trabajo
- [ ] Casado y con hijos
- [ ] Posgrado

#### APROPIACIÓN Y USO DE ESPACIOS

20 ¿En qué lugares te reúnes regularmente con tus amigos? Enumera del 1 al 3 en donde lo hagas más frecuente.

- |                            |                                   |
|----------------------------|-----------------------------------|
| [ ] Escuela                | [ ] Centros comerciales           |
| [ ] Casa                   | [ ] Parque                        |
| [ ] Plaza                  | [ ] Calle                         |
| [ ] Áreas deportivas       | [ ] Antros, bares, cantinas, etc. |
| [ ] Organizaciones civiles | [ ] Otros _____                   |
| [ ] Barrio                 |                                   |

#### \*CONSUMO CULTURAL (ENFOCADO), APROPIACIÓN Y USO DE ESPACIOS

21 ¿Alguna vez haz asistido a algún evento cultural en tu Delegación? (Si contestas que no pasa a la pregunta No. 31).

[ ] Si [ ] No

22 ¿Qué tipo de evento era?

Obra teatral  Exposición  Musical  Concierto  Festival  Performance  
 Recital de piano  Otro \_\_\_\_\_

23 ¿Recuerdas en donde se realizó este (o estos) evento(s)?

Casa de Cultura  Parque Tezozomoc  Museos Tridí o Arte Regional  
 Jardín Hidalgo  Ninguno  Otro \_\_\_\_\_

24 ¿Cómo te enteraste de este evento o en general de los eventos culturales en tu Delegación?

Por amigos  Por carteles  Porque asistes frecuentemente a eventos culturales  
 Por Internet  No me entero

25 ¿Con qué frecuencia asistes?

Una vez a la semana  Una vez al mes  Cada 3 meses  Sólo cuando hay Festival

26 ¿Tú como espectador disfrutas de los espacios y los eventos realizados por la Delegación?

Si  No

¿Porque? \_\_\_\_\_

27 ¿Qué tan importantes son los espacios culturales para ti?

Muy Importantes  Importantes  Regularmente importantes  Nada importantes

¿Porqué? \_\_\_\_\_

28 ¿Cómo consideras lo que ofrece culturalmente la Delegación?

Muy Bueno  Bueno  Regularmente Bueno  Poco Bueno  Nada bueno

29 ¿Lo que te ofrece culturalmente la Delegación Azcapotzalco cumple con tus expectativas?

Si  No

¿Porqué? \_\_\_\_\_



30 ¿Con cuál de las ofertas culturales que propone la Delegación Azcapotzalco te identificas más?

Talleres  Obras de teatro  Exposiciones  Conciertos o eventos musicales

Otros \_\_\_\_\_

31 ¿Consideras que existe mucha diferencia entre los eventos culturales gratuitos de los no gratuitos?

Si  No

¿Porqué? \_\_\_\_\_

32 ¿Regularmente en que zona del Distrito Federal acudes más a los eventos culturales?

Zona Norte  Zona Centro- sur  Zona oriente  Otra \_\_\_\_\_

33 Tú como joven ¿que propondrías culturalmente en tu Delegación?

Mas museos  Mas talleres  Mas opciones culturales  Otras \_\_\_\_\_

¿Porqué? \_\_\_\_\_

34 Cuando asistes a un evento cultural en la Delegación, ¿de qué manera interactúas?, es decir:

bailas  cantas  Propones  Participas  Otras \_\_\_\_\_

#### \*JÓVENES Y PARTICIPACIÓN POLÍTICA

35 ¿Consideras que políticamente los jóvenes están preparados para participar en la sociedad?

Si  No

¿Porqué? \_\_\_\_\_

Gracias por tu colaboración

### 3.2.7 Levantamiento de datos

Para la aplicación del cuestionario primero se realizó una prueba piloto a 20 personas para saber las fallas o deficiencias del mismo, el cuestionario contenía muchas preguntas abiertas por lo que se observó que al momento de contestarlo era aburrido para los jóvenes y dejaban muchas preguntas sin responder, después se decidió cerrar las preguntas con la mayor posibilidad de opciones y tratar de dejar preguntas abiertas en la información que se consideró de mayor interés, por ejemplo, las preguntas 12, 16, 26, 27, 29, 31, 33 y 35 se decidieron dejar abiertas porque son muy variables e incluso de opinión.

#### 3.2.7.1 Diseño de la Muestra

Para la aplicación de la encuesta se tomó una muestra de 103 jóvenes, de los cuales 53 eran hombres y 50 mujeres, y tenían las siguientes características:

- a) vivir en la Delegación Azcapotzalco y
- b) tener entre 15 y 25 años

Se decidió tomar esta muestra de 103 personas tomando en cuenta el criterio de una muestra representativa, que según Heriberto López (1998:49), no tiene que significar una determinada proporción del universo.

##### 3.2.7.1.1 Tipo de Selección: Aleatorio Simple

Una vez identificados los estratos, las etapas de selección, así como los conglomerados, el último paso consiste en decidir el procedimiento específico en que habrán de seleccionarse las unidades en cada etapa. En el muestreo aleatorio simple todos los elementos del universo tienen la misma probabilidad de ser incluidos en la muestra.

### 3.3 La metodología cualitativa, una segunda mirada

Surge con el trabajo de sociólogos de la llamada Escuela de Chicago en las primeras décadas del siglo pasado, ha buscado pensar en la construcción del sentido de las acciones cotidianas y prácticas sociales, en el punto de vista del sujeto sobre las interacciones en y durante la vida social (Schwartz, H. y Jacobs J. 1984; Wallace, R. y Wolf A. 1991) como estrategia de reconstrucción de la realidad. (Uribe Ana B., 2004).

En las ciencias sociales con frecuencia los métodos cualitativos ponen énfasis en la "visión" de los actores y el análisis contextual en el que ésta se desarrolla, centrándose en el significado de las relaciones sociales.

Esta postura de discusión de la realidad puede ser peleada desde dos frentes interrelacionados: la perspectiva ontológica/epistemológica del investigador para acceder a la realidad social.

No cabe duda que el paradigma cuantitativo y el cualitativo presentan distintas versiones del mundo social, del papel de la ciencia, del conocimiento, del entendimiento de lo social, así como del diseño de la investigación y las técnicas de recolección de información. (Vela Peón, 2001).

Se dice que lo cualitativo es un método explicativo que lo cuantitativo ya no puede responder y se puede determinar a partir de lo que Bourdieu denomina los capitales: simbólico, económico y cultural, por ejemplo, en el caso de esta investigación, se detectará el impacto, uso y apropiación de las ofertas culturales a partir de una encuesta exploratoria que contenga preguntas en las que se puedan determinar estos tres tipos de capitales en los jóvenes de 15 a 25 años de la Delegación Azcapotzalco.

### 3.3.1 El Grupo de Discusión como segunda técnica para la recopilación de datos

El grupo de discusión busca generar información empírica sobre cuáles son las formas perceptuales y estructurales de un grupo social amplio, y así comprender el significado de las prácticas sociales que definen conductas, imaginarios y formas ideológicas, si las pensamos a estas últimas como producto de las prácticas que se construyen de manera rutinaria, y a las cuáles se les da un sentido en la socialización de la vida de cada individuo (Thompson, 1998).

Esta técnica específica de análisis comenzó a ser utilizada con fines comerciales en la década de los años sesenta del siglo XX. Una reflexión teórica y metodológica sobre el uso de esta técnica cualitativa, la proporciona la tradición de la sociología crítica española encabezada por Jesús Ibañez, Angel de Lucas y Alfonso Orti (Ibañez J. 1992).

El grupo de discusión es una técnica de investigación que tiene dos raíces teórico-prácticas, aunque con marcadas diferencias epistemológicas que presuponen dos formas empíricas distintas de practicarse.

Una de ellas es la versión norteamericana, mejor conocida hoy en día como *focus group*, que se generó y desarrolló a partir del uso de las técnicas de entrevista grupales, como instrumento de análisis social y psicoterapéutico que llevaron a cabo Robert K. Merton, M. Fiske y Patricia L. Kendall, en Estados Unidos, entre las décadas 30 y 40.

La otra versión es la europea, particularmente la española, que crea, epistemológicamente hablando, Jesús Ibañez, y que se le conoce como *grupo de discusión*.

Un grupo de discusión implica un diálogo colectivo sobre temáticas particulares entre sujetos sociales. Como estrategia cualitativa, es una herramienta que tiene como eje producir discursos (representaciones subjetivas de los participantes).

Como instrumento metodológico cualitativo, ha tenido gran aceptación en el terreno de la mercadotecnia (Soler, 1997) en la versión de *focus group*, pero se ha ido incorporando, cada vez más, en los escenarios académicos como *grupo de discusión* con el objetivo de realizar estudios para la evaluación de programas de intervención social (Stewart y Shamdasani, 1990), para estudios de opinión pública (Petracci, 2004), para el análisis sociocultural en medios (Cervantes, 1995, 2002).

El grupo de discusión como artefacto científico para el análisis social De acuerdo a lo anterior, Jesús Ibáñez (1979:39) dice que el lenguaje (que es a su vez instrumento y objeto de investigación) permite interpretar el mundo cognitivo en su *dimensión estructural del componente simbólico*. Los elementos del lenguaje, por lo tanto, nos permiten acercarnos a los mapas perceptuales e ideológicos que los sujetos construyen sobre su entorno y el conjunto de la sociedad.

La manera en que se genera esta información es mediante la forma discusión bajo el supuesto de que la vida social es una conversación. Las diferentes formas de vida social se comportan a manera de conversación, con la idea de fijar su posición o su percepción sobre una experiencia desde su visión y valoración del mundo, interconectando con los demás puntos de vista (Canales y Peinado, 1995).

Técnicamente el grupo de discusión lo que hace es reunir a un grupo de personas, o participantes seleccionados, que son una muestra estructural con características propias que en este momento constituye la dimensión grupal. Los informantes tienen derecho a hablar, participan a través de su punto de vista que, frente a otros sujetos, se da en una conversación.

Las características que más resaltan de esta técnica es la reconstrucción del sentido grupal materializado en una conversación (Uribe Alvarado, 2004). Como ya se ha mencionado anteriormente, el producto del grupo de discusión es un

discurso grupal, que para el análisis interesa más que el habla individual. La "situación artificial" que se realiza técnicamente genera este discurso grupal a través de los juegos conversacionales, permitiendo que un grupo social concreto proyecte roles identitarios, *autorepresentándose* y *heteropercibiéndose*, dejando ver cuáles son sus objetos sociales y visiones y valoraciones del mundo (Reguillo, 1998) a partir de sus matrices culturales.

El grupo de discusión busca la comprensión de la realidad social mediante un artefacto que genera discursos es un proceso activo en la práctica de la investigación social, para ello previamente se elaboró una guía de temas a seguir o lo que (Ana Bertha Uribe Alvarado, 2004), denomina *detonadores*, que son las frases que tienen el objetivo de motivar el dialogo entre los participantes durante las sesiones se construyen con base en los intereses de investigación. Se trata de construcciones lingüísticas que integran en una o varias oraciones gramaticales, con el objetivo de la sesión. El detonador<sup>§</sup> es el generador de la discusión, debe ser concreto y fácil de comprender por los asistentes.

A continuación se presenta una guía de los detonadores que se utilizaron para el grupo de discusión:

- 1.- Que piensan acerca de la Cultura, ¿que representa la cultura para ustedes?
- 2.- Cultura en Azcapotzalco
  - 2.1 La oferta cultural en Azcapotzalco
  - 2.2 ¿Acuden a los eventos culturales?
    - 2.2.1 Eventos gratuitos vs no gratuitos
  - 2.3 Uso y apropiación de los espacios
    - 2.3.1 Casa de Cultura
    - 2.3.2 Jardín Hidalgo
    - 2.3.3 Parque Tezozómoc
    - 2.3.4 Explanada Delegacional
    - 2.3.5 Foro Cultural

---

<sup>§</sup> Véase anexo 2

## 2.4 ¿Qué propondrían culturalmente para su Delegación?

## 2.5 Jóvenes y política

El carácter cualitativo de este tipo de técnica atañe a la determinación de la clase de miembros que conforman en grupo. Para la selección de los integrantes se realiza una muestra donde se presente el conjunto de relaciones que se investigan. La determinación de la clase de miembros no se restringe entonces a una lógica de representatividad numérica, sino que, además debe cumplir un criterio de equilibrio cualitativo.

Para Bernardo Russi el tipo de trabajo que se logra con una sesión de grupo es algo parecido a una simulación y por otro lado Jesús Ibáñez (1992:257) explica como a través de un grupo de discusión, se verifican supuestos, ya que "su realidad esta irremediamente cortada de si posibilidad, no es mas que un cebo" pues para el se trabajo con el principio de:

- a) Dependencia- Forma de dependencia que tiene el grupo con el moderador y como este trabaja con el discurso.
- b) Apareamiento- simula la posibilidad de acción común que nunca se llevara a cabo, a partir de la copula predicativa que realiza en grupo mediante su discurso.
- c) Ataque y fuga- representa la posibilidad de participar en una sesión en donde hay otros como yo, o la no participación, quedando aislado y separado en resto en forma individual.

Este autor menciona cómo grupo de discusión al ser simulacro de pedazo de realidad, se parece a la forma de consumo en las sociedades de hoy y menciona que "el grupo de discusión como objeto de consumo tiene la misma estructura que los productos cuyo consumo se investiga mediante él, es un simulacro, solo signo de si mismo."

### 3.3.1.1 Características del grupo de discusión

Para el grupo de discusión 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 preceptor/ observador.



- e. **Territorio:** El lugar 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 comfortable 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 La aplicación de los grupos de discusión

#### 3.4.1 Primer grupo de discusión

a) **Lugar:** el grupo de discusión se realizó en un salón de un edificio que pertenece a un espacio de Delegación Azcapotzalco y debido a que son construcciones casi nuevas, mucha gente no lo relaciona con la Institución, este lugar esta ubicado en la zona centro de la Delegación y es especial para dar cursos, hacer conferencias o capacitar al personal, consideré importante este sitio debido a que por su ubicación pudiesen llegar fácilmente los participantes y porque pensé que era apto para realizar esta actividad ahí porque es un lugar cerrado que lo único que contiene son sillas y mesas.

b) **Recursos Humanos:** Para este grupo únicamente se contó con la participación de seis personas jóvenes que tuviesen de 15 a 25 años de edad y vivieran en la Delegación Azcapotzalco, por lo que cuatro se seleccionaron después de que se les aplicó la encuesta exploratoria y dos acudieron gracias a un informante.

A continuación se presenta una tabla con los datos de cada uno de los participantes del primer grupo de discusión:

No. DE PARTICIPANTE	DATOS
PARTICIPANTE 1	Geovanni Benítez Hernández, 21 años, estudiante Universidad, Col. San Marcos.
PARTICIPANTE 2	Mendoza Márquez Sergio Diego, 23 años, estudiante Universidad, Col. Del maestro.
PARTICIPANTE 3	Gustavo A. Espadas B., 22 años, estudiante Universidad, Col. Electricistas.
PARTICIPANTE 4	Fernando García Parra, 15 años, estudiante de preparatoria, Col. San Bartolo Cahualtongo.
PARTICIPANTE 5	Cecilia Álvarez Cruz, 22 años, estudiante de universidad, Col. El recreo.
PARTICIPANTE 6	Andrea García Martínez, 18 años, estudiante de preparatoria, Col. Electricistas.

**c) Recursos Materiales:** Cámara de video y grabadora.

**d) Duración:** Se sugiere que la duración sea de una hora a hora y media, en este caso la sesión duró 55 minutos.

Después de haber aplicado una encuesta exploratoria a jóvenes de 15 a 25 años que viven en la Delegación Azcapotzalco, se realizó una revisión y se reclutaron a cuatro personas a las que se les pidió el apoyo para el día miércoles 16 de julio en el punto que se señaló anteriormente.

#### 3.4.1.1 El desarrollo del grupo o la escena.

En esta ocasión, el desarrollo del grupo fue muy bueno ya que los jóvenes convocados se mostraron muy participativos e interesados en el tema. Conforme los detonadores, los participantes fueron dando su opinión de acuerdo a su punto de vista. En ocasiones la respuesta de un detonador llegó a durar hasta 15 minutos pues los jóvenes mostraron su punto de vista de forma muy sincera e incluso hasta se pasaba de un detonador a otro sin que el moderador interviniera.

#### **3.4.1.1.1 Controles en el desarrollo de la discusión o *detonadores*.**

Una vez que me encontraba en el lugar que fue una sala cerrada de una instalación que se pidió prestada a la Delegación Azcapotzalco, en el lugar únicamente había una mesa en donde se encontraban seis participantes, dio inicio esta reunión y la versión fue grabada en cámara de video y únicamente se les explicó a los participantes que se tenía que grabar para tener un registro de los datos y que la finalidad del grupo de discusión era para la investigación de jóvenes y su relación con la cultura.

El grupo comenzó agradeciendo a los asistentes por su colaboración y se explicó la dinámica de la sesión, diciéndoles que de acuerdo con algunos temas que se mencionaran (*detonadores*), ellos darían sus opiniones y/o juicios.

#### **3.4.2 La aplicación del segundo Grupo de Discusión**

La aplicación del segundo grupo de discusión se llevó a cabo el 12 de agosto del 2008 en el mismo lugar que el anterior, un salón de usos múltiples de un espacio cerrado de un edificio de la Delegación Azcapotzalco y tuvo una duración aproximada de 50 minutos, se guardó registro en videocámara y audio en grabadora.

##### **3.4.2.1 Características del grupo**

En el grupo participaron 7 jóvenes de 16 a 19 años que estudian en el nivel medio superior y en los que se detectó durante la encuesta exploratoria que eran personas que no conocían las ofertas culturales de la Delegación y no acudían a estos espacios, por lo que se consideró importante destacar las opiniones y las razones por las que no conocían de esta temática.

En este apartado se incluirán los *detonadores* más importantes del Grupo de Discusión, o lo que en este caso es el Consumo Cultural enfocado, por lo que

para revisar la transcripción completa véase la parte de los anexos (al final del trabajo).

No. DE PARTICIPANTE	DATOS
PARTICIPANTE 1	Juárez Reyes Jessica Joana, 16 años, estudiante de nivel medio superior.
PARTICIPANTE 2	Villena Pérez Luisa Selene, 17 años, estudiante de nivel medio superior.
PARTICIPANTE 3	Romo Yañez María del Rocío, 17 años, estudiante de nivel medio superior.
PARTICIPANTE 4	Trejo González Nancy Citlali, 16 años, estudiante de nivel medio superior.
PARTICIPANTE 5	Guzmán Miguel Danieli, 17 años, estudiante de nivel medio superior.
PARTICIPANTE 6	Zuñiga Ramírez Viridiana, 17 años, estudiante de nivel medio superior.
PARTICIPANTE 7	Escobar Betancos Juan Leonardo, 17 años, estudiante de nivel medio superior.

# CAPÍTULO

# IV

## LA INTERPRETACIÓN, MÁS QUE UNA SOLA PALABRA

*Considerar las dimensiones simbólicas de la acción social - arte religión, ideología, ciencia, ley, moral, sentido común- no es apartarse de los problemas existenciales de la vida para ir a parar a algún ámbito empírico de formas desprovistas de emoción; por el contrario es sumergirse en medio de tales problemas.*  
Clifford Geertz, 1997:40.

En este capítulo encontrarás la interpretación de los datos que arrojaron las técnicas que se aplicaron en el capítulo anterior, ya que a partir de los resultados podremos dar respuesta a las interrogantes que se plantearon al principio de esta investigación.

De acuerdo con lo que establece Thompson en el sexto capítulo de su libro *Ideología y Cultura*, la investigación social es un campo preinterpretado, pues nuestro campo-objeto que está integrado por sujetos que "participan constantemente en la comprensión de sí mismos y de los demás y en la interpretación de las acciones, expresiones y sucesos que ocurren en torno a ellos" (Thompson, 2006:399).

Sin embargo, en este capítulo se retoman algunos conceptos teóricos que a lo largo del trabajo se han mencionado como: consumo cultural, cultura, apropiación y comunicación, aunados con la definición de interpretación que propone Clifford Geertz (1997).

La finalidad de este apartado es dar una explicación sobre lo "dicho" por los jóvenes acerca del consumo cultural, de su comportamiento, de sus preferencias a partir de lo que los autores denominan la "descripción densa" o "hermenéutica profunda".

Para ello consideré importante señalar como primer paso qué es la interpretación y la “hermenéutica profunda” y después comenzar a entrelazar los conceptos teóricos con los resultados de la investigación, posteriormente se realizó el cruce de resultados entre la encuesta exploratoria, el grupo de discusión y las bases teóricas que se mencionaron en capítulos anteriores.

#### 4.1 ¿Qué es la interpretación?

De acuerdo con lo que establece Clifford Geertz (1997:20), el análisis de la cultura debe ser una ciencia interpretativa en busca de significaciones y no una ciencia experimental en busca de leyes, es decir, averiguar la explicación a través de la interpretación de expresiones sociales que son enigmáticas en su superficie.

Geertz propone un concepto semiótico que retoma de Max Weber en el cual señala que el hombre es un animal inserto en tramas de significación que él mismo ha tejido, asimismo, establece una teoría interpretativa de la cultura a partir de un sistema de signos que permiten codificar y comprender el entorno.

Relacionado con esta postura, se podría decir, entonces que los jóvenes construyen sus representaciones de los símbolos, prácticas y espacios de consumo, a través de las cuales se hacen las diferencias de apropiarse de un espacio, la forma de simbolizar, de vestir y peinarse, incluso la manera en que se comunican entre sí.

El consumo cultural de los jóvenes puede entenderse como una actividad simbólica, en donde confluyen valores desarrollados por los individuos y en donde inciden factores múltiples, es decir, que el consumo puede obedecer a modas, estilos de vida, gustos personales, etc.

La relación entre los jóvenes y el consumo cultural se articula como un sistema de signos que "nos dicen algo", pues el signo es un elemento compuesto por un significado y un significante que nos ayuda a conocer las formas y los contenidos en una trama de significaciones o en un sistema de sentidos que posteriormente se convierten en símbolos, mismos que trascienden el sistema y tienen un significado independientemente de donde se vean.

"El propósito de un enfoque semiótico de la cultura es ayudarnos a lograr el acceso al mundo conceptual en el cual viven nuestros sujetos, conversar con ellos y penetrar en un universo no familiar de acción simbólica y las exigencias de progreso técnico en la teoría de la cultura, entre la necesidad de aprehender y de analizar es, en consecuencia, muy grande e inevitablemente." (Geertz, 2007:35).

En cuanto a la metodología más adecuada para la interpretación de las culturas, desde el enfoque de la antropología social, Geertz considera que la etnografía es la "descripción densa" que en esta ciencia equivale a una forma de conocimiento que permite desentrañar las estructuras de significación, pues "lo que en realidad encara el etnógrafo es una multiplicidad de estructuras conceptuales complejas, muchas de las cuales están superpuestas o entrelazadas entre sí". (Geertz, 1997:24).

Al introducirse a estas estructuras conceptuales complejas que son extrañas, irregulares o no explícitas, el etnógrafo debe ingeniarse para captarlas primero y explicarlas después, pues hacer etnografía es como tratar de leer o interpretar un texto.

En este caso hacemos una labor similar cuando analizamos a los jóvenes como un sistema cultural para saber el consumo que hacen de las ofertas culturales e introducimos a sus complejas estructuras conceptuales para tratar de rescatar "lo dicho" en su discurso.



Por otra parte (Thomson,1998), propone que el análisis de las formas simbólicas se puede conceptualizar más adecuadamente en términos de un marco metodológico o lo que denomina "hermenéutica profunda", pues dicho marco pone de relieve el hecho de que el objeto de análisis es una construcción simbólica significativa que requiere una interpretación.

Las formas se insertan también en contextos sociales e históricos de diversos tipos y como construcciones simbólicas significativas, se estructuran internamente de diversas maneras, por ello en este trabajo de investigación se ha elaborado un capítulo contextual en el que las construcciones simbólicas tanto de los jóvenes como de los propios estudiosos se han transformado, debido al tiempo y el espacio en el que son analizados.

La finalidad de la interpretación es llegar a grandes conclusiones partiendo de hechos pequeños pero de contextura muy densa, prestar apoyo a enunciaciones generales sobre el papel de la cultura en la construcción de la vida colectiva relacionándolas exactamente con hechos específicos y complejos, en este caso, la relación que existe entre los jóvenes de la Delegación Azcapotzalco y las ofertas culturales que propone la misma.

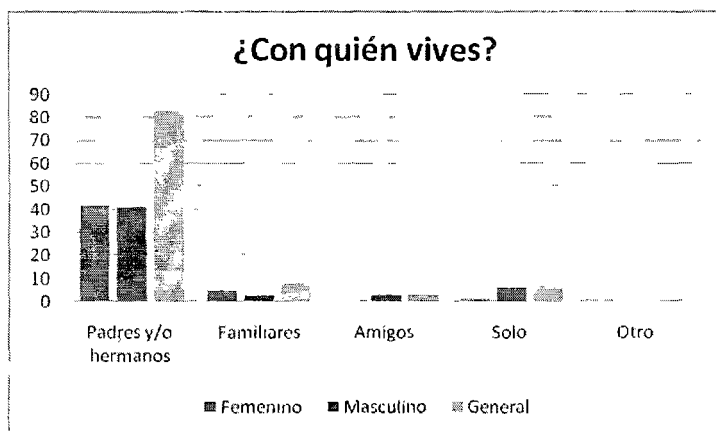
A continuación te presentamos el cruce de resultados que se obtuvieron en el capítulo anterior con respecto a las definiciones más importantes que se han trabajado a lo largo del trabajo.

#### **4.2. Graficas e Interpretación de datos**

En este apartado se muestran los resultados y las graficas de la encuesta realizada a los jóvenes de la Delegación Azcapotzalco con respecto al consumo cultural que hacen, la apropiación de los espacios y la relación sobre el concepto de cultura y las definiciones que establece Thompson en el primer capítulo.

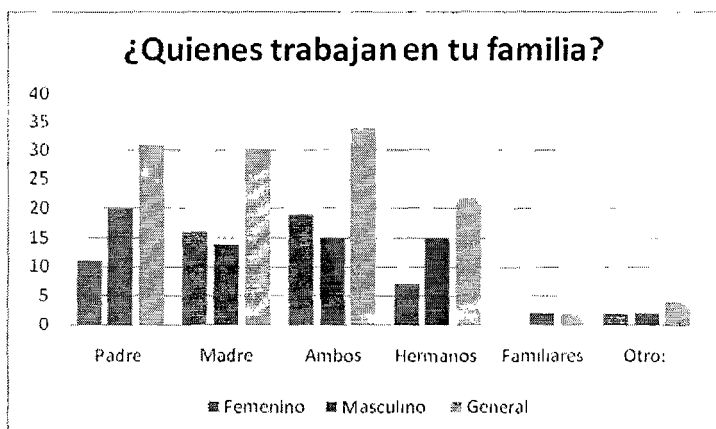
#### 4.2.1 Datos sociodemográficos

De acuerdo a los jóvenes encuestados, de los que 53 fueron hombres y 50 mujeres, las estadísticas señalaron que el 86% de los ellos viven con padres y/o hermanos, el 10% con familiares y el 2% solos.



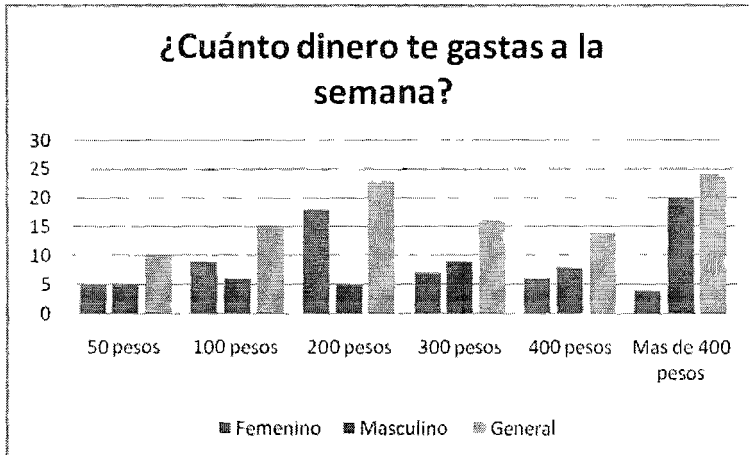
GRAFICA 1

Para saber quiénes trabajaban en las vivienda de los entrevistados, las respuestas fueron las siguientes: ambos padres el 34%, madre 29%, padre 20%, hermanos 13% y otra opción (que en su mayoría fue "yo") 4%.



GRAFICA 2

Con respecto a la pregunta No. 3, referente a cuáles eran los gastos de los jóvenes encuestados, el 38% de ellos respondieron que gastaban a la semana alrededor de 200 pesos, el 18% que 100 pesos, el 14 % que 300 pesos, el 12% 400 pesos, el 10% 50 pesos y el 8% más de 400 pesos a la semana.



GRAFICA 3

Para saber sobre datos socioeconómicos fue necesario realizar la siguiente pregunta: ¿De los siguientes aparatos y servicios, con cuáles cuentas en tu casa? Por lo que respondieron lo siguiente:

**PORCENTAJE DE APARATOS CON LOS QUE CUENTAN EN SUS HOGARES LOS ENCUESTADOS**

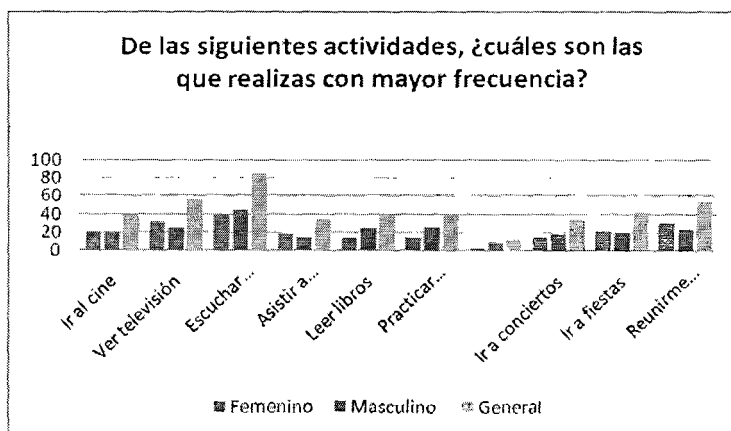
Televisión	15 %
Radio	13%
Lavadora	12%
Línea telefónica y Computadora	11%
Internet y horno de microondas	10%
Cafetera	7%
Tostador	6%
Televisión por cable	5%

En el cuadro anterior se puede observar que la mayoría de los jóvenes entrevistados cuenta con televisión abierta y radio, sin embargo, las categorías que muestra un mayor nivel económico son: la cafetera, el tostador y tv por cable, por lo que se puede observar que el nivel económico es medio- bajo.

#### 4.2.2 Consumo Cultural y recreación

García Canclini (1993), señala que el consumo cultural es un conjunto de procesos de apropiación y uso de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos esos se configuran subordinados a la dimensión simbólica.

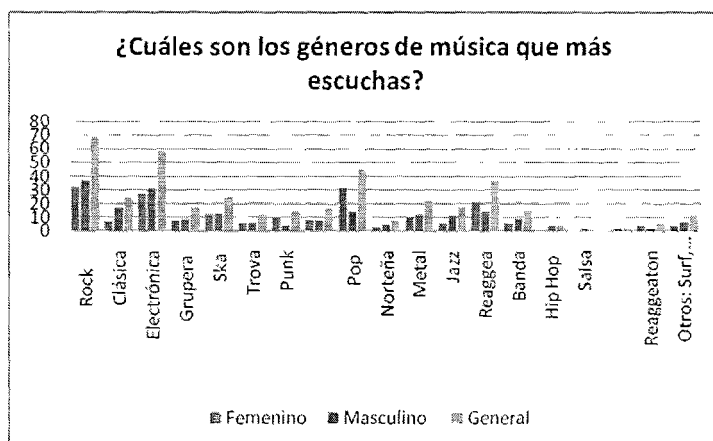
En cuanto al consumo cultural y recreación, el 20% de los encuestados mencionó que una de las actividades que más realizan es escuchar música, después ver televisión con el 15 %, el 14 % de ellos dijo reunirse con amigos, un 10% ir a fiestas y otro 10% ir al cine, el 9% señaló que asistía a museos, exposiciones, obras o eventos culturales y tres series de 7% señaló ir a conciertos, practicar algún deporte y leer libros, únicamente el 1% indicó pertenecer a alguna Asociación Civil.



GRAFICA 4

Canclini señala que todos los actos de consumo y no únicamente los relacionados con el arte, son culturales, por lo que durante la etapa de la aplicación de técnicas, consideramos importante preguntar a los jóvenes cuáles son las actividades que realizan con mayor frecuencia en su vida cotidiana, cuáles son los géneros musicales que más escuchan y porqué, qué tipo de programas ven en televisión y qué canales de TV abierta eligen, así como qué tipo de programas escuchan en radio y por qué, cuál es su preferencia entre asistir a cines, plazas, centros comerciales, bares, antros, etc.

Con respecto al tipo de música que prefieren escuchar, un 16% dijo haberle gustado el rock, así como otro 16% el pop, un 14% la música electrónica, un 11% el reagea, un 6% el ska, el 5% metal y punk, un 4% clásica, otro 4% grupera y otro happy punk, un 3% trova, jazz, banda, un 2% tríos y otro mismo porcentaje música nortea, salsa y experimental. De esos resultados 57% de los encuestados dijo haber escuchado esa música por gusto, un 19% por la música y otro 19% por la letra de las canciones y sólo un 5% por moda.



GRAFICA 5

Para saber más sobre el consumo cultural y los medios de comunicación, se lanzó la pregunta acerca de los programas de televisión que preferían ver los

jóvenes y se observó que el 35% de los jóvenes elegían programas musicales, un 20% informativos y otro 20% también prefería ver programas informativos en televisión, así como un 12% dijo haber preferido programas deportivos, un 7% educativos y un 6% señaló otros como: documentales o series.

Los canales de televisión abierta que más ven, de acuerdo a los porcentajes son los siguientes:

CANAL	PORCENTAJE DE SELECCIÓN
Canal 11	16%
Canal 2	14%
Canal 7	13%
Canal 5	12%
Canal 13	12%
Canal 40	9%
Canal 22	9%
Canal 34	5%
Canal 28	4%
Canal 4	2%

Los encuestados mencionaron haber elegido esos canales por gusto el 42%, contenido el 39% y 19 % por entretenimiento. (Véase gráfica en anexos)

Hoy en día los medios de comunicación transforman los modos de ver, imaginar, narrar e incluso pensar, por lo que las relaciones actuales entre la comunicación y la cultura se caracterizan por la desestructuración de las comunidades, la fragmentación de la experiencia, la pérdida de la autonomía de lo cultural, la mezcolanza de las tradiciones y las nuevas culturas que cambian los sistemas educativos. (Martín Barbero, 2002). Ante este panorama consideramos importante saber cómo buscan la información cultural los jóvenes y algunos respondieron lo siguiente:

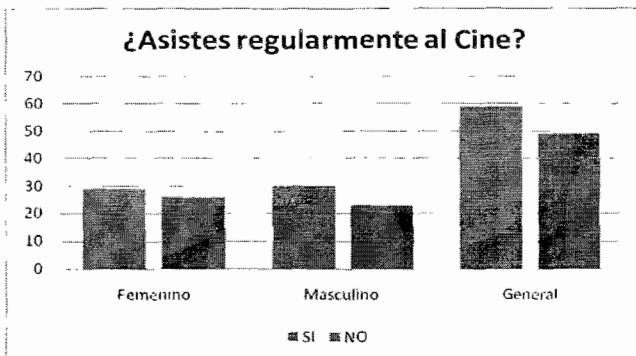
“Yo la verdad no busco esa información, entro más a buscar tareas en Internet”  
(Romo Yañez María del Rocío, 17 años).

“Cuando me llama la atención solamente el contenido y el entretenimiento pero en mi caso es personal, por ejemplo, una obra de teatro o cuando hay una exposición importante en algún museo y es que si no hay información a la mano yo lo tengo que buscar.” (Zuñiga Ramírez Viridiana, 17 años).

“Yo he visto carteles y me meto a las páginas de cultura y de eventos en Internet y ahí es donde yo sé en que partes hay distintos eventos y quienes participan en ellos.” (Trejo González Nancy Citlali 16 años).

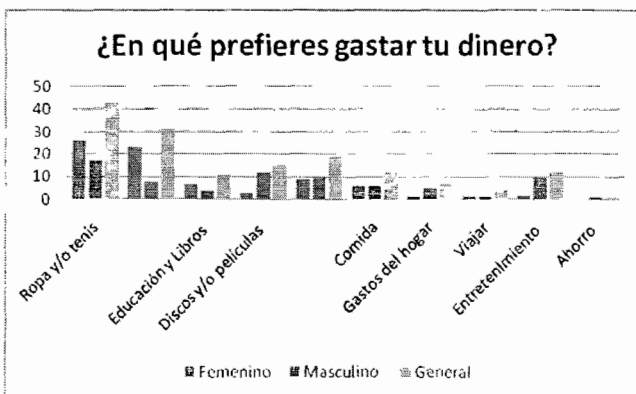
Con respecto a los programas que preferían escuchar en la radio, el 53% seleccionó los musicales, el 13% de entretenimiento, un 11% culturales y otro 11% informativos; un 6% educativos, así como otro 6% deportivos y las tres estaciones que más escuchan los jóvenes encuestados fueron: *Reactor 105.7* (rock), a la que le siguió *Alfa 91.3* (pop en inglés) y *Digital 99.3* (pop en español), de los cuales el 56% de los encuestados dijo haber escuchado estas estaciones por gusto, el 25% por contenido, un 15% por entretenimiento y un 4% sólo por el programa.

Para saber si los jóvenes asistían al cine, 59 de ellos contestaron que si y 49 que no y se observó que los hombres van con mayor frecuencia al cine y el 43 % señaló que las razones por las que ven una película es por la temática, el 24% por el género, el 18% por los actores, el 12% por moda y el 3% por el director.



GRÁFICA 6

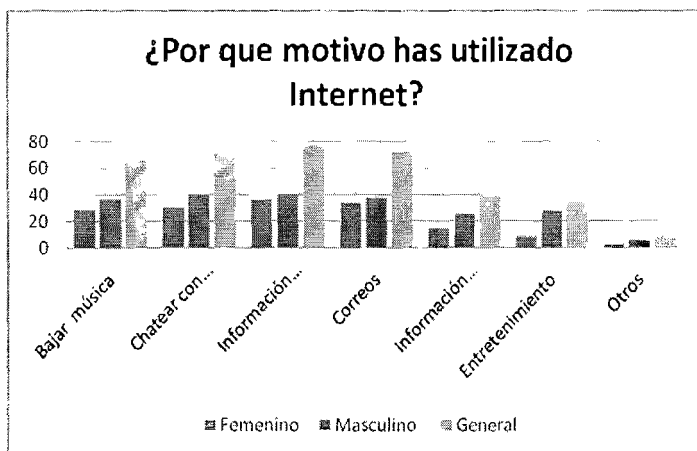
Para saber en qué prefieren gastar su dinero los jóvenes de la Delegación Azcapotzalco, a manera de pregunta abierta, los encuestados contestaron lo siguiente: el 32% de ellos prefieren gastar su dinero en ropa y/o tenis, el 28% en accesorios y artículos personales, el 10% en alcohol, cigarros y fiestas, el 9% en educación y libros, el 8% en comida, el 4% en discos y/o películas y un 3% en entretenimiento, otro 3% en viajar y en gastos del hogar, y un 0% en ahorrar.



Con respecto al uso de Internet el 97% dijo haber utilizado este medio tecnológico y solamente un 3% contestó que no, por lo que un 22% mencionó haberlo utilizado para obtener información para tareas escolares, otro 22% para correos, un 19% para bajar música y otro 19% de los encuestados para chatear



con amigos, así como un 10% para información para eventos culturales y un 6% para entretenimiento. Únicamente el 2% indicó otra opción que fue: ver pornografía o búsqueda de trabajo.



GRAFICA

#### 4.2.3 Apropiación y uso de espacios

En cuanto a la apropiación y uso de espacios, se realizó una pregunta a los jóvenes para determinar en qué lugares se reunían regularmente y el 16% contestó que en casas, el 15% en la escuela, el 14% que en parques, un 13% en la calle y otro 13% en antros bares y cantinas; el 12% en plazas o centros comerciales, 4% en áreas deportivas, 1% en el barrio.

Como parte del consumo cultural, el uso y disfrute de los espacios y de las ofertas culturales, es uno de los objetivos medulares de esta investigación, por lo que se les preguntó si disfrutaban de los espacios y los eventos realizados por la Delegación y el 82% de los encuestados contestó que si y un 18% que no; y dentro de esta respuesta se les preguntó “¿porqué?” y contestaron lo siguiente: Categorías de ¿por qué?

**FEMENINO**

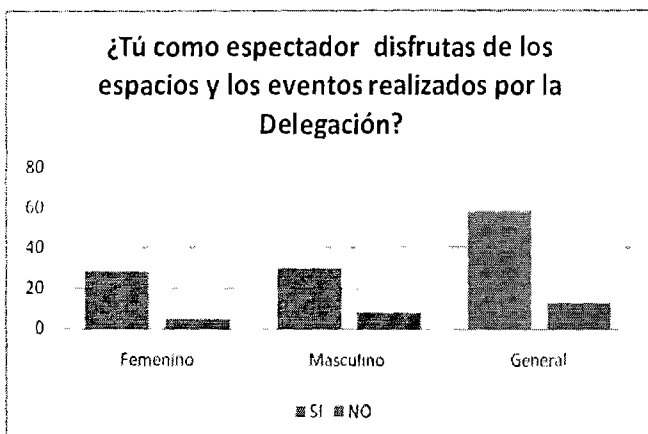
- No me entero
- No me gusta
- Me gustan por el contenido
- Me gusta por lo cerca
- Son entretenidos
- Son de interés y conocimiento
- Por lo económico

**MASCULINO**

- Son para todos
- Son entretenidos
- Son gratuitos
- Buena calidad
- Sirven de conocimiento
- No voy mucho
- Faltan propuestas
- No me gustan

De acuerdo con esta definición, en este apartado analizamos el valor simbólico que tiene para los jóvenes de la Delegación Azcapotzalco el uso y apropiación de espacios.

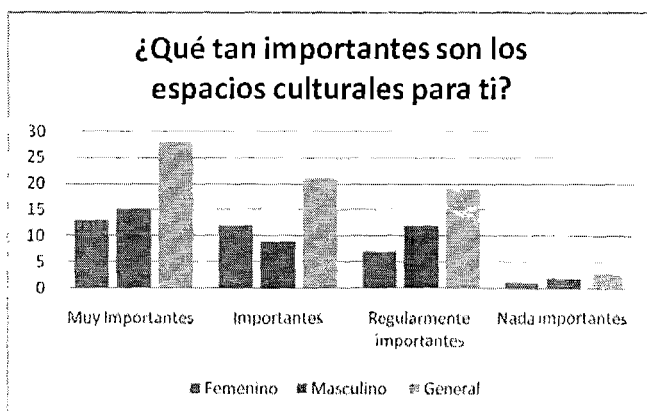
Para conocer un poco más acerca de la apropiación y uso de espacios, se decidió lanzar una pregunta que nos permitiera saber de qué forma interactuaban los jóvenes (si es que lo hacían) y de que forma se apropiaban de los espacios, por lo que se les cuestionó: Cuando asistes a un evento cultural en la Delegación, ¿de qué manera interactúas?, el 29% señaló que bailaba, el 23% que cantaba, el 21% solo observaba, el 18% participaban y solo un 9% proponía.



Para conocer qué tan importantes eran los espacios culturales para los jóvenes, ellos contestaron lo siguiente: el 40% muy importantes, 36% importantes, 21% contestó que eran regularmente importantes y el 3% dijo que no eran nada importantes y mencionaron las siguientes categorías:

MASCULINO
No todos son interesantes
No asisto mucho pero son buenos
Inculcan cultura y conocimiento
Son importantes para la sociedad
Dan espacio a ciertas corrientes
Ayudan a una visión más amplia de cultura y sociedad
Es una oportunidad para los creadores talentosos
No influye mucho en mi
Faltan contenidos
Aprendes cosas de la antigüedad
Porque sí

FEMENINO
Diversión
Conocimiento
Entretenimiento
No asisto mucho
Expresarme y hacer cosas
Por sus contenidos



#### 4.2.4 Consumo Cultural enfocado, Delegación Azcapotzalco

Para poder obtener información acerca del Consumo Cultural que hacen los jóvenes de 15 a 25 años fue necesario realizar una pregunta que nos permitía saber quién de los encuestados habían asistido alguna vez a un evento cultural y quiénes no, por lo que ahí se hizo la selección de jóvenes asistentes y de no asistentes.

De los encuestados, 71 personas contestaron que si, 30 que no y sólo una persona no respondió, por lo que un 27% de los encuestados señaló haber asistido alguna vez a un evento cultural realizado por la delegación y 23% que no.

Después de esta pregunta se comenzaron a sacar estadísticas de los asistentes y un 25% dijo haber asistido a un concierto, 24% a un evento musical, el 15% a un festival, el 13% a una exposición, el 11% a una obra teatral, un 4% a un performance, otro 4% a un recital de piano y otro 4% a un evento cívico y para saber en dónde se realizaron estos eventos, se lanzó una pregunta a los encuestados con varias opciones de los lugares más visitados o simbólicos de la demarcación y contestaron lo siguiente:

El 33% señaló que recordaba el Jardín Hidalgo, el 27% la Casa de Cultura, el 18% la explanada delegacional, el 8% el Foro Cultural y otro 8% el Parque Tezozómoc, el 4% la Videoteca y el Deportivo Reynosa y el 2% los Museos Tridimensional y Arte Regional.

Para saber cómo se enteraron sobre los eventos culturales se realizó una pregunta que mostró que el 40% de los encuestados se enteran por carteles, el 37% por amigos, el 14% por Internet y el 9% porque asiste frecuentemente a los eventos culturales y para saber la frecuencia con la que asisten a estos eventos se mencionaron cuatro categorías en las que el 74% respondió que solo asiste

cuando hay festival, el 13 % que una vez a la semana, el 10% que cada 3 meses y el 3% que una vez al mes.

En esta investigación quisimos conocer cómo consideraban lo que ofrece culturalmente la Delegación y saber si ésta cumplía con sus expectativas de los jóvenes habitantes de esa demarcación y así respondieron: el 55% contestó que consideraba bueno, el 36% que regularmente bueno, el 6% muy bueno y el 3% poco bueno, un 0% dijo nada bueno. Y con respecto a las expectativas 39 respondieron que si, 30 que no y dos no respondieron.

A manera de pregunta abierta señalaron las siguientes categorías:

SI
Me gusta
Es divertido
Hay asistentes
Es variado
Son importantes

NO
Carecen de calidad
Hay mejores propuestas en otros lugares
Falta de difusión
Proponer nuevos contenidos
Mala organización
Falta de espacios recreativos
Variedad en los eventos

Para saber con cuál de las ofertas culturales que propone la Delegación se identificaban más, el 52% de los jóvenes respondieron que se identificaban más con conciertos o eventos musicales, el 32% con exposiciones, el 11% con obras de teatro, el 5% con talleres y solo tres personas contestaron que con otras opciones como pintas de bardas y cine.

Con respecto a la opinión de los eventos gratuitos de los no gratuitos, 53 encuestados contestaron que si era mucha la diferencia y 18 que no, es decir, el 75% contestó que si y el 25% que no.

Las mujeres encuestadas señalaron que si hay mucha diferencia por: su organización, porque son más chafas, por gusto por los eventos gratuitos, por los costos, por la puntualidad, por los servicios, la calidad, la seguridad, los presupuestos y el tipo de espectáculo; que no por que los asistentes y el contenido en muchos ocasiones es el mismo.

Otra de las cosas que se consideró importante confirmar fue saber en qué zona del Distrito Federal asistían los jóvenes a los eventos culturales por lo que el 68% mencionó que la zona mas frecuentada fue el corredor centro-sur, el 25% la zona Norte, el 7% otra y únicamente 5 personas contestaron haber frecuentado la zona oriente.

En esta investigación quisimos saber que era lo que proponían los jóvenes de la Delegación Azcapotzalco en cuestión cultural, por lo que se les indicaron una serie de reactivos y de los que el 45% dijo que prefería más opciones culturales, el 24% más talleres, el 22% más museos y el 9% espacios, conciertos y exposiciones. Al preguntarles ¿Por qué? Contestaron lo siguiente:

¿POR QUÉ?
Por diversión y entretenimiento
Más teatros
Temática
Faltan escuelas de baile
Más espacios
Mayor información y conocimiento
Integración social
Gusto
Es necesario
Fomentar cultura en Azcapotzalco
Espacios para la 3a edad y discapacitados

Por ultimo se hizo una pregunta acerca de los jóvenes y la política en la sociedad para saber si consideraban que políticamente estaban preparados para participar

en la sociedad, por lo que 59 de ellos contestaron que si, 38 que no y 6 no respondió, lo que nos da un porcentaje del 57% que si, 37% que no y el 6% sin opinión. (Véase anexo 4).

En cuestión de *consumo cultural enfocado* a las ofertas culturales en la Delegación Azcapotzalco consideramos importante preguntar si alguna vez habían asistido a algún evento cultural en la demarcación, qué lugares o recintos culturales recordaban, con qué frecuencia asistían a estos eventos, qué tan importantes eran para ellos y cómo los calificaban.

"Si, yo la otra vez fui a un evento musical de unos amigos en el Foro Cultural Azcapotzalco, me pareció un excelente evento pero muy poca difusión y el mobiliario la verdad muy mal, era como protocolo que tenía que seguirse. Una de las experiencias que recuerdo, por ejemplo, fui a un museo, creo que hay dos museos en Azcapotzalco, hay uno en la calle de Libertad y a mi la verdad me pareció una mofa porque creo que en esta Delegación tenemos mucho de donde explotar, muchas piezas arqueológicas, del museo creo que el inmobiliario era inadecuado, no se me hizo nada agradable, para mi gusto no fue atractivo. "

(Geovanni Benítez Hernández, 21 años).

También quisimos saber si estaban enterados de los *espacios y la oferta cultural* de Azcapotzalco y qué pensaban tanto de los eventos gratuitos como de los no gratuitos, lanzamos otra pregunta en la que ellos mencionaban lo que propondrían culturalmente a la demarcación y averiguamos qué tan preparados se sentían los jóvenes de esta demarcación para participar políticamente.

"Creo que la Delegación no va a gastar mucho en este tipo de cosas, yo creo que el costo si importa porque de ello depende la calidad del sonido, de las exposiciones, de los eventos, por ejemplo, en el zócalo se han realizado muy buenos conciertos en donde no te cobran y van muy buenas bandas, pero creo

que también cuando asistes a una exposición y te cobran, las instalaciones son diferentes de un lugar en donde no te cobran" (Fernando García Parra, 15 años). Por otra parte, hay algunos jóvenes que piensan que los eventos en los que cobran no siempre cumplen con sus expectativas:

"Pero también hay eventos que no porque se cobre van a tener mayor calidad, hay eventos en los que te cobran y realmente es una exposición de a lo mucho del tamaño de esta sala y hay eventos organizados por el gobierno que son de muy buena calidad y hay artistas que contratan incluso de talla internacional". (Mendoza Márquez Sergio Diego, 23 años).

Jorge González (1994:12), señala que la oferta cultural es la presencia en el ambiente geográfico de posibilidades de acceso y disfrute de los bienes culturales producidos por una red desigual de instituciones precisas y especializadas, por lo que una de nuestras principales interrogantes en nuestra investigación fue saber qué opinaban los jóvenes sobre la oferta cultural que propone la Delegación Azcapotzalco, por lo que contestaron:

"Yo creo que deberían de hacer más atractivas las ofertas porque los chavos buscan opciones diferentes y las buscan hasta en otros lugares, por lo regular siempre son eventos pensados para la gente más grande y en realidad no toman en cuenta que incluso existen diferentes géneros musicales en los gustos de los chavos, deberían ofrecer mas opciones musicales porque nosotros constantemente estamos creando, yo tengo unos amigos que tienen un grupo de música punk y siempre están buscando en donde participar, en los concursos del centro, andan buscando si tocan aquí o allá y yo he visto que no tienen mucho apoyo." (Andrea García Martínez, 18 años).

"Yo también creo que el gobierno si debería de dar mas apoyos a los jóvenes porque estamos constantemente planeando y buscando formas de sobrevivir,



además a la cultura porque esta nos ayuda en nuestro desarrollo intelectual y de conocimiento." (Geovanni Benítez Hernández, 21 años).

### 4.3 Los jóvenes y su concepción de la cultura

Como ya se mencionó en el primer capítulo, el concepto de *cultura* ha adquirido múltiples variaciones, pues de acuerdo a su contexto y la definición que le han atribuido algunos autores se ha ido transformando, sin embargo, es evidente que una de las definiciones que ha permanecido hasta nuestros días, es la *concepción clásica* de la cultura que se refiere al desarrollo intelectual, espiritual y de la humanidad, cuando se pensaba que la cultura tenía que ver con un proceso más elitista, por ejemplo, relacionarla con un museo o una obra de teatro, cuando anteriormente era un espacio exclusivo para personas de cierto estatus económico y/o cultural. No obstante, hoy en día permanece vigente esa visión en algunos jóvenes:

"La cultura yo la relaciono con los museos, los teatros, costumbres y tradiciones la participación en la comunidad, también con el arte" (Villena Pérez Luisa Selene, 2008).

En contraste con lo anterior podemos observar que para algunos, el hecho de hablar de cultura significa algo aburrido:

"La cultura es aburrida, estamos hartos de los museos aburridos, las autoridades tienen que incentivar la cultura, hacerla divertida. Los museos están muy lejos" (Cecilia Álvarez Cruz, 2008).

De acuerdo con Thompson, acerca del *enfoque descriptivo* de la cultura, cuando señala que se refiere al conjunto diverso de valores, creencias, costumbres, convenciones, hábitos y prácticas características de una sociedad particular o de un periodo histórico, podemos determinar que los jóvenes relacionan la cultura con costumbres, tradiciones e identidad:

“Yo diría que son las tradiciones que tiene una Delegación, es como saber porque decidió este nombre, las tradiciones que tiene, sus costumbres, saber cuál es su participación, en cualquier Delegación” (Romo Yañez María del Rocío, 2008).

“Yo digo que es la historia de un lugar y todo lo que ha relatado, es lo que la relaciona con la cultura” (Escobar Betancos Juan Leonardo, 2008).

“Las tradiciones del país, su forma de vestir, las distintas comunidades, los lugares, las tradiciones de cada pueblo, formas diferentes de pensar” (Zuñiga Ramírez Viridiana, 2008).

Asimismo y bajo esta visión descriptiva, en general los jóvenes señalaron que la cultura tiene que ver con los dialectos, la forma de vivir, la cultura en México y justo en este punto se observó un encuentro con lo que (González, 1994) denomina los frentes culturales, cuando se refiere al estudio de “lo popular” que anteriormente se relacionaba con el ámbito de los coleccionistas de piezas extrañas, danzas, costumbres, usanzas, jorongos, etc.

“Estas merecían ser recatadas, preservadas y conservadas porque de alguna manera se les asociaba con una veta “original” de nuestra identidad como pueblo, nación o patria. Desde entonces se creó un mirador, una terraza (y desde ella todo un panorama) a partir de la cual se podía contemplar la “cultura popular” en toda su pureza y mexicanismo esplendor, en donde la cultura vernácula allá en el fondo, aparecía- de pechito- lista para ser retratada, rescatada y valorada por *la otra cultura*” (González, 1994: 55).

La cultura es memoria de lo que hemos sido; igualmente, constituye el registro imaginario y sedimentado de lo que alguna vez pudimos ser y hacer. Es en perspectiva, lo que da espesor al presente y factibilidad al porvenir, asimismo, es lo que nos permite definir nuestra situación dentro de la vida social y colectiva.

#### 4.3.1 Las zonas culturales más concurridas en el Distrito Federal

Para saber cuáles son las zonas más concurridas en cuestiones de espacios culturales en el Distrito Federal, lanzamos una pregunta y los jóvenes respondieron lo siguiente:

“La mayoría de los eventos culturales fuertes que se hacen son en la zona centro, pero son eventos que tienen mucho apoyo tienen un orden, una planeación y que bien podría beneficiar incluso hasta a los comercios y los negocios, un sustento económico, en este caso la Delegación no gasta en este tipo de eventos, creo que prefieren gastarlos en pavimentación o en cosas de este tipo” (Gustavo Espadas, 22 años).

Bajo este apartado nos interesaba saber como es que los jóvenes se enteraban de los eventos culturales y que propondrían en materia de cultura:

“Yo conozco el Parque Tezozómoc pero porque he ido con amigos y familiares pero a eventos culturales nunca he ido” (Villena Pérez Luisa Selene, 17 años).

“En realidad yo propondría algo como una zona turística porque aquí en el centro de Azcapotzalco no sales de la Comercial Mexicana para acá por el Jardín o la Delegación, la cultura debería de acercarse mas a las colonias como Granjas, 10 de Abril, porque se quejan de la difusión y no se meten a esas colonias, la Comercial es para mi un punto de reunión y aquí en la explanada, y de ahí no salimos” (Fernando García Parra, 15 años).

#### 4.4 El análisis cultural

No es solamente interpretación lo que se desarrolla en el nivel más inmediato de la observación; también se desarrolla la teoría de la que depende conceptualmente la interpretación, por ejemplo, en esta investigación se establece

la concepción estructural de la cultura en la que Thompson (2006), señala que los fenómenos culturales pueden entenderse como *formas simbólicas en contextos estructurados* y por lo tanto puede interpretarse como el estudio de las formas simbólicas.

Se dice que una buena interpretación de cualquier cosa – de un poema, de una persona, de una historia de un ritual, de una institución, de una sociedad – nos lleva a la médula misma de lo que es la interpretación.

De acuerdo con la concepción estructural de la cultura, Thompson propone que el análisis cultural se puede interpretar como el estudio de las formas simbólicas en relación con los contextos y procesos históricamente específicos y socialmente estructurados en los cuales, y por medio de los cuales, se producen, transmiten y reciben estas formas simbólicas como el estudio de la constitución significativa y de la contextualización social de las formas simbólicas. (Thompson, 1998: 405).

La cultura es un documento activo y aunque contiene ideas, no es física, la cultura no existe en la cabeza de alguien, no es una entidad oculta, el indeterminable debate en el seno de la antropología sobre si la cultura es "subjetiva" u "objetiva", al quererla encasillar en "idealista", "mentalista", "conductista", "impresionista", pierde sentido el saber si la cultura es conducta estructurada, una estructura de la mente e incluso, las dos cosas mezcladas.

La propuesta teórica que presenta la antropología contemporánea es una concepción que se desarrolló como reacción a dos posturas: la de imaginar que la cultura es una realidad "superorganica" y que ahora esta ampliamente sostenida; y la de pretender que la cultura consiste en el esquema de la conducta de los individuos de una comunidad identificable.

Geertz establece que la cultura está compuesta por estructuras psicológicas mediante las cuales los individuos o grupos de individuos guían su conducta "La

cultura de una sociedad” consiste en lo que uno debe conocer o creer a fin de obrar de una manera aceptable para sus miembros y según Stephen Tyler la cultura consiste en fenómenos mentales que pueden o deberían ser analizados mediante métodos formales semejantes a los de la matemática y la lógica. (Geertz, 1997:26).

El análisis cultural es conjeturar significaciones, estimar las conjeturas, y llegar a conclusiones explicativas partiendo de las mejores conjeturas, y no el descubrimiento del continente de la significación y el *mapeado* de su pasaje incorpóreo.

La cultura consiste en estructuras de significación socialmente establecidas en virtud de las cuales la gente hace cosas tales como señales de conspiración y se adhiere a estas, o percibe insultos y contesta a ellos no es lo mismo decir que se trata de un fenómeno psicológico (una característica del espíritu, de la personalidad, de la estructura cognitiva de alguien), o decir que la cultura es tantrismo, la genética, la forma progresiva del verbo.

Existe una serie de características de la interpretación cultural que hacen el desarrollo teórico mucho más difícil de lo que suele ser en otras disciplinas. La primera característica es la necesidad de que la teoría permanezca más cerca del terreno estudiado de lo que permanece en el caso de ciencias más capaces de entregarse a la abstracción imaginativa.

En el estudio de la cultura los significantes no son síntomas o haces de síntomas, sino que son actos simbólicos, y aquí, la meta es, no la terapia, sino el análisis de discurso social. (Geertz, 1997:36).

La coherencia no puede ser la principal prueba de validez de una descripción cultural. Los sistemas culturales deben poseer un mínimo grado de coherencia, pues de otra manera no los llamaríamos sistemas, y la observación muestra que

normalmente tienen bastante coherencia, por ejemplo, al aplicar las técnicas para obtener información, observamos que existía un tanto de incongruencia con respecto a la forma de pensar de los jóvenes porque, por un lado, al preguntarles qué significaba la cultura para ellos, ellos respondieron, según Thompson, desde una perspectiva clásica de la cultura, en la que se pensaba que únicamente tendría que ser para adquirir conocimiento y para personas de la alta sociedad, y por otro parte, al realizarle a los jóvenes la pregunta de qué propondrían culturalmente a su Delegación, muchos de ellos respondieron que más museos, sin embargo esta opción también la consideraban "aburrida".

Ante estas respuestas y vinculado con lo que señala Geertz acerca de la coherencia, podemos establecer otros criterios como es el hecho de saber que por naturaleza no solo los jóvenes poseen cierto grado de complejidad, sino en general el ser humano, que además de ello se encuentra inmerso en un entramado de significaciones, sin embargo, las acciones sociales son comentarios sobre algo más que ellas mismas, y que la procedencia de una interpretación no determina hacia dónde va a ser luego impulsada, es decir, cuando pequeños hechos hablan de grandes cuestiones.

Aprisionada en lo inmediato de los propios detalles, la interpretación es presentada como válida en sí misma o, lo que es peor, como validada por la supuestamente desarrollada sensibilidad de la persona que la presenta.

No hay razón alguna para que la estructura conceptual de una interpretación sea menos formulable y por lo tanto, menos susceptible de sujetarse a cánones explícitos de validación que la de una observación biológica o la de un experimento físico, salvo la razón de que los términos en que puedan hacerse esas formulaciones, si no faltan por completo, son casi inexistentes.

Thompson señala que la hermenéutica profunda proporciona un marco metodológico general en el cual se pueden situar y vincular los métodos de

análisis existentes, esto nos permite demostrar cómo se pueden interrelacionar de una manera sistémica diferentes enfoques del análisis de la cultura, de la ideología y de la comunicación de masas, en su caso particular, y combinarse con un movimiento coherente de pensamiento que ayude a explicar los diversos aspectos de estos fenómenos multifacéticos.

Las formas simbólicas son construcciones significativas que requieren una interpretación; son acciones, expresiones y textos que se pueden entender en tanto construcciones significativas.

La tradición hermenéutica también nos recuerda que, en el caso de la investigación social, la constelación de asuntos es significativamente diferente de la que existe en las ciencias naturales, puesto que en la investigación social *el objeto de nuestras investigaciones es en sí mismo un campo preinterpretado*.

Como la investigación social se relaciona con un campo-objeto constituido en parte por sujetos capaces de comprender, reflexionar y actuar, los sujetos que lo constituyen se pueden apropiarse en principio de los resultados de dicha investigación, aun si en la práctica, por las razones que sea, no logran apropiarse de ellos. (Thompson, 1998:401).

Los seres humanos son parte de la historia, y no son solamente observadores o espectadores de ella; las tradiciones históricas, y los complejos conjuntos de significado y valor que se transmiten de generación en generación, son en parte constitutivos de lo que son los seres humanos.

La hermenéutica puede ofrecer tanto una reflexión filosófica acerca de ser y comprender, como una reflexión metodológica acerca de la naturaleza y las tareas de la interpretación en investigación social.

---

Se dice que en la investigación social y en otros campos, el proceso de interpretación puede ser, y de hecho, exige ser, mediado por una gama de métodos “explicativos” u “objetivantes”.

Thompson considera que la “explicación” y la “interpretación” no deberían ser consideradas como términos mutuamente excluyentes o radicalmente antitéticos, sino complementarios, a lo que llama una *teoría interpretativa comprensiva*, asimismo establece que el análisis de la ideología se interesa también por las formas simbólicas en relación con contextos sociohistoricos, por lo que puede considerarse metodológicamente como una forma particular de la hermenéutica profunda.

El análisis de la ideología asume un carácter distintivo y crítico, plantea nuevas preguntas acerca de los usos de las formas simbólicas y de las relaciones entre la interpretación, la autorreflexión y la crítica, mismos elementos que se utilizaron para la elaboración de este capítulo, ya que al intentar descifrar la ideología y las prácticas sociales de los jóvenes a partir del consumo cultural que hacen, se encuentra en ese momento la autorreflexión y la crítica para construir un discurso social que los caracteriza de los demás.



## CONCLUSIONES

Como se planteó al principio de esta investigación, la finalidad de este trabajo fue analizar el impacto, uso y apropiación de los espacios, que hacen los jóvenes de 15 a 25 años de las ofertas culturales que propone la Delegación Azcapotzalco.

Para ello se elaboró una hipótesis o respuesta tentativa sobre el efecto que tendría en los jóvenes las ofertas y los espacios culturales, en donde se pensó que efectivamente cumplían con sus expectativas, ya que como habitante de esta demarcación pude observar antes de comenzar este trabajo de investigación, gran afluencia y participación de público juvenil en eventos culturales.

No obstante, a lo largo de este trabajo se detectó inconformidad por parte de los jóvenes hacia los espacios y las ofertas culturales, sin embargo, los resultados que arrojaron la encuesta exploratoria indicaron que el 70% de ellos había asistido alguna vez a un evento cultural organizado por la Delegación Azcapotzalco y el otro 30% no.

En contraste con lo anterior podemos recordar lo que señala el cronista de la delegación (véase entrevista en Capítulo II y anexos), sobre la oferta cultural en Azcapotzalco, pues indica que es muy reciente y más bien de corte cívico, de festejo católico o patronal, una de las pruebas más claras es la creación de la Casa de Cultura, que hoy en día es un recinto cultural muy importante, pero que en un inicio no fue construido con la finalidad de utilizarse como un espacio cultural, sino de esparcimiento o recreativo y fue a través del tiempo que se le fue dando este uso y adaptándose para tales efectos, sin embargo, hoy en día ha ido creciendo la demanda cultural, pero no cumple por completo con las expectativas de un sector de la sociedad como son los jóvenes.

Asimismo, pudimos observar que al igual que este espacio, existen otros en la demarcación como el Museo de Arte Tridimensional y el Museo Regional, que a pesar de que hoy en día ofertan exposiciones de pintura y escultura, desde su inicio fue construido con la finalidad de crear una sala de arte para las amistades de la que en ese entonces fue Jefa Delegacional en Azcapotzalco y que dicha obra no fue concluida sino hasta la siguiente administración perredista.

Relacionado con lo anterior, podemos confirmar lo que González define acerca de la formación de las ofertas culturales y sus públicos, cuando señala que desde la perspectiva estatal se reacciona frente a demandas o precisiones coyunturales para salvar lo urgente sin remediar lo verdaderamente importante.

Como ya se ha mencionado a lo largo de este trabajo, los estudios culturales en México son recientes, pues fue en la década de los ochenta cuando los investigadores y estudiosos en este tema comienzan a darse cuenta que se ha estudiado la cultura desde el enfoque de los medios masivos, los estudios culturales y su contenido, dejando a un lado las prácticas sociales o lo que Thompson denomina las formas simbólicas.

Ante este panorama se puede analizar que de acuerdo con lo que establece García Canclini sobre el consumo cultural como proceso de apropiación y uso de productos en donde prevalece el valor simbólico sobre los valores de uso y de cambio, los jóvenes manifiestan signos y un discurso social a partir de sus prácticas culturales como: reunirse, ver televisión, escuchar música, ir al cine, entrar a Internet, ir a fiestas, etc., es por ello que a lo largo de este trabajo dedicamos un capítulo completo a la visión que tiene los expertos en culturas juveniles, así como el surgimiento de la oferta cultural en Azcapotzalco y las políticas dirigidas al sector juvenil en México y en el Distrito Federal.

El consumo cultural en los jóvenes es un fenómeno complejo, presenta muchos aspectos distintos que se pueden enfocar desde distintas perspectivas, sin

embargo, en esta investigación pudimos reconstruir las maneras en que interpretan y comprenden las formas simbólicas en los distintos contextos de la vida social, esta reconstrucción constituye un proceso interpretativo, una comprensión de la vida cotidiana, de las opiniones y del consumo de los jóvenes.

Los resultados de esta investigación muestran, a través de la encuesta exploratoria y los grupos de discusión, que los jóvenes conciben la cultura desde lo que Thomson llamaría la definición clásica y descriptiva, la primera consiste en el conocimiento, la educación y la alta cultura, cuestiones que hoy en día mantienen muchos de los museos en la Ciudad de México y mismos que proponen los jóvenes para construir en esta demarcación, sin embargo, se observaron algunas contradicciones como el hecho de que muchos de los jóvenes consideraron que se sentían políticamente preparados para participar en la sociedad y cuando se les preguntó que cómo participaban en este tipo de eventos, es decir, si proponían, criticaban o colaboraban en cuestiones políticas, la mayoría contesto que no.

No obstante recordemos que los jóvenes hoy en día construyen y conforman su capital cultural a partir de su vida cotidiana a las distintas opciones y posibilidades de consumo y de acuerdo a sus formas simbólicas, que se determinan desde su forma de hablar hasta su forma de ser, vestirse e incluso apropiarse de un espacio.

A lo largo del tiempo los jóvenes significan para la sociedad en general una etapa transitoria, el *futuro de México*, un sector que suele identificarse con un estilo que es construido por ellos mismos y a su vez separarse y excluirse de "los demás".

Para algunos autores "la juventud no es más que una sola palabra", es una construcción simbólica que se determina a partir de las relaciones entre la edad social y la edad biológica y son muy complejas (Bordieu, 1990:164). Ante esta visión propongo que más que una sola palabra, la juventud es la etapa más

compleja en donde busca identificarse a través de la otredad y al mismo tiempo excluirse de las reglas sociales, no obstante, la creciente presencia de los medios de comunicación de masas, la explosiva importancia del consumo y la veloz emergencia de nuestras tecnologías se han apoderado de un sector importante en la sociedad mexicana.

El fenómeno juvenil es una construcción social que cambia, se construye y reconstruye diariamente y asimismo es un sector interesante y complejo que no está excluido de los problemas y necesidades generales de la sociedad, sin embargo, en muchas ocasiones se les idealiza de manera homogénea, atribuyéndoles ciertas cualidades como buenos, participativos, solidarios, emprendedores, o de plano se han descalificado por peligrosos, inmaduros, violentos, etc.

Los jóvenes son quienes viven con más intensidad el proceso de construcción de proyectos de vida personal, y por lo mismo, quienes dependen del apoyo cultural de la sociedad para cumplir con éxito su tarea, no manifiestan temor o perplejidad frente a una sociedad en veloz transformación, llena de exigencias inéditas y señales confusas, no obstante, para ellos ya es normal la inestabilidad social, familiar o laboral, la centralidad del consumo, la comunicación sin límites y la diversidad de estilos y opciones de vida.



Durante el 5o Festival Cultural Azcapotzalco 08'

## BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar Fernando (1994), Las políticas juveniles en el primer gobierno electo de la Ciudad de México (1997-2000), México, Tesis de Maestría (UNAM, Facultad de CPyS.
- Autor Institucional: PNUD-INJUV, Transformaciones Culturales e Identidad Juvenil en Chile, *Temas de Desarrollo Humano Sustentable*, No. 9 en Portal de Juventud para América Latina y el Caribe, Chile.
- Bermudez Emilia, et.al., Rock, consumo cultural e identidades juveniles *Espacio Abierto*, Año/vol. 14, num.1, Asociación Venezolana de Sociología, Maracaibo, Valenzuela.
- Bernardo Russi Alzaga (1999), Grupos de Discusión. De la investigación social a la investigación reflexiva en *Comunicación y cultura*, (coord) Jesús Galindo. Edit. Adyson W.
- Bordieu Pierre (1990), Sociología y cultura. Ed. Grijalbo.
- García Canclini Néstor (1994), Ciudades y ciudadanos imaginados por los medios, en Perfiles Latinoamericanos, Diciembre, año/vol. 5., Facultad de Ciencias Sociales, Ciudad de México.
- García Canclini Néstor (1994), El consumo cultural: una propuesta teórica en Sunkel Guillermo (coord) (1994), *El consumo cultural en América Latina*, Bogota Colombia, Convenio Andrés Bello.
- Geertz, Clifford, La interpretación de las culturas. Barcelona 1997, Ed. Gedisa.
- Giménez Gilberto (2003), La investigación Cultural en México, en Valenzuela Arce José Manuel, *Los estudios culturales en México*, México, Fondo de Cultura Económica – CONACULTA.
- González Jorge A. (1994), La transformación de las ofertas culturales y sus públicos en México. Una apuesta y una propuesta a la par in-decorosas, en Estudios sobre las Culturas Contemporáneas, Año/ vol VI, num. 18, Universidad de Colima.
- González, Jorge A. (1994), Mas (+) Cultura (S). Ensayos sobre realidades plurales, México, CONACULTA.

- Karam Tanius (2004), Representaciones de la ciudad de México en la crónica, en *Andamios. Revista de investigación social*, otoño- invierno, Universidad de la Ciudad de Mexico, Distrito Federal.
- Lemus Gabriela (2007). Del rock a la poesía: consumo cultural de los jóvenes en el Faro de Oriente. México, Tesis de Licenciatura (UNAM, FES Acatlán.
- López Romo Heriberto (1999) en Técnicas de Investigación: Sociedad cultura y comunicación, (coord.) Jesús Galindo Caceres.
- Luis González y González (1995), El oficio de historias. El Colegio Nacional de México.
- Lull, James (1997), Medios, Comunicación, Cultura, Buenos Aires, Amorrortu Editores.
- Lluís Duch (2004), Estaciones del laberinto. Ensayos de Antropología. Herder. Barcelona.
- Martín-Barbero, Jesús (2002), Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura, México, FCE.
- Martín- Barbero Jesús (1980), Procesos de comunicación y matrices de cultura, FELAFACS- Gustavo GILI. Capítulo III. *De lo popular folclorizado a lo espeso masivo de lo urbano*. Capítulo IV. *De la comunicación como asunto de medios a la cultura como espacio de identidades*.
- Pimentel Enrique (2002), Trazos llenos de sentido. Propuesta para diseñar un perfil de estancia del estudiante de la carrera de PyCC desde la perspectiva de la investigación cualitativa. Tesis de Licenciatura, ENEP Acatlán, UNAM, México.
- Reguillo Rossana (2003), Las culturas juveniles: un campo de estudio; una agenda para su discusión, en *Revista Brasileira de Educacao*, Maio-ago, num. 2, Asociação Nacional de Pos- Graduação e Pesquisa em Educacao, Sao Paulo Brasil.
- Thompson John B (1998), Ideología y Cultura Moderna, México, UAM Xochimilco, 2ª ed.
- Thompson John B. (1998), Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación, Barcelona, Paidós.
- Uribe Ana Bertha (2004), Una perspectiva cualitativa en un estudio de recepción televisiva. Apuntes metodológicos. *Estudios sobre las culturas contemporáneas, diciembre vol. X*, numero 020. Universidad de Colima, Colima, México.

- Valenzuela Arce José Manuel (2003), Persistencia y cambio de las culturas populares, en Valenzuela Arce J.M., *Los estudios culturales en México*, México, Fondo de Cultura Económica – CONACULTA.
- Vela Peón Fortino (s.a), Un acto metodológico básico de la investigación social: la entrevista cualitativa.

# ANEXOS



# ANEXO 1

**ENTREVISTA CON EL CRONISTA DE AZCAPOTZALCO:  
ARQUEÓLOGO ANTONIO URDAPILLETA**

**TEMA: OFERTA CULTURAL EN AZCAPOTZALCO**

**KARLA: ¿Cómo es que surgió la oferta cultural en Azcapotzalco?**

**CRONISTA:** Bueno, ya habíamos empezado a platicar al respecto, yo te mencionaba que realmente es un muy reciente esto de la oferta cultural aquí en Azcapotzalco, pensando en actividades se tienen que realizar porque así lo marca el calendario cívico destacando precisamente entre estas actividades lo que vendría siendo o lo que es el desfile del 15 de septiembre pero por lo demás realmente **han sido esfuerzos aislados** por parte de particulares, principalmente, yo te comentaba que las instalaciones con las que la Delegación ha contado o con las que Azcapotzalco contó, fue precisamente el Teatro Ángela Peralta que se ubicaba a un costado de lo que es el Archivo Histórico de Azcapotzalco, posteriormente vendrán el establecimiento de cines que ya son muy tardíos, todo esto está ocurriendo durante el siglo XX principalmente, destacando lo que es el Cine Azcapotzalco, también conocido como el "Cine Rosita", ubicado en la Calzada Azcapotzalco y Miguel Lerdo de Tejada, que desapareció hacia los años setenta aproximadamente para ser destituido por comercios y un banco, también se contó con otros dos cines, uno de ellos era el "Cine Clavería" que se encontraba en la glorieta que forman las calles de Salónica y Tebas y que actualmente es un auditorio que pertenece al Sindicato de Trabajadores de Petróleos Mexicanos. De igual manera, en terrenos de la colonia Clavería se va a levantar lo que es el "Cine Cuitláhuac", estos majestuosos cines, muy grandes, quizás los cines más grandes que la Delegación haya tenido pero **desafortunadamente** en los años ochenta deja de funcionar ya que no es costeable mantener estas grandes salas y finalmente es derribado hacia finales del siglo pasado y es el momento en que nadie ha podido

definir como sustituir este espacio cultural con otro, lo que mas han pensado las autoridades, es instalar ahí una zona habitacional, toda la cantidad de departamentos que se te pueda ocurrir, ahí es el primer plan, cosa que ha obtenido un rechazo por parte de los vecinos, ya que deterioraría su calidad de vida que de por si ya esta deteriorada al ver desaparecer esta instalación.

**KARLA:** ¿Dónde estaba ubicado este Cine Cuitláhuac?

**CRONISTA:** En las calles de Egipto y Palestina hacia los ochentas y los noventas aproximadamente se cerro, mas que nada en los 90's se inicio su derribo, otra puesta es por parte de los vecinos es que ahí se instale una plaza comercial.

Bajo esta misma temática, en lo que fueron las antiguas instalaciones de una fabrica de dulces *Usher* hacia principios de los años 80 lo que se conoce como Plaza Azcapotzalco, en cuyo interior se va a dar espacios a una serie de **Multicinemas**, *Cinemas Azcapotzalco*, que finalmente quedan hoy convertidos en "Cinepolis Azcapotzalco", que no cumple realmente con una demanda para los amantes del séptimo arte porque además de ser película comercial, principalmente de origen gringo, es horrible porque están dobladas al español y buscar otras opciones y hasta donde yo recuerdo se han sumado a alguna muestra de cine pero sin que involucre gran parte de la Ciudad de México pero fuera de ahí no hay nada mejor.

Yo te platicaba que hacia lo que es el lado de el oriente de la Delegación Azcapotzalco se levantó hacia los años 40's un gran teatro, el **Teatro Virginia Fabregas** que se va a rescatar hacia los años 70's porque deja de funcionar estos grandes espacios para convertirse en el **Foro Cultural Azcapotzalco**, fecha en donde la Delegación asume el papel de ser mas gestor y promotor de actividades culturales porque prácticamente es hasta este momento cuando hay una reforma de lo que es la *Ley Orgánica del Departamento del Distrito Federal*

y se les daba mucho mayor atribución a las administraciones locales, porque antes eran representantes sin decisión por parte del mismo departamento central del DF en estas zonas, entonces, si el Departamento Central no autorizaba nada no se hacia nada fuera de lo que ya estaba estipulado.

### ***Jardín Hidalgo***

Como toda plaza de armas o plaza central en cada población, aquí es donde se van a llevar a cabo una serie de actividades que van desde la Feria, la culminación y celebración del desfile patrio del 16 de septiembre, que terminaba en este edificio que hoy es la Casa de la Cultura y que antiguamente fue el Palacio Municipal de Azcapotzalco y antigua sede delegacional de aquí, entonces contaba con un kiosco que fue construido hacia finales del siglo XIX, principios del XX, donde se va a instalar la banda que probablemente armonizara algunas tardes, los fines de semana o al mes durante el año, fuera de estas fiestas que serian las patrias y las que se celebraban en el mes de octubre en Azcapotzalco, que están relacionadas con la festividad religiosa, las fiestas de octubre en Azcapotzalco nacen a partir de una serie de conmemoraciones religiosas que curiosamente estaban concentradas en la parroquia de Azcapotzalco que para principios del siglo XX, probablemente hasta mitades del mismo, reúnen a toda la población.

La parroquia tiene como santos principales a los apóstoles Felipe y Santiago el menor, cuya festividad cae en el mes de mayo, pero no es la fiesta importante de Azcapotzalco, aunque sean los santos patronos de este lugar, sino esta cae en octubre y se conoce como ***Fiestas de Octubre*** o ***la festividad del Víctor***, porque se suma la festividad de la Virgen del Rosario 6 o 7, la de San Francisco que es el 4 de octubre y es la capilla más antigua de Azcapotzalco y esta dentro del interior del convento, la celebración del Señor de la Vida que es la capilla que esta a la salida a Tepanecos y el 8 de octubre de 1702 es cuando se consagra finalmente el templo de Azcapotzalco, entonces se da inicio a lo que

sería *el jubileo de las 40 horas* y en función de este conjunto de festividades religiosas se armaba la feria con gallos, corrida de toros, juego de listones, carreras de caballos y cualquier otra actividad como cantantes, baile del pueblo, que seguramente esto se practicaba en el *Jardín Hidalgo*.

El kiosco que era gigantesco y de estructura metálica, probablemente fue cambiado hacia los 40's, donde se le da una nueva forma a este jardín, se construye lo que es "Casa de Bombas", que posteriormente alberga a lo que ahora es el *Archivo Histórico* y se construirá un kiosco con tejas de barro, una estructura más que metálica, hasta donde yo recuerdo, unas vigas de madera, muy colonial o muy de pueblo que dejaba atrás esta visión afrancesada de la época del porfiriato y este kiosco va a perdurar hasta los 70's cuando hay una nueva remoción del jardín y se construye el kiosco que actualmente se tiene y estas estructuras que se levantan hacia los 70's en los jardines de la Delegación, se van a convertir en elefantes blancos porque realmente no están cumpliendo con la función con la que fueron pensados, que es la de tener en la parte superior y aprovechando los tejados o techumbres que van a funcionar como conchas acústicas para que la banda toque y su sonido se extienda hacia los alrededores y la gente aproveche para el baile o pasear juntos, esto todavía se hace en muchas plazas de algunas ciudades y poblaciones al interior de la república.

En esta misma época se construyen otros espacios más, entre ellos, uno completamente desperdiciado que vendrá ser el *Auditorio al aire libre del deportivo La Rosita*, horriblemente llamado de manera oficial *20 de Noviembre*, la Rosita. Este foro como parte de esta historia de que se construya y es nuevo y demás, en un principio si tuvo conciertos y representaciones de teatro, quizá lo van a aprovechar algunas escuelas para hacer el festival y este foro tiene como nombre el del ilustre compositor de origen chintololo, Juan N. Torreblanca, oriundo de Azcapotzalco, pero me acabo de enterar hace unos días que esta tonta idea del Gobierno seudo izquierda que tiene el actual gobierno

federal, pensando que son de izquierda le acaban de cambiar el nombre de manera arbitraria por el de José Martí, yo admiro al compatriota cubano pero porque le quitas el nombre a un ilustre músico mexicano y de Azcapotzalco y este foro es otro elefante blanco porque no funciona. A un costado se encuentra el salón de actos múltiples, el "Deportivo la Rosita", que más que nada se presta para hacer alguna fiesta de boda, 15 años, bautizo, o antes se celebraba el sortero del servicio militar, etc.

En esta misma zona vamos a tener *el lienzo charro "el hormiguero"* que solo se ha prestado para algunos festivales de corte campirano, cívico, particular relacionados precisamente con la actividad charra pero no trasciende y este lugar está subutilizado, es más fácil que se realice un festejo de este tipo en la Ciudad de México pensado por el Pedregal o en la Plaza de Toros pero no aquí.

**KARLA:** ¿Este lugar más o menos en que momento se construyó, sería hacia los 40's?

**CRONISTA:** Realmente no tengo ahora muy bien definida la fecha pero ha de ser entre los 50's, 60's cuando se levanta el lienzo charro.

**KARLA:** Con respecto al Museo "Príncipe Tlaltecatzin" que se encuentra en la Calle de Libertad que me puede contar?

**CRONISTA:** Tiene una historia negra, ya que este museo surge a partir de un descubrimiento que el actual dueño del lugar, a pesar de que está en instalaciones oficiales de la Delegación, realiza en un terreno en donde él estaba rentando un cuarto en el barrio de Santa María Malinalco, estaba arreglando unos chiqueros, gallineros encuentra un entierro de origen prehispánico y empieza a cobrar por entrar a ver dicho museo, a alguno no le ha de haber gustado que le cobren un peso o cinco pesos que era la tarifa que cobraba este personaje, Octavio Romero, que se queja ante Antropología y le caen los

arqueólogos y estos descubren que efectivamente es un entierro de origen prehispánico que cuenta con cierta ofrenda que el señor arreglo de manera escenografita, porque además compro vasijas y piezas olmecas, por ejemplo, que puso ahí para hacerlo mas vistoso y le decomisaron el entierro, no le pueden comprobar en el momento que esta haciendo mal uso de los vestigios prehispánicos, se lo recogen y es tan importante este entierro que se convierte en pieza del Miztli en el Museo Nacional de Historia, porque a través de él se puede comprobar que la sífilis no fue traída por los Europeos, sino que es una enfermedad que ya se conocía aquí y este personaje estaba enfermo de sífilis, bueno, se le pide a Octavio Romero y se le autoriza conservar algunas piezas prehispánicas como derecho que tienen todos los mexicanos de tener piezas prehispánicas con la obligación de registrarlo, el asunto es que este señor se queja, va a las diversas administraciones y con el paso del tiempo a partir de esa fecha se da en Azcapotzalco y se empieza a rodear de un grupo de personas que lo apoyan, se muda de donde estaba él y ahí instala su museo, en un jacalón monta las piezas que le quedaron, compra otras en la zona arqueológica de Teotihuacan, el mercado de artesanías de la Ciudadela, él compra y continúa con una actividad que la gente lo ha visto con buenos ojos, que es el saqueo de patrimonio arqueológico, no solamente de Azcapotzalco sino de otros lugares y empieza a aumentar su colección, cosa que tiene prohibido aunque diga que la tiene registrada ante Antropología e Historia, cuando tu registras una colección, te dan un certificado o un documento en donde se menciona de tantas piezas consta la colección y ya no se puede ni aumentar o disminuir, al menos que rompa o se pierda una pieza y bueno solo así o te la roben y hagas tu denuncia ante el ministerio público para que te protejan porque de otra forma se te puede acusar de tráfico de piezas arqueológicas del patrimonio cultural, ya sea porque la vendas }, la regales o la empieces a incorporar a tu colección.

Octavio se empieza a (...) esa gente, sabe que no puede cobrar entonces encuentra su *modos vivendus* y la gente no le paga le da despensas, arroz, café, azúcar, sopa y con eso es feliz, ya tiene cómo sostenerse y dónde vivir,

finalmente dentro de este grupo de gente que le rodea hay algunos que tienen cierto acceso al Gobierno del Distrito Federal y el último regente mueve sus influencias y le dan este local en la calle Libertad y ahí se va a establecer con el nombre del Museo Príncipe Tlatecatzin y tiene este nombre porque es el nombre del personaje que le encontró aquí en el Barrio de Santa María porque yo sé que fue arreglando las porquerizas, el gallinero, pero él comenta que desde niño tiene facultades extra sensoriales, los muertos le hablan en sueños y que es precisamente el Príncipe quien le dijo que estaba enterrado ahí, este Príncipe Tlatecatzin es originario de Azcapotzalco y fue de los que se sumaron a las fuerzas de conquista de Hernán Cortés la primera vez que entra a la Ciudad de México y quien le señala al conquistador la ruta por la cual va a encontrar la salida de la Ciudad la fatídica noche del 30 de junio de 1520, La Noche Triste y que cae herido mortalmente en el canal de los Toltecas y donde justamente queda su cadáver pero según Octavio Logra salir arrastrándose, desde el fango y los canales, llega a Azcapotzalco y muere, entonces en honor de él es que este museo se llama así.

**KARLA:** ¿Fue entonces cuando lo hicieron oficial?

**CRONISTA:** Sí porque además quien sabe de qué manera y bajo qué presiones fue una de las dependencias del INAH, le facilita todo para montarlo, cuando otras dependencias del INAH tienen ante la Procuraduría del Distrito Federal, actas levantadas en contra de Octavio Romero por saqueador de Azcapotzalco y ante esto ¿que ha hecho la Delegación? Pues ahí está, te presto un policía y hazle como puedas, entonces se le funde un foco a Octavio Romero y pone un letrero en donde diga este museo se sostiene gracias a las aportaciones en especie que puedan dar los visitantes, entonces cuando necesita algo de despensa lo pide y así se mantiene.

Finalmente durante todos estos años una asociación civil del antiguo edificio delegacional de Azcapotzalco, la sede de lo que se va a llamar la **Casa de**



**Cultura de Azcapotzalco**, su sede es un cuartito que es el que está a la entrada del Salón de los Estados, donde va haber un escritorio, un archivero y dos sillas y ahí va a perdurar hasta 1988.

**KARLA: ¿Cómo se llama la Asociación?**

**CRONISTA:** Patronato de Casa de Cultura, ahí va a perdurar hasta este año porque precisamente ese lugar, esa oficina es la que se va a escoger para guardar las urnas con los votos de la elección que se hizo ese año, 1988, entonces entraron los soldados y dejaron todas las cosas, los fueron a votar al Parque Tezozómoc, que vendría hacer uno de los esfuerzos que la administración delegacional realiza durante los años sesenta y finales de los setenta pues para **dar mayor oferta cultural** sin distinción de otro tipo a los habitantes de la recién creada zona habitacional de El Rosario y se dan cuenta que es un monstruo, es un mar de gente que es el hacinamiento más grande de Latinoamérica en un solo lugar y que no tiene servicio, entonces aprovechando un terreno donde van a tirar cascajo de las mismas obras, tierra y demás pues deciden levantar ahí un parque para que la gente tenga acceso a áreas verdes, cosa que se les olvidó en el proyecto original de la Unidad El Rosario, más las otras Unidades que se empezaron a construir como Hidalgo, Francisco I. Madero, Francisco Villa y otras más en donde no son suficientes las áreas verdes, entonces se lanza un concurso y el Arquitecto Mario Scherna es quien va a ganar este concurso porque más que nada, independientemente de que si es original o no el proyecto, su proyecto lo que promueve es no mover los grandes cerros de cascajo que hay ahí, sino que los va aprovechar para construir este diseño de Valle de México hacia el siglo XV o XVI con su lago en medio, con una serie de instalaciones en donde no hay nada contemplado con la **oferta cultural**, más bien es de corte recreativo.

## *Casa de cultura*

En una bodega es a donde van a votar esto que ahora es la "Casa de Cultura" y que eventualmente le prestan la Sala Tezozomoc, la principal, esta en donde estamos, para que aquí monten alguna exposición pictórica, fotográfica, hagan algún recital poético, de música, muy sencillo y esa es toda es toda la actividad cultural que hay en Azcapotzalco hasta 1988. El Parque Tezozomoc se inaugura hacia 1982 y ya no hay mas, entonces este mismo patronato se acerca a todos los demás delegados, y otras Asociaciones Civiles que tienen algo que ver con la vida cultural en Azcapotzalco, que además de alguna manera se ve enriquecida con el establecimiento de escuelas de corte educativo superior, CCH, los dos Bachilleres, las Vocacionales de nivel técnico y después se establecieron escuelas superiores como la ESIME, y finalmente la UAM, son las que van a implementar la oferta cultural pero que obviamente va dirigida a su alumnado y que algunos familiares o vecinos de estos lugares, y que saben, se van a acercar y a disfrutar, pero fuera de ahí no hay absolutamente nada, entonces se empiezan a generar una serie de esfuerzos a nivel particular, a crearse una serie de asociaciones, algunas de ellas principalmente, su fuerte es lo económico, son industriales, comerciantes y esto les van a provocar a las administraciones que se cree una Casa de Cultura, originalmente va a ser hacia 1990 cuando siendo delegado David Jiménez González presta atención y dice bueno ¿Dónde? Y todos dicen pues en el Parque Tezozomoc pero este lugar a pesar de que tenga espacio y mucha área verde donde construir le queda lejos a la gente de Azcapotzalco y pues este lugar esta pensado para los que viven en las unidades habitacionales y barrios cercanos como San Juan Tlihaca, por ejemplo, colonias, nuevas como Las Trancas, Tezozomoc, Ampliación Petrolera están ahí, pero a los que vivimos alrededor de Azcapotzalco pues nos quedaba lejos, tentativamente, aunque en 10 minutos ahora estamos ahí pero implica trasladarse, entonces se le pide que sea en el antiguo edificio delegacional porque a finales de los 50's y principios de los 60's se construye el actual mercado de Azcapotzalco y el edificio delegacional, la sede, entonces aquí

solamente esta el Registro Civil, las oficinas de tránsito, la junta de reclutamiento, para el servicio militar y dos o tres oficinas de servicio y todo lo demás está completamente abandonado, y deciden hacerlo pero viene un pleito entre el delegado y la gente del patronato de Casa de Cultura, entonces el delegado se da cuenta de esto y los manda al carajo y se apoya en otras asociaciones, industriales, comerciantes somos dos o tres, porque si tu ves la placa que está en la entrada de Casa de la Cultura está el nombre de todos los que participamos en la creación de esta Casa de Cultura que aprovecha la coyuntura que tiene de que el edificio es fundado en 1891 y que viene en centenario y ahí se inaugura como tal, como Casa de Cultura, remozada conservando la parte original, que es el estilo francés, todo lo demás va ser de estilo hacienda morelense, Hidalgo es originario de Morelos, fue presidente Municipal de Cuernavaca, tiene algunas cositas de estilo colonial morelense y lo plasma aquí y entonces inicia la batalla para que la gente en Azcapotzalco se empiece a acostumbrar a que **hay una oferta cultural nueva**, la primera directora, María Esther Pérez Márquez se paraba en la puerta de la Casa de Cultura y agarraba a la gente que pasaba del brazo y los metía a la fuerza y le decía "pásele", "tenemos una exposición pictórica, un concierto de piano, vamos a presentar libros, vamos a hacer muchas cosas y es gratuito", "pásele", porque la gente no entraba y pasaron años y años, e incluso te puedo decir que a 15 años de existencia como Casa de Cultura, todavía hay personas que vienen a preguntar por el Registro Civil aquí, porque aquí estaban antes las oficinas y ha costado muchísimo trabajo desde entonces.

**KARLA:** ¿Al momento de construir la Casa de la Cultura si se pensó en lo que se le iba a ofrecer a la gente?

**CRONISTA:** Se pensó que fuese un edificio bonito, y la Casa de Cultura de Azcapotzalco es una de las más bonitas del DF, aunque los de Coyoacán se paren de cabeza, se rasguen el cabello, se jalen las vestiduras y digan que la *Reyes Heróles*, es muy grande y tiene unos jardines grandes pero es fea

realmente, la única Casa de Cultura bonita es esta, los de Benito Juárez presumen que tienen la mayor cantidad de Casas de Cultura, pero Iztapalapa puede presumir a mucha honra que la mayoría de sus casas de cultura no están en manos de la Delegación sino de grupos vecinales, quienes los están manejando.

**KARLA:** De hecho hay mucha oferta cultural en Iztapalapa ¿no? ¿Ha crecido?

**CRONISTA:** Si, más con el establecimiento del Faro de Oriente que aquí se ha querido rescatar estas instalaciones que por el rumbo del Metro Rosario, se empezó a levantar y que originalmente en época de Margarita Saldaña se iba a construir lo que sería el *Centro de las Artes de Azcapotzalco*, pero se acabó la administración y no terminaron el proyecto, de igual manera durante la administración del 1998 al 2000 se empezaron a instalar lo que es el Archivo Histórico, Casa de Bombas, a partir del financiamiento que la Secretaría de Desarrollo Urbano dio para hacerle una manita de gato al Centro Histórico de Azcapotzalco y que nada más sirvió para podar árboles, pintar y arreglar la Casa de Bombas y luego ahí se instaló el Archivo histórico que antes se encontraba en un casa duplex en la Unidad de San Marcos y ahí les llovía, se inundó y ahí fue a parar, se tenía pensado abrir un corredor atrás del Archivo histórico, de corte cultural pero nunca hubo los millones para cambiar esos edificios y menos para transformarlos y entonces ahí se quedó e inició la construcción de algo que pomposamente les llamaron "museos", el **Museo de Azcapotzalco**, que en realidad nada más fue darle una manita de gato a este galeronzote, bodega que había en el Parque Tezozomoc e iniciaron los cimientos del nuevo museo y lo dejaron a la mitad, entonces con Margarita Saldaña a partir del 2000 se terminó la construcción de esos lugares y surgen el **Museo Regional de Azcapotzalco** y el **Tridimensional**, ninguno de los dos son museos, en realidad son galerías porque no tienen un acervo donde sus exposiciones son temporales y vienen siempre de fuera. A estos "museos" les llamaron de "Arte Tridimensional" para

que no se viera muy obvio que era un museo escultórico, ahora lo han hecho más, su abanico de posibilidades es más amplio, hay más cosas que lo escultórico, ¿porque no es escultórico? Porque la delegada de ese entonces se suponía que era escultora y en realidad lo construyó para ella y sus cuates y ellos expusieron y el otro de "Arte Regional" o "Museo Regional de Azcapotzalco" se ha quedado como un elefantote blanco.

### **Casa de Cultura**

La Casa de Cultura de Azcapotzalco quedó muy bonita pero nunca los arquitectos que participaron en la obra le preguntaron a una maestra de danza, de música o a un bailarín, o algún escritor que necesidades debe de contar un espacio para impartir cursos , entonces hay ocasiones en donde hay conciertos en el Salón Cervantino y no se escucha nada porque nunca pensaron en la acústica, fueron muchos años después cuando metieron espejos en una de las salas del Salón Cervantino para la gente de danza porque no lo habían pensado, porque además está la duela y en lugar de hacerlo en el foro abierto, en donde supuestamente esas bodegas que hay al fondo y serian los camerinos donde se presentasen, pensaron en que ahí iban a bailar pero no pensaron que tendría que ser sobre el piso duro y como eso todo lo demás, por ejemplo, los farolotes tan gigantescos en las salas son muy absurdos, igual que el vitral que está al subir las escaleras, que se llama las nueve musas, entonces tu lo ves y solamente hay cuatro musas, yo creo que se rolan por turnos o las otras cinco se fueron a dormir.

En los últimos años se han hecho esfuerzos por parte de las administraciones delegacionales de abrir nuevos espacios, por ejemplo, la Casa de la Palabra, el Foro Hormiguita, el Calpulli, la Sala Fernando Montes de Oca, que es un gallinero y dos o tres cosas más que no han trascendido y es muy local lo que se da, en Santa Maria en un predio que ahora tienen totalmente abandonado y que sirve para guardar carros y bueno lo que ahora vienen son las ofertas de corte

particular, por ejemplo, aquí frente a Casa de Cultura hay comercios y arriba un cafesito que es un espacio que va dirigido a una población que en realidad nadie ha pelado, los jóvenes, entonces este lugar llamado "el segundo piso" ha sido muy exitoso por eso y aquí en Azcapotzalco ha sido muy interesante y así ha pasado con algunos comercios que están alrededor del Jardín Hidalgo que al parecer son concesiones que dan algunos funcionarios de las administraciones a sus familiares y así se la pasan porque **no hay programas que sean a corto, mediano y largo plazo, después de inaugurada la Casa de la Cultura**, se quiso hacer la creación de los Consejos Delegacionales de Cultura e invitaron a todo mundo, a todas las asociaciones y nunca dieron presupuesto, algunos de estos consejos que se instalaron se convirtieron en Asociaciones Civiles, Tlalpan se sigue llamando *Consejo de Cultura de la Delegación Tlalpan*, en Azcapotzalco se llama "**Azcapotzalco en la Cultura**" pero solo quedaron en proyecto y dan solo el chispazo y pagan una publicación o una presentación, un concierto, son realmente "mitos", pólvora que se quema y no hay programas oficialmente, hemos tenido como delegadas a dos personas que se suponía estaban involucradas en el ámbito cultural, Margarita Saldaña y Laura Velázquez y durante seis años no ha habido un Programa de Cultura en Azcapotzalco, se van por el evento y se caen en cosas tan absurdas como el Primer Festival Cultural en Azcapotzalco, donde se gastaron todo el presupuesto de un año para cultura en este Festival porque son gente que no sabe que hacer con tanto dinero y se lo gastaron en una sola cosa.

En conclusión se puede decir que la oferta cultural en Azcapotzalco es reciente, estamos hablando de que la Casa de Cultura hacia 1991 como una instalación cultural o física, pero ya existía esto que se llamaba el Foro Cultural de Azcapotzalco que previamente había sido el Cine- Teatro Virginia Fabregas, entre los 40's y 50's del siglo pasado y obviamente Azcapotzalco tenía otra serie de ofertas culturales que principalmente eran de corte particular, no tanto oficial, volviendo a este tipo de instalaciones existió el Cine Teatro Ángela Peralta, el Cine Azcapotzalco donde está este edificio en Azcapotzalco o Cine

Rosita, existió el Cine Clavería como auditorio, entonces de manera oficial fuera de esto del Foro Cultural no se tenían más que dos o tres cosas, en los años setentas principalmente se arreglaron algunos espacios verdes y se les instaló en kioscos que desde se crearon la idea es que fuesen foros para que la gente del pueblo fuese a escuchar a la orquesta sinfónica de Azcapotzalco y otras delegaciones y a su alrededor se diesen los bailes y todo ello, esa es la finalidad de los kioscos que hoy en día los tenemos como una cosa bonita pero como un elefante blanco porque no están funcionando como debían funcionar y actividades que son realmente muy sencillas.

**KARLA:** Muchas gracias.

---

# **ANEXO 2**





		1.1.1.4 Medios de comunicación	<p>1.1.1.4.1 Preferencia de programas en televisión</p> <p>1.1.1.4.2 Preferencia de programas en radio</p>	<p>1.1.1.2.8 Jazz 1.1.1.2.9 Ska 1.1.1.2.10 Reggea 1.1.1.2.11 Trova 1.1.1.2.12 Banda 1.1.1.2.13 Punk 1.1.1.2.14 Otros</p> <p>1.1.1.1.4.1 Culturales 1.1.1.1.4.2 Informativos 1.1.1.1.4.3 Musicales 1.1.1.1.4.4 Educativos 1.1.1.1.4.5 Deportivos 1.1.1.1.4.6 Otros</p> <p>1.1.1.1.1.4.1 Gusto 1.1.1.1.1.4.2 Moda 1.1.1.1.1.4.3 Programas 1.1.1.1.1.4.4 Contenido 1.1.1.1.1.4.5 Entretenimiento</p> <p>1.1.1.1.4.2.1 Culturales 1.1.1.1.4.2.2 Informativos 1.1.1.1.4.2.3 Musicales 1.1.1.1.4.2.4 Educativos 1.1.1.1.4.2.5 Deportivos</p>	<p>¿Por qué motivo escuchas esos géneros?</p> <p>Gusto Moda Letras de las canciones Por la Música</p> <p><b>Pregunta No. 8</b></p> <p>¿Qué tipos de programas prefieres ver en televisión?</p> <p><b>Pregunta No. 9</b> ¿Qué canales de televisión abierta prefieres ver?</p> <p>2,4,5,7,9,11,13,22,28,34,y40</p> <p><b>Pregunta No.10</b> ¿Por qué motivo prefieres esos programas?</p> <p><b>Pregunta No. 11</b></p> <p>¿Qué tipos de programas prefieres escuchar en la radio?</p> <p><b>Pregunta No. 12</b></p>
--	--	--------------------------------	--	--	---

				<p>1.1.1.1.4.2.1 Gusto  1.1.1.1.4.2.2 Moda  1.1.1.1.4.2.3 Programas  1.1.1.1.4.2.4 Contenido  1.1.1.1.4.2.1 Entretenimiento</p>	<p>¿Qué estaciones de radio escuchas?</p> <p><b>Pregunta No. 13</b></p> <p>¿Por qué motivo prefieres esos programas?</p>
			<p><b>1.1.1.4.3 Cine y películas</b></p>	<p>1.1.1.4.3.1 Sí  1.1.1.4.3.2 No</p> <p>1.1.1.4.3.3 Moda  1.1.1.4.3.4 Actores  1.1.1.4.3.5 Temática  1.1.1.4.3.6 Género  1.1.1.4.3.7 Director</p>	<p><b>Pregunta No. 14</b></p> <p>¿Asistes regularmente al Cine?</p> <p><b>Pregunta No. 15</b></p> <p>¿Por qué motivo ves una película?</p>
			<p><b>1.1.1.4.4 Uso de Internet</b></p>	<p>1.1.1.4.4.1 Si  1.1.1.4.4.2 No</p> <p>1.1.1.4.4.3 Bajar Música  1.1.1.4.4.4 Chatear con mis amigos  1.1.1.4.4.5 Información para mis tareas escolares</p>	<p><b>Pregunta No. 16</b></p> <p>¿En que prefieres gastar tu dinero?</p> <p><b>Pregunta No. 17</b></p> <p>¿Has utilizado alguna vez Internet?</p> <p><b>Pregunta No. 18</b></p> <p>¿Por que motivo has utilizado Internet?</p>

		1.1.1.5 El valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio		1.1.1.4.4.6 Correos 1.1.1.4.4.7 Información para eventos culturales 1.1.1.4.4.8 Entrenimiento 1.1.1.4.4.9 Otros	
			1.1.1.6 Consumo Cultural enfocado en la Delegación Azcapotzalco	1.1.1.5.1 Título 1.1.1.5.2 Trabajo 1.1.1.5.3 Casado y con hijos 1.1.1.5.4 Posgrado	<b>Pregunta No. 19</b> ¿Cómo te ves en el futuro? Enumera del 1 al 4 de acuerdo a tu preferencia.
				1.1.1.6.1 Si 1.1.1.6.2 No	<b>Pregunta No. 21</b> ¿Alguna vez haz asistido a algún evento cultural en tu Delegación?
<b>2. Oferta cultural.</b> Es la presencia en el ambiente geográfico de posibilidades de acceso y disfrute de los bienes culturales producidos por una red desigual de las instituciones precisas y especializadas. González, Jorge (1994)	<b>2.1 Ambiente geográfico</b>  <b>2.2 Bienes Culturales</b>  <b>2.3 Instituciones</b>	<b>2.1.2 País/Ciudad/Delegación</b>  <b>2.2.1 Cultural</b> <b>2.2.2 Económico</b> <b>2.2.3 Simbólico</b>  <b>2.3.1 Públicas</b> <b>2.3.2 Privadas</b>	<b>2.1.2.1 Preguntas enfocadas en la zona de estudio</b>  <b>2.2.1.1 Nivel socioeconómico</b>	<b>2.1.2.1.1 Delegación Azcapotzalco</b>  <b>2.2.1.1. Datos sociodemográficos</b>  <b>2.3.1.1 Eventos gratuitos</b> <b>2.3.1.2 Eventos No Gratuitos</b>	<b>Preguntas enfocadas de la 22 a la 30</b>  <b>Preguntas de la 1 a la 4</b>  <b>Pregunta No. 31</b> ¿Consideras que es mucha la diferencia entre los eventos culturales gratuitos de los no gratuitos?

<p><b>3. Jóvenes/Juventud</b>  La juventud es una categoría construida culturalmente, no se trata de una "escencia" y, en tal sentido, la mutabilidad de los criterios que fijan los límites y los comportamientos de lo juvenil, esta necesariamente vinculado a los contextos socio históricos, producto de las relaciones de fuerza en una determinada sociedad.  Reguillo, Rossana  Según Pierre Bourdieu "La Juventud no es mas que una sola palabra" (1990).</p> <p>Fase de la vida individual comprendida entre la pubertad fisiológica (condición natural). Este termino designa una fase del desarrollo que se encontrará en todas las sociedades y momentos históricos, este es el de juventud (Pérez, 2000).</p>	<p><b>3.1 Categoría</b>  Construida Culturalmente</p>	<p><b>3.1.1 Incorporados</b>  <b>3.1.2 disidentes</b></p>	<p><b>3.1.1.1 Jóvenes y Política</b></p>		<p><b>Pregunta No. 35</b>  ¿Consideras que politicamente los jóvenes estas preparados para participar en la sociedad?</p>
---	---	---	--	--	---

# **ANEXO 3**

Nombre: \_\_\_\_\_  
 Sexo: M [ ] F [ ]  
 Edad: \_\_\_\_\_ Ocupación: \_\_\_\_\_  
 Nivel de Escolaridad: \_\_\_\_\_ Estado Civil: \_\_\_\_\_  
 Colonia: \_\_\_\_\_

**Lee con atención las siguientes preguntas y por favor contesta tachando la opción(es) que consideres correcta(s).**

1. ¿Con quien vives?

- [ ] Padres y/o hermanos
- [ ] Familiares
- [ ] Amigos
- [ ] Solo
- [ ] Otro: \_\_\_\_\_

2. ¿Quiénes trabajan en tu familia?

- [ ] Padre
- [ ] Madre
- [ ] Ambos
- [ ] Hermanos
- [ ] Familiares
- [ ] Otro: \_\_\_\_\_

3. ¿Cuánto dinero te gastas a la semana? (Incluye gastos personales y pasajes)

- [ ] 50 pesos
- [ ] 100 pesos
- [ ] 200 pesos
- [ ] 300 pesos
- [ ] 400 pesos
- [ ] Mas de 400 pesos

4. ¿De los siguientes aparatos y servicios con cuáles cuentas en tu casa?

- |                          |                         |
|--------------------------|-------------------------|
| [ ] Televisión           | [ ] Lavadora            |
| [ ] Radio                | [ ] Horno de microondas |
| [ ] Televisión por cable | [ ] Tostador            |
| [ ] Internet             | [ ] Cafetera            |
| [ ] Línea telefónica     | [ ] Computadora         |

5. De las siguientes actividades, ¿cuáles son las que realizas con mayor frecuencia?

- Ir al cine
- Ver televisión
- Escuchar música
- Asistir a museos, exposiciones, obras, eventos culturales, etc.
- Leer libros
- Practicar deporte
- Participar en alguna asociación civil
- Ir a conciertos
- Ir a fiestas
- Reunirme con mis amigos

6. ¿Cuáles son los géneros de música que más escuchas?

- |                                      |                                      |
|--------------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Rock        | <input type="checkbox"/> Pop         |
| <input type="checkbox"/> Clásica     | <input type="checkbox"/> Norteña     |
| <input type="checkbox"/> Electrónica | <input type="checkbox"/> Metal       |
| <input type="checkbox"/> Gruperá     | <input type="checkbox"/> Jazz        |
| <input type="checkbox"/> Ska         | <input type="checkbox"/> Reggae      |
| <input type="checkbox"/> Trova       | <input type="checkbox"/> Banda       |
| <input type="checkbox"/> Punk        | <input type="checkbox"/> Otros _____ |
| <input type="checkbox"/> Happy Punk  |                                      |

7. ¿Por qué motivo escuchas esos géneros?

- Gusto
- Moda
- Letras de las canciones
- Por la Música

8. ¿Qué tipos de programas prefieres ver en televisión?

- Culturales
- Informativos
- Musicales
- Educativos
- Deportivos
- Otros \_\_\_\_\_

9. ¿Qué canales de televisión abierta prefieres ver?

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

10. ¿Por qué motivo prefieres esos programas?



- Gusto
- Moda
- Contenido
- Entretenimiento

11. ¿Qué tipos de programas prefieres escuchar en la radio?

- Culturales
- Informativos
- Musicales
- Entretenimiento
- Deportivos
- Educativos

12. ¿Qué estación(es) de radio escuchas? \_\_\_\_\_

13. ¿Por qué motivo prefieres esos programas?

- Gusto
- Moda
- Programas
- Contenido
- Entretenimiento

14. ¿Asistes regularmente al Cine?

- Sí
- No

15. ¿Por qué motivo ves una película?

- Moda
- Actores
- Temática
- Género
- Director

16. ¿En qué prefieres gastar tu dinero?

17. ¿Has utilizado alguna vez Internet?

- Sí
- No

18. ¿Por que motivo has utilizado Internet?

- Bajar música
- Chatear con mis amigos
- Información para mis tareas escolares

- Correos
- Información para eventos culturales
- Entretenimiento
- Otros \_\_\_\_\_

19 ¿Cómo te ves en el futuro? Enumera del 1 al 4 de acuerdo a tu preferencia.

- Título
- Trabajo
- Casado y con hijos
- Posgrado

20 ¿En qué lugares te reúnes regularmente con tus amigos? Enumera del 1 al 3 en donde lo hagas más frecuente.

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Escuela                | <input type="checkbox"/> Centros comerciales           |
| <input type="checkbox"/> Casa                   | <input type="checkbox"/> Parque                        |
| <input type="checkbox"/> Plaza                  | <input type="checkbox"/> Calle                         |
| <input type="checkbox"/> Áreas deportivas       | <input type="checkbox"/> Antros, bares, cantinas, etc. |
| <input type="checkbox"/> Organizaciones civiles | <input type="checkbox"/> Otros _____                   |
| <input type="checkbox"/> Barrio                 |  |

21 ¿Alguna vez haz asistido a algún evento cultural en tu Delegación? (Si contestas que no pasa a la pregunta No. 31).

- Si       No

22 ¿Qué tipo de evento era?

- Obra teatral  Exposición  Musical  Concierto  Festival  Performance
- Recital de piano       Otro \_\_\_\_\_

23 ¿Recuerdas en donde se realizó este (o estos) evento(s)?

- Casa de Cultura  Parque Tezozomoc  Museos Tridi o Arte Regional
- Jardín Hidalgo  Explanada Delegacional  Otro \_\_\_\_\_

24 ¿Cómo te enteraste de este evento o en general de los eventos culturales en tu Delegación?

- Por amigos  Por carteles  Porque asistes frecuentemente a eventos culturales
- Por Internet  No me entero

25 ¿Con qué frecuencia asistes?

Una vez a la semana  Una vez al mes  Cada 3 meses  Solo cuando hay Festival

26 ¿Tú como espectador disfrutas de los espacios y los eventos realizados por la Delegación?

Si  No

¿Porque? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

27 ¿Qué tan importantes son los espacios culturales para tí?

Muy Importantes  Importantes  Regularmente importantes  Nada importantes

¿Porqué? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

28 ¿Cómo consideras lo que ofrece culturalmente la Delegación?

Muy Bueno  Bueno  Regularmente Bueno  Poco Bueno  Nada bueno

29 ¿Lo que te ofrece culturalmente la Delegación Azcapotzalco cumple con tus expectativas?

Si  No

¿Porqué? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

30 ¿Con cuál de las ofertas culturales que propone la Delegación Azcapotzalco te identificas más?

Talleres  Obras de teatro  Exposiciones  Conciertos o eventos musicales

Otros \_\_\_\_\_

31 ¿Consideras que existe mucha diferencia entre los eventos culturales gratuitos de los no gratuitos?

Si  No

¿Porqué? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

32 ¿Regularmente en que zona del Distrito Federal acudes más a los eventos culturales?

Zona Norte  Zona Centro- sur  Zona oriente   
Otra \_\_\_\_\_

33 Tú como joven ¿que propondrías culturalmente en tu Delegación?

Mas museos  Mas talleres  Mas opciones culturales  Otras

¿Porqué? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

34 Cuando asistes a un evento cultural en la Delegación, ¿de qué manera interactúas?, es decir:

bailas  cantas  Propones  Participas  Otras

35 ¿Consideras que políticamente los jóvenes están preparados para participar en la sociedad?

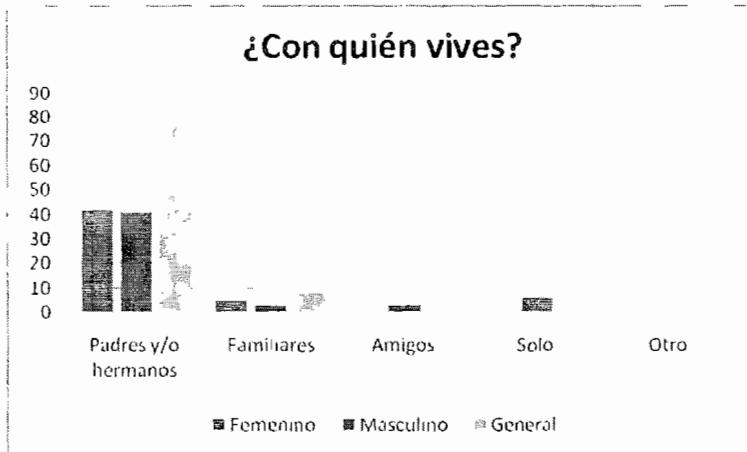
Si  No

¿Porqué? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

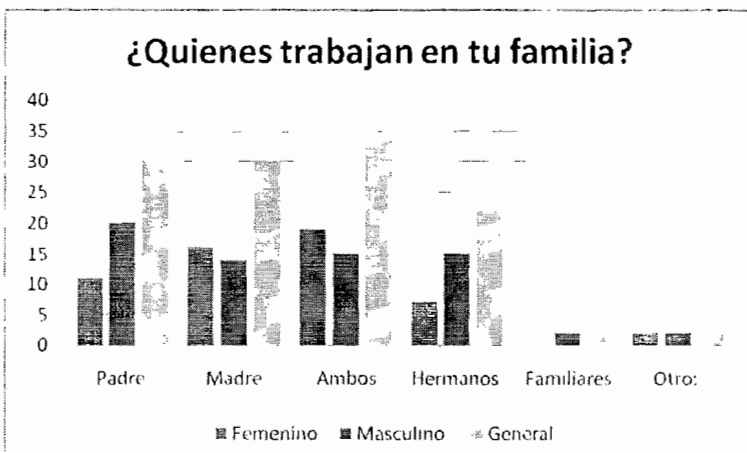
Gracias por tu colaboración

# **ANEXO 4**

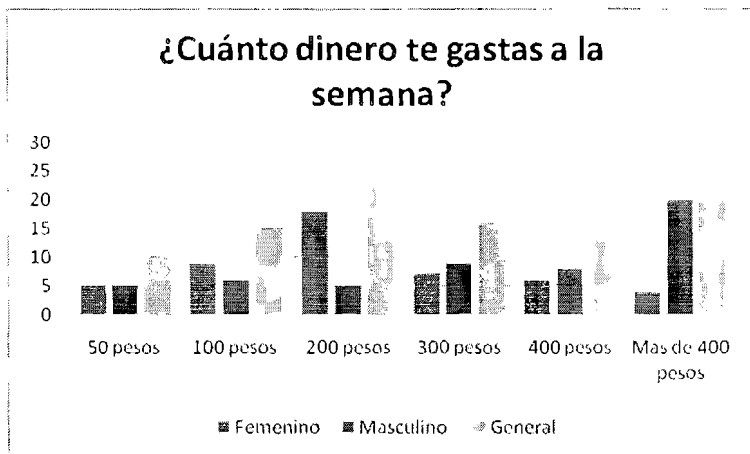
Pregunta No. 1



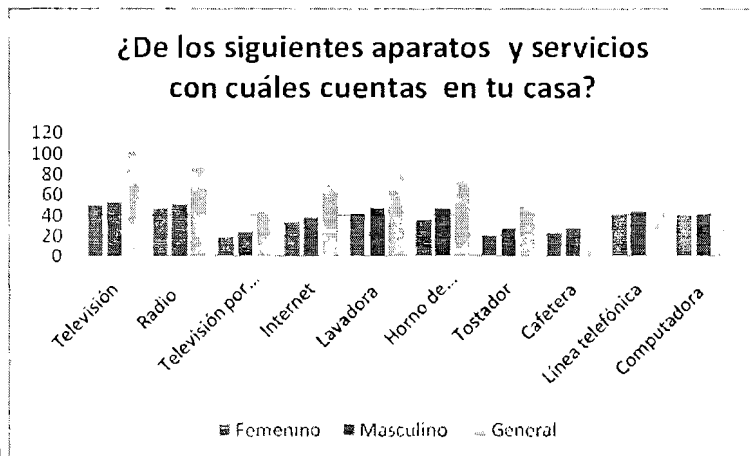
Pregunta No. 2



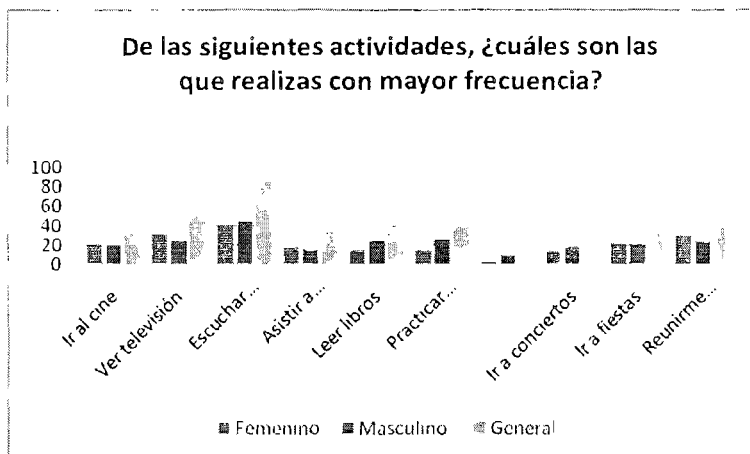
Pregunta No. 3



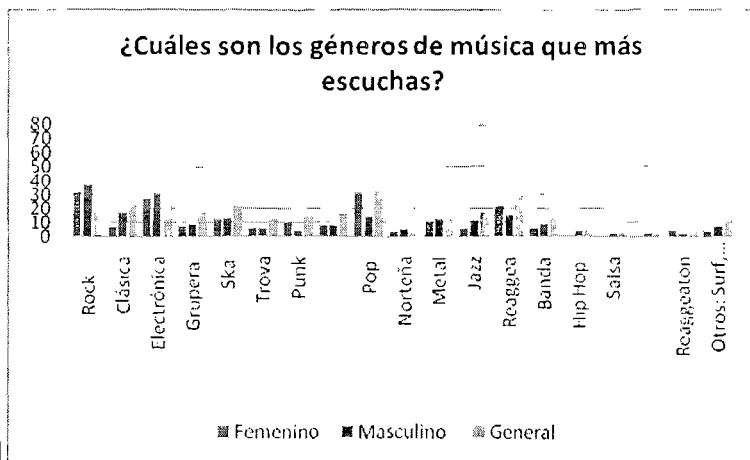
Pregunta No. 4



Pregunta No. 5

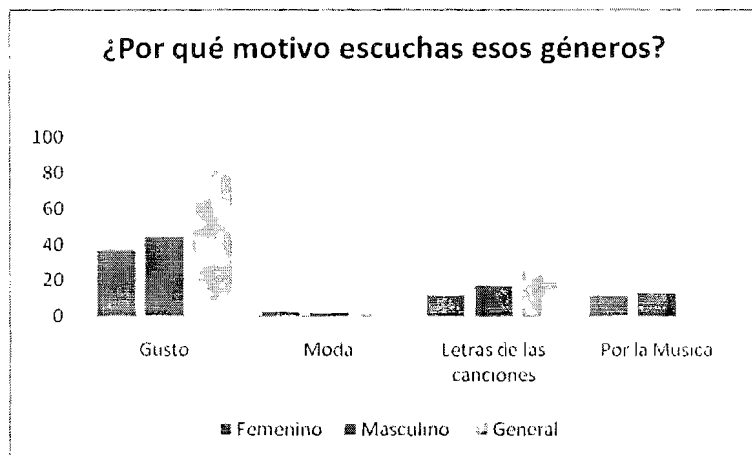


Pregunta No. 6

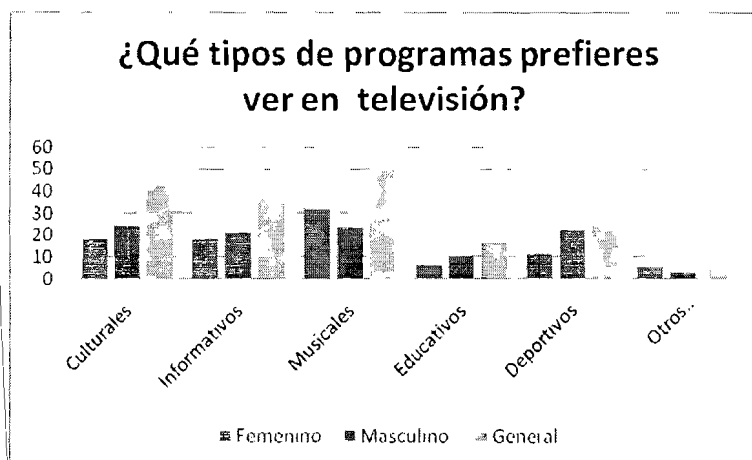




Pregunta No. 7

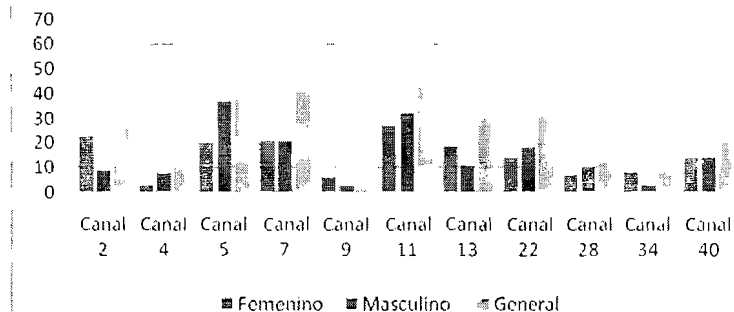


Pregunta No. 8



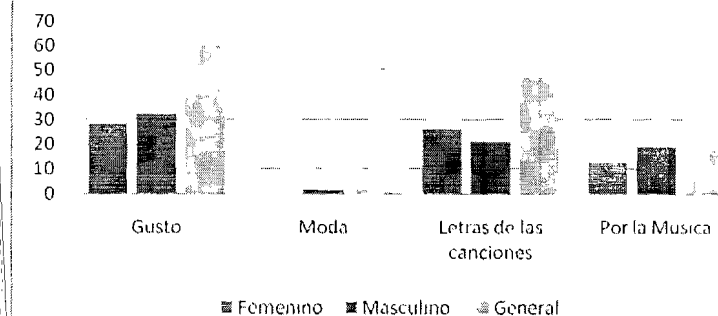
Pregunta No. 9

¿Qué canales de televisión abierta prefieres ver?



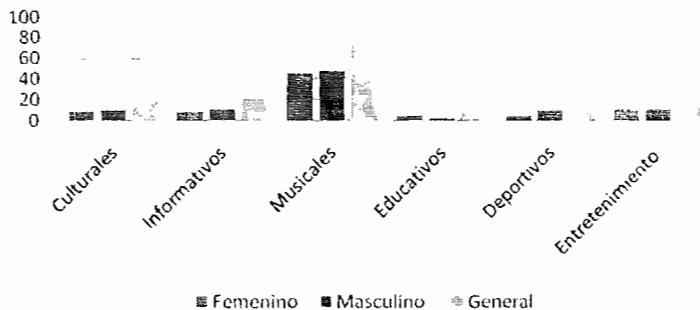
Pregunta No. 10

¿Por qué motivo prefieres esos programas?



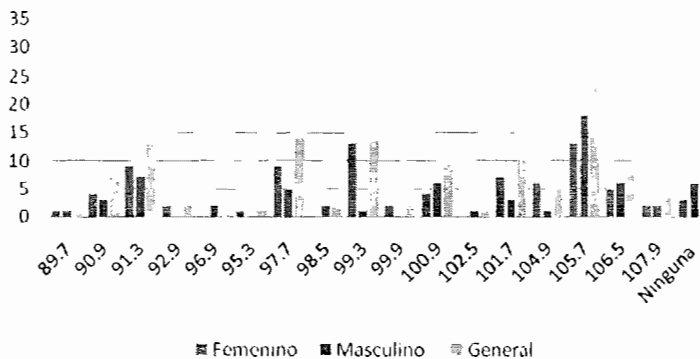
Pregunta No. 11

¿Qué tipos de programas prefieres escuchar en la radio?



Pregunta No. 12

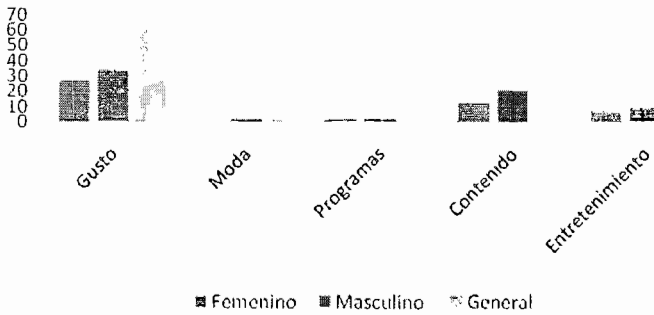
¿Qué estación(es) de radio escuchas?



Pregunta No. 13

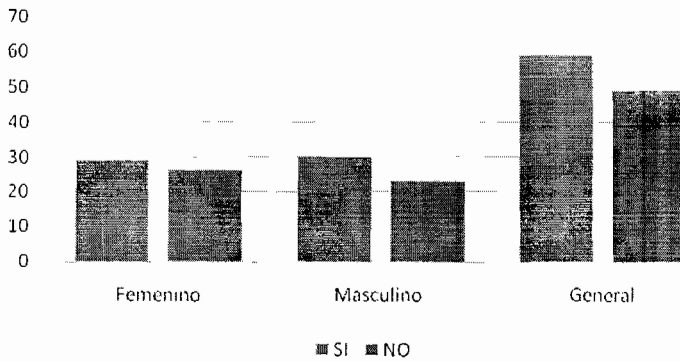


### ¿Por qué motivo prefieres esos programas?

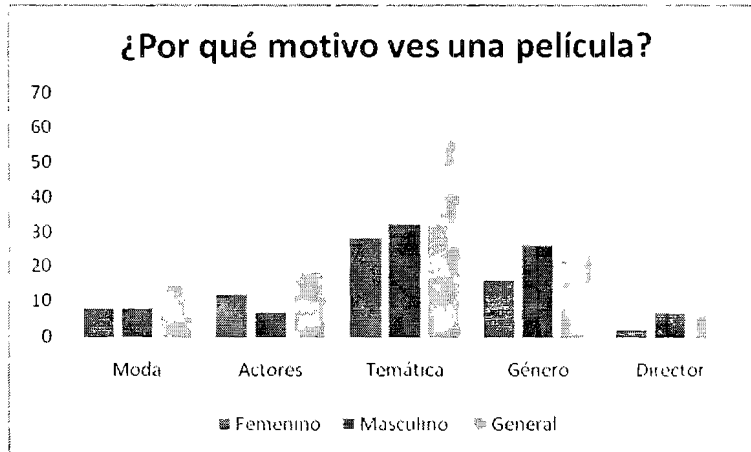


Pregunta No. 14

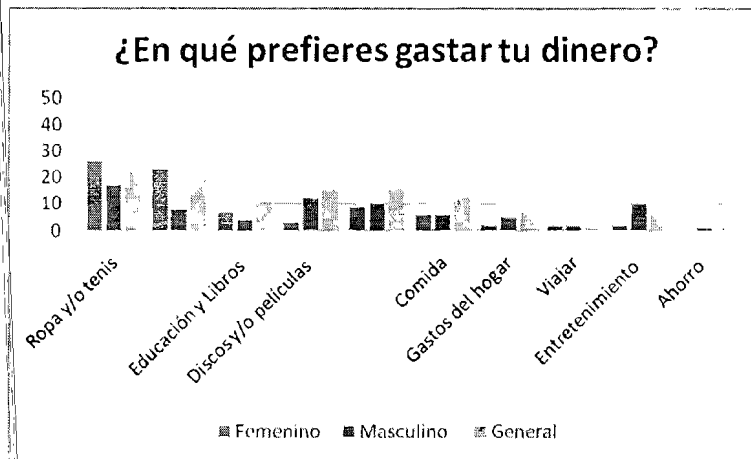
### ¿Asistes regularmente al Cine?



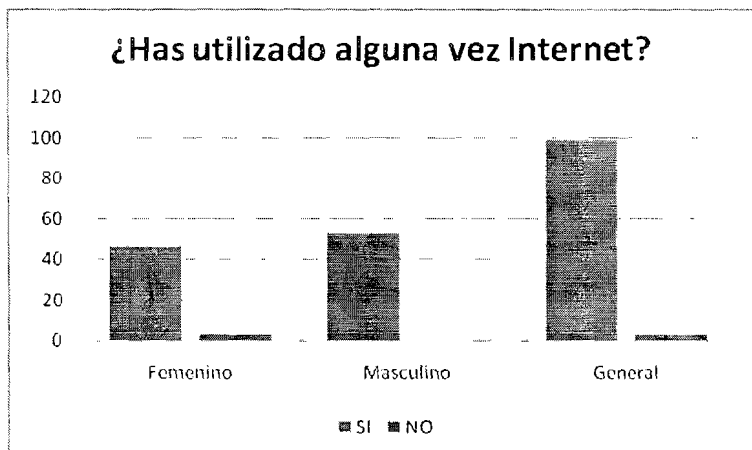
Pregunta No. 15



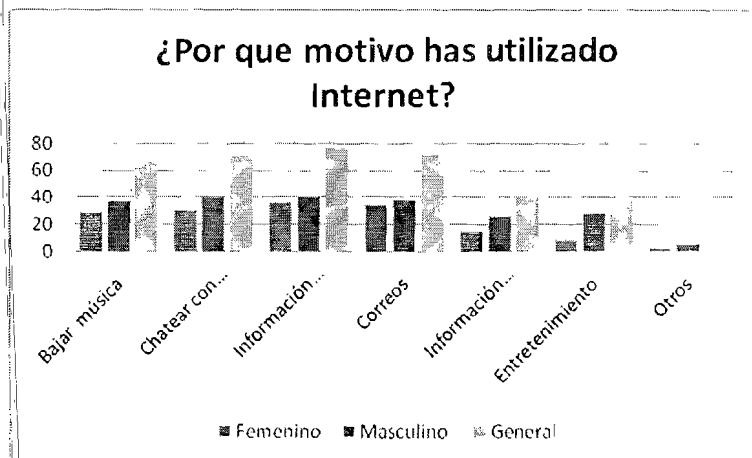
Pregunta No. 16



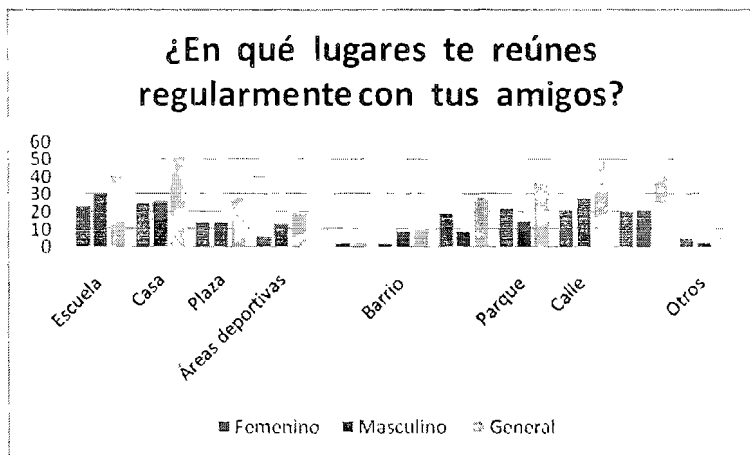
Pregunta 17



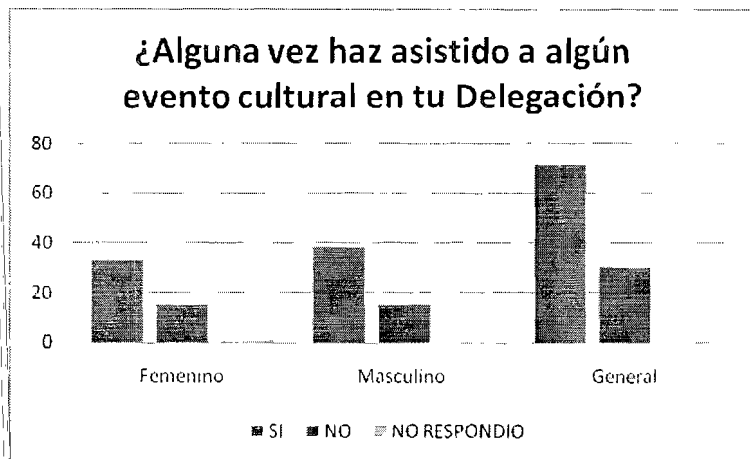
Pregunta 18



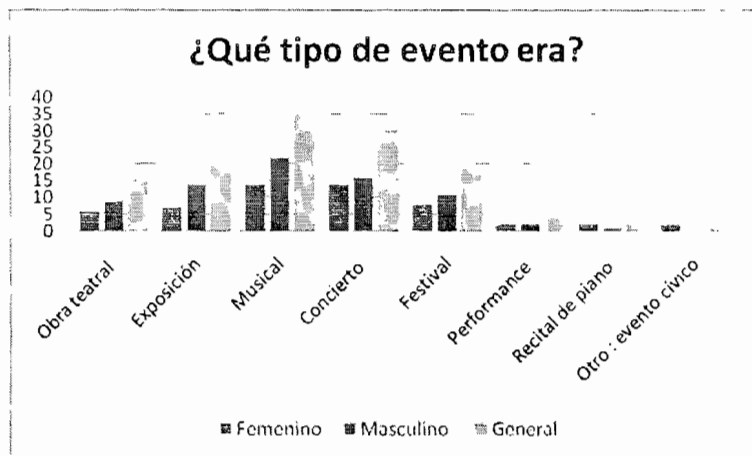
Pregunta 20



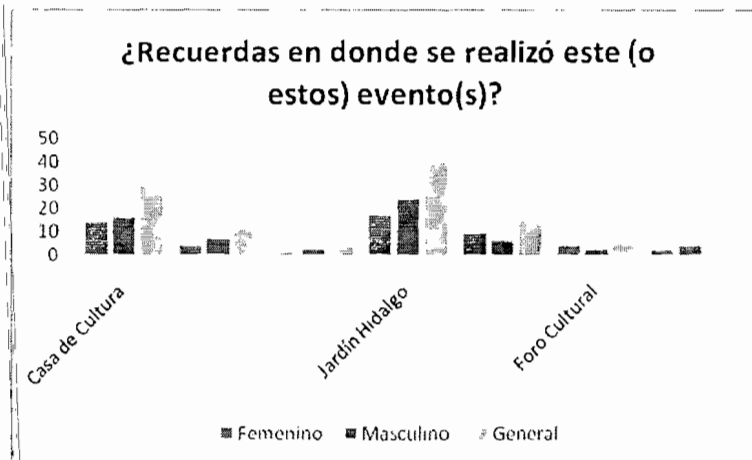
Pregunta 21



Pregunta 22



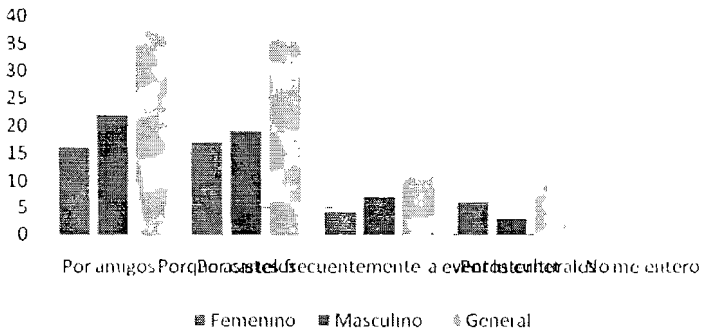
Pregunta 23





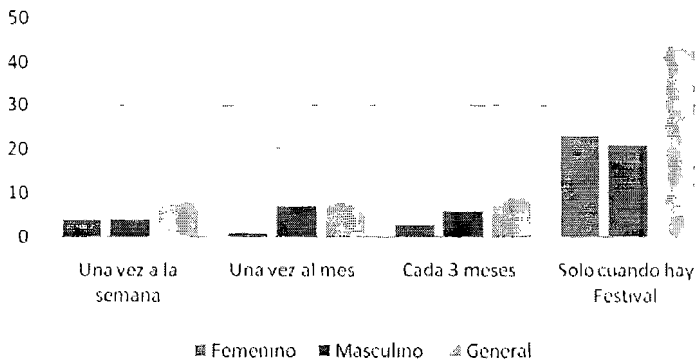
Pregunta 24

¿Cómo te enteraste de este evento o en general de los eventos culturales en tu Delegación?



Pregunta 25

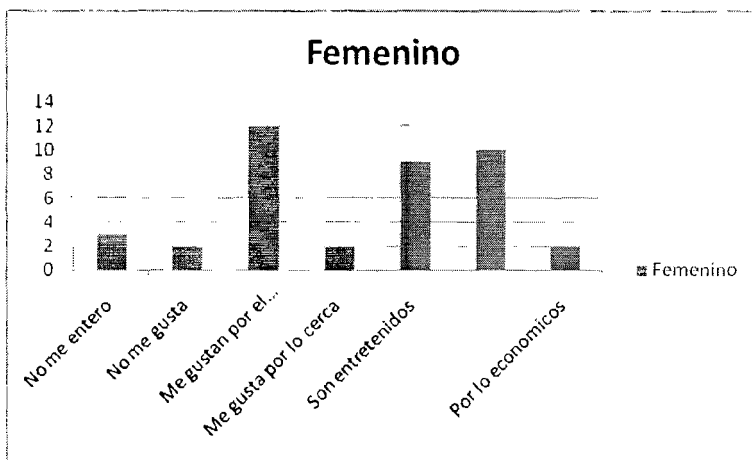
¿Con qué frecuencia asistes?

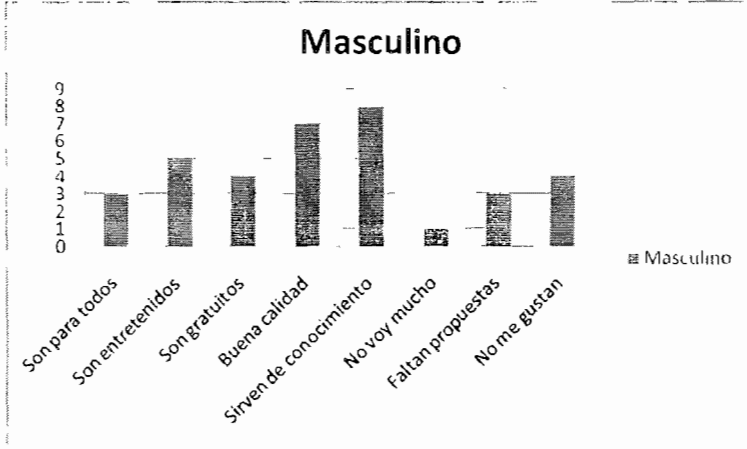


Pregunta 26

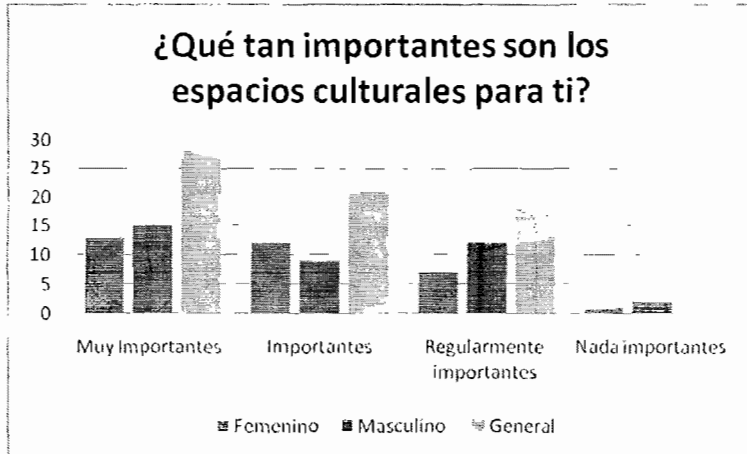


¿Porqué?

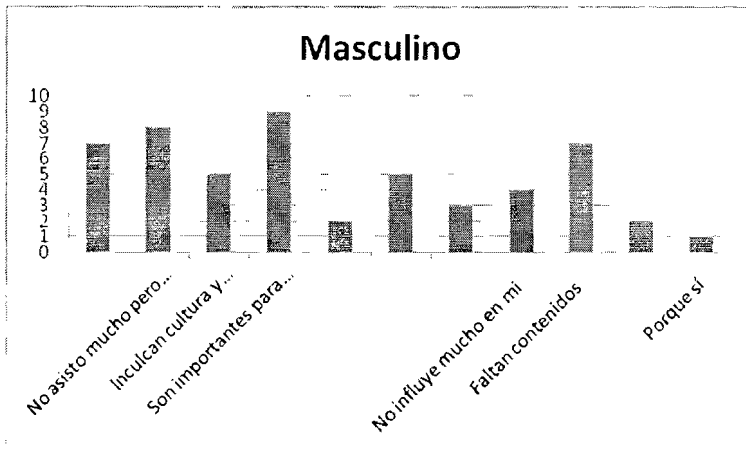
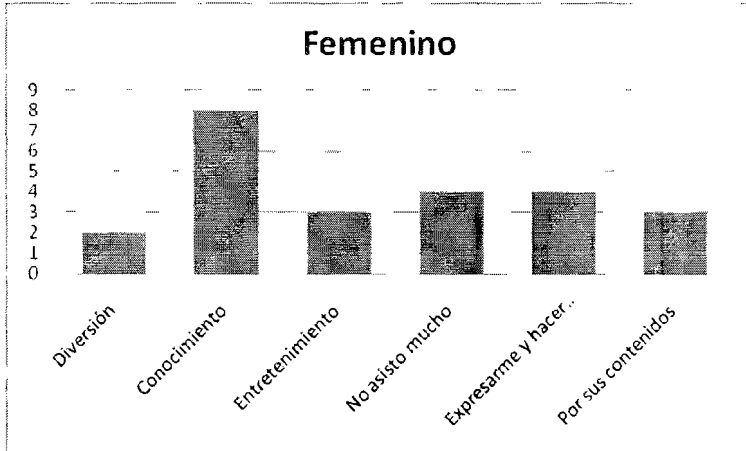




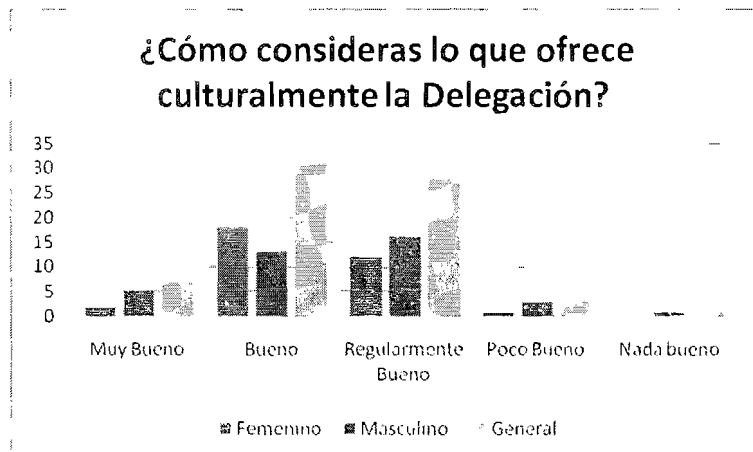
Pregunta 27



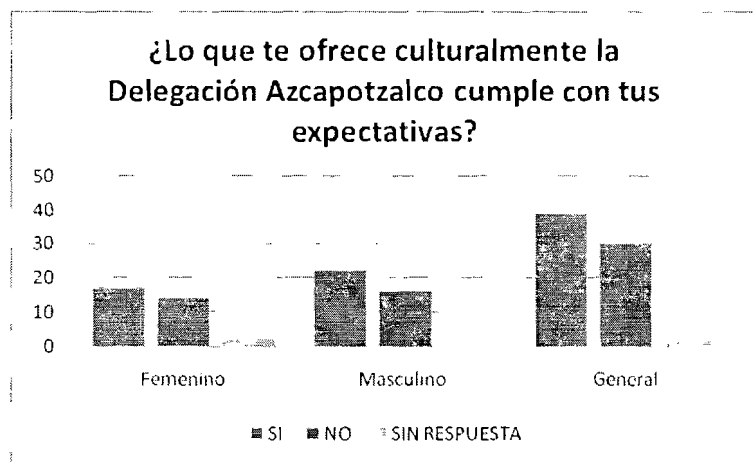
¿Porqué? Pregunta 27



Pregunta 28

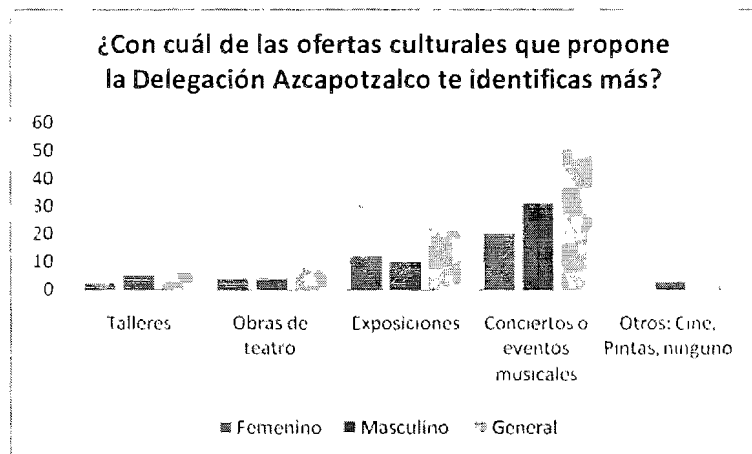


Pregunta 29

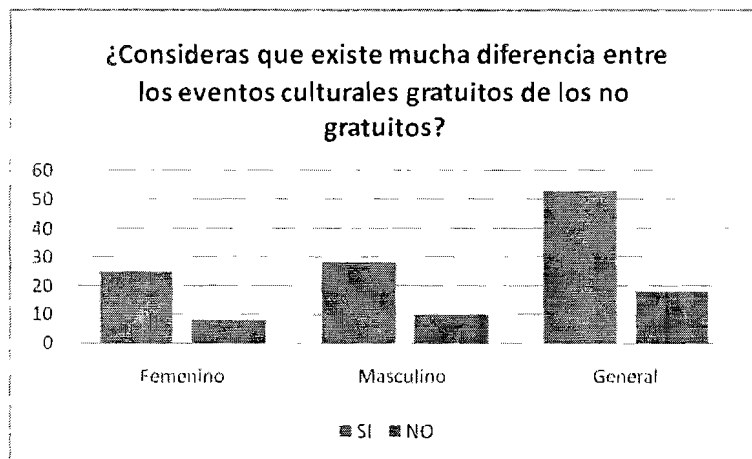




Pregunta 30

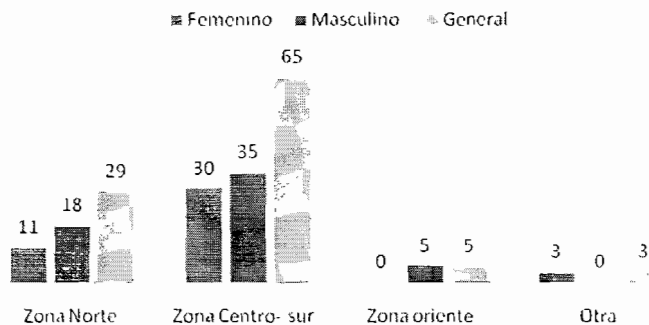


Pregunta 31



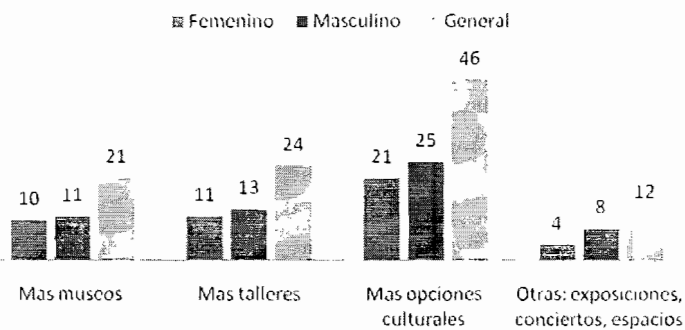
Pregunta 32

¿Regularmente en que zona del Distrito Federal acudes más a los eventos culturales?



Pregunta 33

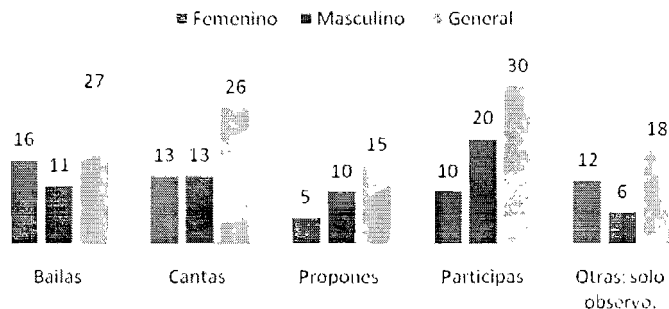
Tú como joven ¿qué propondrías culturalmente en tu Delegación?





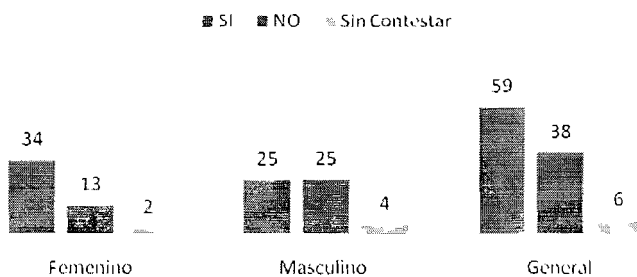
Pregunta 34

Quando asistes a un evento cultural en la Delegación, ¿de qué manera interactúas?



Pregunta 35

¿Consideras que políticamente los jóvenes están preparados para participar en la sociedad?



**¿Consideras que políticamente los jóvenes están preparados para participar en la sociedad? ¿Por qué?**

	<b>SI</b>	<b>NO</b>
<b>MUJERES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Estamos preparados ó tenemos la capacidad.</li> <li>➤ Pensamos diferente.</li> <li>➤ Somos parte de la sociedad.</li> <li>➤ Mi opinión cuenta.</li> <li>➤ Somos la voz del pueblo.</li> <li>➤ Somos el futuro de México.</li> <li>➤ Una nueva generación.</li> <li>➤ Convivir en sociedad.</li> <li>➤ Mente abierta.</li> <li>➤ Nuevas ideas.</li> <li>➤ Es necesario.</li> <li>➤ Es un derecho.</li> <li>➤ Aportar al país.</li> <li>➤ Es una obligación.</li> <li>➤ Democracia.</li> <li>➤ La educación y la información lo permite.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ No sabemos de que trata</li> <li>➤ Somos apolíticos</li> <li>➤ No creemos</li> <li>➤ Falta de identidad</li> <li>➤ La cultura del consumo nos envuelve.</li> <li>➤ Antipatía e indiferencia.</li> <li>➤ Falta de información.</li> <li>➤ Por pena.</li> <li>➤ Ignorancia.</li> <li>➤ Falta de credibilidad.</li> <li>➤ Falta de voluntad.</li> </ul>
<b>HOMBRES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Somos una forma diferente de pensar</li> <li>➤ Tenemos que actuar</li> <li>➤ Proponer ideas</li> <li>➤ Madurez política</li> <li>➤ Porque pensar y opinar es un derecho</li> <li>➤ Somos una comunidad</li> <li>➤ La información nos permite participar políticamente.</li> <li>➤ Los jóvenes somos buenos</li> <li>➤ Tenemos inquietudes</li> <li>➤ Debemos participar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Inseguridad</li> <li>➤ Inmadurez</li> <li>➤ Incapaces</li> <li>➤ Falta de interés</li> <li>➤ Poco conocimiento</li> <li>➤ Depende de la información</li> <li>➤ No hay condiciones sociales</li> <li>➤ No hay información veraz</li> <li>➤ Somos cerrados</li> <li>➤ No hay orientación política y sobre derechos</li> <li>➤ Les vale todo</li> <li>➤ No nos toman en cuenta</li> <li>➤ No nos han</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Somos un sector importante</li> <li>➤ Buscamos la alternativa</li> <li>➤ Participar políticamente es una ideología sin violencia.</li> </ul>	<p>inculcado esa cultura</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Esta bueno pokemon.</li> </ul>
--	---	--

# ANEXO 5

---

## APLICACIÓN DEL PRIMER GRUPO DE DISCUSIÓN

FECHA: 16 DE JULIO, 2008

LUGAR: CENTRO INTERNACIONAL DE NEGOCIOS AZCAPOTZALCO  
(AULA2)

UBICACIÓN: AV. 22 DE FEBRERO #440 COL. SAN MARCOS, DEL.  
AZCAPOTZALCO.

TEMA: "LOS JÓVENES SON MÁS QUE UNA SOLA PALABRA. EL IMPACTO,  
USO Y APROPIACIÓN DE LAS OFERTAS CULTURALES EN LOS JÓVENES  
DE LA DELEGACIÓN AZCAPOTZALCO"

### PARTICIPANTE 1.

Geovanni Benítez Hernández, 21 años, estudiante Universidad, Col. San Marcos.

### PARTICIPANTE 2.

Mendoza Márquez Sergio Diego, 23 años, estudiante Universidad, Col. Del maestro.

### PARTICIPANTE 3.

Gustavo A. Espadas B., 22 años, estudiante Universidad, Col. Electricistas.

### PARTICIPANTE 4.

Fernando García Parra, 15 años, estudiante de preparatoria, Col. San Bartolo Cahualtongo.

### PARTICIPANTE 5.

Cecilia Álvarez Cruz, 22 años, estudiante de universidad, Col. El recreo.

### PARTICIPANTE 6.

Andrea García Martínez, 18 años, estudiante de preparatoria, Col. Electricistas.

**DETONADOR.** *Espacios culturales ¿han asistido alguna vez a un evento cultural en la Delegación Azcapotzalco?*

**SUJETO 1:** Yo si creo que aquí en Azcapotzalco hacen falta más espacios porque para la cantidad de gente que vive en esta Delegación, por ejemplo, aquí esta la Casa de la Cultura y sabemos que hay bailes, hay obras de teatro y todo pero también creo que hace falta difusión.

**SUJETO 2:** Si, yo la otra vez fui a un evento musical de unos amigos en el Centro Cultural (Foro Cultural Azcapotzalco), me pareció un excelente evento pero muy poca difusión y el mobiliario la verdad muy mal, era como protocolo que tenía que seguirse. Una de las experiencias que recuerdo, por ejemplo, fui a un museo, creo que hay dos museos en Azcapotzalco, hay uno en la calle de Libertad y a mi la verdad me pareció una mofa porque creo que en esta Delegación tenemos mucho de donde explotar, muchas piezas arqueológicas, del museo creo que el inmobiliario era inadecuado, no se me hizo nada agradable, para mi gusto no fue atractivo.

**SUJETO 4.** Hay una pregunta en el cuestionario que menciona las diferencias entre los eventos culturales gratuitos de los no gratuitos y creo que la Delegación no va a gastar mucho en este tipo de cosas, yo creo que el costo si importa porque de ello depende la calidad del sonido, de las exposiciones, de los eventos, por ejemplo, en el zócalo se han realizado muy buenos conciertos en donde no te cobran y van muy buenas bandas, pero creo que también cuando asistes a una exposición y te cobran, las instalaciones son diferentes de un lugar en donde no te cobran.

**SUJETO 2.** Pero también hay eventos que no porque se cobre van a tener mayor calidad, hay eventos en los que te cobran y realmente es una exposición de a lo mucho del tamaño de esta sala y hay eventos organizados por el gobierno que son de muy buena calidad e incluso hay artistas que contratan incluso de talla internacional.

**DETONADOR: ¿SUPIERON DEL FESTIVAL CULTURAL QUE HUBO EN AZCAPOTZALCO EL PASADO MES DE MAYO Y JUNIO?**

(La mayoría de los participantes contestaron que no)

**SUJETO 4.** Es que la verdad creo que no hubo mucha difusión de ese festival.

---

**DETONADOR: ¿ZONAS A LAS QUE MAS ACUDEN A EVENTOS CULTURALES?**

**SUJETO 3.** La mayoría de los eventos culturales fuertes que se hacen son en la zona centro, pero son eventos que tienen mucho apoyo tienen un orden, una planeación y que bien podría beneficiar incluso hasta a los comercios y los negocios, un sustento económico, en este caso la Delegación no gasta en este tipo de eventos, creo que prefieren gastarlos en pavimentación o en cosas de este tipo.

**SUJETO 6.** Yo creo que deberían de hacer mas atractivas las ofertas porque los chavos buscan opciones diferentes y las buscan hasta en otros lugares, por lo regular siempre son eventos pensados para la gente mas grande y en realidad no toman en cuenta que incluso existen diferentes géneros musicales en los gustos de los chavos, deberían ofrecer mas opciones musicales porque constantemente los chavos también están creando, yo tengo unos amigos que tienen un grupo de música punk y siempre están buscando en donde participar, en los concursos del centro, andan buscando si tocan aquí o allá y yo he visto que no tienen mucho apoyo.

**SUJETO 1.** Yo también creo que el gobierno si debería de dar mas apoyos a los jóvenes porque estamos constantemente planeando y buscando formas de sobrevivir, además a la cultura porque esta nos ayuda en nuestro desarrollo intelectual y de conocimiento.

**DETONADOR ¿CULTURALMENTE QUE PROPONDRIAN EN AZCAPOTZALCO?**

**SUJETO 4.** Pues en realidad yo creo que mas bien algo como una zona turística porque aquí en el centro no sales de la Comercial para acá por el Jardín o la Delegación, la cultura debería de acercarse mas a las colonias como Granjas, 10 de Abril, porque se quejan de la difusión y no se meten a esas colonias, la Comercial es para mi un punto de reunión y aquí en la explanada y de ahí no salimos.

---

## APUNTES SOBRE EL GRUPO DE DISCUSIÓN

### ¿QUÉ SIGNIFICA LA CULTURA PARA TI?

- Conocimiento
- Historia
- Costumbres
- Tradiciones
- Identidad

### RELACIÓN CULTURA-MEXICO

- Catolicismo
- Política
- Conocimiento en historia
- Los participantes consideran que la cultura en Azcapotzalco se ha distanciado mucho de los jóvenes.
- Hacen falta estímulos para acercarse a la cultura
- Generalmente la cultura mexicana se ha estereotipado mucho "El mexicano se identifica a nivel nacional por los huaraches, porque somos borrachos, porque comemos tacos"
- La televisión es un factor que ha influido mucho ya que nos ha mostrado una realidad alterna.
- Hace falta mucha difusión para los eventos culturales

### JÓVENES Y CULTURA

- "La cultura es aburrida, estamos hartos de los museos aburridos, las autoridades tienen que incentivar la cultura, hacerla divertida "
- Debemos tener mayor tolerancia en cuanto a los distintos tipos de culturas juveniles , ya que los jóvenes nos identificamos por los distintos géneros musicales.



- Los museos están muy lejos
- La música, radio y la tv venden otra realidad
- Los jóvenes no confían en el gobierno, en las políticas de gobierno
- Consideran que el aspecto familiar es fundamental para los valores, la educación y el conocimiento
- Ellos dicen que existen normas, reglas morales, sociales e ideológicas que son prototipos que debemos seguir.
- Hablan de la doble moral
- Requieren espacios para poder expresarte libremente, ya que hacen falta más espacios, pues son muy pocos los espacios que hay para la cantidad de población en Azcapotzalco.

#### **OFERTA CULTURAL EN AZCAPOTZALCO**

- Muy pocos conocen los espacios cerrados en Azcapotzalco
- Consideran que el mobiliario de los espacios es inadecuado
- Hay muy poca difusión para este tipo de eventos, sin embargo, la mayoría de las veces se enteran de los eventos culturales por medio de carteles o amigos.
- Museo de la Calle Libertad, es muy poco atractivo, una burla de hecho.
- Hacen falta parques
- Casa de Cultura
- Consideran que existe muy poca oferta cultural, por ejemplo, no hay clases de guitarra
- Los horarios no son muy accesibles, ya que a esas horas yo me encuentro en la escuela
- Hay pocos talleres y son reducidos

#### **EVENTOS GRATUITOS DE LOS NO GRATUITOS**

- Unos consideran que existen eventos gratuitos que se realizan en la ciudad y que son de muy buena calidad, sin embargo otros creen que los

eventos culturales que cobran son de mejor calidad, ya que estas pagando por una mejor instalación, un mejor equipo, un mejor sonido, etc.

- Eventos masivos en el zócalo, son de gran calidad y son *eventos centralizados*
- Consideran que en algunos eventos apoyados por la Delegación existe planeación, orden y seguridad.
- Creen que falta diversidad en cuanto a la oferta cultural
- La gente joven es intuitiva y despierta
- La imagen en los eventos es muy importante, porque de ello depende si asistes o no.
- Concientizar factores multiplicadores de ideas

### JÓVENES Y POLÍTICA

- Políticamente todos tenemos derecho a hablar
- Como jóvenes no tenemos el suficiente apoyo para estudiar, trabajar, etc.
- Tenemos la capacidad política de participar

### SEGURIDAD

- Es un hecho de que la inseguridad ha incrementado en algunas zonas
- Ya es parte de una forma cotidiana en nuestras vidas
- El gobierno se preocupa mas por otras cosas que por la seguridad de los habitantes
- Las patrullas se preocupan mas por quitar un autor chatarra en mi colonia que por la seguridad de las personas.
- Solo encuentras elementos de seguridad en fiestas patronales.
- "La cultura se esta cerrando"

# **ANEXO 6**

## APLICACIÓN DEL SEGUNDO GRUPO DE DISCUSIÓN

12/ AGOSTO/ 2008

No de Participantes: 7

Hora: 15:40

Lugar: CINA (Salón de usos múltiples)

Nivel: Medio Superior (Preparatoria)

### Nombres:

**PARTICIPANTE 1.- Juárez Reyes Jessica Joana, 16 anos.**

**PARTICIPANTE 2.- Villena Pérez Luisa Selene, 17 anos.**

**PARTICIPANTE 3.- Romo Yañez María del Rocío, 17 anos.**

**PARTICIPANTE 4.- Trejo González Nancy Citlali 16 anos.**

**PARTICIPANTE 5.- Guzmán Miguel Danieli, 17 anos.**

**PARTICIPANTE 6.- Zuñiga Ramírez Viridiana, 17 anos.**

**PARTICIPANTE 7.- Escobar Betancos Juan Leonardo, 17 anos.**

### 1er DETONADOR “Cultura”

**Moderador:** Quiero comentarles que este grupo de discusión es para un trabajo escolar para saber cuál es su punto de vista de cada uno de los temas que les voy a decir y el primero es *La Cultura, ¿qué piensan de la cultura, qué representa la Cultura en general para ustedes, con qué la identifican, cómo la relacionan?*

### **PARTICIPANTE 3.- Romo Yañez María del Rocío**

Yo diría que son las tradiciones que tiene un lugar una delegación, es como saber por que decidió este nombre, cómo se fue formando, las tradiciones que tiene, sus costumbres, saber cuál es su participación.

---

**PARTICIPANTE 7.- Escobar Betancos Juan Leonardo**

Yo digo que es la historia de un lugar y todo lo que ha relatado, es lo que la relaciona con la cultura.

**PARTICIPANTE 2.- Villena Pérez Luisa Selene**

Bueno, la cultura yo lo relaciono con lo que son los museos, los teatros, costumbres y tradiciones la participación en la comunidad, también con el arte.

**2° DETONADOR “Cultura en México”**

Ahora coméntenme todo lo que relacionen con cultura en México, ¿qué me podrían comentar?

**PARTICIPANTE 6.- Zuñiga Ramírez Viridiana**

Pues yo pienso que son las tradiciones del país, su forma de vestir, las distintas comunidades, los lugares, las tradiciones de cada pueblo y formas diferentes de pensar.

**PARTICIPANTE 4.- Trejo González Nancy Citlali**

Yo pienso que es su dialecto, su lengua.

**PARTICIPANTE 7.- Escobar Betancos Juan Leonardo**

Es la propia cultura en México.

**PARTICIPANTE 3.- Romo Yañez María del Rocío**

Yo diría que es su forma de vivir.

**3er DETONADOR: ¿Han asistido alguna vez a algún evento que haya realizado la Delegación?**

(LOS PARTICIPANTES RESPONDEN QUE NO)

---

**PARTICIPANTE 3.- Romo Yañez María del Rocío**

Yo a la *Expo Feria de la Salud*

**PARTICIPANTE 6.- Zúñiga Ramírez Viridiana**

A un programa de reforestación

**Moderador: ¿Por qué motivo?**

**PARTICIPANTE 1.- Juárez Reyes Jessica Joana**

Por falta de tiempo, nosotros estamos ocupados casi todo el día, estudiamos en la mañana y en la tarde venimos al servicio.

**4º DETONADOR (ESPACIOS CULTURALES): ¿Conocen los espacios culturales aquí en la demarcación?**

(La mayoría de los participantes responden que no)

**PARTICIPANTE 5.- Guzmán Miguel Danieli**

Yo La Casa de Cultura

**PARTICIPANTE 2.- Villena Pérez Luisa Selene**

Yo más bien el Parque Tezozómoc pero porque he ido con amigos y familiares pero a eventos culturales nunca he ido.

**PARTICIPANTE 3.- Romo Yañez María del Rocío**

He escuchado hablar de ellos pero no los conozco, no los he visitado

**Moderador: ¿Cómo es que han escuchado hablar de estos espacios?**

(La mayoría responden que por cárteles)

---

**PARTICIPANTE 4.- Trejo González Nancy Citlali**

Yo he visto carteles y me meto a las páginas cultura y de eventos en Internet y ahí es donde yo sé en que partes hay distintos eventos y quienes participan en ellos.

**Moderador: ¿Y ustedes si buscan eventos culturales en los espacios de Internet?**

**PARTICIPANTE 6.- Zúñiga Ramírez Viridiana**

Cuando me llama la atención solamente el contenido y el entretenimiento pero en mi caso es personal, por ejemplo, una obra de teatro o cuando hay una exposición importante en algún museo y es que si no hay información a la mano yo lo tengo que buscar.

**PARTICIPANTE 3.- Romo Yañez María del Rocío**

Yo la verdad no busco esa información, entro más a buscar tareas en Internet.

(La mayoría de los participantes contestan que también ellos entran a Internet para buscar tareas)

**Moderador: ¿Ustedes cómo propondrían un evento cultural para que sea más llamativo y les atraiga más, consideran que los eventos son aburridos?**

**PARTICIPANTE 4.- Trejo González Nancy Citlali**

Dependiendo de la organización que tenga el evento, por decir, si es muy apresurado pues mucha gente no se va a enterar del evento, entonces se tendría que tener una fecha determinada y un cierto contenido.

**PARTICIPANTE 7.- Escobar Betancos Juan Leonardo**

Y los medios para difundir

**Moderador:** ¿Y ustedes consideran que aquí en el Distrito Federal hay esa difusión?

**PARTICIPANTE 6.- Zúñiga Ramírez Viridiana**

Es que es dependiendo de la persona, si le interesa se entera, y depende también de la organización porque no todos los eventos se dan a conocer.

**Moderador:** Entonces ¿qué propondrían para eso ustedes, les gusta la cultura, cuando les dicten que va haber un evento cultural, qué se imaginan?

**PARTICIPANTE 5.- Guzmán Miguel Danieli**

Yo me imagino algo relacionado con historia, dependiendo de la cultura y del arte.

**Moderador:** ¿Cómo les gustaría enterarse de los eventos culturales, hablando también de conciertos festivos?

**PARTICIPANTE 7.- Escobar Betancos Juan Leonardo**

Me gustaría ver más en cartel la información, bueno también en la radio.

**PARTICIPANTE 3.- Romo Yañez María del Rocío**

Si, yo creo que es mejor en la radio porque la mayoría de nosotros escuchamos la radio, también la televisión, porque yo creo que a los carteles no les hacen mucho caso a menos de que sean muy llamativos.



**Moderador:** ¿De alguno que se acuerden y digan no pues me llamó mucho la atención y que sea de algo cultural que haya tenido un impacto fuerte en ustedes?

**PARTICIPANTE 1.- Juárez Reyes Jessica Joana**

Yo me acuerdo de uno que hicieron hace poco de "PREPA SI", que fue un evento que lo estuvieron transmitiendo mucho por televisión.

**PARTICIPANTE 3.- Romo Yañez María del Rocío**

Yo en la televisión me acuerdo mucho de un evento que era acerca del SIDA y de ese me acuerdo mucho.

**PARTICIPANTE 7.- Escobar Betancos Juan Leonardo**

Yo me acuerdo mucho de la exposición que estuvo en el Museo Nacional de Antropología...

**PARTICIPANTE 6.- Zuñiga Ramírez Viridiana**

Si yo también, el que estuvo en el Zócalo, la exposición del Museo Nómada y yo si fui.

**Moderador:** Cuando van a museos y este tipo de lugares ¿es más bien por la escuela o por gusto?

**PARTICIPANTE 3.- Romo Yañez María del Rocío**

Es más bien porque si me llamó la atención

**PARTICIPANTE 5.- Guzmán Miguel Danieli**

Pues si porque tenemos muchas personas que no tenemos tiempo o se nos hace muy retirado

Moderador: Y de los concierto, por ejemplo, cuando hacen como ese quemencionaron como el de "Prepa Si" ¿han asistido?

**PARTICIPANTE 7.- Escobar Betancos Juan Leonardo**

No por lo lejos y porque de regreso ya no sé como venirme.

**MODERADOR: De este tipo de eventos ¿consideran que la diferencia es mucha entre los gratuitos de los no gratuitos, además de los costos?**

**PARTICIPANTE 4.- Trejo González Nancy Citlali**

Si, pues es que más bien dependen de los gustos que tenga cada persona porque puede ser un evento cualquiera, la gran mayoría de eventos que hay en el zócalo va mucha gente.

**PARTICIPANTE 3.- Romo Yañez María del Rocío**

Precisamente por eso, porque no siempre se tiene la facilidad de comprar un boleto para ir a algún concierto, por ejemplo, y preferimos ir a los gratuitos

**PARTICIPANTE 1.- Juárez Reyes Jessica Joana**

Hay más posibilidades de que una persona asista más a los gratuitos que a un evento en el que te cobran y pues yo pienso que en lo único que sí se nota la diferencia es en la seguridad del evento.

**PARTICIPANTE 5.- Guzmán Miguel Danieli**

Yo pienso igual porque en un evento gratuito no lo hacen en un "establecimiento", sino que al "aire libre" y eso es lo que se hace la diferencia. Yo asisto reguralmente a conciertos de pop y casi siempre con el mismo artista pero no salgo mucho y por ejemplo, cuando voy a un evento que me queda retirado mejor tomo un taxi o busco un medio de transporte.

**PARTICIPANTE 6.- Zuñiga Ramírez Viridiana**

Precisamente yo pienso que la gente no va porque piensan en el medio de transporte de regreso y no pueden, por lo regular todos los eventos son en la tarde y ya terminan en la noche y es en lo primero que piensas.

**Moderador: Jóvenes y política ¿ustedes piensan que políticamente están preparados los jóvenes?**

**PARTICIPANTE 3.- Romo Yañez María del Rocío**

Yo creo que no porque la mayoría pensamos que la política no sirve y muchos de los jóvenes pensamos esos porque en realidad no estamos bien informados de lo que es la política, yo hace un tiempo pensaba que la política era un asco pero me invitaron a un grupo político y me di cuenta que si uno no se entera nunca sabrá en realidad de lo que se trata o cómo opinar.

**PARTICIPANTE 5.- Guzmán Miguel Danieli**

Talvez muchas personas no se meten a la política porque piensan que es un asco, yo soy uno de los que opina eso y creo que lo seguiré pensando, pero ***“es un asco que nos interesa a todos”*** y de eso depende nuestro país, del desarrollo y del futuro y desgraciadamente muchos de los políticos se meten ahí por el poder y por eso muchos de nosotros no le tomamos la importancia que debería, porque solo se ubican ahí los que tienen dinero y en un momento dado suben y bajan de puesto y yo por eso la política no la apoyo mucho porque si es muy importante para todos nosotros pero está mal manejada.

**PARTICIPANTE 2.- Villena Pérez Luisa Selene**

Yo pienso que si tenemos muy buenas ideas para mejorarla pero lo que pasa es que como estamos en esta etapa, lo veríamos para el beneficio de los jóvenes y los que llegan a tener buenas ideas generalmente no son bien escuchadas porque a un político regularmente le importa más la opinión de la gente grande

que de un joven, entonces la política viene siendo algo así porque no somos tomados en cuenta

**MODERADOR:** ¿Qué propondrían políticamente?

**PARTICIPANTE 5.- Guzmán Miguel Danieli**

Ser escuchados y una real democracia porque aquí la democracia y un buen presidente.

**PARTICIPANTE 3.- Romo Yañez María del Rocío**

Que se dé más información transparente, no solamente lo que a ellos les conviene, porque ellos solo sacan lo bueno y lo malo lo dejan oculto.

**Moderador:** Muchas gracias.