



DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGÍA

**INFLUENCIA DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES EN
VALORES DE ESTUDIANTES SECUNDARIOS.**

SEMINARIO PARA OPTAR AL GRADO DE
LICENCIADO EN SOCIOLOGÍA Y AL
TÍTULO DE SOCIÓLOGO

AUTOR:
LEONARDO CONTRERAS OYARZÚN

PROFESOR GUÍA:
MARIO SANDOVAL MANRÍQUEZ

SANTIAGO - CHILE
2009

ÍNDICE

PRESENTACIÓN.....	4-5
CAP. I. PROBLEMA DE ESTUDIO.....	6-16
1. Introducción.....	6-7
2. Antecedentes del estudio.....	8-9
3. Planteamiento del estudio.....	9-11
4. Objetivos	
4.1. Objetivo general.....	12
4.2. Objetivos específicos.....	12
5. Relevancia sociológica del estudio.....	12-13
5.1. Relevancia teórica.....	13-14
5.2. Relevancia metodológica.....	14-15
5.3. Relevancia práctica.....	15
6. Hipótesis.....	15-16
CAP. II. MARCO TEÓRICO.....	17-61
1. Introducción al concepto de industria cultural.....	17-21
1.1. Primacía hegemónica actual de la industria audiovisual de EEUU....	21-23
1.2. La situación de los medios de comunicación en Chile.....	23-24
2. El paso de la sociedad de la producción y la política a la del consumo y la comunicación.....	24-29
3. Transformaciones socioculturales actuales: El proceso de mutación cultural...29-34	
3.1. Mutaciones tecnológico-comunicativas en las sociedades actuales...34-37	
3.2. Individualismo y atomización en la sociedad actual.....	37-39
4. Diferencias en el acceso y consumo cultural en estudiantes secundarios en Chile.....	39-41
4.1. Capital cultural e interacción social en estudiantes secundarios.....	41-46
4.2. Diferencias en el capital escolar y cultural en colegios municipales, subvencionados y particulares.....	46-48
5. Influencia de las industrias culturales en los estudiantes secundarios.....	48-51
6. Valores y su significación.....	51-61
CAP. III. MARCO METODOLÓGICO.....	62-73
1. Paradigma y tipo de investigación	
1.1. Paradigma.....	62-63
1.2. Tipo de investigación.....	63
2. Universo y muestra del estudio	

2.1. Universo.....	63
2.2. Muestra.....	64
2.2.1. Muestra de la fase cualitativa.....	64
2.2.2. Muestra de la fase cuantitativa.....	65-66
3. Criterios para la selección de colegios.....	66-68
4. Justificación de técnicas de recolección de datos.....	68-69
5. Controles de credibilidad/consistencia.....	70
6. Procedimiento para analizar la información	
6.1. Análisis cualitativo.....	71-73
6.2. Análisis cuantitativo.....	73
 CAP.IV. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	 74-131
1. Análisis cualitativo.....	74-75
I. Influencia e interacciones de las industrias culturales en la vida cotidiana de estudiantes.....	75-77
II. Acceso, consumo y preferencia cultural.....	77-86
III. Influencia valórica de las industrias culturales en estudiantes.....	86-101
IV. Aproximación hacia un reconocimiento de los futuros ciudadanos.....	101-114
2. Análisis cuantitativo.....	115-116
I. Acceso, consumo y preferencia cultural.....	116-120
II. Influencia valórica de las industrias culturales en jóvenes estudiantes.....	120-128
III. Importancia en lo que significan las industrias culturales para la realidad juvenil.....	128-131
 CAP. V. CONCLUSIONES.....	 132-149
1. Influencia de las industrias culturales en valores de jóvenes.....	132-134
1.1. Comprobación de las hipótesis.....	134-137
2. Comparación de datos	
2.1. INJUV 2007.....	137-139
2.2. CEJU 2007.....	139-141
3. Visión general del estudio.....	142-145
3.1. Conclusiones en torno a los objetivos del estudio.....	145-149
BIBLIOGRAFÍA.....	150-153
ANEXOS.....	154-165

PRESENTACIÓN

Lo que se pretende con la presente investigación es aproximarnos a explorar los valores que para la juventud actual son más importantes en su diario vivir, relacionando aquellos valores y su importancia con la influencia de las industrias culturales en aquel trayecto.

Existen estudios que identifican el grado de influencia en la vida cotidiana de los estudiantes con las nuevas tecnologías (MIDEPLAN-IDEA, 2000; PNUD, 2006), o la cantidad de horas aproximadas que cada estudiante utiliza al día para escuchar música (CEU, 2009), por ejemplo.

Desde la temática de las industrias culturales, existen estudios en que se conoce la penetración del cine estadounidense en occidente (García Canclini, 2005), y particularmente en Chile (CNCA-INE, 2009).

Para conocer el camino por el cual las sociedades actuales han debido transitar, y los efectos sociales que tales cambios han tenido en las realidades actuales, se revisará en el marco teórico, el paso de la sociedad de la producción y la política a la del consumo y la comunicación; las transformaciones socioculturales actuales; el individualismo; las diferencias en los grados de acceso y consumo cultural por los jóvenes de distinto estrato social, junto con las diferencias en el capital cultural que presentan los y las jóvenes, para finalmente, conocer la forma en que estas transformaciones socioculturales influyen en los valores de la juventud.

Por tanto, para optar por conocer aquella influencia valórica, se trabajará con una metodología cualitativa y cuantitativa, puesto que por medio de entrevistas grupales y la aplicación de un cuestionario se recolectarán discursos y tendencias en las distribuciones de las valoraciones juveniles actuales.

La investigación está estructurada de la forma que sigue:

1. En el primer capítulo se conocerá el problema de estudio, en donde incluiremos, los antecedentes, planteamiento, pregunta, objetivos e hipótesis de la investigación.
2. En el capítulo dos se presentará el marco teórico de referencia.
3. El tercer capítulo está destinado al marco metodológico para desarrollar la investigación, donde conoceremos el paradigma, las justificaciones de las técnicas

empleadas, los criterios para la selección de las muestras (cualitativas y cuantitativas) y colegios.

4. En el capítulo cuarto se presentan los resultados y análisis de la información recolectada.

5. El último capítulo se destina a las observaciones generales del trabajo investigativo, que den lugar al reconocimiento de las principales conclusiones del estudio.

CAPÍTULO I. PROBLEMA DE ESTUDIO

1. Introducción

En la actualidad la sociedad convive y se relaciona a diario en contacto permanente con los medios de comunicación, la música, internet, el cine, la literatura, el teatro, etc., por consiguiente, las <industrias culturales>.

El inicio y desarrollo de la gran industria editorial, fonográfica, cinematográfica, del espectáculo, junto a la televisión abierta y la televisión por cable-satélite y la masificación de medios de comunicación social en general, en conjunto con un mayor poder de gasto económico en los ciudadanos, proveniente de un aumento en el ingreso per cápita de la población en general; han dado lugar hoy a la integración de un panorama de cambios socioculturales al interior de las sociedades, que se relaciona con la interacción, consumo y significado atribuido a estas acciones por el grueso de la población, que para el caso de la presente investigación estuvo enfocado en la influencia de las industrias culturales en valores de estudiantes secundarios.

Al querer reconocer la influencia en valores de las industrias culturales en jóvenes, se cree que las mismas en mayor o menor medida influyen la realidad de los estudiantes secundarios, pues en la comunicación social o las obras musicales o cinematográficas a las que los jóvenes acceden, existe una valoración personal, grupal o social, en relación al nivel de exposición de temáticas o visiones en función de los valores propuestos explícita o implícitamente por las mismas, en las letras de la música, el cine o programas de TV por ejemplo; donde en las interacciones con su grupo de pares, familia y sociedad, se pueden reconocer y discutir las mismas.

¿Por qué los valores? Porque “la etapa de la adolescencia es un momento donde es posible reconocer en la interioridad del joven la elección y el surgimiento de valores personales, que van a contribuir con la orientación de su conducta en el medio social y con la formación de su personalidad moral” (Baeza, 2007). Por ello el interés por actualizar la información y datos en relación a la influencia que las industrias de la cultura están depositando en las acciones e imaginarios juveniles actualmente.

Al estudiar la influencia en valores de las industrias culturales en los jóvenes, se intenta reconocer el cambio o integración del modelo cultural actual, en constante construcción y readaptación en sus valores al interior de las nuevas generaciones; en comparación con los valores más presentes en el modelo cultural industrial, por ejemplo, donde no existía un contacto y acceso tan directo con la industria cultural

audiovisual (y sus componentes de la radio o TV), desde ningún segmento etario de la población.

Por lo mismo, es fundamental atender en la actualidad al conocimiento de los valores que las y los estudiantes están adoptando en sus modos de vida y en sus relaciones e interacciones simbólicas con las industrias culturales; como también las nuevas interacciones sociales que estas plataformas tecnológico-culturales han generado tanto en los espacios macrosociales como los microsociales, por tanto en la sociedad en general y en la particularidad de las relaciones que los jóvenes tienen en su escuela (con compañeros/as), hogar (con la familia), barrio (con sus amigos/as), etc.

En directa mirada con lo precedente, una de las características del cambio cultural global es la masiva presencia de los medios audiovisuales así como de medios electrónicos en las redes y procesos de información y comunicación. Son esos medios los que no sólo transmiten contenidos, sino que por efecto de sus formatos se convierten ellos mismos también en mensajes y van modificando no sólo los conceptos, ideas y valores, sino también las formas, estilos, símbolos y lenguajes de una determinada época (MIDEPLAN-IDEA, 2000).

Además, la omnipresencia de las industrias culturales en la vida cotidiana y la creciente dependencia que se desarrolla hacia ellos tanto en lo individual, como en el colectivo, en lo laboral como en los tiempos libres, hace que el estarse educando sea una situación multiplicada (Orozco, 2004).

En definitiva, la creciente dependencia que los jóvenes tienen en su vida cotidiana, en mayor medida con utilizar internet o escuchar música (donde por ejemplo en el estudio “Sintonía joven: Música, comunicación y jóvenes” realizado el año 2009 por el Centro de Estudios Universitarios (CEU) de la Universidad Uniacc, encontramos que los jóvenes chilenos escuchan hasta dos horas de música diarias el 38,0%, entre dos y cuatro horas el 28,7% y más de cuatro horas diarias el 33,3%), y en menor medida, con leer o ir a museos, se relaciona con un deseo no solo de consumo, sino que de identificación en donde se influncian y comienzan a formar nuevas valoraciones y sensibilidades hacia los bienes culturales o situaciones específicas de su contexto particular.

Lo anterior reflejaría una posible nueva forma de educarse en los jóvenes, donde los valores -explícita o implícitamente- aparecen en las industrias culturales a las que acceden y a través de las cuales se influyen estos jóvenes.

2. Antecedentes del estudio

Los antecedentes responden al estudio del contexto histórico en el que se introducen los jóvenes de cierta época, donde la participación e interacción de los mismos responde a cierta lógica de contexto sociopolítico y cultural en el que se adscribe su participación y vinculación con los proyectos a seguir, o las demandas a plantear.

En lo referente a los valores o disposiciones éticas de la juventud en Chile, existen estudios como el del INJUV, 2007¹, y para el caso específico de los estudiantes secundarios (Baeza y Sandoval, 2007)² con la finalidad de efectuar un análisis comparativo de lo que son las relaciones de estudiantes o jóvenes en esta materia, relacionadas con la presente investigación.

En el desarrollo de las industrias culturales existen estudios y bibliografía que responde a la situación actual en el mundo, y la visión desde las instituciones o proyectos desde Latinoamérica para la introducción de sus industrias en el subcontinente y el mundo. Asimismo existen estudios en donde se conoce por ejemplo la cantidad de dominio que tiene la industria cinematográfica norteamericana en el mundo, alcanzando una penetración del 85 % a nivel mundial (García Canclini, 2005).³

En el apartado estadístico descriptivo en la alianza CNCA-INE Chile existen estudios de Consumo Cultural 2004-05 en donde se ve el escaso vínculo o participación de la ciudadanía con la cultura. 21,4 % de la población asiste al: cine, teatro, circo, o asiste a: conciertos, exposiciones de arte, espectáculos de danza o museo en los últimos 12 meses. De tal modo, se participa mensualmente sólo un 1,7 %.

A lo anterior se debe sumar que “la perspectiva del desarrollo humano implica mirar la sociedad como un conjunto y, en consecuencia, los jóvenes en su diversidad no podrán aspirar al máximo de sus potencialidades sin lazos sociales” (PNUD-INJUV, 2003, p.5), por tanto, en este punto es elemental el fortalecer los accesos de las mayorías -en todo ámbito, para el caso del estudio, hacia accesos culturales diferentes- para así construir un país futuro en el cual a través del diálogo-lazo social y tolerancias mutuas hacia las diversidades, se cohesione socialmente el país.

¹ Quinta Encuesta Nacional de Juventud.

² Investigación “Emergencia de nuevos valores en la juventud chilena actual” CEJU/UCSH.

³ Todos tienen cultura: ¿Quiénes pueden desarrollarla? Cultura y Desarrollo. BID

Posiblemente las investigaciones que tengan directa relación con el estudio no existan, pero si está presente el ánimo de elaborar teoría-metodología referente a los propósitos de la presente propuesta investigativa; principalmente desde la sociología de la cultura, en conjunto con el desarrollo de la sociología de la juventud y de la educación.

De todas formas en la actualidad se cuenta con material relacionado con variables socioeconómicas y de conformación de colegios (municipal, subvencionado, particular) en donde se encuentran datos referidos a las distribuciones de rendimiento de uno u otro colegio, e igualmente del acceso a cierto desarrollo sociocultural al interior de las escuelas, medido por los capitales: sociales y culturales con los que cuenta cierto grupo de estudiantes (Parker, 2001).⁴

3. Planteamiento del estudio

La problemática actual de las industrias culturales dice relación con la hegemonía de EEUU en materia cultural, social y política en occidente. Lo que trasciende no únicamente el factor económico (bastante amplio) en las sociedades contemporáneas, sino que los “modos de ser”, las relaciones sociales y disposiciones valóricas que la gente asimila en su propia cultura, entre otras características.

Por lo mismo, al penetrar tan fuertemente aquella cultura -la norteamericana- en los imaginarios colectivos de occidente, no se da la cabida a otra forma de interpretar, visualizar o comparar los desarrollos socioculturales por los que ha debido transitar cada nación para articular su propia idiosincrasia.

En consecuencia, se comienzan a asimilar estilos de vida que responden más fielmente a los propuestos por EEUU y la influencia que se genera en las mentalidades de cada sujeto, son cada vez más amplias. Lo que se ve impactado con mayor profundidad por el mundo global en que estamos insertos, donde el espacio en la sociedad que tuvo hace unos cincuenta años el país, la nación o el Estado, son reducidos a las transformaciones del espacio-tiempo.

Por tanto, lo inmediato de los contactos y plataformas tecnológico-culturales que genera el mundo globalizado y sus nuevas formas de relacionarse socialmente, traen consigo múltiples llegadas de mensajes, juicios y propuestas socioculturales.

⁴ “Capital social y representaciones socioculturales juveniles: un estudio en jóvenes secundarios chilenos”. En J. Durston, & F. Miranda, *Capital social y políticas públicas en Chile* (Vol. II, págs. 9-34). Santiago: Naciones Unidas-Cepal.

En este mundo globalizado, la influencia hacia los estudiante secundarios -de 1° a 4° medio- llega a través de distintas industrias culturales, donde muchas veces se ven expuestos a grandes cantidades de contenidos valóricos, o situaciones de vida en que aquellos se puedan reconocer, tales como: eutanasia, aborto, migraciones, minorías étnicas, religiones varias, éxito, solidaridad, individualismo/colectivismo, homosexualidad-lesbianismo, tolerancia-respeto, manifestaciones ciudadanas, etc.

Con lo expuesto anteriormente se pueden diferenciar tres tipos de valores; los que apuntan al respeto y tolerancia social; los referidos a lo solidario y las acciones en que se acomodan más los jóvenes (individualismo o colectivismo); y los que responden a una participación ciudadana en cuestiones sociopolíticas, culturales y ecosistémicas.

De esta manera, al interior de las industrias culturales a través de discursos comunicacionales, publicitarios, políticos, económicos, etcétera; los estudiantes optan por introducir, asimilar, adecuarse o ejercer en su modo de vida, ciertas disposiciones hacia ciertos valores que las industrias de la cultura muestran, ya sea como: positivos, o negativos.

Por todo lo antes dicho resulta relevante comenzar a conocer las relaciones existentes entre jóvenes y las industrias culturales, pues así, se logrará un conocimiento de las nuevas realidades presentes en el colegio y, a la vez, se vislumbrará el tipo de sociedad futura que tendremos en nuestro país, referente a los valores transmitidos por las industrias e internalizados por los jóvenes estudiantes.

Para el presente estudio, por <influencia> entenderemos, “la capacidad de ejercer poder en la transmisión de contenidos, comunicación, arte o cualquier tipo de obra artística, por tanto, industria cultural, en los valores presentes y que respondan a aquella relación de poder en los jóvenes estudiantes secundarios, haciéndolos cambiar en algunos casos, modos de vida, actitudes o formas de relacionarse con los valores”.

Por <industria cultural> se entenderá: “el conjunto de actividades de producción, comercialización y comunicación en gran escala de mensajes y bienes culturales que favorecen la difusión masiva, nacional e internacional, de la información y el entretenimiento, y el acceso creciente de las mayorías” (García Canclini, 2002).

Además, en la investigación el concepto de industria cultural incluirá los diversos tipos de industria⁵, es decir, la industria cultural: audiovisual, mass media, editorial, del espectáculo y visual y plástica. O más preciso aún, incluirán a: la TV, TV por cable/satélite, radio, música, cine, teatro, pintura, escultura, fotografía, danza, circo, video/dvd, diarios, revistas, internet, libros, conciertos musicales, etc.

Finalmente, las industrias culturales se entenderán como “medios portadores de significados que dan sentido a las conductas, junto con cohesionar o dividir a las sociedades” (García Canclini, 2002).

En el desarrollo de la investigación entenderemos que <los valores> “dan significado y orientación a los seres humanos cuando interactúan con el mundo social” (Giddens, 2001).

Además, según Guy Rocher (1996), los valores son relativos: los valores varían de una sociedad a otra, de una cultura a otra. Lo que implica que se debe considerar el contexto para analizar los valores, es decir, las características de la sociedad y cultura. Por otra parte, los valores también varían con el tiempo, aunque este proceso puede ser lento, de modo que lo que es un valor hoy, puede no haberlo sido anteriormente en otra época.

Esta característica de Rocher, nos transporta a que en el mundo actual de los jóvenes estudiantes, muchas veces no existe una referencia marcada con los valores -más allá de los religiosos-, por lo mismo se construyen y re-construyen en distintos contextos, y a partir de distintas miradas, en donde las industrias de la cultura pueden llegar a tener algo de influencia.

En resumen, en este proceso aparecen algunos de los rasgos que caracterizan nuestra sociedad actual, como una sociedad con diferentes desarrollos o trayectorias socioculturales, que a su vez -y relacionado con la influencia de las industrias de la cultura- valoran de diferente forma: cosas, situaciones y formas de accionar al interior de la sociedad. Por tanto, los valores son uno de los asuntos en que se pueden encontrar más diferencias entre jóvenes y adultos, y su relación con un modelo cultural actual y otro de tipo industrial. Todos estos valores vinculados con cierto contexto sociohistórico en el cual se ve reflejado el grado de cercanía con unos y lejanía u objeción con otros.

⁵ Para mayor claridad ir al ejemplo de cuadro con tipos de industria cultural, en relevancia metodológica, p.14.

En definitiva, la pregunta que guió nuestro seminario fue:

- ¿De qué manera influyen las industrias culturales en valores de estudiantes secundarios?

4. Objetivos

4.1. Objetivo general:

- Conocer la forma en que las industrias culturales influyen en los valores de estudiantes secundarios.

4.2. Objetivos específicos:

- Diferenciar la influencia en valores que promueven las industrias culturales en relación al acceso cultural que se tiene hacia las mismas por estudiantes secundarios de distinta dependencia educacional.
- Distinguir la importancia en lo que significan para la vida de estudiantes de distinta dependencia educacional su interacción con las industrias culturales.

5. Relevancia sociológica del estudio

“La juventud, sabemos, más que como una condición (u objeto) natural, homogénea e invariablemente presente es un momento específico del ciclo psico-biológico de todos los seres humanos, debe ser entendida como una producción histórica que da cuenta de formas de vida social y culturalmente situadas” (Sepúlveda, Bravo & Aguilera, 2005, p.8).

Las tres ideas fuerza señaladas en el texto de los autores recién nombrados, a saber: (i) la necesidad de pensar las juventudes en el marco de (y como expresión de) las actuales transformaciones socioculturales, (ii) la necesidad de construir nuevos marcos conceptuales y metodológicos que permitan comprender las (emergentes) subjetividades juveniles y contribuir a la necesaria renovación de las ciencias sociales, (iii) la necesidad de constituir un campo de estudios sobre la juventud reflexivo y crítico que permita visibilizar las injusticias del presente y que contribuya a su transformación en un horizonte de autonomía, igualdad social y democracia deliberativa (pp.19-20).

Estas tres ideas-fuerza, se intentaron aplicar en lo que fue el desarrollo de la tesis, al dar importancia relevante a cada una de ellas; desde como analizar las transformaciones y su especial cuidado con la relación existente desde las industrias culturales y las valoraciones que se aprecien en los estudiantes; desde lo metodológico, generando las plataformas mediante las cuales se pueda optar a conocer y comprender los significados, importancias y diferencias que cada realidad en los jóvenes tenga para ellos y para nuestro análisis; y finalmente y en relación al punto anterior, conocer los diferentes accesos que se tiene de parte de cada joven y su diferenciación en cuanto a la importancia asignada a éstos y a las industrias culturales en sus vidas, derivados de lo socioeconómico, de la dependencia del colegio, y de las relaciones que se dibujen a partir del diálogo de los propios educandos en su interacción microsocial en la escuela.

5.1. Relevancia teórica

La principal relevancia en el ámbito teórico radica en generar conocimiento que nos ayude a conocer mejor a estudiantes de colegios de distinta dependencia, en relación a valoraciones que están adoptando con la influencia de las industrias culturales. Debido que actualmente existe poca información en referencia a estos aspectos, no así en relación al consumo cultural, en donde estudios del CNCA-INE responden a características cuantitativas de la población en general.

El *¿para qué?* de la investigación se proyectó en lograr conocer más a fondo el mundo escolar juvenil (y las repercusiones que este conocimiento genere a la sociología de la cultura), junto con comenzar a elaborar nuevas formas de inclusión-participación -por tanto acceso igualitario- desde la clase política y las políticas públicas hacia jóvenes de distinto estrato social.

En relación al *¿por qué?* del estudio, este se vinculó con pretender profundizar en la línea de estudios que describan a los estudiantes y su relación con el significado que atribuyen a la influencia provocada por las industrias culturales, particularmente en sus valores.

Finalmente es fundamental comprender las críticas expuestas por autores latinoamericanos, europeos y norteamericanos, en relación a las influencias que están provocando las industrias culturales en el mundo y la región latinoamericana principalmente, por procesos como el monopolio, hegemonía o transnacionalización de las industrias culturales de EE.UU en el mundo; y las instancias a seguir desde

América Latina referente a políticas de salvaguardia, potenciación y estudio para con sus bienes culturales.

Junto a ello lograr un acuerdo en lo que es la diversidad cultural y el respeto por el otro, para así comprender desde diferentes ópticas lo que está aconteciendo en cierta coyuntura y en cada proceso sociohistórico.

5.2. Relevancia metodológica

La investigación es relevante metodológicamente, principalmente, en el hecho de plantearse desde el enfoque cualitativo y cuantitativo, donde predominara el primero de ellos, ya que mediante la influencia que provocan las industrias culturales en valores, se conocerá la subjetividad de los estudiantes, por medio del discurso, el lenguaje y las interacciones microsociales en la escuela, junto con ver su posición frente a ésta posible influencia devenida de las industrias de la cultura.

Es fundamental entender la que significan y las interacciones con que se produce la influencia de las industrias culturales en educandos secundarios, por tanto, los métodos para optar a este reconocimiento serán a través de diseños implementados específicamente para el estudio.

Por ejemplo se construyó una clasificación en el cuadro de más abajo, con los distintos tipos de industrias culturales, con sus respectivos componentes, para así, lograr conocer cuáles son las industrias que más influyen y más consumidas por los jóvenes. Y junto a esto diferenciar esos consumos por estrato socioeconómico, y capital cultural con que cada estudiante cuenta. Además observar cual es el orden de importancia que cada tipo de industria y sus componentes tienen para los jóvenes.

Cuadro con tipos de industria cultural

N°	Tipo de Industria Cultural	Componentes de la Industria Cultural	Orden de Influencia/Consumo	
1	Industria Audiovisual (1)	TV, Radio, Video/DVD		
2	Industria Audiovisual (2)	TV por Cable/Satélite, Discos/MP3, Arriendo de DVD o Películas (mediante TV o Tienda), Internet		
3	Industria Mass Media	Diario, Revistas, etc.		
4	Industria Editorial	Libros (Novelas, Poesía, Ensayo, etc.), Revistas Científicas, Comics, etc.		
5	Industria del Espectáculo	Conciertos Musicales, Cine, Teatro, Danza, Circo		
6	Industria Visual y Plástica	Museos o Exposiciones: Pintura, Escultura, Fotografía, etc.		

Por lo mismo la investigación dio la posibilidad/libertad de ver representada las opciones (tipos de industria) que influyen, en mayor o menor medida, y el consumo cultural por el que se opta desde los educandos. En definitiva el estudio no se relacionará con un solo tipo de industria, como en otros estudios que se analiza: el consumo o influencia de la música en jóvenes estudiantes, o, la construcción de identidad juvenil a través del cine.

5.3. Relevancia práctica

Al efectuar un estudio que conozca, diferencie y describa la influencia valórica de las industrias culturales en estudiantes secundarios, se quiso ampliar el concepto de cultura desde la sociología, pero específicamente, extender el uso y reflexión desde el concepto de industria cultural, llevándolo al mundo de los escolares secundarios; distinguiendo el actual análisis existente en las ciencias sociales que se articula principalmente desde la economía, política y cultura, para entender estas relaciones desde el discurso juvenil.

Junto con esto, es relevante generar -por medio de una intervención o política pública- un mayor acceso cultural, incentivar el disfrute y formar audiencias críticas en su vínculo con actividades culturales, en educandos de distinto estrato social, como también hacia los distintos tipos de industrias de la cultura; todo esto, al equilibrar las instancias de participación en jóvenes al interior de una región o país.

6. Hipótesis

- Las maneras en que las industrias culturales influyen en los valores de estudiantes secundarios se relacionan con el capital cultural que cada alumno tiene, y este a su vez, influye en el grado de importancia que cada joven asigna a las industrias culturales para su vida.
- Los valores más expuestos en las industrias culturales y que más influyen en los estudiantes, están más cercanos a un modelo cultural “globalizado” con valores como la tolerancia y diversidad, y en menor medida influyen en valores más cercanos a un modelo cultural industrial (propio de abuelos y/o padres) con valores como el respeto y solidaridad.

- Las industrias culturales audiovisuales influyen en mayor medida a formar ciudadanos individualistas y poco partícipes socialmente, en cambio, las industrias culturales del espectáculo y visual plástica posibilitan lo contrario.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

1. Introducción al concepto de industria cultural

En referencia al concepto de industria cultural, éste tuvo lugar hacia finales de los años cuarenta con los autores Theodor Adorno y Max Horkheimer en la escuela crítica de Frankfurt, en Alemania. Asociado al Instituto de Investigación Social de la Universidad de Frankfurt, en esta escuela los autores junto a otros, fundaron la Teoría Crítica, donde a través de un análisis interdisciplinario, se incluyeron diferentes problemáticas de la realidad social de aquel entonces, donde apareció la Cultura de Masas o Industria Cultural, como un área de trascendencia para futuras generaciones.

En una primera aproximación a la obra “Dialéctica de la Ilustración” de los autores antes mencionados y en su capítulo dedicado a la crítica de la Industria Cultural, encontramos que “la cultura marca hoy todo con un rasgo de semejanza. Cine, radio y revistas constituyen un sistema. Cada sector está armonizado en sí mismo y todos entre ellos” (Horkheimer y Adorno, 2006, p.165). Por tanto, se reconoce de partida la visión que ambos autores tienen en relación a lo que han producido en la cultura dichas industrias.

En el libro antes mencionado se pueden leer reflexiones como “toda cultura de masas bajo el monopolio es idéntica, industria cultural: cultura de masas, la perfecta semejanza es la absoluta diferencia, la industria cultural: el monopolismo, exclusión de lo nuevo”.

En consecuencia, se debe interpretar la visión de los autores, en función del papel que cumple la industria cultural, en tanto, promotora de irregularidades dentro de la misma, en donde no existe originalidad, pues su función es encantar a las masas en un consumo predeterminado y cargado de simbolismo hacia los receptores que en el mismo encuentren importancia para su vida.

Además podemos decir, según Jean Baudrillard (2000) que “el vicio secreto está en el hecho de que los mass media remiten los unos a los otros y sólo hablan entre ellos. El *multimedium* se vuelve *intermedium*. Esta situación ya problemática se agrava cuando es un solo hipermedium, la televisión, la que se echa el ojo a sí misma” (p.217).

“Cuando, a mediados de los años sesenta, el semiólogo italiano Umberto Eco titula su obra sobre los productos de la cultura de masas *Apocalittici e Integrati*, caracteriza acertadamente la polarización que se ha producido en el campo intelectual. Por un

lado, la posición crítica, la de los “apocalípticos”, que denuncian la degeneración mercantil de la cultura de masas. Por otra, los “integrados”, que suscriben sin reservas las virtudes democratizantes de esta cultura producida industrialmente” (Mattelart, 2002, p.57).

En la actualidad las dos miradas pueden resultar validas, puesto que si bien existen visiones críticas en relación a la industria cultural y sus componentes, por otro lado, se entiende que las mismas (sobre todo la industria audiovisual) estarían permitiendo un mayor acceso a la información, entretenimiento y conocimiento de los ciudadanos.

Por lo mismo, la visión que se tuvo de las industrias culturales en la presente investigación, no fue en relación a que estas den cabida a un sujeto social apocalíptico o integrado, o si se quiere: desconfiado o confiado, desconectado o conectado; sino más bien, se analizó la diferenciación por estrato social (dependencia del colegio), de capitales culturales o de influencia educacional, o finalmente por acceso hacia las mismas industrias (alto-medio-reducido) lo que en definitiva daría lugar a lo que son dichos reconocimientos en los estudiantes.

Lo que en definitiva proyectaría como resultado un individuo crítico o conforme con lo difundido por las industrias culturales, diferenciando sin dudar, los diferentes tipos de industria de la cultura en aquel desenlace, para el presente estudio.

Resulta de suma relevancia para entender lo antes planteado lo que nos dice Lins Ribeiro, “quien introduce una nota de ambivalencia e incertidumbre respecto del destino de las nuevas tecnologías, que simultáneamente auguran perspectivas de intercomunicación y de exclusión en la era transnacional. Por una parte, la visión eufórica ve en la informática una nueva religión y en la computadora un nuevo mesías. Por otra parte, la perspectiva apocalíptica nos coloca frente a una tremenda desigualdad en la distribución de bienestar social, de poder político y de activos económicos, reforzada por el acceso segmentado a la tecnología” (Hopenhayn, 2005, p.76).

Junto con este acceso segmentado, debemos tener en consideración lo que estos mismos accesos están provocando en los valores que se están adoptando desde la influencia con las industrias culturales, tanto a nivel macrosocial, como a nivel micro.

“El abastecimiento del público con una jerarquía de cualidades en serie sirve sólo a una cuantificación tanto más compacta. Cada uno debe comportarse, por así decirlo, espontáneamente de acuerdo con su <nivel>, que le ha sido asignado previamente

sobre la base de índices estadísticos, y echar mano de la categoría de productos de masa que ha sido fabricado para su tipo” (Horkheimer et al., p.168).

Lo que resulta interesante en función de la cita, es la precisión a la cual llega la industria cultural, pues sus propósitos son mantener cautivo o dependiente a las audiencias, las cuales al encontrar lo que está hecho a la medida de sus gustos o exigencias estéticas, responde a una clasificación de las mismas en un segmento o grupo de la población determinado.

Lo anterior se puede ver reflejado en la actualidad, en relación a la elección que cierto tipo de ciudadano hace de las industrias a las que tiene acceso. Por ejemplo los jóvenes pueden relacionarse mayormente con la industria audiovisual, mientras los adultos (profesionales) con la industria editorial o del espectáculo. Estos últimos, por un asunto de contar con ingresos para poder acceder a aquellos tipos de industria.

“Se puede siempre captar de inmediato en una película como terminará, quien será recompensado, castigado u olvidado; y, desde luego, en la música ligera al oído ya preparado para adivinar, desde los primeros compases del motivo, la continuación de éste y sentirse feliz cuando sucede así efectivamente” (Horkheimer et al., p.170).

Esta sería la principal característica de la industrialización de la cultura, repetir formulas que por medio del éxito validen una pronta reelaboración a ser administrada a las masas.

En definitiva “el efecto armónico aislado había cancelado en la música la conciencia de la totalidad formal; el color particular en la pintura, la composición del cuadro; la penetración psicológica en la novela, la arquitectura de la misma. A ello pone fin, mediante la totalidad, la industria cultural” (Horkheimer et al., p.170).

Desde la óptica de Baudrillard (2000) “todo lo que es producido por el médium de la máquina es una máquina. Los textos, imágenes, películas, discursos y programas surgidos del ordenador son productos maquínicos y tienen esas características: artificialmente expandidos, potenciados por la máquina, las películas desbordantes de efectos especiales, los textos que se hacen largos, repletos de redundancias debidas a la maligna voluntad de la máquina de funcionar a cualquier precio (es su pasión) y a la fascinación del operador por esta posibilidad ilimitada de funcionamiento” (p.205).

“La industria cultural ofrece como paraíso la misma vida cotidiana de la que se quería escapar. Huida y evasión están destinadas por principio a reconducir al punto de

partida. La diversión promueve la resignación que se quisiera olvidar precisamente en ella” (Horkheimer et al., p.186).

Esto se puede encontrar principalmente en el cine actual, sobre todo aquel que intenta proyectar una realidad tan próxima a la del individuo que la ve, que finalmente éste no reconoce una inmersión en otra esfera a través de la obra cinematográfica.

“Divertirse significa estar de acuerdo. Es posible sólo en cuanto se aísla y separa de la totalidad del proceso social (...) Divertirse significa siempre que no hay que pensar, que hay que olvidar el dolor, incluso allí donde se muestra” (Horkheimer et al.).

Lo que sumado, según los autores, es la idea comercial de los grandes conglomerados actuales de televisión por ejemplo, quienes postulan que “¡hay que ver, lo que la gente quiere!”, lo que en definitiva aliena las subjetividades, por tanto, no se forman sujetos pensantes a través de la exposición de interminables imágenes, sin coherencia y mucho menos con algún contenido.

Otra crítica hacia la TV, dice relación con que “la televisión era el medio-cero, un medio, por tanto, que en última instancia no dice nada a excepción de esto: el aparato que está encendido está encendido. Esta función parece indispensable en el mundo moderno, porque crea algo así como una forma de aplanamiento universal. Algo parecido se puede decir acerca de la música popular, convertido desde hace tiempo en algo completamente estandarizado y que, sin embargo -o precisamente por esta misma razón- actúa como un efecto integrador” (Sloterdijk, 2003, p.171).

Con lo que se puede concluir que la TV y la música popular, en el acto de integración social, al mismo tiempo, tienden a homogeneizar actitudes, conductas y los valores por los cuales se guía o encuentra algún sentido al accionar en sociedad.

Igualmente al integrar a los jóvenes, por ejemplo, en la música popular, cierran de alguna forma el vínculo con las demás industrias culturales, tales como: la industria visual y plástica o la industria editorial.

En síntesis, “la transformación del acto cultural en valor destruye su poder crítico y su carácter de experiencia auténtica. El reino de la seudoindividualidad se extiende con arrogancia por la cultura de masas. El individuo es producido en serie” (Mattelart, 2002, p.58).

Actualmente desde otra visión, se dice que “estamos asistiendo a la emergencia de una “hiperindustria cultural” que expande y perfecciona no sólo la producción, distribución y recepción simbólicas sino que estatuye nuevos modos de significación, es decir, un espacio fenomenológico inédito que en toda su radicalidad supone la sincronización de las conciencias en un nuevo <modo de ser>, en el momento hipermoderno” (Cuadra, 2008).

En este caso la investigación adoptó algunas de las características que tiene la hiperindustria cultural, que básicamente se relacionan con procesos de significación y modos de ser de los consumidores (perfeccionados -por una mayor multiplicidad de bienes, no así una mayor diversidad de los mismos-), que para el caso de la relación existente entre influencia y valores en jóvenes, se consideró pudiese llegar a tener alguna trascendencia, en cuanto los jóvenes encuentren algún significado en las industrias culturales que más los influyen.

1.1. Primacía hegemónica actual de la industria audiovisual de EEUU

“Sabido es que en la última década y media la implantación del modelo económico neoliberal ha erosionado la participación del Estado en el fomento de las industrias culturales” (Yúdice, 2002, p.17).

Según Armand Mattelart, en su texto “Geopolítica de la cultura” destaca que “con los procesos de desregulación y privatización de los sistemas audiovisuales y de telecomunicaciones, la <cultura> se ha incorporado a la nomenclatura de los <servicios>. Y la diversidad cultural se ha identificado con la multiplicación de la oferta y demanda en el mercado de bienes culturales” (2002, p.174).

Todo esto se debe entender en el caso chileno, desde la lógica de una multiplicidad de bienes culturales, pero que sin embargo, responde a una imitación, igualación o mecanización industrial de sus productos (según lo plantean Adorno y Horkheimer). Asimismo el asunto de las diferencias en el acceso hacia estos bienes, potencia una inequidad social en el país.

Además resulta necesario recordar que las industrias culturales “no sólo son instrumento de los conglomerados de entretenimiento que amenazan “aplanar” sonidos, estandarizar imágenes, coreografiar gestos, <logotipizar> la vida e imponer el inglés. Son también patrimonio histórico y vivo, y recurso que proporciona empleo e ingresos. Hoy en día no pueden crecer, recrearse o democratizarse las sociedades sin sus industrias culturales” (Yúdice, p.23).

Esta última idea se debe entender, en cuanto a la importancia económica de las industrias, pero igualmente como fuente de identidad y patrimonio; junto esto último con la proyección de valores implícitos en la misma obra o comunicación social para con sus consumidores o receptores, en nuestro caso de estudio, los estudiantes.

Desde una visión complementaria con las mencionadas anteriormente, en un mundo donde predomina desde hace décadas la cultura estadounidense en las pantallas de cine y televisión, el gusto mediático ha incorporado la iconografía y los modelos afectivos e intelectuales de ese país, por tanto a influido en las audiencias populares como en las de mayor nivel educativo (García Canclini, 2000).

En relación a la penetración del cine estadounidense, se puede observar en la siguiente tabla, que aun cuando los espectadores estén viendo menos cine de EEUU en los años 2007-08, igualmente, el porcentaje es demasiado diferenciado de Chile y los “otros” países.

Tabla: Cine. Distribución (%) de espectadores según país origen de la película, año 2006 - 2008

	2006	2007	2008
EEUU	82,9	80,4	78,3
Chile	7,9	8,1	8,1
Otros	10,1	11,5	13,6
Total	100	100	100

Fuente: Cámara de Distribuidores Cinematográficos. (CNCA-INE, 2009).

Lo que en definitiva, no da cabida a reconocer una diversidad cultural en las propuestas cinematográficas, más allá que la industria estadounidense del cine, logró manipular aquellas visiones culturales, mostrando una “diversidad cultural o étnica” en sus constantes entregas.

Aun cuando se vea una disminución cercana a los 5 puntos porcentuales en dos años de las películas de EEUU, se considera igualmente, que al homogeneizarse la oferta programática, aparte de perjudicar a las industrias audiovisuales del cine, en Europa, Asia o Latinoamérica, se perjudica de la misma forma, el no optar por reconocer mayores cualidades del pueblo latinoamericano al que pertenecen los chilenos y su cultura, y por tanto, las costumbres y valores que allí se expresen.

A modo de fortalecer lo antes dicho, Martín Hopenhayn (2005) sostiene que, “medido en términos de propiedad sobre la industria cultural, América Latina ocupa un

inequívoco lugar de subordinación al primer mundo y, muy especialmente, respecto de Estados Unidos” (p.83).

Todo esto radica en los contenidos, lo que significan para cada persona y los sentidos que en la actualidad, el total de la población, y específicamente los estudiantes secundarios, adquieren en su interacción con las industrias culturales. Y sobre todo, fue importante ver él como esta influencia genera, modifica y/o fortalece valores de la cultura norteamericana; tales como el individualismo-exitismo, la exigencia-competencia y su relación con la falta de solidaridad y colectivismo en los jóvenes actuales. Lo que se traduce finalmente, en una sociedad despersonalizada que se preocupa sólo de su bienestar personal.

1.2. La situación de los medios de comunicación en Chile

En los años setenta, la ley N° 17.377 de regulación de los medios de comunicación se regía por el interés público, es decir, interesa a una comunidad (Chile) y no a un grupo específico (cadena o grupo económico).

“La ley limitaba la creación de nuevas empresas, ya que obedecía a una “política nacional de comunicación” y supervisaba los contenidos. Ello se debe a que en esos años la TV era considerada una herramienta educativa en las manos exclusivas de las universidades y el Estado. La prensa y la radiodifusión estaban ligadas a la actividad política del período” (Palacios, 2002).

Los partidos políticos eran propietarios de periódicos (algunos de ellos de la izquierda y centro izquierda). Una sustancial diferencia en relación a la TV actual, dice relación con el fijar una política en donde los medios de comunicación social, no sólo lucren, sino además eduquen y fortalezcan el diálogo y discusión social.

Durante la dictadura, todos esos medios fueron clausurados y sus responsables perseguidos. Opera de hecho, una regulación de corte ideológico a la producción cultural del país. Esto se debe principalmente a la eliminación de la “prensa política” (Palacios, 2002). Hoy ninguno perdura -aun cuanto existe la intención de otros medios (como revistas y diarios, sin mucho éxito) por hacer una crítica desde un postulado más político-ideológico-, todos ellos se diluyeron desde el gobierno militar hasta el gobierno de Aylwin.

La ley 18.838, de 1989, refleja la contradicción conceptual del régimen militar: la fe en la libertad económica versus la desconfianza en la libertad política, de palabra y de

pensamiento. Se crea el Consejo Nacional de Televisión (CNTV), el organismo encargado de controlar la titularidad de las concesiones y velar por el correcto funcionamiento de los servicios de televisión (Palacios, 2002).

En los años 2000, la situación de propiedad de los medios en Chile, se sintetiza de la siguiente forma: 1. Grupo Edwards: maneja los diarios El Mercurio, La Segunda, Las Últimas Noticias y varios periódicos regionales. 2. Grupo COPESA: controla periódicos como La Tercera, La Cuarta y La Hora, además de revistas como Qué Pasa y la radio Zero. 3. Grupo Claro: opera el canal de televisión Mega, Editorial Zigzag, bazuca.com, entre varios otros. 4. Grupos extranjeros: que controlan Ibero Americana Radio Chile, varias revistas de Editorial Televisa (Chile) y los canales de televisión Chilevisión y La Red. Además cadenas como VTR, Movistar (anterior Telefónica Chile) y otras, controlan la TV por cable e internet en Chile. 5. Grupo La Nación: maneja entre otros a los Diarios El Nortino y La Nación, y es el único que tiene vínculos con el Estado.

En suma, actualmente en Chile, los grupos económicos son los que mueven los discursos e influencias sociopolíticas, culturales y (lógicamente) económicas. Esto afecta no sólo las mentalidades colectivas, sino también, el cómo los receptores de estos mensajes, construyen sus relaciones con la sociedad como tal; en asuntos de participación y relación con la ciudad, por ejemplo -por noticias trágicas, policiales, delictivas, etc.-, o por mensajes que muestran una realidad idéntica y se reducen a mostrar sistemáticamente las mismas problemáticas, programas, etc.

2. El paso de la sociedad de la producción y la política a la del consumo y la comunicación

En relación al paso de una sociedad productiva y política, hacia una actual de consumo y comunicación, Lipovetsky (2005) recuerda que “paralelamente a la familia, las sociedades industriales modernas han dado brillo ejemplar al valor trabajo. En el curso del siglo XIX, burgueses puritanos y espíritus laicos, socialistas y liberales compartieron la misma religión del trabajo. Los puritanos protestantes vieron en la tarea profesional un deber asignado por Dios al hombre. Las corrientes republicanas magnificaron el trabajo, expresión cotidiana de la solidaridad de cada uno hacia todos” (p.172).

Claramente lo anterior, no representa en absoluto a nuestra sociedad actual “individualista”. Antes, el trabajo se miraba como lo expresa Lipovetsky, en función

del Progreso y de la mano de la divinidad de dios, como también desde la república y las trascendencias que aquel esfuerzo generase en la colectividad.

Hoy, los modelos, prácticas o patrones culturales referidos a la actividad del trabajo, se vinculan principalmente con cuestiones de desarrollo personal, para ahí -y desde allí- lograr posibilitar el éxito sociofamiliar o individual.

Igualmente, las trascendencias o importancia atribuida antaño al trabajo, en las sociedades actuales se relacionan en preponderancia con los objetivos que el individuo “actor social” quiera desempeñar en su introducción-interacción con lo social. Por tanto, los procesos a través de los cuales los individuos recurren a tal obtención, dice relación con la praxis en la cual deposite sus cartas para comprometerse con sus fines u objetivos personales.

El asunto de estudiar lo que se quiera, no estudiar si se quiere y formar algún tipo de microempresa, negocio, etc. son las formas que actualmente los jóvenes están adoptando.

Claro está que aquel desarrollo depende mucho del lugar de la sociedad que se provenga, pues, los jóvenes que provienen de estratos (socioeconómicos) más bajos, no cuentan con los mismos capitales (sociales, culturales o relacionales) que aquellos que provienen de clases medias, y mucho menos de quienes provienen de una élite cultural-política-económica.

Consiguientemente, las interacciones y producciones socioculturales en los escenarios juveniles, responden principalmente al objetivo de vida y el lugar desde donde se proyecte aquel objetivo.

Además, valorizaciones sociales nuevas en la sociedad del consumo, proyectan un individuo que considera fundamentales los tratamientos del bienestar síquico-físico-emocional-cultural-material-recreacional en cuanto, respondan de buena forma a lo que son sus expectativas de desarrollo integral en la sociedad que participa. Entonces, la felicidad, resume directamente lo que son las valorizaciones en relación al ocio-tiempo libre y bienestar, del cual el individuo quiere nutrirse.

En consecuencia “el advenimiento de la sociedad de consumo de masas y sus normas de felicidad individualista han representado un papel esencial: el evangelio del trabajo ha sido destronado por la valorización social del bienestar, del ocio y del tiempo libre,

las aspiraciones colectivas se han orientado masivamente hacia los bienes materiales, las vacaciones, la reducción del tiempo de trabajo” (Lipovetsky, p.174).

Continuando con la comprensión del paso de la sociedad de la producción a la del consumo, encontramos que “el consumo de masas y los valores que éste transmite (la cultura hedonista) son los principales responsables del paso de la modernidad a la posmodernidad, una mutación que puede fecharse en la segunda mitad del siglo XX” (Lipovetsky & Charles, 2006, p.24).

Además “entre 1850 y 1950 se van instalando poco a poco los primeros elementos que luego explicarán la aparición de la posmodernidad, desde el aumento de la producción industrial (taylorismo) y la difusión de los productos gracias a los progresos de los transportes y comunicaciones hasta la aparición de los grandes métodos comerciales que caracterizan el capitalismo moderno (marketing, grandes almacenes, aparición de las marcas registradas, publicidad)” (Lipovetsky et al.).

“La lógica de la moda comienza entonces a empapar de modo duradero y profundo la esfera de la producción y el consumo de masas, y a imponerse sensiblemente, aunque no contaminará de manera real el conjunto social hasta los años sesenta. Hay que decir que el consumo, en esta primera fase del capitalismo moderno, todavía no afecta más que a la clase burguesa” (Lipovetsky et al., pp.24-5).

A lo que se suma según Lipovetsky et al., que “la segunda fase del consumo, que nace alrededor de 1950, señala el momento en el que la producción y el consumo de masas dejan de estar reservados para una clase privilegiada, en el que el individualismo se libera de las normas tradicionales y en el que aparece una sociedad cada vez más volcada hacia el presente y las novedades que trae, cada vez más regida por una lógica de seducción pensada bajo la forma de una hedonización de la vida accesible a todas las capas sociales” (p.25).

“Ciertos valores propios de la modernidad, como los derechos humanos, por ejemplo, no se pueden poner en el consumismo puro. Otros valores escapan igualmente al mundo del consumo, como la preocupación por la verdad” (Lipovetsky et al., p.37).

“Pero el relativismo no es más que uno de los aspectos posibles de la hipermodernidad. Es necesario admitir igualmente que los derechos humanos no se han vivido nunca de manera tan consensuada como en la actualidad, que los valores de la tolerancia y el respeto no se han manifestado jamás con tanta fuerza como en el

presente, favoreciendo una repulsa generalizada de la violencia gratuita” (Lipovetsky et al., 2006, pp.39-40).

Por lo mismo, en el estudio se intentó conocer si aquellos valores propuestos como actuales por los autores, son realmente los que reconocen los jóvenes, y conocer cuál es el vínculo existente con la influencia de las industrias culturales en aquel trayecto.

“Si bien la moral no ha desaparecido del campo social, está más impuesta en él desde fuera, por los mensajes que vehiculan los medios de información, que determinada desde dentro. Es cierto que las normas sociales no las dictan e imponen ya, como en el pasado, el espíritu nacional, la familia o las Iglesias, y que las referencias proporcionadas por las instancias tradicionales se han vaciado de sentido y deben adaptarse a la lógica de lo efímero” (Lipovetsky et al., 2006, p.42).

Por tanto, en aquel trayecto, las industrias culturales, algo pueden haber influido en las decisiones, prácticas y los valores preeminentes que los diferentes actores sociales tengan en su contexto personal y social.

Continuando con Lipovetsky et al. “es razonable también que nuestra sociedad, fascinada por lo frívolo y lo superfluo, entre en su fase flexible y comunicacional, caracterizada por el gusto por lo espectacular, la inconstancia de las opiniones y de las movilizaciones sociales” (p.42).

Cuestión, la de las movilizaciones sociales, que con el correr de los años, claramente se ha ido perdiendo en nuestras sociedades. En parte, por el individualismo, la exigencia del trabajo, etc. y por otra parte, por la falta de creencia en un proyecto común de país o sociedad, donde la juventud no se interesa en participar democráticamente, o en manifestaciones sociales.

Continuando, comenta Lipovetsky et al. que “en vez de elevar el nivel del debate público la televisión, transforma la política en espectáculo. Más que ser promotores de una cultura de calidad, nos abruman con pasatiempos insípidos, multiplican las emisiones deportivas y programan lo más tarde que pueden, incluso suprimiéndolas, las emisiones de contenido vagamente cultural” (p.47).

En consecuencia, el que hayamos o estemos pasando de la sociedad basada en la producción y la política, a la sociedad basada en el consumo y la comunicación; se relaciona directamente con que, la política se invierte de cultura y la cultura se invierte de política (Hopenhayn, 2005).

Por tanto, el mundo escolar juvenil, es el destinatario privilegiado de bienes culturales, que investidos de tales, se representan muchas veces en fuentes de manejo, desincentivo de funciones político participativo y de consumismo exacerbado, para con esto dar cabida a un <actor social> lo menos partícipe posible, a cambio de ser el receptor de comunicaciones provenientes de líneas editoriales que representan instancias de manejo económico, a través de conglomerados transnacionales que atentan contra las libertades de pensamiento y participación en las juventudes.

Siguiendo a Hopenhayn (2005), un primer punto que tensiona la perspectiva de integración planteada, y que atraviesa la relación entre cultura y política, es la brecha creciente entre mayor inequidad material y mayor integración simbólica.

Pensemos en América Latina: a la vez que la integración social-material se ve amenazada por la crisis del empleo y la persistencia en la brecha de ingresos, nuevos ímpetus de integración simbólica irrumpen desde la industria cultural, la democracia política y los nuevos movimientos sociales.

Por una parte, el consumo de medios de comunicación y la matrícula educativa siguen expandiéndose. La educación presenta mayores problemas en calidad que en cobertura, lo cual implica que la cobertura ha aumentado de tal modo que empiezan a cobrar mayor relieve otros desafíos educativos.

La difusión de los mass media permite hoy, en el grueso de los países de la región, que la gran mayoría de la población esté mejor informada y tenga mayor acceso a la producción cultural y al debate político.

Nunca antes la región contó con la casi totalidad de sus gobiernos democráticamente electos, y hay mayor conciencia y vigencia de los derechos civiles y políticos, mayor valorización del pluralismo político y cultural, y cobra renovados bríos el tema de la ciudadanía y de los derechos sociales y culturales (Hopenhayn, p.77).

Lo anterior nos introduce en un panorama en el cual, cultura, política y educación, tienen la responsabilidad de acrecentar la participación ciudadana, resguardar las libertades públicas y generar una calidad tanto educativa como valórica para los nuevos ciudadanos que allí participen.

Por tanto, desde un acceso-consumo-influencia equitativo entre los distintos actores sociales, hacia los componentes de las industrias culturales que los ciudadanos

juzguen como positivos para su participación ciudadana, y junto a la formación de audiencias y de ciudadanos valóricamente pre-ocupados de la realidad social, podremos adentrarnos en una sociedad de consumo y comunicación, que no se vínculo únicamente con el individuo y su derecho al placer, sino que igualmente pueda atender al deber social y político que garantice mayores garantías al conjunto de la sociedad.

3. Transformaciones socioculturales actuales: El proceso de mutación cultural

En el último cuarto del siglo XX, nuestras sociedades han asistido a fuertes mutaciones que modificaron la situación y estructuración misma de los distintos sectores que la componen. El de los jóvenes representa un grupo especialmente afectado por estos cambios (Balardini, 2005, p.54).

Para entender este mundo, según Guy Bajoit (2003), “en efecto, se pueden comprender las mutaciones actuales poniendo el acento más bien en los factores tecnológicos, económicos o financieros. Los autores subrayan entonces ya sea el advenimiento de la sociedad de la comunicación y de la información o bien del modelo neoliberal y de la sociedad de la competencia o incluso de la aldea planetaria regida por la especulación” (pp. 5-6).

Por tanto, según Bajoit se puede abordar el asunto de la mutación cultural desde una perspectiva sociopolítica e interpretar lo sucedido con el estado nacional o el Estado de bienestar social en donde el proceso de globalización tiene directo vínculo en su debilitamiento y quiebre.

“Se puede incluso dar sentido a los cambios en curso insistiendo en los factores sociales y culturales: se verá allí entonces el fin de las grandes ideologías y de los movimientos sociales que estaban ligados a ellas, la evolución rápida de los sistemas de valores, la mutación del modelo cultural industrial hacia un nuevo modelo que, a falta de un concepto más claro, se designa todavía como “postindustrial” (Bajoit).

Por último se puede ver el tránsito de la modernidad hacia una nueva condición, la posmoderna, en la que se discute actualmente, que es lo que acontece en los países en relación a este proceso de mutación.

En consecuencia, se puede notar que estas tres etapas han constituido el actuar de los sujetos sociales actuales. Lo que se traduce en el actuar propio de cada sociedad. Lo

que finalmente influye en diversos ámbitos: económicos, políticos, sociales y para el caso de la investigación, culturales.

Pues justamente en la evolución rápida de los sistemas de valores desde un modelo cultural industrial, hacia una posindustrial, en el que se influyen mutuamente visiones de cada modelo, en los jóvenes se puede llegar a notar como asimilan aquella influencia, y sobre todo la de la actual condición, en su interacción-consumo-influencia con las industrias de la cultura en sus configuraciones valóricas actuales.

Continuando en la línea de lo ético-valórico, pero viéndolo desde la teología, Antonio Bentué, en la introducción del libro “Valores, Sociedad y Educación” (2004) precisa que, “la cosmovisión cultural mítico-ritual mágica constituye lo que podríamos llamar la cultura “premoderna”, que está en la base de los condicionamientos culturales dentro de los cuales se han movido prácticamente todas las religiones” (Catalán & Egaña, p.7).

“En el siglo XIX, esa aparente contradicción entre “fe y razón” determinó el surgimiento del positivismo, que reducía la realidad únicamente a los procesos de hecho “causa-efecto”, empíricamente verificables, explicados no por los “mitos” sino por la ciencia y controlados por la técnica y no por los “ritos” (...) De esta manera, el “Dios-causa” había muerto.” (Catalán et al., p.8).

Con estos procesos científicos, culturales, religiosos, etc., hemos llegado a la actual condición o etapa del desarrollo humano, en donde, la fragilidad del individuo frente a sistemas y conglomerados poderosamente interconectados, muchas veces hace dudar a los sujetos sociales de una real participación en la condición posmoderna o de evolución de la modernidad.

Junto con una emancipación del mismo individuo hacia raciocinios propios de la ciencia moderna y un alejamiento a los mitos-ritos de la época premoderna, que en la proyección de liberación de ataduras religiosas, lo llevaron a optar por un mayor acercamiento hacia la institucionalidad política o pública, y hacia un proceso de alejar cada vez más las ligaduras de la religión con el Estado moderno y su política, democracia, etc.

Lo que en el proceso de secularización que se vive hace años en occidente, muchas veces la gente al no tener una fe, certeza o convicción del desarrollo de su vida y proyección de la trascendencia personal, íntima; no encuentra un <sentido> a su humanidad, sus relaciones sociales, su trascendencia personal, su espiritualidad y el

contacto con lo que proyecte una realización como persona y como actor de una sociedad... en definitiva un sentido de la vida.

Seguido de la dura experiencia de la primera mitad del siglo XX, con el desastre del nazismo, las guerras mundiales, etc. etc., “se ha iniciado la penosa regresión que conocemos como “postmodernidad” y que constituye de alguna forma la crisis del triunfalismo moderno (...) Esta crisis de la cosmovisión moderna no significa, sin embargo, para nada el regreso a la premodernidad” (Catalán et al., p.9).

“Más bien representa la profundización de lo que implicaba la modernidad: no hay fundamento valórico trascendente, en “Dios”, pero tampoco lo hay en “utopías” autónomas modernas. De esta manera, nos quedamos sin el “pan” de la escatología y sin el “pedazo” de las utopías. Y sálvese quien pueda. En este hundimiento del Titanic de la modernidad, no sirve ya el recurso del barco alternativo “premoderno” sino que estamos, al parecer, condenados a seguir flotando en el mar abierto sin el horizonte de fundamento absoluto alguno de valores. Ya no estamos “ni ahí” con nada ni con nadie y cada uno tiene que agarrarse a la tabla de salvación con que tope en su propio nado a la deriva” (Catalán et al., p.9).

En justamente en este proceso, que el ser humano, tiende a individualizarse y guardarse en un consumo particularizado, navegando por internet, escuchando música, asistiendo al teatro, leyendo libros, visitando el museo; pero estas adquisiciones no dan un real sentido al existir humano, pues los mismos son extremadamente efímeros, lo que hace de ésta, una cultura de lo desechable, poco comprometida con lo social, pre-ocupada de sí misma.

Continuando con el desarrollo teórico, según Lipovetsky (2005), “los valores de autonomía individualista, el hedonismo del consumo de masas y, más recientemente, la competencia económica y las nuevas exigencias de la organización del trabajo, han actuado conjuntamente para crear una cultura en la que el logro individual está en todas partes y los deberes hacia uno mismo en ninguna” (p.127).

Asunto fundamental, por el cual, posiblemente exista un malestar y sin sentido en la vida de personas adultas y jóvenes, que en el libre arbitraje de su accionar, no logra consolidar un proyecto de vida y más bien se encuentra en un circular sin encontrar sentido a sus actos.

Continuando con Bajoit, y relacionado con el estudio “defenderemos aquí la hipótesis que desde hace tres o cuatro décadas las sociedades occidentales de Europa y de

América del Norte están viviendo y difundiendo en el mundo una <mutación cultural>: pasarían rápidamente de un modelo cultural de tipo técnico (el del capitalismo industrial) a un modelo cultural de tipo identitario (el del mercantilismo mundializado, fundado en el consumo y la información)” (p.100).

Resulta especialmente interesante, abordar el presente estudio en función de la difusión-expansión de los estilos de vida, relaciones sociales y expresión implícita o explícita de los valores que traen consigo dichos procesos, hacia el mundo subdesarrollado.

Entonces, desde la transmisión-visión de los mundos que se viven en Norteamérica y Europa, a través del cine, la TV o la literatura por ejemplo, los jóvenes chilenos estarían observando aquello -por los procesos de globalización, libre mercado, etc.- como algo próximo a su realidad, ya que en ella posiblemente vieran reflejada una nueva forma de accionar en sociedad, a través de sensibilidades, visiones y propuestas éticas en las industrias de la cultura consumidas.

Continuando con Bajoit “se trataría, así, de un trastorno muy profundo, que afecta las raíces mismas de nuestras representaciones del mundo (la naturaleza, sobrenaturaleza, la sociedad, el individuo), de nuestros valores, de nuestra manera de resolver los problemas de la vida común y de concebir la “vida buena” (p.100).

Donde para el caso de la investigación, se debieron entender aquellas representaciones del mundo, de los valores y problemáticas sociales, a través de la difusión de contenidos valóricos al interior de las industrias culturales.

Además debemos destacar igualmente para comprender aquellas representaciones del mundo, según Bajoit (2008) que “paralelamente al debilitamiento del modelo cultural industrial (el de la modernidad racionalista), se afirma otro modelo que ha propuesto llamar “identitario” (el de la modernidad subjetivista), que conmina a cada uno de los miembros de nuestras sociedades contemporáneas a conducirse como un individuo-sujeto-actor. La paradoja salta a la vista: es la cultura en vías de convertirse en dominante la que impone a cada individuo autorealizarse como persona singular, hacer opciones personales, vivir su vida con placer y pasión, y evitar cuidadosamente correr demasiados riesgos” (p.23).

Por tanto, “para defender nuestra hipótesis necesitamos precisar primero en qué consiste el modelo cultural técnico, que es el de las sociedades industriales. Éste se instauró progresivamente, desde el Renacimiento, a partir del país que realizó la

primera revolución industrial, Inglaterra de fines del siglo XVII. Luego se expandió en Europa, primero en Holanda y después en Francia y en EEUU, donde se impuso hacia fines del siglo XVIII. En el curso del siglo XIX se extendió por toda Europa y desde los comienzos del siglo XX se impuso en el mundo entero, particularmente en América Latina, en África y en Asia, y con más o menos éxito, por las potencias coloniales europeas y por EEUU” (Bajoit, 2003, pp.101-2).

Por tanto, en este punto podemos articular lo que son y han sido históricamente los modelos socioculturales adoptados en distintas partes del mundo; pero lo que resulta más interesante de rescatar de aquella trayectoria son precisamente las formas de experimentar el cambio en las sociedades menos desarrolladas. En donde, tradiciones, actividades productivas y relaciones con la religión van haciendo mutar los sistemas de valores por los que se rige cada cultura, y que está influido por otras culturas.

Una síntesis de los procesos de mutación cultural en las sociedades occidentales desde hace unos 40 o 50 años, nos la proporciona Bajoit (2003) “si todos los observadores acuerdan hoy que nuestras sociedades viven un cambio cultural importante, no comparten, sin embargo, la hipótesis. En nuestro caso, la investigación que hemos realizado sobre jóvenes (Bajoit y Franssen, *Les jeunes dans la compétition culturelle*) nos hace pensar que, sobre los restos todavía vivos del modelo cultural industrial, se está reconstruyendo e imponiéndose un nuevo sistema de sentido” (p.101).

En relación al nuevo sistema de sentido, según Bajoit (2008), en todos los campos esenciales que componen la vida social (vale decir en el campo de la: tecnología, economía, política, del contrato social, de la integración y de la socialización, y en el campo de las relaciones intersociales) “los actores critican lo antiguo en nombre de lo nuevo. En todas partes sienten la necesidad de legitimar sus nuevas prácticas y de producir un nuevo sentido. El conjunto de los principios que ellos invocan de este modo, y en nombre de los cuales orientan y dan significado a sus prácticas, constituye realmente un nuevo modelo cultural que apela al individuo como sujeto autónomo y responsable de sí mismo, y como actor cívico y competitivo en sus relaciones con los demás y con el mundo” (p.19).

En consecuencia, este nuevo sistema de sentido estaría directamente relacionado con el individuo, en tanto partícipe desde su realidad hacia una realidad en sociedad, donde a través de responsabilidades mutuas y madurez de cada actor social, se estarían generando las bases para competir en la realidad social, sin importar mucho los demás actores en aquel desarrollo.

Una segunda hipótesis (Lipovetsky, Baudrillard) “es que estaríamos asistiendo a la crisis y quizás a la descomposición del modelo cultural de las sociedades industriales y lo que observamos no serían más que signos de decadencia: apatía, anomia, individualismo, corrupción, delincuencia, racismo, exclusión. De esta manera, las referencias culturales estarían debilitándose, complejizándose fuertemente, provocando una atomización de la sociedad, un hiperindividualismo, una disolución de los lazos sociales... ¡pero no veríamos renacer un nuevo modelo cultural!” (Bajoit, 2003, p.101).

En consecuencia, consideramos, que ambas hipótesis (la de Bajoit y Lipovetsky) tienen relación en cuanto un cambio en el modelo cultural se estaría produciendo aproximadamente hace medio siglo. Por cuanto, desde la visión de Bajoit et al., encontramos una dinámica de inter-influencia en las costumbres de ambos modelos culturales, y una reconstrucción valórica y elaboración de un nuevo sistema de sentido y de participación para el caso de los jóvenes. Por tanto, una nueva forma de relacionarse cultural, valórica, individual y socialmente, se estaría produciendo en las nuevas generaciones.

En la segunda encontramos una postura negativa de la actual sociedad, en donde la atomización social, el individualismo, la apatía en diversos ámbitos (políticos por ejemplo, desde los jóvenes) estaría dando cabida a un modelo cultural centrado en el individuo y su satisfacción más próxima y particular.

3.1. Mutaciones tecnológico-comunicativas en las sociedades actuales

“La generalización de las innovaciones tecnológicas ligadas a la información y a la comunicación es decisiva para comprender las mutaciones económicas y financieras a las cuales asistimos actualmente: se puede vender “bienes inmateriales” en el mundo entero sin ningún límite físico (peso o espacio) relacionado con su transporte y como la capacidad de producción de estos bienes es prácticamente ilimitada, se requiere de mercados lo más amplios posibles. Estos bienes se convierten en estratégicos para la acumulación de riquezas: después del textil, del acero, del automóvil y la petroquímica, hoy son las comunicaciones el sector estratégico para el desarrollo económico” (Bajoit, 2003, p.259).

“Desde los años ochenta y sobre todo en los noventa apareció un presentismo de segunda generación, sostenido por la globalización neoliberal y la revolución de las tecnologías de la información. Estas dos series de fenómenos se combinaron para

<comprimir el tiempo-espacio>, para sobreexcitar las lógicas del tiempo breve. Por un lado, los medios electrónicos e informáticos posibilitan las informaciones e intercambios en <tiempo real>, creando una sensación de simultaneidad e inmediatez que devalúa de manera creciente las formas de la espera y la lentitud” (Lipovetsky & Charles, 2006, p.66).

Entonces, estos cambios tecnológicos han afectado el normal desarrollo de la sociedad en general, pero en el caso de la población juvenil escolar, ciertamente aquellas mutaciones tecnológicas, son parte de su rutina cotidiana, y por lo mismo, podemos dimensionarlas en aquel contexto.

Según Giddens (2003) “la globalización es política, tecnológica y cultural, además de económica. Se ha visto influida, sobre todo, por cambios en los sistemas de comunicación, que datan únicamente de finales de los años sesenta” (p.23).

A lo que se suma en el caso chileno hace unos diez o veinte años, “que se experimenta un acelerado proceso de cambio cultural, la creciente presencia de los medios de comunicación de masas, la explosiva importancia del consumo y la veloz emergencia de nuevas tecnologías apuntan a una tendencia común: las transformaciones de la última década han tornado difusos aquellos valores y símbolos colectivos tradicionales a partir de los cuales la gente orientaba su vida en sociedad” (PNUD-INJUV, 2003).

A lo que debemos sumar para el caso específico de los y las jóvenes, que en el asunto de los valores colectivos, muchas veces ellos no encuentran relación en las acciones colectivas, sean estas, políticas o religiosas; pero si, se relacionan con un proceso de autoconstrucción como personas, donde posiblemente las industrias culturales puedan mostrarles estilos de vida, referentes éticos, etc.

“El alcance de las tecnologías mediáticas crece con cada ola de innovación. Le costó cuarenta años a la radio conseguir una audiencia de 50 millones en EEUU. La misma cantidad de gente utiliza ordenadores personales sólo quince años después de que apareciera el ordenador personal. Hicieron falta sólo cuatro años, desde que se hizo accesible, para que 50 millones de estadounidenses usaran internet con regularidad” (Giddens, 2003, p.24).

En consecuencia todas y cada una de estas innovaciones, han tenido en cada individuo, la posibilidad de influir sus vidas y rutinas, pero para que aquellas rutinas

se transformen en tal, es relevante destacar el desigual acceso hacia las mismas. Cuestión esta última, considerada para la investigación.

Además, según Giddens, las influencias de la globalización y las nuevas tecnologías, estarían influyendo no sólo el ámbito financiero de las naciones, sino que igualmente importante, estarían influyendo en aspectos íntimos y personales de nuestras vidas. Por ejemplo, sobre el debate de los valores familiares, pues “los sistemas familiares tradicionales están transformándose, o en tensión, en muchas zonas del mundo, sobre todo al exigir las mujeres una mayor igualdad”.

Donde las mujeres en la actualidad participan de la esfera política y del trabajo en mayor medida que en años anteriores. Lo que da como resultado nuevas relaciones en la familia, y las formas de relacionarse entre los integrantes de la misma, por situaciones como menor tiempo en el hogar por parte de la madre, por ejemplo.

Continuando, Balardini (2005) nos propone, que un aspecto central de estas transformaciones estuvo dado por la revolución científico-técnica (RCT), que renovó los medios de producción en intensidad y extensión, impulsando una profunda reorganización productiva sin afectar las relaciones de producción existentes. Esta nueva configuración, que se impone a mediados de los años setenta, generó las condiciones materiales en las que se desarrolló su contraparte cultural, que asoma con el tiempo del ocaso de la modernidad o, deberíamos decir, de la racionalidad moderna, sala de partos de la posmodernidad (p.54).

Según Bauman (1996) “la condición posmoderna se constituye en el espacio del movimiento y cambio continuo que sin embargo no tiene una dirección claramente determinada”.

Además “no hay ya, como en las sociedades tradicionales repetición de modelos del pasado, sino todo lo contrario, novedad y tentación sistemáticas como norma y como organización del presente. Al abarcar sectores crecientes de la vida colectiva, la forma moda generalizada ha convertido el eje del presente en temporalidad socialmente dominante” (Lipovetsky & Charles, 2006, p.63).

Entonces “la condición posmodernista puede, por tanto, ser descrita como modernismo liberado de la falsa conciencia y como un tipo nuevo de condición social que destaca por su manifiesta institucionalización de aquellas particularidades que la modernidad intentaba eliminar de sus proyectos y prácticas de manejo y, cuando esto no dio resultado, camuflarlas” (Bauman).

Por tanto al generarse mayores libertades para los actores de la sociedad, conformadas por la RCT mencionada por Balardini, posiblemente esta nueva condición en sociedad ha sido la que ha llevado a nuevas dinámicas al interior de la organización social, donde las subjetividades apartaron a un conjunto compacto en múltiples conjuntos fragmentarios en lo social.

Por ejemplo, según Beck, la misma sociedad de derechos que constituimos alienta la individualización. Si en primer lugar, fueron los hombres quienes desarrollaron este estilo de vida autodefinido, posteriormente lo hicieron las mujeres (y muy rápidamente), y, finalmente, son hasta los propios niños a quienes les enseñamos desde muy pequeños acerca de sus derechos. En paralelo, opiniones, valores, costumbres y estilos de vida se difunden masivamente a través de los medios y ayudan a procesar estas prácticas, generando una nueva estandarización ajena a las culturas familiar y comunitaria prevaletentes hasta entonces (Balardini, p.71).

Todo lo anterior dice relación con la producción-productivismo; el consumo-consumismo (lo que deriva a la vez en) e individuo-individualismo. Todas estas son algunas de las características que guardan relación con los cambios experimentados en nuestras sociedades, y el cómo nosotros (los ciudadanos) nos hemos debido adecuar a sus procesos de mutación cultural.

3.2. Individualismo y atomización en la sociedad actual

“El individualismo surge en el momento en el que los hombres se convierten ellos mismos en autores de sus propias descripciones, esto es, cuando empiezan a reclamar los derechos de autor respecto a sus propias historias y opiniones. Este fenómeno se hace especialmente llamativo a partir del siglo XVIII. Esta época marca el momento en el que los individuos burgueses se convierten, no sólo en el plano virtual, sino también de manera efectiva, en héroes novelescos y autores de sus autobiografías. Será en el siglo XX cuando el individualismo de diseño se suma al individualismo novelesco: es a partir de este preciso momento cuando exigimos también los derechos sobre nuestra propia imagen” (Sloterdijk, 2003, p.32).

Por lo mismo, en esta época, se puede observar en los jóvenes una mayor cercanía con lo propio, con su desarrollo y equilibrio, en donde el individuo se debe desarrollar.

“Pues en el instante en el que renunciamos a la idea de que un Dios piensa a través de nosotros y dejamos de suponer que una inteligencia omnipresente e impersonal se

encarna en nosotros y a través nuestro (...) de ahí que sólo seamos ya, como gusta decirse, “nosotros mismos”. Vivimos y pensamos por nuestra cuenta” (Sloterdijk, p.33).

Para lograr entender el paradigma identitario propuesto por Bajoit (2003), debemos entender por sujeto, “la capacidad del individuo de actuar sobre sí mismo para construir su identidad personal, manejando las tensiones existenciales que le causan sus relaciones con los otros en el mundo” (p.25). Puesto que en los paradigmas clásicos de la sociología, como el paradigma de la integración y alienación, el individuo es reducido a un objeto, el primero relacionado con un control normativo impuesto desde el exterior de ellos mismos o un hecho social en Durkheim para ser más preciso, mientras que en el segundo los individuos serían productos de condiciones materiales de existencia (referido a la política, economía o ideología).

En síntesis, Bajoit propone que “intentemos explicar las conductas colectivas, el orden y el cambio en la sociedad, buscando en el individuo, a la vez objeto y sujeto de sus relaciones sociales, el principio de explicación, haciendo así una sociología relacional, fundada en un paradigma de la identidad individual. Dicho más claramente, son las relaciones entre los sujetos individuales que buscan construir y realizar su identidad personal por sus intercambios los que permiten comprender la vida social” (pp.28-9).

Lo que desde otro postulado igualmente provocaría una atomización en la sociedad, pues, “cuantas más posibilidades de elección hay, mayor es la atomización social; cuanto más autonomía subjetiva, más compleja, exigente, difícil se hace la comunicación entre los seres” (Lipovetsky, 2005, p.70).

Y referente ahora, con la influencia de las industrias culturales en aquella condición de individualismo generalizado, podemos mencionar a Sloterdijk (2002) quien comenta que “las masas actuales han dejado de ser masas capaces de reunirse en tumultos; han entrado en un régimen en el que su propiedad de masa ya no se expresa de manera adecuada en la asamblea física, sino en la participación en programas relacionados con medios de comunicación masivos” (p.16).

Por tanto, en esta cita, podemos notar la falta de participación ciudadana en la esfera pública, y más bien, se puede apreciar, como la mediatización de la cultura por los medios de comunicación, influye en una menor participación social, y una mayor tendencia hacia el individualismo.

Continuando con Sloterdijk “ahora se es masa sin ver a los otros, el resultado de todo ello es que las sociedades actuales han dejado de orientarse a sí mismas de manera inmediata por experiencias corporales: sólo se perciben a sí mismas a través de símbolos mediáticos de masas, discursos, modas, programas y personalidades famosas. Es en este punto donde el individualismo de masas propio de nuestra época tiene su fundamento sistémico. Él es reflejo de lo que hoy más que nunca es masa, aunque ya sin la capacidad de reunirse como tal” (2002, p.17).

Todo lo anterior influye en la participación ciudadana en actividades políticas o sociales, pero, igualmente, influye en la participación en actividades culturales de la población general, lo que de una u otra forma, dificulta los lazos sociales, pues se articula una dimensión individual del consumir en actividades que en la particularidad del hogar dan lugar a consumos despersonalizados, que poco aportan para el desarrollo de relaciones en la ciudad, lo que a su vez, tiende a incrementar el individualismo y disminuir la cohesión social.

Finalmente en relación a la idea de individualismo, se debe comentar la relación que la misma guarda o tiene con la sensación de soledad que actualmente se vive en algunos rincones del mundo, particularmente en todos los rangos etareos, tanto jóvenes como adultos, o adultos mayores. Todas estas personalidades, por medio del consumo y sobre-exigencia, junto con no encontrar un real sentido al existir, son finalmente trascendidos o impactados sus estados personales y colectivos. Lo que en definitiva los lleva a atomizarse e integrar una condición individual solitaria, en la que existen fatigas que no dejan actuar de buena forma a las sociedades actuales.

4. Diferencias en el acceso y consumo cultural en estudiantes secundarios en Chile

Luego de introducirnos en lo que entenderemos y desde donde miraremos las industrias culturales, y los procesos de transformación sociocultural, ahora revisaremos, el acceso y consumo cultural en los jóvenes de distinta dependencia educacional.

En las sociedades subdesarrolladas, como la chilena, podemos notar que existen diferencias en el acceso en todo ámbito, ya sea en lo educacional, laboral, político, económico y, a la vez este tipo de acceso condiciona el consumo que tienen diferentes segmentos de la estratificación social en Chile.

En suma, y en referencia al presente estudio, estos consumos no son simples adquisiciones de determinados bienes primarios, sino que tienen relación con, el acceso, por tanto el poder adquisitivo con que cuenta la persona; y en consecuencia la opcionalidad de consumo cultural con que los jóvenes se influyen, por tanto el capital cultural que adquieren de sus familias y la socialización en la escuela, dan significado y a partir de estas relaciones construyen individual y colectivamente valores propuestos en la interacción que ellas y ellos tienen con las industrias culturales.

Aquella primera influencia valórica en cualquier persona, responde en primera instancia a sus relaciones con la familia, amistades y el colegio. Pero, para el estudio, entenderemos a las industrias culturales, como portadoras explícita e implícitamente de valores, tanto en la comunicación social, como en las obras artísticas.

Por tanto, lo que el consumo cultural, otorgue a las y los jóvenes, tendrá directa relación con el fortalecimiento o contrastación que ellas y ellos encuentren en su vínculo de influencia con las industrias culturales, y los valores que allí se presenten.

A la luz de este proceso aparecen asuntos como la cultura en que se adaptan los estudiantes y, a su vez, el modo de adoptar cierta postura al interior de su persona, para posteriormente influir a otros, en lo que son sus rasgos o costumbres valóricas en sociedad.

En este lugar subyace la cultura juvenil en la escuela y su relación con el esquema valórico e interactivo, y el cómo se llega a estas acciones a partir de los grados de influencia en los jóvenes; ya sea por el consumo y acceso cultural, teniendo aquí particular importancia los recursos monetarios de los educandos, pero también cuestiones opcionales, en cuanto consumir, asistir o adquirir cierto tipo de bienes culturales; y por otra parte aparecen reflejados en estas opciones lo que dice relación al capital social, cultural y simbólico, en que el joven ha desarrollado sus lazos e interacciones en lo social, y además los propios valores que se le hayan inculcado en el proceso de asimilación de los mismos capitales.

Según Bajoit (2003) “las personas quieren consumir todo lo que los avances tecnológicos actuales pueden ofrecerles, pero también quieren protegerse contra la manipulación de sus necesidades, consumir productos sólidos, sanos, seguros, éticos y estéticos que no pongan en peligro la salud y el medio ambiente, tanto para ellos como para las generaciones futuras” (p.106).

Por tanto, en este lugar aparecen aspectos pertenecientes al modelo cultural actual, en función de las problemáticas -como la medioambiental- publicitadas por los medios de comunicación, y que guardan directa relación con una proyección ética hacia futuras generaciones; junto con estar presente el cuidado del individuo, en función de estar estéticamente bien presentado en sociedad.

En síntesis, volviendo al tema del acceso cultural, el proceso de mutación (cultural, tecnológica, económica) no concierne solamente a los jóvenes acomodados, de sectores medios o altos. Más bien, hay una entrada por arriba -por la TV cable, las actividades culturales- y una entrada por abajo -la radio-. Y para todos, a través de la música y de la televisión (Salinas & Franssen, 1997, p.156).

Aquí constatamos dos tipos de industria de la cultura -audiovisual-, que son horizontales para todos los estudiantes, perteneciente a cualquier dependencia educacional o a cualquier estrato social. Claro que en los otros tipos de industrias culturales, como la industria cultural del espectáculo o visual y plástica -por ejemplo- sigue existiendo un acceso mayor para el que disponga de los medios monetarios y las relaciones sociales pertinentes para su conocimiento.

4.1. Capital cultural e interacción social en estudiantes secundarios

Por capital cultural, debemos entender los bienes culturales que transmiten las diferentes acciones pedagógicas familiares y cuyo valor como capital cultural está en función de la distancia entre la arbitrariedad cultural impuesta por la acción pedagógica dominante y la arbitrariedad cultural inculcada por la acción pedagógica familiar en los diferentes grupos o clases (Bourdieu & Passeron, 1998, p.71).

Por lo mismo, con la finalidad de adecuar el concepto a la investigación, por capital cultural entenderemos, la transmisión, entrega, ayuda o motivación en el conocimiento de diferentes bienes culturales (arte en general, cultura, música, libros, pintura, etc.) por los padres hacia sus hijos. Además, éstos se pueden fortalecer en la acción pedagógica en el colegio. Por tanto, el capital cultural puede ser aumentado o no, dependiendo al colegio que se asista.

Al proceso de “inculcar los elementos fundamentales de la cultura en los nuevos miembros de una sociedad” se le denominaba socialización. Este proceso se caracteriza básicamente porque permite el aprendizaje de roles y valores que cada sociedad considera necesarios para que la tradición del pasado continúe y se perpetúe.

Según Claudio Duarte (1999), las principales agencias de socialización son la familia, la escuela, los medios de comunicación y en el caso de las y los jóvenes, el grupo de pares. A ellos se les denomina Agencias de Socialización Primaria ya que influyen en los primeros momentos de la vida. Existe también un proceso de socialización secundaria en que cada individuo internaliza un conjunto diferente de normas y valores, que en algunos casos implica despojar a los individuos de su autoimagen y de los valores adquiridos durante la socialización previa (pp.20-1).

Ligando lo anterior con el presente estudio; en un primer momento se ingresa a una escuela y se socializa secundariamente -según Berger y Luckman- pero en esta socialización se dejan notar diferenciaciones de la misma realidad del modo de vida, de cada estudiante. Por ejemplo, la entrega diferenciada de capitales culturales, y el cómo las y los jóvenes se aproximan a una socialización escolar.

En este proceso se crean y masifican diferencias en cuanto a la equidad-calidad de los mismos colegios, y por tanto se afecta lo que es la misma <integración>, siendo más amplia en los colegios universalmente más homogéneos (dependencia particular o municipal de prestigio) en los conocimientos o capitales de los estudiantes, y más baja en las escuelas mayormente más heterogéneas (dependencia municipal y subvencionada).

En el libro “Razones prácticas” (1997) Bourdieu precisa que “el espacio social se constituye del tal forma que los agentes o los grupos se distribuyen en él en función de su posición en las distribuciones estadísticas según los dos principios de diferenciación que, en las sociedades más avanzadas, como Estados Unidos, Japón o Francia, son sin duda los más eficientes, el capital económico y el capital cultural. De lo que resulta que los agentes tienen tantas más cosas en común cuanto más próximos están en ambas dimensiones y tantas menos cuanto más alejados” (p.17).

En este caso, a modo de ejemplificación, en un colegio particular pagado muchas veces los estudiantes tienen los mismos grados de conocimiento y/o acceso cultural, y por tanto se ve fortalecida su integración y socialización en las relaciones de educandos y académicos.

Cristián Parker (2001) nos muestra el siguiente cuadro, donde se analiza si el estrato socioeconómico de cada colegio, influye en el capital social presente en cada estudiante. Por tanto, se deben entender los porcentajes en función del total de cada colegio, donde se aprecian diferencias sustanciales, sobre todo entre colegios de clase

alta (para nuestro estudio colegios particulares) y colegios de clase baja (para nuestro estudio colegios municipales).

Capital social por tipos de colegios

Colegios	Capital social		
	Alto	Bajo	Total
Colegio de clase baja	54,6%	45,4%	100,0%
Colegio de clase media	70,6%	29,4%	100,0%
Colegio de clase alta	82,9%	17,1%	100,0%

De acuerdo a los datos presentados en el cuadro, según Parker “se puede observar que existe una fuerte relación entre la alta y/o baja disposición de capital social de acuerdo a la estratificación socioeconómica y cultural de los colegios. En este sentido, se observa una fuerte asociación entre la variable capital social y la variable “tipo de colegio”; en otras palabras, se puede concluir que a medida que se sube en el estrato vinculado a los colegios existe mayor porcentaje de jóvenes que disponen de un capital social elevado, a diferencia de los jóvenes pertenecientes a colegios de estrato bajo en los cuales este porcentaje tiende a disminuir” (p.20).

Por tanto, esta relación que cada estudiante tenga con los capitales aportados por su familia, sean culturales o sociales, claramente obstaculizan un trayecto de integración en el colegio, y las interacciones o socializaciones que cada educando desarrolle al interior de los mismos.

En el pensamiento de Pierre Bourdieu, debemos entender un conjunto de conceptos que a partir de sus conexiones, dan lugar a entender o articular, por ejemplo, lo que cada capital, ya sea cultural, social o simbólico, tiene para cada sujeto social.

Por <habitus>, según Bourdieu, debemos entender el principio generador de las prácticas sociales. Por tanto, las formas de pensar, llevar a cabo o ejecutar y sentir que están originadas por la posición que una persona ocupa en la estructura social. El habitus tiene la capacidad de dinamizar las prácticas sociales. Es lo social en el sujeto.

En consecuencia, son las disposiciones o prácticas (gustos, lenguaje, formas de presentarse en sociedad o con amigos, etc.) que con el tiempo de vivir, en las relaciones con personas de la misma clase, con personas de otra, etc. vamos adquiriendo en nuestra interacción con la sociedad.

Lo que a su vez configura nuestra forma de actuar, de posicionarnos en la esfera social, pero esta forma de actuar funciona de manera inconsciente en nosotros, pues la llevamos a cabo diariamente, pero no son reconocidas como características propias de cada individuo o grupo social, y al mismo tiempo, en comparación con otros. Por tanto, el habitus es un conjunto de disposiciones y prácticas afectivas y lógicas. O si se quiere, la forma en que el sujeto modela y regula la realidad.

En cuanto al <campo>, es el espacio social -vale decir, las posiciones sociales que se organizan a partir de la estructura social- que se crea en torno a la valoración de hechos sociales tales como el arte, la ciencia, la religión, la política, etc. Por tanto, en este espacio social, económico, político y cultural de poder, a partir de la ubicación de estatus sociales. Dentro de los estatus existen posiciones hegemónicas (capitales validos y legitimación social) y subalternos (falta de capitales validos, asimilación de capitales, en busca o no de legitimación social).

Esos espacios están ocupados por agentes con distintos habitus, y con capitales distintos, que compiten tanto por los recursos materiales como simbólicos del campo.

Estos capitales, aparte del capital económico, están formados por el capital cultural, el capital social, y por cualquier tipo de capital que sea percibido como “natural”, forma ésta del capital que denomina capital simbólico.

Los agentes, con el habitus que es propio dada su posición social, y con los recursos de que disponen, “juegan” en los distintos campos sociales, y en este juego contribuyen a reproducir y transformar la estructura social.

En relación a lo propuesto anteriormente, encontramos según Bourdieu (1979) que “el capital cultural puede existir bajo tres formas: en el estado incorporado, es decir, bajo la forma de disposiciones duraderas del organismo; en el estado objetivado, bajo la forma de bienes culturales, cuadros, libros, diccionarios, instrumentos, maquinaria, los cuales son la huella o la realización de teorías o de críticas a dichas teorías, y de problemáticas, etc., y finalmente en el estado institucionalizado, como forma de objetivación muy particular, porque tal como se puede ver con el título escolar, confiere al capital cultural -que supuestamente debe de garantizar- las propiedades totalmente originales”.

Si bien para el caso particular de la presente investigación, se incluyó la perspectiva de Bourdieu particularmente en función del estado objetivado, tomaremos una cita, del estado incorporado, pues está relacionado directamente con el estado objetivado.

Por ejemplo, en el estado incorporado “inmediatamente se ve que es a través del tiempo necesario para la adquisición como se establece el vínculo entre el capital económico y el capital cultural. Efectivamente, las diferencias entre el capital cultural de una familia, implican diferencias, primero, en la precocidad del inicio de la transmisión y acumulación, teniendo por límite la plena utilización de la totalidad del tiempo biológico disponible, siendo el tiempo libre máximo puesto al servicio del capital cultural máximo” (Bourdieu, 1979).

En donde se pueden reconocer, principalmente, las formas en que los jóvenes, desde su niñez o adolescencia se relacionan con ciertas características del grupo familiar. Donde se influye al hijo desde los bienes culturales con que mayormente se relacionan los padres. Siendo parte posteriormente aquello de las diferencias entre estratos socioeconómicos y las relaciones y consumos culturales.

Lo que en definitiva funciona como diferenciadora de las importancias en el significado de las vidas de los sujetos sociales de cada segmento social del país, por tanto, atribuyendo un mayor significado en la importancia de un tipo de bien cultural por sobre otro (literatura sobre pintura por ejemplo).

En relación al estado objetivado “el capital cultural posee un cierto número de propiedades que se definen solamente en su relación con el capital cultural en su forma incorporada. El capital cultural objetivado en apoyos materiales -tales como escritos, pinturas, monumentos, etc.-, es transmisible en su materialidad” (Bourdieu, 1979).

“Así los bienes culturales pueden ser objeto de una apropiación material que supone el capital económico, además de una apropiación simbólica, que supone el capital cultural” (Bourdieu, 1979).

Por tanto, en este proceso es donde se atribuyen las diferencias en los significados que cada estudiante atribuye a cada tipo de industria cultural. Donde al ser partícipe de una relación directa y de conocimiento hacia los bienes culturales (en relación a la influencia de sus padres) los jóvenes pueden adherir y compartir aquel gusto, o formarse los propios a través de aquella entrada de influencia.

Lamentablemente, aquello acontece en las clases sociales que cuenten con aquella formación, pero en las clases más bajas, es más compleja aquella ruta, pues al estar ocupados en el trabajo, existe muy poco tiempo libre en aquellos padres, junto con no

existir, o existir una formación reducida hacia el conocimiento de bienes culturales; en consecuencia, los estudiantes, asimilan como propio aquel trayecto cultural, donde de igual forma pueden existir motivaciones propias o desde amigos o el colegio, en donde se quiera conocer o profundizar en algún determinado bien cultural.

Pero lo de la formación más directa no existe y en definitiva, se ven desfavorecidos aquellos jóvenes, los cuales deben intentar ellos mismos, conformar un mayor espacio para su formación del capital cultural.

En recapitulación, según Parker, la menor presencia de capital social se constata, como hemos visto, “principalmente en aquella juventud sometida a procesos de marginalización social y cultural y la mayor fortaleza de capital social en los segmentos etario-juveniles más insertos en la cultura de la información globalizada, en sectores altos y medios” (2001, p.31).

Lo anterior nos lleva a notar las diferencias existentes en las dependencias de los establecimientos educacionales en nuestro país, que es el punto siguiente a tratar en el trabajo.

4.2. Diferencias en el capital escolar y cultural en colegios municipales, subvencionados y particulares

Siguiendo a Bourdieu et al. (1998) el proceso escolar de eliminación diferencial según las clases sociales es el producto de la acción continua de los factores que definen la posición de las diferentes clases en relación al sistema escolar, a saber el <capital cultural> y el <ethos de clase> (p.134).

Por lo mismo, el capital cultural se ve favorecido principalmente en el caso chileno, en aquellos estudiantes, en que las familias depositan una mayor cantidad de dinero para su educación y generación de capital relacional y social (colegios particulares), donde también existe una mayor relación con esferas del poder (educativo, económico), por tanto, se ve favorecido aquel estudiante que asiste a aquellos colegios.

En establecimientos con un alto prestigio, y correspondientes a la dependencia municipal, se deben cumplir exigencias que validen el ingreso de los mismos jóvenes a aquellas instituciones, donde el capital social y cultural con que cuenten los padres del estudiante, pueden lograr el ingreso a aquellas instituciones, en conjunto con una adquisición bien recibida de las expectativas, es decir, el capital escolar que el joven

recibirá en aquellas instituciones. Por tanto, están directamente relacionados con el habitus de una clase social, y la posición que quiere ocupar en la sociedad.

A continuación, se describirán algunos de los conceptos presentes en un gráfico propuestos por Bourdieu et al. (1998) en el libro “La reproducción”. El cuadro es titulado “La carrera escolar y el sistema de sus determinaciones” donde se pueden encontrar las lógicas de clase social, en los resultados de las distintas etapas de la educación: primaria, secundaria y superior.

Por ejemplo, en relación a la Residencia se encuentra la siguiente definición “distancia al hogar de los valores cultural y a los equipos escolares y culturales: estructura de las probabilidades escolares y culturales de los grupos de pertenencia (vecindad, grupo de pares)” (pp.136-7).

Por ende, con esta primera característica, se puede identificar un primer conjunto de relaciones con que un estudiante debe contar para lograr un éxito escolar, o más preciso para nuestro estudio, las relaciones que el grupo familiar tiene con equipamientos culturales o capitales culturales entendidos en función exclusivamente de bienes. Por lo mismo, en el conjunto de relaciones que los jóvenes lleven a cabo a diario, se verá influido, por los contactos que ellos tienen con sus padres, amigos vecinos, etc., y los capitales o conocimientos culturales con que los mismos cuentan.

Ahora en relación a las Condiciones de vida, se debe tener en cuenta la “seguridad del empleo; condiciones de trabajo; tiempo libre, etc.”. Por lo mismo, en este punto se dejan notar las diferencias por estratos sociales al interior de los colegios y sus dependencias, ya que, posiblemente, a mayor nivel en el estrato económico, mayor será la disposición de tiempo libre, y mayor también la seguridad del empleo.

Lo que en su conjunto, daría cabida a la interacción, influencia y presentación desde los padres hacia sus hijos, de un conjunto de bienes culturales (libros, pintura, música, etc.) que den cuenta de una mayor amplitud -por las características antes señaladas- en los capitales culturales con que el mismo cuenta, y que consecuentemente, transmite directa o indirectamente a sus hijos.

En relación al Ethos se debe tener en consideración las “disposiciones respecto a la escuela y la cultura (al aprendizaje, a la autoridad, a los valores escolares); esperanza subjetiva (de acceso a la escuela, de éxito y de ascensión por medio de la escuela); relación con el lenguaje y la cultura (maneras)”. Por lo mismo, en los estudiantes con una mayor cercanía hacia las visiones que sus padres les muestren en virtud de la

importancia escolar, éstos formarán una mentalidad a través de la cual, tengan asimilada las etapas del aprendizaje, el éxito y el logro de metas en la misma, lo que en definitiva, de lugar a un ascenso social.

Por tanto, “la condición de capital cultural se impone en primer lugar como una hipótesis indispensable para dar cuenta de las diferencias en los resultados escolares que presentan niños de diferentes clases sociales respecto del éxito “escolar”, es decir, los beneficios específicos que los niños de distintas clases y fracciones de clase pueden obtener del mercado escolar, en relación a la distribución del capital cultural entre clases y fracciones de clase” (Bourdieu, 1979).

Como todas estas características que se dan básicamente desde la educación primaria, y tienden a influir y motivar el paso por la educación secundaria o superior, se consideran fundamentales, pues, un alumno, al tener una mayor cantidad de posiciones favorables de las mismas, posiblemente se adecue e interactúe de mejor forma en el espacio social de su escuela. Lo que al mismo tiempo, le permita sacar mayores beneficios en lo que es su capital escolar y con este intentar proyectar un ascenso en los estratos sociales; junto con tener un conocimiento más cabal de las diferentes esferas en los diferentes campos de relaciones sociales y culturales.

5. Influencia de las industrias culturales en los estudiantes secundarios

“Nuestra relación con el espacio y el tiempo ha perdido realidad a escala planetaria, y las nuevas tecnologías (televisión, telemática, informática, electrónica) han tenido un papel determinante al respecto. Estas tecnologías actúan de manera instantánea y en varios lugares a la vez, siendo capaces de anular las distancias y eliminar las relaciones espaciales y al mismo tiempo comprimiendo las duraciones, que quedan reducidas a fracciones de tiempo infinitesimales, inaccesibles a la experiencia humana, e incluso quizás a la comprensión humana, como el psicosegundo y el nanosegundo” (Wolf, 1994, p.17).

Estos cambios han derivado en nuevas formas de adaptación de los jóvenes hacia estas tecnologías e informaciones, pero además resultan relevantes los cambios socioculturales y conductuales que éstos y otros medios, como la industria cultural - en general, y en su directo vínculo con TIC's- ha provocado en jóvenes, y las tendencias en relación con los valores o formas de interacción originadas por estas transformaciones.

Igualmente, la televisión cultiva imágenes de la realidad, produce aculturación y sedimenta sistemas de creencia, representaciones mentales y actitudes (Wolf, p.97). Donde la televisión al cultivar imágenes de la realidad, las propone como realidades ya vividas, y pasan a ser parte de la cotidianidad de la gente. Al igual, que cuando el cine se transforma en una continuación de la realidad, según Adorno y Horkheimer.

Asistimos entonces a la aparición de una “cultura de la fragmentación, con la cual los jóvenes se sienten cada vez más identificados, con una nueva cultura audiovisual, característica de los medios modernos (televisión, cine, internet)” (Zarzuri, 2004, p.12). En consecuencia, aquella cultura de la fragmentación, estaría ligada a múltiples llegadas de noticias, videos musicales, información en cantidades exageradas, etc. por tanto, algunos jóvenes se pueden ver influenciados por aquellas propuestas o funciones que cumplen los medios de comunicación, donde existiría una escasa profundización en el conocimiento de aquella información.

Pasando a la temática moralizadora de los mass media, según Lipovetsky, “la era posmoralista no significa expulsión del referente ético sino sobreexposición mediática de los valores, reciclaje de éstos en las leyes del espectáculo de la comunicación de masas (Lipovetsky, 2005, p.134).

Continuando con Lipovetsky, este menciona que “lo que hasta ahora determinaba las doctrinas o principios de educación moral depende en la actualidad de golpes mediáticos; en nuestras sociedades, son los media los que fijan las causas prioritarias, los que estimulan y orientan la generosidad, los que despiertan la sensibilidad del público” (pp.137-8).

Efectivamente, la penetración e importancia alcanzada por los medios de comunicación -sobre todo la televisión- en la sociedad de masas, en su interacción cotidiana, sumado a su poder de modificar o fortalecer posturas frente a tal o cual tema, es de suma relevancia para la comprensión que en nuestras sociedades aquellos medios han posibilitado en el ordenamiento de las percepciones sociales.

Todas estas percepciones dan fruto a la generación de nuevas visiones ético-valóricas con respecto a cierta coyuntura sociopolítica o cotidiana de la ciudadanía en general. Por tanto las industrias de la cultura, presentan, proponen y proyectan posicionamientos en relación a ciertas cuestiones, qué ellas consideren apropiado en cierto período; en consecuencia, el receptor-consumidor-ciudadano las discute y toma alguna de aquellas posiciones en su modo de vida e interacción social.

Pero para aquella discusión posicionamiento o adhesión, es importante proyectar a futuro una mayor cantidad de diversos valores, estilos de vida y diálogos culturales entre agentes actores sociales, que vean representado en la TV digital, una inclusión con el fin de acrecentar sensibilidades sociales, junto con intentar proyectar a través del medio televisivo, un mayor vínculo o compromiso con la participación-interacción ciudadana, utilización del espacio público y relación (cuidado) con la naturaleza.

Asimismo los mass media <gestionan> la opinión pública por intermitencia y escenifican selectivamente los <productos>. Esto presenta algunos espinosos problemas éticos. ¿Por qué tal focalización sobre tal causa y no sobre tal otra igualmente digna de interés? (Lipovetsky).

En este punto cabe preguntarse ¿Qué pasa con lo “bueno”: la cultura, arte, solidaridad...etc., etc.? ¿O es todo delincuencia, tráfico de drogas, errores políticos, accidentes, desgracia? Por tanto, para formar parte de algo más integral, se debe, en primer lugar, abrir la puerta a un diálogo más amplio; entre diferentes concepciones de mundo, relaciones culturales y experimentaciones-creaciones artísticas, etc. Y para lograr ello, claramente, se debe dar cabida a otros relatos, que no sigan saturando los ya existentes.

Finalmente, en referencia a la investigación realizada por Bajoit y Franssen, “Les jeunes dans la compétition culturelle” muchos jóvenes se quejan hoy de un sentimiento de vacío, de vértigo, de angustia o de aburrimiento; y cuando se les invita (a los jóvenes) a explicitarlo, dicen que proviene de que no consiguen formular un proyecto de vida y creer en él (muchos dicen no saber lo que quieren o no estar convencidos de si querrán mañana lo que quieren hoy) (Bajoit, 2003, p.195).

Y cuando saben lo que quieren, tienen a menudo la impresión que no podrán jamás lograrlo, que sus proyectos no son realizables y que la sociedad, que los llama a soñar, no tiene los medios para ayudarlos a realizar sus sueños (Bajoit, p.195).

Pudiendo entenderse aquellos sueños, como unos diseñados o proyectados a la escala de la sociedad del conocimiento y multi-información, donde los jóvenes no logran diferenciar y articular sus vocaciones en pos del desarrollo de las mismas, pues desde el sistema sociocultural, se les bombardea de información, presiones, exigencias, y al mismo tiempo, se les invita a decidir y no fracasar en aquella decisión y trayecto (de vida).

Asimismo, “los individuos forjan sus expectativas identitarias escuchando los llamados del Individuo hedonista, realizado y feliz. Pero en la práctica de las relaciones sociales viven otra realidad: los padres se divorcian, la escuela es selectiva y deben aferrarse a ella, la televisión los manipula y la publicidad los lleva al endeudamiento, los lazos afectivos son frágiles y obedecen al mercado del sexo, el mundo del trabajo es una jungla donde deben combatir por sobrevivir, las distracciones son alienantes. Es la otra visión del Individuo la que están llamando a realizar: la del competidor y del consumidor” (Bajoit, p.275).

En referencia a lo antes dicho, son las industrias culturales (con los componentes de la televisión, internet, el cine, principalmente) los que llaman al individuo a consumir de forma exacerbada, en donde a las y los jóvenes se les producen problemáticas existenciales en relación con cumplir con aquellos modelos culturales de la sociedad del consumo.

Lo que va de la mano con el individualismo y atomización que actualmente se vive en las sociedades occidentales -sobre todo desarrolladas-, pero que de igual forma impactan a la sociedad chilena, cuando los jóvenes deben continuar con un determinado proyecto de vida, en el cual respondan a las exigencias para concretar el tan anhelado éxito en vida.

Aquel éxito, propuesto por las industrias culturales de EEUU sobre todo en los componentes de la TV y el cine, e internalizado por las sociedades que compraron aquellas concepciones de mundo, en donde el esfuerzo, la competencia y la despersonalización dan forma a relaciones con lo propio, y se desvinculan de posicionamientos éticos que den lugar a la pre-ocupación por un otro.

Y precisamente aquellas son las que se deben combatir, en pos de un <ser> integral, al cual no le importe únicamente el beneficio propio por sobre el de los demás; como tampoco sea selectivo por conveniencia u arrogante por contar con recursos que en la lucha del trabajo tiene la oportunidad de tener.

6. Valores y su significación

Finalmente y luego de revisar en secciones anteriores el acceso, consumo e influencia de las industrias culturales, y el capital cultural con que cuenta cada joven, llegamos a la relación existente con el foco de la investigación, los valores.

¿Cuándo nace un valor? Cuando se da en la “relación” entre sujetos sociales dispuestos a conversar o confrontar posiciones frente a cierto valor. Los valores se dan en situaciones, y no en discursos. Por todo esto es relevante el hecho de cuestionarse periódicamente si la forma en que estamos adoptando o nos están adaptando a seguir y tener ciertos valores es la correcta, o se deja en manos de las personas que tienen real poder político-económico-religioso-y-educativo las decisiones de este tipo.

Jean Ladrière (2006) propone a modo de introducción del termino de ética, que “hoy en día se habla mucho de ética, sin duda por dos razones. Por un lado, las tradiciones morales se encuentran conmocionadas y las evidencias morales permanecen afectadas por un cierto coeficiente de realidad. Por otra parte, el desarrollo científico-técnico crea situaciones inéditas, para las cuales la reflexión moral tradicional no parece tener la posibilidad de dar orientaciones precisas”.

Prosigue Ladrière “el termino <ética> tiende a imponerse cada vez más en las discusiones referidas a las orientaciones de la acción. Etimológicamente ética y moral significan <costumbre> y <costumbres>. Se trata, entonces, de maneras de actuar y de vivir recibidas en una comunidad determinada, a la vez como aquello que siempre ha sido efectivamente practicado y como lo que se considera justo, conveniente, recomendable, es decir, al mismo tiempo como lo que de hecho constituye el comportamiento tradicional y como lo que, de derecho, se impone como comportamiento correcto”.

Ahora Ladrière precisa que el termino moral “podría ser utilizado para designar el aspecto subjetivo de la normatividad de la acción, es decir, el punto de vista de la conciencia, que es necesariamente el del individuo. Y el término ética podría ser utilizado para designar al aspecto objetivo, dicho de otro modo, el punto de vista de la cultura, que es necesariamente el de un grupo social”.

Entonces a partir de esta diferenciación se puede razonar que la moral determina en cierta medida lo que es a posteriori la construcción de factores éticos en una sociedad determinada, que en el juego de establecerse entre lo subjetivo y lo objetivo resulta de un razonamiento interior del ser humano, que logra situarse en la esfera sociocultural a través de transmisiones históricas y junto a ellas se proyectan discusiones actuales en torno a la forma, el fondo y la transversalidad que tendrán en su germen las decisiones de tipo moral y ético.

“Existe la inspiración que da orientación a la acción, y que tiene más bien la naturaleza de un llamado, por otra, existe la obligación, experimentada por la conciencia frente a la regla que se le impone, y que se traduce en el sentimiento del deber” propone Ladrière.

Continúa precisando el autor, con el fin de comprender la dimensión ética, que “la vida de la conciencia es afectada por la temporalidad; esto significa que es siempre a la vez presente y no presente. Es la vida toda entera, en su movimiento existencial, es decir, en tanto que perteneciente al modo de ser de la existencia, lo que se vuelve presente en su componente ético, que se refleja allí de una cierta manera, y recíprocamente, este componente interviene a título esencial en aquello que da a una vida su determinación”.

Con todo este apartado teórico se puede concluir o razonar que en el desarrollo a formas de adoptar una ética -desde su dimensión- se debe tener siempre presente la mirada que el individuo tendrá con su futuro y su relación en tanto se conviva con este porvenir, o búsqueda de ideales que logren fundarse en una ética y su relación con su concreción o acato a nivel local en una región o país; o en un plano mundial -tanto occidente como oriente-, referente a las distintas culturas que toman como valoración ética cierto concepto, actitud frente a la vida o discusiones marginales o centrales de las mismas. Es relevante finalmente el hecho de mirar y mirarse en un plano de distintos actores que participaran en un determinado momento, de las decisiones de tipo ético, moral y valórico.

Ahora frente a la pregunta ¿Que son los valores? propuesta por Guillermo Obiols (1985), éste responde “en primer término los valores son entes frente a los cuales los seres humanos no permanecemos indiferentes, es decir, entes que provocan nuestra adhesión o, por el contrario, nuestro rechazo”.

“La segunda característica es la polaridad, los valores se presentan desdoblados en un valor positivo y un valor negativo. Así, la belleza se opone a la fealdad; la justicia a la injusticia; a lo agradable, lo desagradable, etc.”.

“Una tercera característica es la jerarquía. Los valores se distinguen por su importancia, hay valores que son considerados más altos otros más bajos; se puede hablar de una tabla o escala de valores, aunque sea difícil señalar criterios para construir una que sea generalmente aceptada” (Obiols, 1985).

Con las anteriores características se puede entender que, los valores se van construyendo a través de etapas socio-históricas en donde cumplen real importancia; tanto las percepciones de la gente de una comunidad, pueblo, nación; como también la gente que se dedica a estudiar y contraponer, alternar, modificar o sustituir, una creencia, valor, razonamiento o acción ética, en donde los partícipes de ésta (construcción de valores) cumple su fundamental importancia, al jerarquizarlos y modificar los acuerdos que se tienen de cada uno de los valores en cuestión.

Para el caso de la investigación, se quiso conocer la jerarquía en los valores que los estudiantes secundarios reconocen en su interacción-influencia con las industrias culturales. Junto con conocer, si aquellos valores, responden al proceso de mutación cultural propuesto por Bajoit.

Continuando, según Antonio Bentué, “así, pues, como la ciencia constituye el “conocimiento por las causas”, la pregunta por el sentido remite a la posible razón de ser, que funda motivaciones para decidir en una dirección más que en otra. Y ahí está propiamente el tema “valórico”. ¿Por qué “vale la pena” decidir o no por algo? O ¿qué es aquello por lo que habrá valido la pena decidir en vida? Es decir, ¿qué es lo que puede dar sentido realmente a la existencia humana y por qué? En esa toma de conciencia radica también la motivación de la libertad. No es tanto el hecho y su perfecto conocimiento, sino su “razón de ser” lo que motiva” (Catalán & Egaña, 2004, p.11).

Entonces, los valores estarían relacionados con el individuo por cuanto su libre opción da sentido a una forma de proyectar su vida en función de los valores adoptados para sí. Por lo tanto, los valores en el proceso de mutación cultural, se verían influidos por las múltiples miradas en torno a los mismos, y desde las mismas subjetividades, se proyectarían finalmente, nuevas disposiciones o acomodos de las nuevas generaciones en ellos.

Por tanto, los jóvenes al vivir en contacto con sus padres, amigos, etc., están dando una lógica a la realización de un estilo de vida, motivado por algunas disposiciones éticas, a cambio de otras. Que en algunas ocasiones, pueden exhibirse en las industrias culturales a que estos acceden.

Pero en el acceso-consumo-influencia que tienen con las industrias culturales, sumado a la entrega de capital cultural y social que reciben de sus familias, profesores y/o grupo de pares, contrastan o fortalecen una visión valórica con respecto a una

realidad determinada. Como también, pueden ver expuestas visiones de valores que son muy lejanos a su realidad o influencia relacional, en las industrias culturales.

De modo tal que en su contacto con las industrias culturales, los jóvenes se ven influidos por nuevas realidades y contextos, junto con una aproximación a nuevas sensibilidades, que en definitiva influyen en mayor o menor medida en su construcción valórica, sus conductas y las relaciones sociales en que se participa.

En definitiva, “el programa de vida indica un avance en el progreso de “adueñarse de sí mismo”, proceso y fin específico de la autoeducación mediante el proceso de autoaprendizaje. Las vidas humanas son, pues, manifestaciones y actitudes ante valores. Al cambiar los valores, cambian el sentido y las actitudes de las vidas humanas” (Tavella & Daros, 2002, p.9).

“La supuesta capacidad de cualquier objeto para satisfacer un deseo humano, es la cualidad de un objeto determinado que lo hace de interés para un individuo o grupo. Debe distinguirse de modo preciso de utilidad porque su realidad se encuentra en la mente humana, no en el objeto externo al mismo. El valor es de modo estricto, una cuestión de opinión” (Tavella et al., p.26).

“La intencionalidad que el hombre pone a los componentes de la vida cotidiana es lo que le asigna su valor. En la red de relaciones sociales que constituye la sociedad, los valores se manifiestan cuando la gente opina y se comporta” (Tavella et al., p.27). Por lo mismo, en este proceso, se intentó conocer a través del estudio, lo que le pasa a los jóvenes, en aquel trayecto, en relación con la influencia de las industrias culturales.

Además, “en las condiciones de la posmodernidad, los sujetos siguen enfrentando los problemas morales y son compelidos a escoger entre los preceptos, ya sean justificados o no. La elección significa siempre el haber asumido la responsabilidad y por esto mismo adquiere el carácter de un acto moral. En el marco de la condición posmoralista, el sujeto es limitado no como actor ni por su capacidad de decidir, sino como sujeto moralmente competente” (Bauman, 1996).

Continuando con Ana Tavella et al., “los valores sociales vigentes motivan, dan lugar a comportamientos individuales y colectivos. Algunos de ellos se expresan en opiniones, otros en actitudes (predisposiciones, prejuicios, creencias). Los valores se ordenan acorde a la importancia relativa asignada por las personas o grupos y se ponen de manifiesto a través de actitudes personales o colectivas que se organizan en la vida cotidiana” (p.27).

Por lo mismo, en los jóvenes, los valores sociales, son los que dan mayor lugar a la discusión de los mismos, el contraste con otros, el prejuicio. Entonces, algunos valores dependiendo el segmento social o la cultura que tenga cada familia, influye en las formas de decidir y adoptar en el modo de vida de cada joven, los valores que desde su familia, desde el contacto con sus profesores o en las relaciones con sus amigos, el o la joven reconocen como mayor o menormente importantes para su propia realidad y los contextos cotidianos por los que pasa.

Guy Rocher (1996) establece que los valores poseen cinco características: 1. El valor se sitúa en el orden ideal y no en el de los objetos concretos o de los acontecimientos. 2. Los valores inspiran los juicios de valor y las normas conductuales. 3. Los valores son relativos: (Los valores varían de una sociedad a otra, de una cultura a otra. Lo que implica que se debe considerar el contexto para analizar los valores, es decir, las características de la sociedad y cultura. Por otra parte, los valores también varían con el tiempo, aunque este proceso puede ser lento, de modo que lo que es un valor hoy, puede no haberlo sido anteriormente en otra época). 4. Los valores poseen carga afectiva. 5. Los valores poseen un rasgo jerárquico.

La última característica de los valores, según Rocher, se vincula a las opciones de valores. El actuar de los seres humanos se ve constantemente enfrentado a dilemas sobre los cuales debe elegir como responder; de modo que el sujeto debe optar constantemente entre diversas orientaciones de acciones opuestas y a veces irreconciliables.

Otra forma, a través de la que podemos entender los valores actualmente, la precisa MacIntyre quien sostiene que “la mayoría de la gente en la actualidad defiende una posición “emotivista”, según la cual todo valor o toda acción se refleja en un juicio moral, este juicio moral representa exclusivamente las preferencias, las actitudes o los sentimientos, en la medida en que éstos posean un carácter moral o práctico. Es decir que se identifican los valores con las emociones” (Pérez, 2009).

Cuestión la anterior, que dice relación con emociones que finalmente se pueden convertir en valor, es el caso de la empatía, por ejemplo, que se puede mirar como emoción y también como un valor. Lo importante en este desenlace, fue, constatar si alguna de las industrias culturales, influye en aquel trayecto o posible desenlace.

Lipovetsky (2005) sostiene que “sin duda es verdad que muchos fines éticos ven diluirse su realidad eficiente. Con el estallido de los marcos tradicionales familiares y

religiosos, con la miseria de los guetos, la propagación de la droga y la progresión de las normas liberales, los deberes en otra época interiorizados pierden su fuerza de obligación” (p.147).

Todo lo anterior al alero de las nuevas disposiciones que tiene esta sociedad moderna o posmoderna, en lo que es su relación con visiones restauradas, en proceso de maduración y evolución, para posteriormente volver al anclaje de nuevos juicios o reparos frente a un posicionamiento que deje más tranquilo a cierto tipo de colectividad o su totalidad; que en la diferencia de su accionar, reconoce nuevas éticas por tanto renueva las lógicas de acción al interior del tejido social, para con esto satisfacer los apremios que un determinado conjunto de subjetividades quiere legitimar como propio de su época, su contexto y realidad sociocultural.

Los modernos han rechazado la sujeción de que la moral es Dios o la creencia en Cristo, “este proceso de secularización puesto en marcha en el siglo XVII que consiste en separar la moral de las concepciones religiosas, pensarla como un orden independiente y universal que sólo remite a la condición humana y que tiene prioridad sobre las otras esferas, en especial religiosas es, sin duda alguna, una de las figuras más significativas de la cultura democrática moderna” (Lipovetsky, 2005, p.22).

Cuestión por la cual, es posible identificar en las actuales religiones, una menor fuerza o acaparamiento social hacia las mismas. Y particularmente desde el mundo juvenil, se proyecta aquel transitar o trayecto, como uno en donde existe la influencia familiar religiosa, que a su vez, no es tan practicada como antes, ni mucho menos se la presenta como una forma de imaginar el existir de los jóvenes.

Lo que consecuentemente, da lugar a una indiferencia amplia de los actuales jóvenes con la religión, y sus obligaciones, cargas del deber o propuestas del pecado como una falsa conciencia o como un adoctrinamiento que no responde a las actuales emancipaciones o simples libertades públicas y privadas.

De todos modos, según Lipovetsky & Charles (2006) “secularización no significa irreligiosidad, ya que es también lo que reorganiza la religiosidad en el mundo de la autonomía terrenal, una religiosidad desinstitucionalizada, subjetiva y afectiva” (p.99). Por este fenómeno se pueden explicar algunas de las aparentes conductas antirreligiosas en nuestras sociedades, pero igualmente, se pueden explicar en función de una multiplicidad de modos de vida, en los cuales cada sujeto opta por tomar uno, y que en ocasiones no optan por tomar ninguno.

Pasando a una segunda parte del punto tratado hasta aquí, relacionaremos ahora, los valores, pero, los presentes en los actuales jóvenes.

Un punto a destacar está vinculado con el cambio de valores de la sociedad moderna a la posmoderna. Como menciona Javier Elzo Imaz “estamos viviendo un período de mutación histórica que está montada en tres bases: la revolución tecnológica, la mundialización y la inserción laboral de la mujer”. “La sociedad emergente se caracteriza por la incertidumbre, la duda, el repliegue en lo cotidiano, en lo emocional, en la imprecisión, en lo efímero, en la diversidad. Al respecto es interesante compartir el siguiente cuadro comparativo que este autor presenta sobre valores de la modernidad y la posmodernidad” (Varela).

Que para el caso del presente estudio, tomaremos los siguientes valores:

Valores de la Modernidad	Valores de la Posmodernidad
Lo holístico	Lo fragmentario
Lo absoluto	Lo relativo
La unidad	La diversidad
Lo universal	Lo particular
El Estado	La ciudad, la región, el país
Lo objetivo	Lo subjetivo
El esfuerzo	El placer
El pasado/el futuro	El presente
La razón	La emoción
La certeza	La duda
Secularización frente a la religión	Espiritualidad frente a la religión
Lo leído/hablado	Lo visto
El papel	La pantalla

“Menciona además que la sociedad occidental de los últimos cincuenta años, ha hecho más hincapié en los valores “finalistas” (ecología, pacifismo, tolerancia, etc.) que en los valores “instrumentales” (autorresponsabilidad, abnegación, esfuerzo, trabajo bien hecho, etc.). Este desbalance ha contribuido a que los jóvenes inviertan afectiva y racionalmente más en los primeros que en los segundos. Ello ha conducido por un lado, a que la persona se perciba más a sí misma como “un mero sujeto de derechos” que puede desembocar en un individualismo extremo y por otro, a que se presenten dificultades para ser coherentes y perseverantes, allí donde se precisa un esfuerzo cuya utilidad no sea inmediatamente percibida” (Varela).

Por lo mismo, este proceso nos lleva a aproximarnos al modelo cultural identitario, propuesto por Bajoit, en donde encontramos en la autorrealización identitaria de los y las jóvenes y sus expectativas de vida, una fuente de cambios en la actual condición valórica de nuestras sociedades.

A continuación tomaremos prestado un cuadro confeccionado por Guy Bajoit para la caracterización de las diferencias entre el modelo cultural industrial y el actual modelo identitario, propuesto por el autor.

Cuadro síntesis propuesto por Guy Bajoit (2003, p.109).

	Modelo cultural industrial	Modelo cultural identitario
Gestión de los recursos	Progreso, ciencia, técnica, trabajo	Calidad de vida, consumo
Gestión del orden interno	Razón, democracia representativa, ley de mayoría	Independencia, descentralización, pericia
Gestión de la solidaridad	Igualdad formal y real, redistribución de las riquezas	Civismo, equidad, identidad, reconocimiento
Gestión de la socialización	Deber, utilidad, movilidad social	Autorrealización identitaria
Gestión de los intercambios externos	Nación, Patria, Pueblo	Redes, articulación de lo mundial y lo local

En el cuadro podemos identificar algunas de las cualidades de los valores posmodernos vistos más arriba. En relación al cambio del progreso o el trabajo, por la calidad de vida o el consumo, donde posiblemente pudiesen aparecer expuestas aquellas características en la investigación. Pues los y las jóvenes, considerarían que el optar a una calidad de vida superior sería parte de sus prioridades, y la influencia en los estilos de vida propuestos por la publicidad o el marketing social, darían lugar a una sobre-exigencia, que llevaría a ser más consumista.

A lo anterior debemos suma que “en nuestros días, cuando la religión y la política han perdido influencia como ejes constitutivos de la sociedad, emergen nuevos ámbitos involucrados en la construcción de identidades individuales y colectivas. Desde este ángulo, el consumo pasa a ser un elemento clave para las personas: mediante él acceden a símbolos y signos que favorecen la autorrealización y también sirven para incorporarse en una comunidad de iguales” (PNUD-INJUV, 2003, p.20).

Lo que vendría a validar el modelo cultural identitario formulado por Bajoit.

Lo que sumado a “la consciencia de sí mismo, la autodeterminación y la autorrealización en tanto individuo sería un proceso bastante más avanzado en los jóvenes que en los otros grupos de edad. En la medida en que las nuevas generaciones configuran un nuevo imaginario acerca del individuo, también cambiará su imagen de la sociedad, los jóvenes manejan una idea de sí mismos y se proyectan de un modo distinto a sus mayores” (PNUD-INJUV, p.29).

En estas nuevas configuraciones en los jóvenes, junto a los cambios económicos de un mundo más global (relacionado con el trabajo y la familia), pueden entenderse en

función, de los discursos, contenidos, publicidad, emociones, etc. que las y los jóvenes encuentran en los distintos tipos de industria cultural consumidas. Y que de una u otra forma influyen en sus valores.

En suma, según Bajoit (2003) y en relación a los resultados obtenidos en sus investigaciones con jóvenes (entre principio de los años ochenta y fines de los noventa), aquellas tendencias confirman la hipótesis de una mutación cultural. Por ejemplo, la evolución de los valores según el autor propone lo siguiente:

- El gusto por la intimidad y por la convivialidad (alta valoración de lazos sociales privados: familia, amigos, pareja).
- La búsqueda del placer y de la realización en el trabajo.
- El ocaso de las identidades territoriales (donde se observa una desvinculación con la social, producto de un individualismo exacerbado y una atomización social en las actuales sociedades occidentales).
- El desinterés por la religión y la política.
- La tolerancia.
- El cuidado por ser uno mismo y por ser libre: el aumento de la permisividad (en este punto, encontramos en temas como el aborto, la homosexualidad, la eutanasia, la píldora del día después, que los jóvenes son bastante más liberales hoy en día, como lo muestra la sexta encuesta nacional de la juventud del INJUV, del año 2009).

Para el caso latinoamericano, entre los valores mencionados por un mayor porcentaje de jóvenes en Córdoba Argentina se cuentan “la solidaridad, el respeto, la amistad, la honestidad, la sinceridad y el amor (...) Son significativas también las bajas menciones que se hacen de la educación, la confianza, la dignidad, la justicia, la libertad y la igualdad” (Sandoval, 2007, p.66).

Finalmente, para presentar la evolución de los valores en los jóvenes franceses desde 1981 a 2008, según Bajoit (2008b) a continuación indicaremos algunas de sus características:

- Valorizan, más que a otras instituciones, a la familia; sin embargo, consideran menos que antes de que es su deber sacrificarse por sus parientes (padres).
- Se ponen en pareja un poco antes de los treinta años (sin casarse: descuidan la formalización jurídica, pero aprecian sin embargo el rito religioso); condenan el adulterio y valorizan la fidelidad; quieren enseñarles a sus hijos sobre todo la tolerancia, el respeto, el sentido de la responsabilidad.

- Participan de buena gana en asociaciones, sobre todo en las que tienen fines culturales, deportivos o lúdicos (más que sociales o políticos).
- Valorizan mucho el trabajo (tanto hombres como mujeres).
- No creen más en el “gran proyecto” del Progreso, reemplazan a éste por el asunto ecológico.
- Los y las jóvenes dicen ser tolerantes y respetuosos, además son muy atados a la idea de igualdad (más que a la de libertad, que defendían más hace diez años) (Bajoit, 2008b).

En este último punto podemos encontrar una evolución del valor de la libertad por la igualdad, pudiéndose explicar, en función de que hoy, la igualdad de acceso, oportunidades, etc. otorga una libertad en el accionar de los actores sociales, en tanto constructores de su propia realidad, y por lo mismo, la igualdad es más relevante en las y los jóvenes franceses actualmente que hace diez años.

Las otras tendencias vienen a corroborar la evolución de los valores propuesta por Bajoit en 2003 con algunos nuevos detalles, por ejemplo, en relación al cuidado o sacrificio de los hijos por sus padres o que las mujeres valoricen igual que los hombres el trabajo. Con respecto a ser más tolerantes, valorizar la fidelidad en la pareja y a la familia más que a otras instituciones y optar por participar en actividades o asociaciones culturales o deportivas y no tanto en asociaciones sociales o políticas, estarían mostrando un continuo en las valoraciones de las y los jóvenes.

CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO

1. Paradigma y tipo de investigación

1.1. Paradigma

Las ciencias sociales, según Weber, se distinguen de las ciencias naturales no por el objeto, ni porque su fin sea estudiar los fenómenos sociales aisladamente, pues también buscan formas de generalización, sino por su <orientación hacia el individuo>. Esta orientación afecta, en primer lugar, al método. Y para Weber el método es el de <comprender>. Pero al definir lo que él entiende por *Verstehen*, Weber rechaza toda relación con la psicología (...) no se trata de intuición, sino de <interpretación>: entender el objetivo de los actos, la magnitud del propósito y la intención de la acción humana (Corbetta, 2007, p. 21).

Con la finalidad de cumplir con los objetivos de la investigación, que son el conocer la forma en que las industrias culturales influyen en los valores de estudiantes secundarios, junto con diferenciar los accesos culturales que se tiene hacia las mismas, y distinguir la importancia en lo que significan para la vida de estudiantes secundarios de distinta dependencia educacional su interacción con las industrias culturales, los paradigmas que guiarán el estudio, serán desde la metodología cualitativa, el Paradigma Interpretativo, y desde la metodología cuantitativa, el Paradigma Positivista.

El primero “busca interpretar lo que sucede en una situación concreta, observa la interacción entre todos los elementos de la situación elegida tal y como operan en su contexto natural” (Pérez Serrano, 1998, p. 27). Es justamente en el colegio donde se efectuaron las entrevistas grupales, pero lo más significativo, es que se optó por dejar notar todos los conflictos, relaciones y visiones que los estudiantes tuvieron en relación a la influencia o el efecto que las industrias culturales producen en ellos (y su grupo de pares) y se relacionen con sus vidas a diario.

En síntesis el paradigma interpretativo se sustenta en el interés por comprender “la realidad dentro de un contexto dado, por ello debe captarla como un todo unificado, este paradigma nos devuelve al mundo de la vida cotidiana: los seres humanos se mueven en interacción y comunicaciones con sus semejantes” (Pérez Serrano, p. 28).

Mientras que el Positivismo lógico (empirismo lógico) es una corriente surgida a fines del decenio de 1920, donde “el significado de una proposición es su modo de

verificación”. Las proposiciones que no se apoyan en un modo de verificación por la experiencia, de manera sensible, no pueden ser verdaderas ni falsas. Por lo tanto, solo las proposiciones empíricas son auténticas proposiciones (Briones, 2002, p.30).

En relación a la utilización y procurar una proyección del conocimiento mutuamente incluyente entre ambos paradigmas en la investigación, se cree resulta importante para lograr alcanzar mayores niveles de objetividad en los análisis, interpretaciones y finalmente resultados del estudio. En relación a poder comparar algunos de los resultados, sobre todo en relación al acceso - consumo cultural, y los principales valores que dicen reconocer los estudiantes en su contacto - influencia con las industrias culturales.

1.2. Tipo de investigación

El alcance al que se aspira con la presente investigación, responde a conocer los procesos a través de los cuales las industrias culturales influyen en los valores asimilados por los estudiantes secundarios. El tipo de investigación será exploratorio-descriptivo; exploratoria, ya que si bien existen investigaciones previas, no todas se relacionan con una, dos o tres de las variables que se trabajaron en el presente estudio; y el hecho de que sea descriptiva, se relaciona con características de la investigación cualitativa, pues ésta, responde a conocer-describir-comprender en detalle los acontecimientos propios y naturales en donde cada individuo desarrolla su vinculación con lo sociocultural -y sus valores-, los significados y representaciones en donde los jóvenes estudiantes encuentran o dan sentido a sus acciones y, finalmente, está íntimamente ligado a su cotidianidad, y por tanto, su mundo-modo de vida.

2. Universo y muestra del estudio

2.1. Universo

El universo estuvo conformado por la totalidad de estudiantes de enseñanza media (1° a 4° medio) y de tipo Científico-Humanista de la comuna de La Florida en la región metropolitana de Santiago. Al optar por trabajar con colegios Científico-Humanistas, y no con Técnico-Profesionales, por ejemplo, se relaciona principalmente con creer existe mayor vínculo con el arte, comunicación y cultura, en los primeros, por tanto, puede existir una mayor relación - influencia con diferentes tipos de industria cultural, en este tipo de colegios.

2.2. Muestra

La unidad de análisis para el presente estudio la conforma nuestro objeto de estudio, es decir, la influencia valórica en jóvenes estudiantes secundarios, relacionadas estas con su contacto o interacción con las industrias culturales. Por qué estudiantes secundarios, pues éstos ya tienen medianamente formado sus valores -no así los estudiantes de enseñanza básica, los cuales recién comienzan a formarse en valores, más allá que su contacto con industrias de la cultura existe-. Asimismo, los estudiantes secundarios tienen mayor poder de definir, constatar y relacionar cierto valor, con el grado de influencia de cierta industria, ya sea: musical, mass media, cinematográfica, literaria, etc.

La muestra suele ser definida como un subgrupo de la población. Para seleccionar la muestra deben delimitarse las características de la población (...) a fin de delimitar cuales serán los <parámetros muestrales> (Hernández et al., 1998).

Las características para el caso de la realización de entrevistas grupales, desde la perspectiva cualitativa, fue la selección de una muestra intencionada, con jóvenes:

- Que muestren interés de participar en el estudio como relatores de su influencia-experiencia.
- Que consuman más de tres tipos diferentes de industrias de la cultura.
- Que vean reflejado el asunto de los valores o disposiciones éticas al interior de los discursos o propuestas de las industrias de la cultura.
- Que tengan una relación de identidad o gusto con algunas de ellas, al menos desde hace 2 a 5 años (siendo ascendente en la medida que la edad suba).

Finalmente las variables a medir desde la perspectiva cuantitativa y cualitativa, en la aplicación de cuestionarios y entrevistas grupales fue:

- Sexo
- Edad
- Dependencia del establecimiento
- Curso
- NSE

2.2.1. Muestra de la fase cualitativa

En la muestra cualitativa se realizaron dos entrevistas en la dependencia municipal y una en las otras dos dependencias. Si bien se tenía proyectado en el diseño de investigación una mayor cantidad de entrevistas (entre 3 y 5 en cada dependencia) para lograr saturar debidamente el proceso, no se pudo optar a aquello, pues, no se contaba con mucho tiempo de parte de los colegios en que se trabajó, por encontrarse en época de pruebas, etc. Las entrevistas se realizaron entre los meses de septiembre y octubre, y contaron con la presencia de entre cinco y nueve estudiantes de ambos sexos y de primero a cuarto medio en cada una de ellas.

2.2.2. Muestra de la fase cuantitativa

Para la fase cuantitativa del estudio, se trabajó con un muestreo no probabilístico de cuotas de 323 casos, pues se buscó a través de la aplicación del cuestionario, encontrar las distribuciones derivadas de las categorías establecidas, posterior a la realización de entrevistas grupales, en relación al consumo de industrias de la cultura y los valores que mayormente reconocen los jóvenes estudiantes.

El hecho que se proyectará en 300 los casos de la muestra -para finalmente ser 323-, y no más, se relacionó en primer lugar con los recursos monetarios con que se contaba para la investigación, y en segundo orden, por el tiempo que tomó la aplicación de los mismos por parte de orientadores o profesores en los colegios.

De los 323 casos que finalmente resultaron de los tres colegios, estos se dividieron en los mismos (con 25 casos aproximados por curso de 1° a 4° medio, lo que dio un resultado aproximado de 100 casos por dependencia); siendo particularmente relevante en esta instancia, el buscar y contactar a colegios representativos de la comuna, en cada una de las dependencias (ver punto 3, criterios para la selección de colegios). Los 300 casos se justifican por el hecho de haber consultado a cada uno de los cursos, como era la finalidad del estudio, para finalmente ver representadas las principales tendencias en acceso y consumo cultural, y reconocimiento de valores en las industrias culturales que más influyen a cada joven.

En definitiva la muestra a estudiantes secundarios de la comuna de La Florida tuvo las siguientes características:

Ámbito: Comunal: Se incluyeron tres colegios de distinta dependencia.

Universo: Estudiantes secundarios de la comuna, de colegios Científico-Humanistas.

Tamaño: 323 encuestados.

Método de muestreo: No probabilístico de Cuotas.

3. Criterios para la selección de colegios

Para la selección de los colegios en donde se trabajó el seminario de grado, a continuación se indica la secuencia seguida para seleccionar uno y no otro.

De las cualidades o características que debían tener los colegios seleccionados, éstas se relacionaron con dos áreas principales: resultados promedios de SIMCE y PSU (2008), para diferenciar la calidad en los aprendizajes que reflejen sus educandos; y costos de matriculas y mensualidades, para con esto diferenciarlos por estrato socioeconómico (y de acceso hacia cierto tipo de industria cultural).

Los criterios para la selección de cada colegio fueron que tuviesen rendimientos aproximados a los: 200 (colegio municipal), 265 (colegio subvencionado) y 290 (colegio particular) puntos promedios en las pruebas de lenguaje y matemáticas en el SIMCE 2008 de segundo medio. En relación a la PSU, se eligieron en base a estar cercano a los 400 puntos en el colegio municipal; levemente superior a 500 puntos en el colegio subvencionado particular; y próximo a los 600 puntos en promedio en la PSU 2008 en el colegio particular. Finalmente, los costos de mensualidades (para enseñanza media) se consideraron que fueran de \$ 0 pesos en el colegio municipal, de \$ 30.000-40.000 en el colegio subvencionado, y de \$ 100.000-150.000 en el colegio particular.

Para conocer las características de la primera área, se realizó un análisis de los resultados promedios de la prueba SIMCE de Segundo Medio (2008), en la página web del Ministerio de Educación (Mineduc.cl), en la sección SIMCE, subsección Investigadores. En este proceso se seleccionó Región metropolitana, Cordillera, La Florida, Todas (dependencias), y luego se identificó que el colegio perteneciese al grupo socioeconómico Bajo, Medio y Alto; para posteriormente reconocer la dependencia: Municipal, Particular Subvencionado y Particular Pagado, respectivamente.

En definitiva los colegios seleccionados en esta fase fueron:

Promedios SIMCE 2008, segundo medio

Colegio/Liceo	RBD	Grupo SE	Dependencia	N° Alumnos (que rindieron la prueba)	Puntajes promedios 2008		Diferencia con sus similares			
					LENG	MAT	LENG		MAT	
1. Liceo Nuevo Amanecer (ex Dn-451)	9288	Bajo	Municipal	32	216	192	-1	-23	-1	-37
2. Colegio Chilean Eagles College	9312	Medio	Particular Subvencionado	269	261	270	0	-4	1	9
3. American British School	25134	Alto	Particular pagado	120	276	292	-1	-31	-1	-33

(Adaptación propia resultados análisis página Mineduc).

Del cuadro anterior se puede precisar sucintamente que las diferencias con sus similares, en el caso del American British School, responde básicamente al número de alumnos promedio en otros colegios de la misma dependencia en la comuna, ya que en ellos, es considerable la diferencia de menor cantidad de estudiantes. Desde la lógica inversa, el caso del Liceo Nuevo Amanecer, responde a lo que es un colegio con escasos estudiantes, que a su vez no obtienen buenos resultados en comparación con sus similares.

El segundo punto a tener en cuenta para la selección de los colegios, fue el promedio de la Prueba de Selección Universitaria (PSU), en donde con un informe -hallado en la página del DEMRE (www.demre.cl) en la sección Estadísticas, subsección Proceso 2008- se conoció el proceso de admisión año académico **2008** promedio lenguaje y comunicación + matemática, promoción año escolar 2007 rama *humanista científico diurno*⁶ donde se identificarían los colegios a efectuar la investigación.

Siendo claramente cada uno, representativo de su dependencia. Por lo mismo, se intentó buscar los colegios que tuvieron los promedios más altos, medios y bajos en la PSU. Por tanto, se eligieron en base a estar cercano a los 400 puntos en el colegio municipal; levemente superior a 500 puntos en el colegio subvencionado particular; y próximo a los 600 puntos en promedio en la PSU 2008 en el colegio particular.

⁶ Para ver informe completo dirigirse a http://www.demre.cl/text/pdf/p2008/P2008_hcd.pdf

Para corroborar esta fase de selección, en el siguiente cuadro se observan los promedios.

Colegio/Liceo	N° Alumnos	Lenguaje y Comunicación + Matemática		
		Promedio	Máximo	Mínimo
1. Liceo Nuevo Amanecer (ex Dn-451)	31	381.79	501.5	299.0
2. Colegio Chilean Eagles College	244	511.41	663.0	339.5
3. American British School	83	584.58	850.0	433.0

(Adaptación propia del documento mencionado del DEMRE).

Finalmente los colegios nombrados anteriormente, representan a las tres dependencias y niveles socioeconómicos que se quisieron estudiar. En el caso del Liceo Nuevo Amanecer, su matrícula es de \$ 3.500 (sólo para enseñanza media), exentos de mensualidades, por tanto, perteneciente al estrato económico bajo. Para el caso del colegio Chilean Eagles College los aranceles son de \$ 11.500 para el caso de la matrícula, con mensualidades (10) de \$ 37.500, por tanto el colegio corresponde al estrato medio de nuestra muestra. Finalmente, el colegio American British School tiene costos monetarios de \$ 98.000 para el caso de la matrícula, sumado a 10 mensualidades por \$ 127.000, en consecuencia, este colegio se identificó con el estrato económico alto para nuestra muestra.

4. Justificación de técnicas de recolección de datos

La justificación en la implementación de la técnica cualitativa, fue la siguiente:

Entrevista grupal: en este tipo de entrevista el habla investigada no alcanza la conversación, y queda desdoblada como habla individual y escucha grupal. Se escucha en grupo, pero se habla como entrevistado singular y aislado (Canales & Peinado, 1999) por esta principal característica se efectuaron las entrevistas a estudiantes de 1° a 4° medio, para notar diferencias en los planteamientos, como también para escucharlos desde su particular realidad, y notar cómo se influyen unos a otros, y qué papel juega en aquel posicionamiento las industrias culturales.

Igualmente la entrevista grupal nos ayudó, puesto que la influencia en valores se da en lo individual, pero principalmente se presentan y modifican en lo grupal, en la escuela, el barrio, con los amigos, etc.

El hecho que se realizarán en una primera instancia las entrevistas grupales, se vinculo con reconocer los principales valores que aparecen en la relación de estudiantes con las industrias culturales (para así proponer aquellos valores y no algunos trabajados en otros estudios), y los accesos diferenciados que existen hacia las mismas. Para después, encontrar las distribuciones o frecuencias presentes en cada colegio, en relación con la segunda etapa de la recogida de datos, desde la técnica cuantitativa, de los cuestionarios.

En suma, se consideró que al dejar a los jóvenes estudiantes expresarse en grupo, se reconocerían (por ejemplo) las motivaciones y las proyecciones de ciertos valores a futuro en la sociedad chilena; en un abanico de temáticas referentes a lo sociocultural y político, por tanto, las participaciones en el espacio social, la utilización del espacio público, la ayuda o individualismo en las relaciones sociales, la tolerancia, diversidad, por nombrar sólo algunas características que se puedan encontrar en los relatos y discursos de los estudiantes.

Desde lo cuantitativo, se utilizó una técnica:

Cuestionario: es un dispositivo de investigación cuantitativo consistente en un conjunto de preguntas que deben ser aplicadas a un sujeto en un orden determinado y frente a las cuales este sujeto pueda responder adecuando sus respuestas a un espacio restringido o a una serie de respuestas que el mismo cuestionario ofrece. El cuestionario también incluye, en sí mismo o en una hoja de respuesta especial, espacios en donde es posible registrar las opciones de respuesta del sujeto. El objetivo general de un cuestionario es “medir” el grado o la forma en que los sujetos encuestados poseen determinadas variables o conceptos de interés (sus opiniones, creencias, etc.) (Asún, 2006, p.67).

Todo lo anterior, justifica la aplicación de este instrumento, pues al realizarse los cuestionarios a un 1º, 2º, 3º y 4º medio en los tres establecimientos que se trabajó, se buscó ver las distribuciones o frecuencias en relación al consumo y preferencia cultural y los valores más importantes para los jóvenes. La aplicación de cuestionarios se proyectó efectuar a través de la más tradicional forma, por medio de la entrega del cuestionario en hojas para ser completadas por los estudiantes.

5. Controles de credibilidad/consistencia

La validez de los estudios tienen cinco tipos de triangulación según Muccielli (1996):

- De datos: cuando se utilizan diversas fuentes de datos en un estudio.
- De investigadores: cuando participan diferentes evaluadores o investigadores.
- De teorías: al utilizar múltiples perspectivas para interpretar un mismo grupo de datos.
- Metodológica: al emplear diferentes métodos para estudiar un mismo problema.
- Interdisciplinaria: cuando participan profesionales de diferentes disciplinas enriqueciendo la investigación.

En nuestro estudio, se utilizó la triangulación metodológica, por medio de las dos técnicas empleadas. Además se utilizó la triangulación de datos, en relación con comparar datos con otros estudios.

En suma, en relación a la secuencia y técnicas utilizadas en el trabajo investigativo, éstas contemplaron dos pasos esenciales para lograr validar el trabajo de campo, y sus resultados.

En una primera etapa, se efectuaron entrevistas grupales con el objetivo de adentrarnos de mejor forma en la realidad estudiantil. Asimismo, con las entrevistas grupales se logró notar lo que los jóvenes consideran más influyente en su relación con las industrias de la cultura, y su posterior incidencia en valores personales y grupales.

En una segunda etapa, se aplicaron cuestionarios, los que permitieron conocer los consumos culturales y valores más importantes, y sus respectivas distribuciones al interior de cada dependencia educativa -a partir de las categorías levantadas posterior a la realización de entrevistas grupales-.

Entonces, por medio de la realización y aplicación de los dos instrumentos antes mencionados, se posibilitó la triangulación metodológica, en donde la información recogida en las entrevistas, sumado a la generación de datos posterior a la aplicación del cuestionario; se codificaron y analizaron separadamente, para concluir el estudio en torno a ambos, por tanto, controlar en su credibilidad y consistencia los hallazgos del estudio.

6. Procedimiento para analizar la información

6.1. Análisis cualitativo

Posterior a la realización de las entrevistas grupales, se transcribió la totalidad de ellas. Se optó por realizar un análisis de contenido. “Éste puede utilizarse entre otras cosas, para ver si varias telenovelas difieren entre sí en cuanto a su carga de contenido sexual o para conocer las diferencias ideológicas entre varios periódicos, por ejemplo” (Hernández et al., 1998). Para el caso de la investigación, se utilizó en base a conocer la influencia de las industrias culturales en los valores de estudiantes secundarios, el acceso consumo y preferencia cultural, y la importancia en lo que significan dichas industrias por medio del discurso de cada joven dentro de su respectiva dependencia educacional.

Además, el propósito básico del análisis de contenido es la identificación de determinados elementos componentes de los documentos escritos (Fernández, 2002) para nuestro caso, principalmente en relación a frases y párrafos. Y su clasificación bajo la forma de variables y categorías para la explicación de fenómenos sociales bajo investigación.

De acuerdo con lo anterior, los usos posibles del análisis de contenido pueden ser muchos y variados, que para el caso de la investigación se optó por:

- Describir tendencias y develar semejanzas o diferencias en el contenido de la comunicación escrita entre personas, grupos, etc.
- Identificar actitudes, creencias, deseos, valores, objetivos, etc. de personas, grupos, etc. (Fernández, 2002).

Por lo mismo, en el estudio, por medio de la descripción de tendencias y la identificación de valores, se utilizó esta forma para adentrarnos en el discurso de los jóvenes, donde se pudieron notar las diferencias entre cada dependencia y la influencia en aquellas de las industrias de la cultura.

Entre las principales características del análisis de contenido se encuentran las de pretender ser: objetivo, sistemático, susceptible de cuantificación o de aplicación general. Para nuestro caso se optó por la opción subrayada, pues, “los contenidos se analizan con base en un sistema aplicable a todas y cada una de las partes del documento” (Fernández).

Las etapas del proceso de análisis de contenido, como cualquier otro tipo de investigación científica, requiere la identificación de la población que se desea estudiar, la selección de la muestra adecuada a los intereses y necesidades particulares del estudio, la determinación de las unidades de análisis y de contexto como sujetos de la observación, la construcción de las categorías como elementos de las variables cualitativas investigadas, la codificación, la cuantificación y el análisis de los resultados (Fernández).

Por tanto, la población en nuestro estudio, se constituyó por la totalidad de transcripciones de entrevistas grupales realizadas en las tres dependencias.

Las unidades de análisis fueron los segmentos de la transcripción que sirviese para cumplir con los objetivos de investigación, las cuales posterior a una lectura más ingenua, se categorizaron a través de dimensiones y sus respectivas categorías y subcategorías.

Las unidades de contexto son bases de sentido localizables dentro del texto, por tanto en este punto se logró una mayor interpretación de lo que nos querían expresar las y los jóvenes a través de sus discursos.

Las categorías están compuestas por las variables de las hipótesis, por tanto, se construyeron a partir de una segunda lectura de las transcripciones de entrevistas, y se comenzó a formular a partir de las pautas de entrevistas y perspectivas teóricas del estudio.

La codificación consiste en la transformación de las unidades de análisis, categorías y subcategorías en unidades de registro que permitan su descripción para el análisis posterior (Fernández).

Finalmente, la cuantificación se hizo principalmente por la asignación de números a las variables, lo que fue por medio del conteo de la cantidad de registros obtenidos para cada categoría después de la codificación (Fernández) y esta fue la forma de llevar a cabo este último proceso, para finalmente presentar aquellos discursos que se repitieran mayormente entre los jóvenes, sin dudar claro, de colocar aquellos que contarán con mayor originalidad o profundidad.

En síntesis, el análisis de contenido “puede concebirse como un conjunto de procedimientos que tienen como objetivo la producción de un meta-texto analítico en el que se representa el corpus textual de manera transformada” (Fernández, 2002).

Por tanto, en el trayecto desde la transcripción de las entrevistas, hasta la transformación final del texto original, se localizaron estos discursos en unidades de contexto, los cuales dieron una coherencia y orden a la estructura final del texto. En aquel momento se dio lugar a la construcción de las dimensiones del estudio y sus categorías y subcategorías, en las cuales se ordenaron e identificaron cada uno de los discursos, con la finalidad de hacerlos más inteligibles y ligados unos de otros.

6.2. Análisis cuantitativo

Para el caso de la recogida de datos en la fase cuantitativa, se tenía proyectado realizar un muestreo no probabilístico de cuotas de 300 casos, que finalmente quedó conformado por 323 casos, como se dice más arriba.

Con la aplicación de cuestionarios se buscaba encontrar las distribuciones derivadas de las categorías establecidas posteriores a la realización de análisis de las entrevistas grupales; en relación al contacto y consumo de industrias de la cultura, la influencia valórica de aquel consumo cultural y la atribución de importancia hacia aquellas industrias por los jóvenes estudiantes.

Luego de la codificación de cada cuestionario en la base de datos en SPSS, se organizó el análisis cuantitativo de los datos en función de la prueba de estadística descriptiva para cada variable.

Todas las dimensiones se analizaron en función de las distribuciones, por tanto, porcentajes o frecuencias, en cada tipo de colegio estudiado. En consecuencia, el método para optar a conocer aquellas distribuciones a lo largo del análisis fue la descripción de gráficos de barras producidos por tablas de contingencia. Además en las conclusiones del estudio, se incluirán comparaciones con otros estudios en juventud.

En definitiva, al optar por realizar esta prueba estadística o metodología para llegar a conocer los resultados, se proyectó la misma en función de efectuar una profundización del análisis cualitativo de las entrevistas grupales, por lo mismo se optó finalmente por los gráficos de barra a otras pruebas estadísticas; ya que los gráficos, nos permitieron conocer de mejor forma como se distribuyen las diferencias en cada dependencia educacional, en relación a: los accesos y preferencias culturales, la jerarquía que los distintos estudiantes atribuyen a los valores y la importancia para su vida que otorgan a las industrias culturales.

CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

1. Análisis cualitativo

Referente a las entrevistas grupales, se debe precisar que cuando éstas tuvieron lugar en las bibliotecas de cada colegio- se entregó a cada estudiante un cuadro con los tipos de industria cultural⁷ en donde hacia el final de las mismas, se les pedía a los estudiantes que llenaran la hoja con el orden de influencia y consumo que éstos tenían con cada tipo de industria cultural. De modo tal, que a los estudiantes, posterior a hacerles una pequeña introducción de lo que trataba la investigación, reconocieran inmediatamente lo que era la(s) industria(s) cultural(es).

Pasando a una cuestión más práctica del análisis, posterior a la construcción del cuadro con las dimensiones y sus categorías y subcategorías⁸ a analizar, se introdujeron los discursos que los estudiantes dieron, a través de la codificación y comentarios en el programa Atlas-ti.

Para presentar los discursos de jóvenes, se introducirán citas que refieran a los comentarios hechos por los mismos en las entrevistas, y que tengan relación con lo tratado en el análisis.

Los datos se presentarán en cuatro dimensiones que respondan a los objetivos proyectados para el estudio. Del mismo modo estos datos se mostrarán a la luz de la recogida y análisis de la información diferenciando la dependencia del colegio, pero todas las dependencias en una misma sección, para notar las similitudes y diferencias en el discurso de los y las jóvenes. Para hacia el final de cada categoría analizar las principales diferencias entre colegios, junto con proyectar una síntesis de la información.

En las conclusiones del estudio, se presentará un cuadro para diferenciar accesos culturales, influencia en los valores e importancia en lo que significan para la vida de los jóvenes, las industrias culturales.

Finalmente se debe mencionar que al presentar los discursos de las y los jóvenes, en el orden de dimensiones y categorías que se podrá observar más adelante, se relaciona con un ejercicio inductivo, en función de reconocer a través de la pauta de

⁷ Para mayor detalle ir a Anexo 1

⁸ Para mayor detalle ir a Anexo 2

entrevistas⁹ los desenlaces posibles que en este caso cada sujeto tome en relación a determinada opción de consumo y preferencia cultural relacionada aquella con los capitales culturales, económicos, etc. que cada uno tenga; lo que posteriormente da forma a un consumo cultural reducido-medio-amplio, y consecuentemente se reconoce(n) una mayor cantidad de disposiciones ético-valóricas en las industrias culturales consumidas por los y las jóvenes.

Lo que al mismo tiempo proyecta un reconocimiento de mayor o menor importancia con respecto a lo que significa esta influencia (en valores, cultura, estilo de vida) en la vida de estudiantes, lo que en definitiva trasciende las cualidades posibles que tendrán los futuros ciudadanos en relación a ser partícipes de lo social o partícipes únicamente de su desarrollo personal.

Presentación de resultados por dimensiones:

I. Influencia e interacciones de las industrias culturales en la vida cotidiana de estudiantes

En esta primera dimensión, se conocerá lo que fueron los relatos de estudiantes secundarios frente a la pregunta ¿De qué manera o forma creen que las industrias culturales influyen en sus vidas?, donde se buscó, conocer la visión que los estudiantes tenían en relación al permanente contacto que ellos tienen con la comunicación social y las obras artísticas masivas o más elitistas. En estos relatos hubo respuestas homogéneas en las tres dependencias, evidenciándose principalmente alguna diferencia en relación a la perspectiva desde donde miraban la influencia de las industrias culturales; y también homogéneas en relación con el lugar donde se dan principalmente las interacciones con las industrias de la cultura, ya sea en el hogar, colegio, teatro, etc. por tanto, aproximándose a la segunda dimensión de análisis.

Con la finalidad de agilizar la escritura y reducir la extensión de los análisis, en adelante, cuando se mencione el concepto de industria cultural se utilizarán las siguientes iniciales. Para **industria cultural (IC)** y para **industrias culturales (IC's)**.

Según los estudiantes de colegios municipales, la principal manera que las IC's influyen en sus vidas, se relaciona con la modificación en la perspectiva con que ellos ven las cosas a diario, de modo tal que su relación - interacción con las IC's les

⁹ Para mayor detalle ir a Anexo 3

muestran realidades que no conocen tanto, conocen algo o reafirman un conocimiento previo de alguna de ellas, en función de la realidad social, cultural o política del país.

“Te cambia la perspectiva de ver las cosas. Influye harto la radio, la tele, en el hecho de que ya estamos viendo las cosas de una forma diferente”. (Alumna, 4° Medio, Colegio Municipal).

Por lo mismo, las IC’s, en este grupo de estudiantes, les muestran realidades que no son con las que se relacionan a diario, en donde observan que éstas, les influyen en el hecho de ampliar la mirada, y al mismo tiempo ser más tolerantes con contextos diferentes al propio.

Los estudiantes de las dependencias subvencionada y particular aportan una visión muy parecida frente a la manera de influir de las IC’s en sus vidas. Donde se reconoce que se relacionan principalmente con un asunto estético, de modas, de formas de vestir, de presentarse en sociedad. Como igualmente les influyen en estar más informados, y reconocen que esta influencia responde a un gusto de la gente, en cuanto a consumir un determinado bien cultural y no otro, por ejemplo, al asistir al cine y no al teatro. En definitiva, reconocen que todas las industrias están relacionadas y por tanto les influyen en la medida que las consuman, se relacionen con ellas e interactúen con otras.

¿De qué manera o forma creen que las industrias culturales influyen en sus vidas?

“Mucho realmente, en todo, en los gustos de vestir, en los gustos musicales” (Alumno, 4° Medio, Colegio Subvencionado).

“Con tendencias que marcan, que uno sigue, con modas, eso en general, con pautas. Pautas con respecto a lo visual al diseño... a la estética” (Alumna, 3° Medio, Colegio Particular).

“De todas formas influyen... en las formas de actuar nuestro” (Alumna, 4° Medio, Colegio Particular).

Por tanto, las IC’s les influyen a los estudiantes en sus vidas en lo antes dicho, en donde las pautas o tendencias responden principalmente al consumo, al éxito personal, y al ocupar algún tipo de vestimenta, alguna identificación con un estilo musical, etc., lo que finalmente trasciende las formas de actuar de los jóvenes en sociedad, lo que puede relacionarse con los contenidos que las IC’s consumidas presentan en las letras de una canción, la información o mensaje de una noticia.

Pasando a la segunda pregunta, el lugar dónde se dan principalmente las interacciones con las IC's, en la totalidad de educandos de las tres dependencias, es su hogar. Por tanto las IC's audiovisuales son con las que estudiantes secundarios reconocen tener una mayor interacción, por ejemplo: escuchando radio o música, viendo televisión y/o películas, metiéndose a internet, y en menor medida se relacionan con la IC del espectáculo y visual plástica, asistiendo a conciertos musicales o exposiciones fotográficas.

¿Cómo y dónde se dan principalmente las interacciones con las industrias culturales?

“Yo creo que más en la casa... uno pasa más tiempo en la casa y en el colegio entonces ahí uno aprovecha de escuchar música, ver televisión, ver películas”.
(Alumna, 3° Medio, Colegio Municipal).

Otras diferencias en las tres dependencias educacionales se relacionan con el sentido de interactuar o consumir IC's, pues en colegios municipales, el consumo cultural está ligado a optar por él en pos de no continuar con un aburrimiento; en colegios subvencionados y particulares aparece aquello, pero se suma el satisfacer un gusto estético (musical, cinematográfico, literario) o de entretención (TV, internet).

En suma, se puede concluir que la principal forma de influir de las IC's en la vida de los estudiantes secundarios se relaciona con una cuestión estética, referida a los gustos musicales, de vestuario (moda), entre otros.

Una segunda forma de influir las IC's en los jóvenes, dice relación con modificar la perspectiva de ver las cosas, ya sean éstas: cuestiones que viven a diario, hechos noticiosos, etc. Lo anterior estaría significando que los jóvenes (de partida) reconocen algún vínculo con un contenido -posiblemente- valórico en su interacción con las IC's.

Pues, al estimar que ellas provocan en los estudiantes un cambio en la forma de relacionarse con la realidad, estaría presentándose una tendencia hacia las formas de reflexionar o pensar problemas, alternativas o discusiones propuestas en los componentes de las IC's consumidas, y asimiladas como promotoras de cambio en las sociedades.

Entonces las IC's influirían en las vidas de los jóvenes, en relación a dimensionar una realidad ajena a la que viven y su contexto, y darían lugar a una interacción con su grupo de pares, familia, en función de discutir problemas, ideas, etc., y al mismo

tiempo formar un posicionamiento o tendencia propia hacia cierto contexto o hacia cierta forma de actuar social o individualmente.

II. Acceso, consumo y preferencia cultural

Pasando a la segunda dimensión del estudio, esta se relaciona con el acceso, consumo y preferencia hacia los tipos de IC's que los estudiantes escogen. Las preguntas son básicamente ¿cuál es la IC: que más consumen, que más les gusta (o la mejor) y la peor; y si existe acceso hacia la totalidad de distintos tipos de IC's? Sumado además, si existe motivación de conocimiento-acceso de las IC's menos consumidas por las y los estudiantes, de parte de sus profesores o familia.

Se pudo notar que la totalidad de estudiantes, en las tres dependencias, tienen un mayor acceso y consumo a la IC audiovisual (1) y (2), con componentes como la TV abierta y por cable, radio, música (discos/mp3), películas e internet.

“Al mismo tiempo estoy metida en internet, escuchando música y viendo la teleserie” (Alumna, 4° Medio, Colegio Municipal).

Sin embargo, en las dependencias subvencionada y particular, existe un acceso y consumo hacia las IC's del espectáculo (con los componentes principalmente de: conciertos musicales y cine), y visual y plástica (con componentes como: exposiciones de pintura y fotografía) y la IC editorial (con los libros como principal componente).

“Hacia la industria del espectáculo (conciertos) hay acceso y me gusta” (Alumno, 4° Medio, Colegio Particular).

“Desde chico me criaron leyendo... y me gusta leer” (Alumno, 4° Medio, Colegio Particular).

Lo anterior marca un primer rasgo de desventaja en lo que serán los futuros reconocimientos de valores a través de la influencia que las IC's tiene para cada joven, pues, al tener un mayor acceso, en la dependencia particular y subvencionada, estos jóvenes pueden conocer una mayor cantidad de áreas de la cultura, como la música en vivo, el cine, la literatura o la pintura, lo que permite ampliar, no únicamente un conocimiento de los mismos tipos de IC, sino que igualmente, da cabida a ampliar la sensibilidad y conocimiento de culturas o contextos diferentes a los nuestros en Chile o Latinoamérica.

Estos accesos y consumos culturales presentes en los jóvenes, y diferenciados por dependencia educacional, responden en primera instancia a la inmediatez de la música, la TV e internet, en relación a estar conectado en su hogar constantemente, según los jóvenes, con aquellos componentes de la industria audiovisual (2). Inversamente aun cuando los jóvenes de dependencias subvencionada y particular -y en menor medida municipal- quieran asistir a conciertos musicales, por ejemplo, deben esperar la realización del mismo en una fecha programada y además contar con los recursos para asistir a dicha actividad. Por lo mismo, los jóvenes consumen más TV, música e internet, ya que están más cercanos en su diario vivir.

Pasando ahora a las mayores diferencias en las tres dependencias, éstas se relacionan con el gusto o la IC que encuentran mejor, y la IC que encuentran peor, pues, en el colegio municipal los estudiantes encuentran que la mejor IC es la audiovisual (2), con la totalidad de sus componentes, a tener en cuenta: 1° música (discos/mp3), 2° televisión por cable, 3° internet y 4° películas.

Mientras que en el colegio subvencionado se cree que, las mejores industrias son la IC audiovisual (2) y del espectáculo, con los componentes de: la música (discos/mp3) y conciertos musicales, respectivamente.

En tanto, desde el colegio particular, se considera:

“Entre las mejores y las que más aportan, yo creo que están entre la industria cultural editorial, del espectáculo y visual y plástica... son más culturales, más integrales” ¿Por qué consideras tú que es la más integral o que aporta más?
“Porque es como lo más abierta a lo que tiene que ver con la sociedad en sí; con diferentes realidades” (Alumna, 3° Medio, Colegio Particular).

De lo anterior se desprende que en estas IC's, los jóvenes de dependencia particular, entienden existe una mayor cantidad de aspectos a la hora de plasmarse en obra artística, junto con tener que ver ésta, con una cuestión de la sociedad, y atribuyen a las mismas obras artísticas un valor cultural insuperable, en comparación con las industrias audiovisuales, por ejemplo.

Además, en referencia a la IC que más les gusta a estos estudiantes, existe una diversidad en la respuesta, pudiéndose entender este asunto, por una cuestión familiar, pues -a modo de hipótesis- en algunas familias se prefiere el consumo de cine, por sobre las bellas artes, o en otro grupo familiar se prefiera la lectura a la música en vivo o el teatro. Por tanto, estos capitales culturales, sociales y simbólicos,

dan cabida a un sujeto que reconoce y opta finalmente por los tipos de IC que le son más cercanos y a los cuales accede con mayor facilidad y conocimiento.

Pasando ahora a la IC considerada como peor, los jóvenes de dependencia municipal, encuentran en la TV abierta el peor componente de la industria cultural audiovisual (1).

En cambio, la peor IC, según los educandos de dependencia subvencionada y particular sería, la audiovisual (2), con el componente de internet. Además desde el colegio particular se agrega como peor IC, el componente de la TV por cable, correspondiente a la IC audiovisual (2).

El que la televisión (abierta y por cable, desde los colegios municipal y particular, respectivamente) e internet (desde el colegio subvencionado y particular) se reconozcan como los peores componentes de las IC's audiovisuales, estaría reflejando un consumo desde el estudiantado forzado; pues al consumir con mayor facilidad estos componentes y al existir opciones en menor cantidad de acceder y concretar el consumo de los componentes de las IC's que más le interesan (a tener en cuenta: conciertos musicales, exposiciones fotográficas, cine, etc.) en la dependencia subvencionada y particular, los jóvenes se verían forzados a consumir la TV por cable o internet por una cuestión de estar conectado con amigos (internet) y la realidad mediatizada (TV).

Igualmente en estos consumos podrían encontrar respuestas a encontrar parte de las IC's que más les interesan, en internet por ejemplo, encontrando galerías de fotografía o pintura o conocer museos por medio de internet. Como también encontrarían en la TV algunos de los conciertos de los artistas que siguen, aun cuando no represente una sensación similar a participar del mismo espectáculo.

Por tanto el que sean reconocidas aquellas IC's como las "peores" en algunos componentes, y "buenas" en otros, representa una falta de contacto de los jóvenes con lo que realmente les interesa y los mueve.

Finalmente el hecho que los estudiantes de dependencia municipal consideren como la peor IC, la audiovisual (1) con la TV abierta como principal componente, reflejaría un traspaso de aquella IC a una más contactada con el mundo (en el caso de la TV por cable o internet), lo que provocaría en alguna medida, una alta valoración de la IC audiovisual (2) en estos jóvenes, y una importancia menor hacia las señales abiertas de televisión por ejemplo.

Continuando en el colegio subvencionado encontramos el siguiente discurso:

“Bueno y malo, para ser más flojos en relación a: resúmenes de libros, en internet está todo, pongo una palabra y sale todo” (Alumna, 1° Medio, Colegio Subvencionado).

A lo anterior se suma en los estudiantes de dependencia subvencionada y particular, que encuentran que internet, tiene mucho que ver con los males que se puedan ver reflejados de la sociedad en ella (violencia) como también cosas positivas como “tener información e investigación a mano”, pero en algunos casos esta información, como se nota en la cita de más arriba, los hace ser más flojos y leer resúmenes de libros, o no buscar en enciclopedias o diccionarios significados de palabras, etc., por tanto sus esfuerzos se reducen a utilizar exclusivamente internet, e ir en menor medida a bibliotecas.

Lo que en definitiva comienza a repercutir en lo que es su relación con la ciudad y sus espacios públicos, en los cuales, no existe un gran contacto por los jóvenes. Tanto porque no existe en algunos casos el interés por conocer, participar y relacionarse con las bibliotecas, museos o teatro, o desde otro lado, porque no existen los incentivos desde la familia, el colegio o el grupo de pares.

“La peor es la industria cultural audiovisual (2), y además es la que más se utiliza” (Alumna, 4° Medio, Colegio Particular).

Esta última cita, sintetiza la contradicción presente algunas veces en los jóvenes, en cuanto encontrar buena la IC audiovisual (2) en el componente de la música exclusivamente, pero no en los componentes de internet o TV por cable. Aun cuando de igual forma, creen que internet y la TV por cable aportan al conocimiento de distintas realidades, o tener información a mano.

Para lo anterior se puede continuar analizando aquel resultado contradictorio entre los jóvenes (entre encontrar malo y bueno internet y la TV por cable), en función de lo dicho más arriba de la relación con la ciudad reducida por la inmediatez de encontrar alguna información, documento o informe en internet, o ver en directo algún espectáculo artístico en directo por la televisión pagada; pero sumado ahora, una disposición en los tiempos con que cuentan los jóvenes, al incorporarse desde hace unos años a la Jornada Escolar Completa, en la que utilizan gran parte de la tarde.

Finalmente, la última diferencia -directamente relacionada con las referidas anteriormente- en la dependencia municipal no se tiene acceso a la totalidad de diferentes tipos de IC's. Lo que puede tener relación con recursos monetarios, o también con capitales culturales y sociales bajos en su familia y grupo de pares, sumado a una escasa motivación a conocer otros tipos de IC, como la IC editorial o visual y plástica, de parte de profesores o padres, por ejemplo.

“Por ejemplo acá (en referencia al colegio), la gente está más cercana a ver TV o escuchar radio digamos, porque no todos acá tienen acceso a tener internet en la casa” (Alumna, 4° medio, Colegio Municipal).

Del anterior discurso, entendemos lo mencionado más arriba, en relación a cómo estos estudiantes entienden lo que es el acceso a la “totalidad” de tipos de IC's, limitándose sólo a un tipo de las mismas. Ya que, al mencionar que no todos tienen internet en su casa, se pasa a excluir las otras cinco IC's, siendo amplia la diferencia con las otras dependencias, en las que se alerta que los accesos se debiesen fortalecer en relación a la IC del espectáculo, visual y plástica y/o editorial.

En consecuencia, el acceso diferenciado en las tres dependencias hacia la IC editorial, por ejemplo, se puede explicar, por la diferencia en la influencia de los profesores y padres en relación a mostrarles el hábito de la lectura como interesante, entretenido y motivacional para el desarrollo intelectual de alumnos e hijos.

Por tanto, en la investigación queda de manifiesto aquella diferencia motivacional, ya que en los colegios municipales, no se les influye a los alumnos, ni tampoco se hace aquello desde el hogar.

A diferencia de las otras dos dependencias, en donde aparte de motivarles, con las nuevas modificaciones en la asignatura de lenguaje y comunicación, se entrega a los jóvenes, literatura más próxima a ellos, o más cercana a sus gustos o realidades.

Este es claramente un punto a favor hacia las dependencias subvencionada y particular, donde se da cabida a la motivación de la lectura, por medio de distintos medios (periódicos, revistas, ensayos, novelas, etc.) en donde los estudiantes pueden encontrar alguna mayor afinidad con respecto a sus gustos literarios.

Los mayores accesos, en estudiantes del colegio subvencionado se encuentra en las IC's: audiovisuales, mass media y editorial, no así en relación a la IC: del espectáculo y visual y plástica.

En cambio, los jóvenes de colegio particular, tienen acceso a la totalidad de los diferentes tipos de IC. Teniendo que ver en primer lugar, con una cuestión de recursos, como también por un asunto de influencia desde las familias o los amigos.

Finalizando esta dimensión, y relacionado con las precedentes categorías, se encuentra en estudiantes del colegio municipal, que en relación a la motivación del conocimiento, acceso o consumo hacia las IC's menos consumidas por estos jóvenes -vale decir, todas, menos la IC audiovisual- no existe, pues, sus profesores no cumplen aquel objetivo.

Por tanto, frente a la pregunta que guía esta categoría, ¿sus familias o profesores motivan el conocimiento, acceso y/o consumo de las IC's menos consumidas por ustedes? Existe un NO rotundo, desde los jóvenes sobre todo hacia la institución escolar.

“No, los profesores nunca nos dicen nada de que leamos” (Alumna, 1° Medio, Colegio Municipal).

“Acá (en el colegio) no se ha inculcado eso (lo de la literatura), yo vengo del Liceo Benjamín Vicuña Mackenna, y nos hacían leer tres, cuatro libros mensuales” (Alumna, 4° Medio, Colegio Municipal).

“Eso depende de cada persona, o sea si le gusta culturizarse se lee libros ve televisión. Pero igual de cierto modo son un hábito”. (Alumno, 2° Medio, Colegio Municipal).

En los primeros comentarios encontramos una crítica sustantiva hacia el colegio, en el último, una autocrítica hacia la flojera de algunos estudiantes en relación a leer por gusto, junto con existir hábitos implicados en los actos o decisiones de consumo cultural en los y las jóvenes.

Lo que se podría explicar o aventurar una suposición en relación que estos estudiantes, ven en el profesor la figura que permita y de cabida a posibilitar la interacción no sólo de enseñanzas educacionales o del conocimiento, sino que del arte, cultura o conocimientos desde otra postura, que complemente la formación secundaria en las aulas.

También se podría entender esta responsabilidad que los educandos hacen recaer en sus formadores, puesto que en un porcentaje amplio de familias, no en todas, no

existan los capitales: económicos, culturales y sociales, que den la posibilidad de entender y conocer otras instancias artísticas o literarias.

Lo que a su vez impacta de la misma forma al grupo de pares con que los estudiantes se relacionan, pues éstos igualmente no conocen tanto de otras instancias para el desarrollo del gusto por las artes visuales, por ejemplo. Lo que en definitiva se ve obstruido por lo vulnerable de los capitales antes mencionados, y que habría que completar o complementar con estímulos desde el mundo escolar, con actividades extra-programáticas en donde los educandos hallasen una motivación de cambio, lucha o ascenso en lo social y educacional, para finalmente, al hacer crítica la visión juvenil, penetrar en las injusticias sociales.

Pasando al colegio subvencionado, en el punto referido a la motivación de conocimiento de IC's menos consumidas por los jóvenes, en esta dependencia se encuentra que existe una visión positiva con el colegio, pues este, les ayuda y motiva en el conocimiento e interacción con exposiciones fotográficas o idas al teatro y cine. Lo que se debería comenzar a fomentar a más temprana edad claramente, pero ya siendo a ésta, es positivo el asunto de hacerlas e incentivar a los estudiantes.

Además se reconoce una buena selección de los libros en el ramo de lenguaje y comunicación; al mismo tiempo que estas selecciones benefician no sólo sus notas, por ser de su agrado, sino además y bastante más relevante influyen en su acercamiento con la cultura del libro, lo que les aportará a futuro una posible buena relación con la IC editorial.

“En arte (ramo del colegio) nos hacen salir y hacer un trabajo llamado: ‘panorama cultural’, donde te hacen ver teatro, cine, exposiciones, en 3° y 4° medio” (Alumno, 4° Medio, Colegio Subvencionado).

“Me toco ir a una exposición de fotografía, muy buena” (Alumna, 3° Medio, Colegio Subvencionado).

“Nos llevaron al teatro, me incentivó” (Alumna, 1° Medio, Colegio Subvencionado).

“En lenguaje hay algunos libros que no sé quién los selecciona, son muy buenos... este año leí un libro de detectives... no como esos libros de poesía” (Alumno, 4° Medio, Colegio Subvencionado).

Lo anterior otorga evidencia empírica con respecto a que la motivación hacia los educandos, influye directamente en que estos accedan a aumentar su conocimiento; lo que a la postre da cabida a un mayor vínculo, por tanto repercute en la influencia que

otras IC's provocan en ellos; junto con ampliar la gama de valores, experiencias, etc., que éstos conocen en otras IC's consumidas.

Concluyendo esta dimensión, los alumnos del colegio particular, creen que en él motivan principalmente a conocer la IC editorial y su relación con ella. Cosa totalmente distinta a la expuesta por los estudiantes del colegio municipal.

También estos estudiantes consideran que los aportes se dan mayormente en relación a incluir las TIC (como videos, data, internet) en la escuela, como mecanismo de mayor interacción con las costumbres de estudiantes. Esporádicas veces, los profesores motivan el conocimiento de la IC del espectáculo o visual y plástica.

En suma, se reconocen accesos muy diferentes en relación al colegio municipal y las otras dos dependencias, junto con encontrar diferencias en las IC's que mejor encuentran los educandos, las que peor consideran y el acceso a la totalidad de las mismas, sumado a la motivación de acceso hacia las mismas, con una mejor evaluación en el colegio subvencionado. Todo lo anterior estaría motivado no sólo por el dinero con que se cuente en cada dependencia, sino que igualmente, con la motivación, acercamiento y conocimiento que las familias tienen con respecto a los diferentes tipos de IC, lo que hace que los jóvenes finalmente, valoren más unas que otras.

De lo anterior y a modo de síntesis de esta dimensión de los consumos, accesos y preferencias culturales y las diferencias y aparentes contradicciones entre las distintas dependencias, se puede señalar que los jóvenes finalmente optan por consumir un componente de las IC's en función de su reconocimiento, relación y aparente influencia que aquellas produzcan en ellos.

Aparente, porque si nos fijamos los estudiantes prefieren por sobre la televisión o internet, los conciertos musicales, la literatura, la fotografía o el cine, por tanto, éstos no se estarían influenciando mayormente desde la televisión, sino que esta sería un medio a través del cual, los jóvenes escapan a su contexto personal, para adentrarse en otras esferas de la realidad nacional, sea esta de trascendencia sociopolítica o de causas triviales.

Pero finalmente en el deleite de la música en directo o la representación de una novela o narrativa en teatro, etc., es donde los escolares rescatan su mayor relación de influencia, pertenencia o identificación con aquellos bienes culturales. Lo que en definitiva proyecta en los educandos un reconocimiento de los valores implícitos o

explícitos en las obras artísticas de las cuales se influencien. Punto a tratar a continuación.

III. Influencia valórica de las industrias culturales en estudiantes

En esta dimensión se trata el asunto de la influencia valórica que las IC's aportan o transmiten a los jóvenes en su realidad. Por tanto, se reconocerá cuáles son sus principales visiones frente a la pregunta de si ¿Existen propuestas o visiones ético-valóricas en los mensajes, contenidos y arte que consumen e internalizan en su modo de vida? ¿Cuáles? ¿Cómo se presentan?, ligado con la percepción de la importancia en los contenidos que muestran las IC's para la realidad juvenil. Que a su vez se vincula en mayor o menor medida con ampliar o diferenciar los valores aportados por las IC's en comparación con los entregados por sus padres. Para finalmente entender la manera en que las IC's influyen en los valores que los estudiantes tienen, junto con reconocer los valores más expuestos por las IC's a que acceden, y con la(s) que se influyen las y los jóvenes.

En primer lugar se debe precisar que en el colegio municipal es donde se reconoce menor cantidad de valores expuestos en el consumo de IC's, a diferencia de las otras dependencias. De modo que esta primera característica se constituye como consecuencia en relación a la trayectoria expuesta en las dimensiones anteriores, referida a la influencia en la vida e interacciones con las IC's, a su vez vinculadas, con el acceso, consumo y preferencia cultural en jóvenes.

En relación a la existencia de propuestas ético-valóricas y la percepción de importancia en los mensajes, contenido y arte de las IC's, tanto en estudiantes de dependencia municipal como subvencionada se reconoce lo siguiente:

“No porque los medios de comunicación comunican, pero no entregan valores” (Alumno, 4° Medio, Colegio Subvencionado).

“Yo creo que sí entrega, uno elige el valor” (Alumna, 1° Medio, Colegio Subvencionado).

“Por ejemplo lo del tsunami, que paso hace cualquier tiempo atrás... igual dejó una enseñanza... uno se pone a reflexionar en torno a lo que paso... uno se pone en el lugar de otras personas”. (Alumna, 3° Medio, Colegio Municipal).

En estudiantes del colegio municipal, cualquier medio deja alguna enseñanza, pero esta enseñanza dice relación con la forma en que cada uno de ellos escucha, reconoce

y atiende a una realidad particular en contextos diferentes. De modo tal, que en las IC's consumidas por estos jóvenes existen propuestas valóricas -aunque no muchas-, las que los invitan a reflexionar y desarrollar un grado de empatía hacia otras personas.

La visión en relación a la existencia de propuestas valóricas desde las IC's en estudiantes de dependencia subvencionada, se relaciona con el encontrar en aquellas propuestas el sentido que cada alumno decide dar o atribuir hacia cada valor expuesto y con quedarse para sí mismo con alguno de ellos.

Las principales visiones de las propuestas ético-valóricas que las IC's tienen para estudiantes de dependencia particular, junto a lo importante en la transmisión de contenidos desde las mismas hacia sus vidas, se relacionan con que éstas los ayudan a mirar la realidad con una mayor amplitud de la que tienen únicamente con su grupo de pares y familia; y al mismo tiempo y más relevante aún, según este grupo de jóvenes, las IC's les aportan una mayor sensibilidad hacia la sociedad (sobre todo las IC's del espectáculo, editorial y visual y plástica).

Además, las propuestas en valores se relacionan especialmente al contacto que estos tienen con la comunicación social -por ser la más consumida-, y por tanto los mensajes que más aparecen dicen relación con creer que la televisión ayuda al cuidado del medioambiente, pero de la misma forma, se la crítica fuertemente por banalizar la realidad y mostrar muchas tonterías.

Relacionado con lo anterior, en relación al diario vivir de las y los jóvenes de colegios particulares, se reconoce:

“Nosotros es por la cultura que tenemos la juventud, generalmente se liga a la TV, la música, al internet. No estamos centrados en leer, son muy pocas personas... Es que es lo más directo, lo que te llega más” (Alumna, 4° Medio, Colegio Particular).

Por tanto, al reconocerse desde los jóvenes en su accionar cotidiano, que no leen mucho y están más bien centrados en los mass media, se cree que esto tiene que ver con la recepción que la televisión encuentra en sus auditores, en donde se encuentra el grado de adicción a la imagen y sus formas, como también a lo inmediato del medio.

Lo último evidenciado en relación a la comprensión que se tenga del espacio-tiempo, dando cabida a un proceso de desterritorialización, en donde, el mundo, la ciudad,

está en una caja y los telespectadores son los asistentes a la realidad mediatizada culturalmente por la televisión.

Sin embargo paradójicamente, la influencia televisiva hacia la población general, y en particular hacia los jóvenes, produce un alcance global en la relación que los mismos encuentran en el conocimiento de diferentes realidades, en territorios no conocidos ni social ni culturalmente, y que en su conjunto entregan sentidos y/o valores hacia la experiencia juvenil.

En internet se puede encontrar algo semejante, diferenciándose en tanto el momento y lugar en que cada estudiante desee ver, entender o releer un contexto determinado.

En un punto que hay acuerdo entre los colegios particulares y subvencionados es en que:

“La literatura, el cine y la música... aportan más valores” (Alumno, 2° Medio, Colegio Subvencionado).

“Pero yo creo que lo que más sigue atrayendo cultura y conocimiento pa’ mí es la industria editorial y del espectáculo. Lo que más me interesa, porque yo puede ir a una reunión de locos por la libertad de las ballenas... y voy a aprender mucho más que ver la tele porque voy a decir un reclame más” (Alumno, 4° Medio, Colegio Particular).

Por tanto, como se ha visto en las anteriores citas, y en las de más arriba, las y los jóvenes reconocen que si bien las IC’s audiovisuales han abierto nuevas puertas -para bien y para mal- se reconoce especialmente en la IC del espectáculo y editorial, que son en las que se proyectan mayores contenidos en relación a valores, y al mismo tiempo, son las que proyectan a incentivar una mayor cantidad de desarrollo cultural que motiva a los jóvenes a reconocerla como un bien cultural integral que trascienda a todas las esferas de la cotidianidad.

Además, en el colegio particular se resalta la función que cumplen igualmente los medios masivos de comunicación, los cuales dan la posibilidad de comenzar a investigar sobre algún tema y acercarse a los lugares donde se realizan las reuniones. Por tanto, aquí encontramos una pequeña ventana a encontrar una vinculación del grupo para con los valores que respondan a una participación ciudadana, de carácter ecosistémico, en el caso de la reunión de las ballenas, por ejemplo.

Prosiguiendo con la visión de propuestas ético-valóricas en las IC’s que consumen los estudiantes de colegios particulares, estos establecen que es justamente en estas obras

artísticas, en donde existe una mayor valoración a un apartado ético, pues son obras que recurren a mostrar rasgos más sensibles y próximos a la existencia-experiencia que cada creador, ya sea musical, cinematográfico, literario-intelectual o artista visual, puedan reflejar de lo que construyen con su obra y trae consigo una puntualización de algún valor que se debe reconocer.

“Yo también opino lo mismo, que en la industria audiovisual (2) es donde uno tiene más acceso, pero yo creo que donde están los mayores valores que uno puede encontrar están en la 4 y la 5 (industria editorial y del espectáculo)” (Alumna, 4° Medio, Colegio Particular).

“Está mal, o sea... es como un asunto de comodidad, pero si la persona quiere puede elegir entre leerse un libro o ver la tele todo el día... entonces es una cosa de elección” (Alumna, 3° medio, Colegio Particular).

En esta última cita aparece claramente algo que se ha comentado pero no muy ampliamente. La opcionalidad o elección de bienes culturales que cada estudiante quiere conocer, no es en lo principal referente al dinero con que cuente, pues las bibliotecas, algunas cinetecas, conciertos musicales, museos o teatros son gratis en algunas fechas; entonces la opcionalidad estaría respondiendo esencialmente a una comodidad de los estudiantes, quienes al no contar con la motivación, el ánimo o las ganas de adquirir, consumir o participar en la presentación de una obra teatral o la asistencia a un museo, están dejándose influir por las IC's más próximas (audiovisuales: TV, internet) y las que no requieren de ningún esfuerzo ni contacto con la sociedad.

Pasando a la segunda categoría de la dimensión de la influencia valórica, la percepción que los estudiantes tienen en relación a la ampliación, reforzamiento y/o diferencia de los valores aportados por las IC's en comparación con los entregados por su familia, se aprecian diferencias sustanciales en los relatos de los jóvenes de distinta dependencia.

Por ejemplo, los estudiantes del colegio municipal creen que son pocos los estudiantes que rescatan algo de los valores que se presentan en las IC's consumidas - cuestión nuevamente distinta a la encontrada en las otras dependencias- y más bien, ellos encuentran valores en sus compañeros de colegio al tener alguna conversación.

En consecuencia, se sigue evidenciando una falta de importancia hacia los bienes culturales (y los valores aportados) en este segmento de alumnos, ya que su consumo

se restringe básicamente a los medios de comunicación, y no existe mayor interés ni motivación (desde la familia o profesores) por leer, asistir a museos o teatro.

Las y los estudiantes de colegios municipales no encuentran mayor relevancia en torno a aquello, mientras en la dependencia subvencionada se considera que si existe un reforzamiento al igual que en la dependencia particular.

El discurso de los estudiantes de colegios subvencionados dice que:

“Se dan más en la familia, el asunto de los valores, no tanto con amigos”
(Alumna, 1° Medio, Colegio Subvencionado).

“En el colegio comenta lo que viste, la masa” (Alumno, 2° Medio, Colegio Subvencionado).

En relación al reforzamiento u oposición en los valores aportados por las IC's y los entregados por las amistades, tanto en el colegio como en el hogar, los educandos consideran que la televisión está muy influenciada por la superficialidad, los cahuines, la farándula, etc., por tanto desde estos no existe en reforzamiento ni oposición hacia los valores aportados por su familia, ya que éstos, se relacionan con otras esferas, que poco tienen de éticas.

Desde los otros componentes de las diferentes IC's consumidos y que influyen a los estudiantes (sobre todo música, libros o pinturas), se encuentra un reconocimiento en tanto ampliar y reforzar los valores aportados por la familia, amigos y sociedad. Estos valores en los alumnos fortalecerían su apreciación hacia la: libertad, tolerancia, empatía y diversidad. Finalmente, las conversaciones en el colegio, dicen relación especialmente, con lo que surge en el momento, cosas triviales. En el hogar se conversa más de cuestiones valóricas.

En el colegio particular, se plantean varias diferencias entre los distintos discursos. Puesto que algunos, creen que principalmente se dan en función de la construcción familiar que ellos hayan tenido en su historia de vida, como también, en sus relaciones sociales.

Pero desde la interacción que se da con la comunicación social y las obras culturales (música, pintura, libros), los estudiantes reconocen asimismo que en aquel tránsito se da una apertura hacia distintas visiones de los mismos valores que sus familias les muestran e inculcan, en donde al existir una confrontación o igualación de los valores propuestos por la familia, el estudiante puede cuestionar cierta posición hacia cierta

construcción valórica en su persona, para posteriormente influir en su grupo de pares.

“Es que claramente los valores parten de la base de la familia, de los papás, de lo que te enseñan desde chico, pero ya la TV y estos medios de la industria te abren las puertas para que tengas más conocimiento y a lo mejor puedas cuestionar si es que lo que te enseñaron según tú está bien está mal, porque está bien porque mal, como lo ve la sociedad, porque también eso es lo que se refleja en los medios de comunicación” (Alumna, 4° Medio, Colegio Particular).

Todo lo anterior refiere a la forma en que estas nuevas disposiciones valorativas de lo ético en sociedad, como puede ser el hecho de ser más comprensivo, empático o tolerante con otra persona o realidad, u otorgar mayor relevancia a la diversidad (cultural, religiosa, política, etc.), junto a la apertura al diálogo -ya sea crítico o no- dan cabida a formar parte de una sociedad que destaca y saca a flote las injusticias sociales, pero que de igual forma no participa en transformar aquellas realidades, más allá de estar convencido que aquellas son malas para el normal funcionamiento social.

Ahora bien, continuado, se cree en este segmento de educandos que antes, en la década de los ochenta o décadas anteriores, se reprimía o coartaba mayormente a la juventud porque existían temas tabúes de conversación, junto con menor libertad de expresión. Hoy en cambio, los medios de comunicación han abierto aquellos canales y por tanto, han posibilitado la ampliación o reforzamiento de algunos valores y la diferencia con otros, puesto que al incluir en la televisión o periódicos problemas que afecten a la juventud, ellos creen se les reconoce más como personas con derechos y deberes, por tanto, como ciudadanos que encuentran en el diálogo, el escape a la censura de antes en diferentes temas. Derivado de lo anterior, se halla una mayor expresión para debatir de temas o posiciones desde los propios jóvenes con sus familias.

“No me cuesta nada expresarme, ya sea con gente mayor, de mi misma edad o enseñarle algunas cosas a cabros más chicos. Yo soy muy de expresarme, yo digo lo que siento” (Alumno, 4° Medio, Colegio Particular).

Por tanto, sumando las dos primeras categorías de la presente dimensión, la visión que los estudiantes tienen con respecto a las propuestas valóricas al interior de las IC's, van más que nada en cada joven y la forma en que adhiere a ellas, las pone en práctica en menor o mayor medida, o las rechaza. Por consiguiente se reconoce una

elección en función de los valores que rescata cada joven en su interacción con las IC's.

Lo anterior se debe entender desde dos posiciones. Primero, los jóvenes reconocen un vínculo de formación, influencia y asimilación principalmente desde sus familias, en el apartado valórico de su vida.

Cuestión esta, que en estudiantes de dependencia subvencionada y particular -no así en la municipal-, el contacto con las IC's posibilitaría una confrontación valórica desde la familia con la propuesta en la comunicación social y desde las obras artísticas consumidas por los jóvenes.

En suma, a partir de la diferencia en el acceso y por tanto el consumo cultural efectuado por los estudiantes, se van construyendo estas diferencias en la importancia que los mismos le atribuyen a las IC's en relación a aportarles o entregarles diferentes formas de accionar en su cotidianeidad con respecto a los valores.

Por lo mismo, en jóvenes de colegios municipales se atribuye una menor importancia en la ampliación o diferencia de los valores entregados por las IC's y los entregados por la familia. Ya que, al acceder a una menor cantidad de diferentes componentes de los distintos tipos de IC's, estos jóvenes se relacionan más recurrentemente con los mismos componentes (ya sea: TV, radio, internet, películas) y no tienen una mayor posibilidad de acceder a otros, como la pintura, el teatro, los libros, en donde las otras dos dependencias, reconocen la aparición de una mayor cantidad de valores.

Pasando ahora a la categoría relacionada con las maneras de influir de las IC's en los valores de estudiantes secundarios, pudimos notar una similitud en dos de las dependencias. Pues en las municipales se destaca que “eso va más que nada en uno, porque uno ve lo que quiere ver y escucha lo que quiere escuchar”. En los colegios particulares se reconoce desde los jóvenes que el asunto de los valores “va en cada uno”, en función de la forma en que se toma o la posición que se adquiere o asume.

Por tanto, si bien las IC's influyen en los valores que tienen los y las estudiantes, se cree en estas dependencias se privilegia lo que son los valores aportados por sus familias -sobre todo en la dependencia municipal-. Lo que en consecuencia da lugar a la forma en que cada estudiante se posiciona en relación a un valor expuesto por las IC's.

Quizá la diferencia más grande se da en los colegios subvencionados, donde la manera en que influyen las IC's en los valores de estudiantes, se relaciona primordialmente con que éstos los ayudan a crecer como personas, a abrir el pensamiento en pos de una mayor tolerancia social y generan mayor empatía en sus relaciones sociales y experiencias de vida.

“Te ayudan a crecer, uno leyendo quizá puede abrir su cabeza, no tan llevado de su idea, más comunicativo... (Tolerante)” (Alumna, 1º Medio, Colegio Subvencionado).

“Yo creo que también uno leyendo historias anexas a las de uno, esos valores, lo que le pasa al personaje... Uno se los va quedando, porque sabe lo que le pasará al otro... se genera mayor empatía con historias de vida ajenas a la propia” (Alumno, 4º Medio, Colegio Subvencionado).

De lo anterior se cree que la influencia de la IC editorial (y los libros como componente) dan cabida a una gama de valores que ayudan a comprender mejor la realidad, junto con ser más sensible, inclusivo y tolerante con otras realidades. Lo que no solo ayudaría a acrecentar los valores entregados desde las familias hacia los educandos, sino que igualmente daría mayor relevancia a posiciones tolerantes en lo social, lo que estaría a su vez, complementando una transición hacia un modelo cultural posmoderno, identitario (Bajoit) o globalizado.

En donde los valores que incluyen a otros (diversifican la mirada y postulan un diálogo más abierto y amplío) podrían generar a futuro una mayor participación social de los jóvenes en actividades sociales, políticas, culturales... pues, al estar abiertos al diálogo y discusión, mediado por tolerancias mutuas, los y las jóvenes harían de su realidad una más colectiva y en ayuda de los que se encuentren en desventaja.

Como también podrían relacionarse con la realización personal, de la vocación, lo profesional, el éxito, etc., y no aportar demasiado a lo colectivo, sino que vincularse con la realización individual. También ayudar exclusivamente en algunas ocasiones, mediatizadas por los mass media, por tanto, relacionándose con una postura entre solidaria o colectiva y una individual.

Desde el colegio particular se menciona:

“Claro, es como tú decías que cosa adhieres según tu criterio, según tu valor, tu poder de tomar decisiones a cual es la que quieres adherir y seguir con eso toda tu vida” (Alumno, 4° Medio, Colegio Particular).

Por tanto, las maneras en que influyen las IC's en los valores de estudiantes de dependencia particular, se muestran como cercanas a la decisión misma que el actor individual tome o no de alguna visión o criterio para mostrar cierto valor. De modo tal, que al influir cierto valor y no otro en estudiantes de dependencia particular, aquella elección dice relación con la forma de analizar cierta propuesta en su dimensión o contexto determinado.

Pasando a la categoría de los valores que más aparecen en las IC's consumidas, en las respuestas de los jóvenes se pudo evidenciar una gran diferencia entre la dependencia municipal y las otras dos.

Donde en la municipal se reconoce una cantidad sumamente inferior de valores en las industrias de la cultura que estos consumen, mientras en las otras dependencias aparece una cantidad mayor de valores en las IC's consumidas.

Por ejemplo, en el colegio municipal, las y los jóvenes señalan que aparece el valor de la: caridad y solidaridad; mientras en el colegio subvencionado se reconoce aparecen los valores de la: amistad, libertad, respeto, tolerancia y diversidad; para finalmente, mencionar desde el colegio particular los valores de la: libertad, tolerancia, justicia, responsabilidad (con el cuidado del medio ambiente) y respeto.

Además desde la dependencia municipal, se reconoce que aparecen muchas emociones o sensaciones negativas, como la impotencia, rabia e ira. En cambio desde los colegios subvencionado y particular se reconoce desde su realidad particular junto a la de la sociedad en general existe mucho individualismo y consumismo.

Nuevamente en este punto se puede apreciar que un reducido consumo cultural, no posibilita una identificación de valores o disposiciones éticas en el interior de tal IC audiovisual, y más bien, los estudiantes de colegios municipales, reconocen únicamente rasgos presentes en la TV o películas que muestra la misma IC; donde escapan a relacionarse, contemplar o influirse por otras propuestas, desde la literatura, música o teatro.

“Lo que más aparece, la caridad con los demás, la solidaridad” (Alumna, 4° Medio, Colegio Municipal).

Por tanto, los valores mencionados en la dependencia municipal (caridad, solidaridad: en programas de televisión, campañas televisivas del Hogar de Cristo, o de la Fundación Un Techo Para Chile, etc.) son bastante semejantes -el primero con un sentido más religioso y el segundo una transición desde lo religioso a lo social-, por lo que en adelante se nombrará como la solidaridad; y además solamente estarían respondiendo al conjunto de valores de la solidaridad.

Recordando lo propuesto en el planteamiento del estudio, se pueden diferenciar tres tipos o conjuntos de valores; los que apuntan al respeto y tolerancia social; los referidos a lo solidario y las acciones en que se acomodan más los jóvenes (individualismo o colectivismo); y los que responden a una participación ciudadana en cuestiones sociopolíticas, culturales y ecosistémicas.

En consecuencia, este segmento de estudiantes estaría reconociendo esencialmente el segundo conjunto de valores, vale decir, los que representen una visión de la solidaridad presente en las IC's consumidas, primordialmente las del audiovisual. Las emociones que estos estudiantes nombran como antivalores, igualmente son expuestos principalmente en series -nacionales o internacionales- de televisión o películas de cualquier tipo.

Lamentablemente, en este reconocimiento de los valores más expuestos en el contacto que los educandos tienen con las IC's, se deja notar una clara falta de acceso y reconocimiento de otra amplia gama de valores -como pasa en los otros dos colegios- que les entreguen las IC's.

Desde el colegio subvencionado se reconoce que aparecen los valores de:

“La amistad aparece hartito, uno no ve al personaje solo, siempre lo apoyan (dibujos animados, series)” (Alumno, 4° Medio, Colegio Subvencionado).

“Libertad, tolerancia (estilos y tendencias musicales)” (Alumno, 2° Medio, Colegio Subvencionado).

“Diversidad cultural en TV, libros...” (Alumna, 3° Medio, Colegio Subvencionado).

Los valores que más aparecen en las IC's que consumen o a las que acceden estos educandos son: la amistad, libertad, respeto, tolerancia y diversidad. Por lo mismo, aquí encontramos otra diferencia para con los establecimientos de dependencia municipal, los cuales sólo mencionaban valores de tipo solidario.

Entonces encontramos en este grupo de estudiantes relación a los tres tipos de valores considerados para este estudio, es decir, se relacionan primero con los de carácter inclusivo-integrador desde el respeto y tolerancia social, como también se podrían encontrar los de participación ciudadana, motivados tal vez por la proclividad a la diversidad.

Posiblemente, esta última categoría de valores no sean representados de forma completa por aquellos valores nombrados, pero en el relato de los escolares se pudo notar aquella tendencia. En definitiva, estos alumnos, encuentran que falta que aparezcan más los valores relacionados con la solidaridad (aun cuando reconocen que aparecen), que en el caso de estudiantes de colegio municipal, creen son los que más aparecen.

Ahora bien, estos reconocimientos, pueden estar estrechamente ligados a lo que son los consumos culturales y acceso hacia una diversificación de opciones. A estos últimos, posiblemente, los estudiantes de dependencia subvencionada tengan mayores posibilidades de acceder, no sólo por recursos monetarios, sino por una formación desde los capitales (culturales, etc.) aportados por la familia, amigos y profesores.

Desde los colegios particulares, los valores que más aparecen en las IC's que consumen son:

“Respeto respecto a la sociedad, la justicia (social), responsabilidad (con el cuidado del medio ambiente)” (Alumna, 3° Medio, Colegio Particular).

“La libertad (de expresión), la tolerancia, el respeto” (Alumno, 2° Medio, Colegio Particular).

Por lo que se puede concluir, que aquellos valores están fuertemente vinculados con lo social, y las acciones ciudadanas que allí se plasmen. Pues al tener respeto y tolerancia por otro, se generan mayores libertades (de expresiones culturales, política, etc.) y de la misma forma se contribuye a la demanda de una mayor justicia social.

Por lo que en estudiantes del colegio particular, al igual que en el colegio subvencionado, los valores que se reconocen aparecen se vinculan directa o indirectamente con las tres áreas de valores propuestas para el estudio. Vale decir, el respeto y tolerancia social, la participación ciudadana y las acciones de solidaridad con que los jóvenes más se relacionan en su consumo cultural.

Finalmente pasando a la última categoría de la dimensión, referente a la adecuación en la vida cotidiana de los valores propuestos por las IC's, resulta llamativo que en el conjunto de estudiantes del colegio municipal reconozcan en la pasión y el sexo, otra clasificación de valores, los cuales adecuan en su vida cotidiana.

Además creen son muy importantes para su vida y para alcanzar la plenitud -satisfacción con sus parejas, y de la misma forma, creen que la pasión y el sexo y la forma de adecuarlos ellos (los estudiantes) en la práctica cotidiana, aparecen de forma exacerbada en los medios de comunicación, como la televisión, y desde el componente de la música (radio/discos/mp3) en las IC's audiovisuales, que los escolares escuchan.

Esto último es importante entenderlo en la dimensión de influencia en tanto comportamiento compartido entre los jóvenes, pues, al no estar en desacuerdo con su proyección excesiva y cargada de erotismo en la televisión; creen que la influencia adquirida desde las mismas en sus vidas cotidianas debe satisfacer una plena sexualidad.

Como a su vez, desarrollar una experiencia en el tratamiento de problemáticas referidas a una sexualidad temprana, como lo son las Enfermedades de Transmisión Sexual, los embarazos no deseados y el compromiso con la pareja.

Todos estos temas, dan cabida a una participación muy interesada de parte de todos los estudiantes participantes en la entrevista, lo que se correlaciona con el reconocimiento de una sexualidad como condición de desarrollo sico-afectivo en los jóvenes.

“El sexo, la pasión... La pasión tienen que ver con las imágenes y la música”
(Alumna, 3° Medio, Colegio Municipal).

Continuando con la visión que los estudiantes de colegios municipales tienen en relación a la adecuación de los valores presentados en las IC's a que estos acceden, se relacionan por ejemplo, con el tema del aborto; a su vez son reconocidos por este segmento de educandos como positivos en cuanto ampliar una visión a veces reducida de su persona para con la sociedad.

“Yo no estoy a favor del aborto, aunque sea una violación, porque no po', es una contradicción que no estés a favor, pero en el caso de violación sí. Yo por

ejemplo, si me violarán, lo tendría y lo daría en adopción. Pero de abortar no, aparte que hace mal para la salud”. (Alumna, 1º Medio, Colegio Municipal).

Resulta interesante el discurso anterior de una joven de 15 años, pues reconocemos dos ámbitos: uno moral y uno práctico. En el primero reconocemos una mayor sensibilidad con la temática del embarazo y los niños, y no se cae en una contradicción circunstancial, con respecto a una violación por ejemplo. Entonces esta joven rescata desde los comentarios y temáticas tratadas por los medios de comunicación una sola línea en la cual adoptar una postura.

No obstante, en el caso ejemplificado desde la misma estudiante -al “ser violada”- nuevamente notamos el interés personal presente en ésta, ya que postula que “aparte hace mal para la salud”. Donde podemos identificar una de las características de la juventud actual (en Europa) propuesta por Guy Bajoit (2003), en relación al “cuidado por ser uno mismo y por ser libre: el aumento de la permisividad”. Donde se identificaría aquel ser permisivo, en relación a validar su opción en pos del autocuidado de su propia salud.

La forma que ejercen en su vida cotidiana posicionamientos valóricos en su interacción con las industrias de la cultura, en el grupo de jóvenes del colegio subvencionado se reconoce principalmente en la forma de respetar en su familia, a sus amigos, etc., y tener mayor tolerancia con personas de otra cultura (africanos, asiáticos, etc.) o con diferentes tribus urbanas en la ciudad.

En relación a la exposición de aquellos valores en las IC’s consumidas por el grupo de jóvenes, y relacionadas principalmente con los componentes de la TV (abierta y por cable), música, internet, de las IC’s audiovisuales, y en el componente del cine, desde la IC del espectáculo.

Además, la forma de ejercer el valor del respeto o la tolerancia, respondería a un posicionamiento propio, individual, en que los estudiantes consideran la forma de llevar a la práctica en su vida los valores presentados por las IC’s.

En relación a la forma de ejercer o adecuar en la vida cotidiana de estudiantes del colegio particular las posiciones valóricas aportadas por las IC’s, en el siguiente enunciado se encuentra que:

“La libertad de expresión del ser humano es lo más bueno que hay, siempre llegando al límite de no invadir a la otra persona, pero eso es lo que más

valor del contacto con las industrias... el de que una persona se exprese y salga en pelota a la calle corriendo, se manifiesta por demandas laborales” (Alumno, 4° Medio, Colegio Particular).

Encontramos la existencia por una parte de la libertad que postula el joven en relación a expresarse libremente, pero al mismo tiempo el cuidado de lo propio, lo personal, en función de no molestar ni invadir a otro. Por tanto, existe una libertad en relación al actor propio de aquella acción, pero ese actor, en relación a su participación libre en lo individual de un conjunto, pero no desde la masa o multitud, por tanto, colectivo social tendiente a manifestar alguna inquietud.

Una síntesis que integre las últimas tres categorías, a recordar, la manera que influyen las IC’s en valores de estudiantes, los valores más expuestos en las mismas, y, la adecuación en la vida cotidiana de aquellos valores por las y los jóvenes, dice relación con que en las tres dependencias, los valores más expuestos por las IC’s y reconocidos por estudiantes son la: solidaridad, amistad, libertad, tolerancia, diversidad, respeto.

Tabla con diferencia en los valores más mencionados por estudiantes de distinta dependencia en las entrevistas grupales

Dependencia	Valores sociales	Valores individuales	Valores socio-individuales	Total de valores por dependencia
Municipal	1. Empatía		2. Solidaridad	2
Subvencionada	1. Diversidad 2. Empatía 3. Igualdad 4. Respeto 5. Tolerancia	6. Libertad	7. Amistad 8. Confianza 9. Solidaridad	9
Particular	1. Empatía 2. Justicia 3. Respeto 4. Tolerancia	5. Honestidad 6. Libertad 7. Responsabilidad (con el cuidado del medio ambiente)	8. Amistad 9. Solidaridad	9
Total de valores por tipo	10	4	6	

Estos valores se pueden notar por ejemplo, en la libertad de expresión que encuentran los jóvenes del colegio particular, de participar en una manifestación, el participar en foros web dando la opinión que tengan, etc. La solidaridad pudiéndose notar en las campañas que se hacen en televisión para ayudar al Hogar de Cristo, etc. que mencionan los estudiantes de dependencia municipal. El valor de la amistad

vinculado con las historias propuestas por dibujos animados, en series, etc., o la tolerancia y diversidad que se tiene posterior a mirar un documental, leer un libro o ver reflejadas distintas realidades en la TV. Estos últimos desde estudiantes de dependencia subvencionada.

De una u otra forma, estos valores, se pueden reconocer como continuadores de la época de los padres y abuelos de estos jóvenes (con un modelo cultural industrial), y otros más propios de un cambio o mutación cultural desde los años 60. Entendiendo que en la presente investigación, se quiere ver reflejada la influencia de los distintos tipos de IC en aquella mutación.

Por tanto, en aquel proceso, se puede reconocer la presencia de valores sociales, individuales y socio-individuales, en los cuales y hacia los cuales, los estudiantes asignarían una amplia importancia en su vida.

Por ejemplo, en los valores sociales una adición de dos valores considerados posmodernos, o de un modelo cultural más reciente, sería la tolerancia + diversidad = respeto. Lo que daría como resultado el valor del respeto, considerado mayormente como moderno (o del modelo cultural industrial), por la enseñanza del mismo en las diferentes culturas, una mayor influencia de la religión en el mismo, etc.

De tal modo, los jóvenes valorarían sobremanera los mismos, pues éstos, les permitirán a futuro transitar por una sociedad en donde las diferencias no sean obstáculo para una integración en sociedad. En consecuencia, en esta clasificación de valores, se observa un equilibrio entre valores más tradicionales (o modernos) y otros más propios de los tiempos actuales (o posmodernos).

Desde los valores socio-individuales, se encuentra a la solidaridad y amistad. Los que estarían vinculándose con propuestas más tradicionalistas, en que de todos modos, la amistad puede complementar aquella tradición, atribuyendo en la actualidad desde los jóvenes una importancia superior.

Esta atribución pudiendo estar encaminada por las nuevas dimensiones del mundo laboral en el caso chileno. Donde los jóvenes, posiblemente estén encontrando afecto, cercanía y cariño más en el contacto con su grupo de pares, que con sus propios familiares, por una cuestión de falta en los tiempos de contacto -por la inmersión de la mujer al mundo del trabajo, por ejemplo-.

Además, desde las modificaciones acontecidas en la educación chilena desde fines de los años 90, con la Jornada Escolar Completa (JEC), se ha proyectado en los compañeros/as una relación tan cercana, como la que antes se producía en el hogar. Esto último entendido en relación, no solo al tiempo que comparten los estudiantes, sino que igualmente, en relación a la complicidad que en algunos casos puede ayudar a generar una mayor importancia al valor de la amistad en los y las jóvenes y su vínculo con la JEC. Lo cual finalmente ha posibilitado una re-significación en el sentido y función particular de la amistad en nuestras sociedades.

Finalmente, el valor de la libertad (para expresarse social o individualmente, en marchas o la web, para optar por un componente de las IC's por sobre otro, sobre todo en la dependencia particular y subvencionada), en la clasificación de valores individuales, estaría mostrando una tendencia en la actualidad, pues en este, el mundo escolar juvenil, depositaría algo equivalente a los valores sociales, en cuanto formar parte de una organización social, pero además formar parte desde el lugar o posicionamiento desde donde se quiera formar parte; por lo mismo en este valor, se reconoce una alta valoración al accionar individual de los jóvenes, lo que motivado por la influencia de los mass media en la mentalidad del pueblo chileno, daría mayor cabida hacia su ejecución como tal.

Desde el modelo económico de libre mercado, también se estaría fortaleciendo en aquel valor, para continuar haciendo dependiente a las nuevas generaciones de un sistema que no es sustentable en el tiempo.

Asimismo, podemos entender en la presente investigación, que el valor de la libertad se relaciona con la sensación de libertad que el arte (musical) provoca en los jóvenes, y desde allí, claramente no formaría parte directamente con lo antes dicho.

IV. Aproximación hacia un reconocimiento de los futuros ciudadanos

La dimensión que a continuación se analiza, tiene por finalidad conocer cuál es la percepción de los estudiantes con respecto a la visión actual y futura de su participación social, ciudadana y política, pero antes se conocerá el tipo de actor social -activo o pasivo- al que las IC's están dando cabida. Hacia el final de la dimensión, reconoceremos las propuestas de estudiantes en función de hacer más asequibles (a todos los estratos) los diferentes bienes culturales que se puedan encontrar en las IC's.

En la primera categoría de análisis, frente a la pregunta ¿Los valores transmitidos por las IC's, y reconocidos o asimilados en su interacción con ellas, dan cabida a un actor social activo, o a un actor social pasivo? Se reconoció una fusión entre ambos tipos, pero de todos modos existieron tendencias en las dependencias, por ejemplo, en la municipal se reconoció una tendencia más cercana al actor social pasivo, mientras en la dependencia subvencionada y particular existió una tendencia hacia el actor social activo.

Ahora debemos explicitar las diferencias entre ambos tipos de actores.

Para la investigación se entenderá un actor social “Activo” o partícipe mayormente en cuestiones públicas, “como un sujeto social que por medio de la experiencia social, forma parte de un conjunto en el cual todos se reconocen como partícipes de una causa en común, siendo ésta, una participación activa de carácter social, político, cultural o ciudadano”.

Para el caso de un actor social “Pasivo” o partícipe mayormente en cuestiones privadas, se entenderá “un ciudadano que realiza actividades de consumo cultural principalmente en su hogar, no vinculado mayormente con un conjunto de actores que en relación a la participación ciudadana <en actividades culturales, políticas o de demandas sociales> formen parte de la misma”.

O también, lo podemos entender, “como un sujeto social que por medio de la experiencia, costumbre o hábito social, forma parte de un conjunto microsociedad, en donde las relaciones se dan más bien en circuitos privados, no públicos, en el cual un conjunto pequeño de personas, se reconocen como partícipes de un grupo hermético de amistades, compañeros de trabajo, etc. donde se reconoce una participación de tipo individual, en el hogar, empresa, etc.”. Por tanto, esta descripción sirve en sentido inverso para el caso del actor social activo.

En relación a los valores transmitidos por las IC's, y reconocidos o asimilados en su interacción con ellas, de parte de los jóvenes del colegio municipal, éstos darían cabida más bien a un actor social pasivo pues las IC's no estarían provocando en los educandos ganas de participar socialmente.

Lo anterior estaría ligado con la atomización social que se vive en el país, donde al existir pocos espacios de reconocimiento ciudadano, los jóvenes no encuentran un lugar en donde concretar una actividad o relación con la cultura, más allá que en los últimos años se hayan incrementado aquellos.

En este punto estarían faltando los medios mediante los cuales se dé a conocer a la ciudadanía de las actividades que se pretende realizar en tal o cual comuna, para con esto generar un circuito en donde se puedan (re)conocer los residentes-ciudadanos de una comuna, y por lo mismo se vuelvan a utilizar los espacios públicos en actividades provechosas; como las que se han vuelto a desarrollar en los centros culturales que cada comuna con más de 50 mil habitantes tiene o tendrá.

En resumen, se encuentra en este grupo de jóvenes, que derivado del individualismo producido por algunos componentes de las industrias culturales audiovisuales (televisión, internet) éstos no atienden al asunto de participar socialmente por una cuestión de proyección personal, por sobre una en comunidad. Lo que en definitiva estaría favoreciendo y dando cabida a un actor social pasivo, el cual únicamente resuelve problemáticas de su contexto personal y no se relaciona con acciones solidarias o de participación cultural o política.

Desde las y los estudiantes del colegio subvencionado, el actor social reconocido es predominantemente el activo.

“La gente se queda con un punto, no busca más, no debate.... ¡No dice NO, esto no es así!” (Alumno, 4° Medio, Colegio Subvencionado).

“Depende de la persona, yo siempre he sido bien activo, en opinar, debatir, se puedan dar los puntos de vista” (Alumno, 4° Medio, Colegio Subvencionado).

“En mi familia son buenos para debatir” (Alumna, 1° Medio, Colegio Subvencionado).

Este fenómeno además dice relación con una sobreutilización de las tecnologías por los jóvenes, pues ellos hablan de debatir, tener opinión, pero finalmente aquellas acciones se llevan a cabo en la interioridad de su hogar o a lo más, en alguna conversación con padres o el grupo de pares, que sólo en este último caso, tendría una mayor interacción social. Sin embargo, en los discursos de los jóvenes, se encuentra referencia hacia participar en agrupaciones o movimientos en contribución al ecosistema, la cultura o política.

En consecuencia se nota en estos jóvenes que en definitiva las IC's los hacen ser más conscientes del país donde viven, y que en el debatir - contrastar ideas se encuentra a un actor social activo, ya que al estar informado, interesado y tener formada una opinión, se proyecta una inclusión en el debate social, donde este grupo de

estudiantes lo reconoce como un espacio propicio para participar activamente a futuro, y no exclusivamente a través de la tecnología actual.

En los colegios particulares se cree que la transmisión de valores por las IC's depende del tipo de IC que se consuma, para reconocer al actor social que se dé cabida. Por ejemplo:

“Yo creo que como esta en la actualidad, con las industrias audiovisuales es mucho más pasivo e individualista, eso que la gente no se relaciona, está detrás de un computador no interactúa con otras personas, que ya no se da eso de ir al teatro cosas así” (Alumna, 2° Medio, Colegio Particular).

Sin embargo otra visión contrastando a la recién planteada, dice:

“Pero da temas de conversación, de comunicación, claramente al ser un medio masivo de comunicación todas las personas que entienden ese medio o que lo vieron tienen un tema en común, lo que genera la socialización, quizá no de la manera más adecuada o culturalmente, pero genera la comunicación entre personas” (Alumna, 4° Medio, Colegio Particular).

Por tanto, se aprecia en este comentario de la estudiante, que si bien la socialización que construye el mundo de internet, la televisión y en menor medida los diarios o revistas, es menos cultural -entendiendo la cultura como la relación entre personas- o adecuada, y por lo mismo, se hace referencia a ella porque si ésta no existiese, tal vez, ya casi no existiría diálogo alguno en lo social, porque los estudiantes por ejemplo únicamente se relacionarían con su grupo de pares en el colegio y hogar, o en el grupo familiar, pero más allá de estas dos esferas no existiría vínculo alguno con la sociedad y personas que en actividades ciudadanas se pudiese llegar a conocer, conversar y generar nuevas interacciones que de la misma forma, dieran lugar a ser más abierto a los grupos sociales diferentes de los que proviene cada alumno.

Lo que igualmente se puede ver corroborado teóricamente según el filósofo alemán Peter Sloterdijk (2003) en función de que en “el actual mundo atomizado occidental no habría ninguna cohesión social si no existieran los medios de comunicación, es decir, no podría imaginarse la sociedad sin ellos”. Lo anterior de una u otra forma reafirma lo propuesto por la joven.

Visto desde otro punto, un estudiante propone lo siguiente:

“Más encima estas noticias son más manejadas (por líneas editoriales de canales de TV o prensa escrita)... Pero tú vas a una protesta, al circo, al museo y conversas no sobre la cintura pa´ bajo, o de que viste en esta parte o qué opinas de este loco que se fue del *Reality*, claro o sea tienes que estar apto, para conversar para saber y culturizarte” (Alumno, 4° Medio, Colegio Particular).

Desde un punto conjugado a los anteriores, y ligado a la participación ciudadana, siguiendo a Lipovetsky (2005) “los media están en adelante en el centro de la crítica social: degradan la democracia y convierten la vida política en espectáculo, destacan los hechos secundarios, atentan contra la vida privada, hacen y deshacen arbitrariamente las notoriedades”.

En este punto se agrega la diferenciación en cuanto unas IC´s favorecen o dan cabida a un actor social más activo (como el caso de la IC del espectáculo o visual plástica, que en el circo y museo se encuentran dos componentes de aquellas) y en el componente de la televisión, de la IC audiovisual se encuentra una mayor cercanía con un actor social pasivo.

Lo que a su vez se diferencia del anterior comentario de la estudiante de 4° medio, según la cual, la TV, internet y los diarios, igualmente posibilitarían el accionar social de los jóvenes. Evidentemente que aquella referencia de los anteriores componentes mencionados, son los de información en TV o los de interacción a través de foros, MSN, u otro en internet, y la relación con las líneas editoriales y participación en las mismas por parte de los jóvenes.

Y en el segundo caso, el estudiante considera aparte de manejadas aquellas líneas editoriales, que en la televisión se muestra más lo superficial o farandulero. El análisis al respecto, se relaciona con el tipo de programas por los que opta cada estudiante, y sólo allí se puede encontrar la respuesta a la crítica explicitada en relación a la televisión, porque por supuesto, en internet, los jóvenes no optarían por cierto programa, sino que aquella ruta de interacción dependería única y exclusivamente de lo que los jóvenes busquen en aquel medio.

En suma, no se puede establecer que la TV o internet de cabida sólo a un actor social pasivo -al contrario de la IC del espectáculo o visual plástica por ejemplo, que dan cabida a un actor social activo- sino que desde la propia experiencia del estudiante y su acomodó en la misma, se vean relaciones de posible participación futura como un actor social tanto o más activo que el que no considera aquellos medios.

Finalmente, en este punto encontramos una relación hacia la educación, en donde internet ha producido un cambio, en relación a la comodidad que la gente adquiere en la actualidad, pues, antes se debía investigar e ir a la biblioteca, pero en cambio ahora, los jóvenes encuentran muchas cosas en internet.

Cuestión ésta última, también tratada en el colegio subvencionado, en donde se precisaba que aquello, hacía más flojos a los estudiantes. Claramente en este punto se debe educar a las futuras generaciones, para que encuentren el mayor provecho en estas acciones, de modo tal, que se fortalezca la educación, el conocimiento y la investigación a larga distancia.

“Yo creo que los medios han hecho a la gente demasiado cómoda, muy preocupado del ahora y poco preocupada del futuro. Antes para hacer una investigación era, ir a la biblioteca tomar un café juntarse, ahora se conectan en el MSN y dicen: esto es lo que hice chao chao” (Alumno, 4° Medio, Colegio Particular).

En resumen, se evidencia en este tipo de estudiantes, que si existiesen las posibilidades de acceder más continuamente a actividades “lo suficientemente culturales o intelectuales” estos participarían de ellas.

Por lo mismo, los estudiantes actualmente están ávidos de conocer y relacionarse con las IC's más lejanas a su realidad -ya sea por cuestiones monetarias, de lejanía, programación o falta de información- como las exposiciones de arte, el teatro, la música en vivo, y que en este diálogo y reconocimiento se ejerza una real cualidad o calidad en el conocimiento que se asume desde el mundo escolar juvenil.

En síntesis, para esta primera categoría de análisis en la presente dimensión, los valores implícita o explícitamente propuestos por las IC's, dan cabida a un actor social pasivo en el colegio municipal, y un actor social activo en las otras dependencias. Entendiendo al primero más cercano a ser individualista, y el segundo más próximo al colectivismo. Aunque se nota en todas las dependencias, una tendencia a considerarse más individualista (o actor social pasivo) en la transmisión de la IC audiovisual, y más colectivista o asociativo (actor social activo) en las IC's del espectáculo y visual y plástica, por tener una relación con gente, en espacios públicos, lo que en definitiva los lleva a ser más sociables.

En consecuencia, como se ha venido demostrando a lo largo del estudio, la división entre dos tipos de IC: uno de la comunicación social y otro de las obras artísticas, estaría influyendo de diferente forma en las prácticas sociales de los jóvenes, en tanto, sentirse más individualista (centrado en un consumo en su hogar) desde las IC's de la comunicación social; para sentirse más partícipe socialmente o colectivista, en relación a la IC de las obras artísticas.

Posiblemente, este efecto se dé en los jóvenes, por razones como las comentadas más arriba (consumo de internet, TV en el hogar y como plataforma de interacción mediado por los propios medios o tecnologías allí implicadas) y por el asunto de encontrar en la participación social un vínculo desde los jóvenes hacia el reconocimiento de una identidad colectiva referida a sus preferencias culturales (ya sean musicales, de pintura, etc.).

Pasando a la segunda categoría, los educandos de dependencia municipal tienen la siguiente visión en relación a la participación en asuntos políticos:

“Si necesitáramos un presidente, debería ser del pueblo, que sepa lo que es sufrir, que sepa lo que es mojarse el potito, no sacamos nada que venga de Las Condes, no necesitamos un rico que nos venga a dar clases porque no sabe lo que se necesita para estar en ese cargo. No sabe lo que es el sufrimiento y trabajar para conseguir sus metas” (Alumna, 3° Medio, Colegio Municipal).

La visión de los jóvenes, se reconoce como bastante negativa, desconfiada y se nota un dejo de resentimiento con la política y las clases sociales, provocado tal vez, por la clase social “baja” a la cuál estos representan -junto con estar motivado por noticias o información que circula en los mass media y en donde se evidencian las grandes diferencias entre personas ricas y pobres, o las que acceden a una buena educación, salud, etc., y las que acceden a una mala-, y que en su cotidianeidad existen carencias que reconocen como insustituibles.

Lo que junto a la educación de mala calidad a la que acceden estos jóvenes, vuelven a motivar y cierran un círculo de exclusión social y cultural, pues los accesos son diferenciados por estrato socioeconómico. Donde es posible encontrar uno de los motivos para tener desconfianza y resentimiento hacia las clases sociales y los políticos. Estos últimos, según los jóvenes, deberían ser más cercanos a ellos y su realidad, para así dar cabida a la voz y problemáticas de la gente, para conseguir las metas a las que aspira la clase baja.

Ahora bien, referente a la participación ciudadana futura, los estudiantes secundarios del colegio municipal, encuentran en las actividades artístico-culturales, el deporte y el debatir y opinar en relación a algún tema -y que se les tome en cuenta- buenas plataformas para relacionarse con el país y su sociedad. Es decir, existen las ganas de participar, pero no en política, sino desde las instituciones de la cultura, el deporte o la pobreza. Para desde allí, poder aportar en sus realidades, y hacia sí mismos, un desarrollo integral.

Lo anterior, estaría motivado en mayor o menor medida -como se comenta más arriba- por la desconfianza hacia el sistema político por los jóvenes del colegio municipal, pero esta desconfianza posiblemente responda a un cambio político que no ha tenido lugar. En relación a formar parte directamente en algunas de las decisiones (dando su opinión o votando voluntariamente, dependiendo de la motivación que las propuestas presentadas por los políticos tengan para los jóvenes) y no únicamente siendo los destinatarios de programas destinados al barrio, la enseñanza artística o a la cultura, que desde el Gobierno se promueven.

Ahora bien, la visión que tienen los estudiantes de dependencia subvencionada en relación a la importancia atribuida a la, política y participación ciudadana en su vínculo con las IC's, ellos creen y quieren participar a futuro en ellas, diferenciándose sólo la instancia de la cual les gustaría formar parte.

“A mí me interesa la política, uno no se puede supeditar a lo que le dicen” (Alumno, 4° Medio, Colegio Subvencionado).

“Yo veo en la política que uno debe inscribirse y lo amarran para votar... de todas formas uno debe representar su interés” (Alumna, 3° Medio, Colegio Subvencionado).

“Yo tengo derecho a inscribirme, me interesa mi país” (Alumna, 1° Medio, Colegio Subvencionado).

Con las anteriores citas, encontramos dos conceptos claves en relación al actual estado de las formas de participar desde los individuos con la esfera pública. Por una parte aparece el “Deber” como una carga coercitiva hacia los jóvenes, donde no quieren justamente comprometerse, y por otro lado aparece el “Derecho” pero inversamente a como se entiende en la era posmoderna, en función de ser el derecho al hedonismo, consumo, etc.

Por lo mismo, podemos analizar los dos casos, en función de una mezcla de ambos conceptos en una posible nueva articulación, desde el deber, se relacionaría con su

visión más tradicional en relación a desarrollar algún acto en pos de tener que llevarlo a cabo por una disposición moral. En cambio, actualmente se estaría atribuyendo al deber, desde las y los jóvenes, una mayor libertad entre optar por aquella visión a la que en la particularidad de cada joven se cree represente su visión de un determinado contexto o instancia política, como en este caso, sería la de inscribirse para votar.

Desde el derecho, se invierte la intención del derecho a la libertad, a consumir o gozar, etc., pero en cambio, se advertiría en el discurso juvenil, una fuerte carga hacia tener el derecho de participar democráticamente e interesarse por el desarrollo que se lleve a cabo en el país desde los jóvenes.

Por otro lado, en relación a la participación ciudadana de los jóvenes de colegios subvencionados, estos quieren participar de todas formas en lo que sean actividades culturales y deportivas, al igual que en la dependencia municipal. Pero al mismo tiempo, consideran faltan talleres en el colegio, donde se le presenten más aquellas actividades (sobre todo las artísticas, pues las de conocimiento las ven en otras materias del colegio), y existe una autocrítica en función de hacerse los tiempos para conocer e interactuar más constantemente con las IC's menos consumidas.

Pasando ahora a la categoría de la visión de participación futura, en estudiantes del colegio particular, se considera que las campañas hacia la participación política -a través de la inscripción para votar- han ayudado a promover más la integración de los jóvenes en ella; pero asimismo, desde otro segmento de estudiantes se reconoce aquella estrategia como manipuladora del accionar juvenil. Por tanto, se debe entender que los mensajes son asimilados de forma distinta por los estudiantes, lo que de igual forma acontece en relación a encontrar un significado ideológico o valórico en las obras artísticas o comunicación social, desde los jóvenes.

“Yo igual creo que lo que han hecho últimamente está bien, las campañas de participación, la idea es que culturalmente cambiemos los jóvenes” (Alumna, 4° Medio, Colegio Particular).

“Para mi sinceramente, no sirven para nada, participa políticamente “Yo tengo el poder” participación es esto u esto otro, y ellos hacen algo sinceramente. Frei, el Ejército: lo único que buscan es manipularte no buscan desarrollar una opinión, sino manipularte” (Alumno, 3° Medio, Colegio Particular).

Lo que estaría proyectando diferencias entre estudiantes con visión crítica de la realidad, y estudiantes con una visión más confiada con las propuestas políticas actuales de participación e inclusión de los jóvenes en las votaciones políticas, como

también se puede entender a este segmento como uno más bien fácil de manipular, sumiso o con una visión demasiado ingenua en relación a lo propuesto por las industrias de la cultura.

En relación a la participación ciudadana, se reconoce en este grupo de jóvenes que hoy en día están mucho más abiertos los espacios en relación a lo cultural y la participación en conciertos musicales que se realizan.

Para finalizar este punto, según los educandos del colegio particular, la publicidad trata de seducir a los jóvenes a vivir en la superficialidad, no preocupándose de la desgracia ajena, el respeto y dignidad con las personas y más aun intentando bloquear la visión de injusticias sociales presentes en el país. Por ejemplo un estudiante sostiene:

“Yo simplemente haría algo, solamente con el hecho de ver bajar de Vicuña Mackenna y subir de Vicuña, con eso a mí ya me cambia el chip, votar basura, seguir viendo a gente que se muere de hambre... ¿qué podemos hacer? Participar, y si la política mueve a la sociedad, o sea, que teni que hacer, participar en la política o simplemente ser un maldito caudillo y mover masas y decir esta cuestión es así y así y mover masas... lo que está faltando en este momento, es salud, educación, plata, dejar de hacer sufrir a la gente...” (Alumno 4° Medio, Colegio Particular).

Con la anterior cita se aprecia una crítica a la desigualdad presente en Chile, además de criticar la participación ciudadana, ya sea en política, ayudando a los pobres, etc., este estudiante claramente es crítico con el sistema pero lamentablemente no ayuda o participa, como una gran proporción de la sociedad:

“Lo que pasa hoy día, es que uno valora lo que tiene pero no ayuda. Tengo lo mío, me escudo en mi familia (te individualizas) pero no haces nada por el otro” (Alumno 4° Medio, Colegio Particular).

La anterior cita, una muy buena síntesis del actual estado de la participación solidaria de los jóvenes en la sociedad chilena.

En resumen para la segunda categoría, la visión de los jóvenes en relación a una futura participación en la política o actividades culturales, se observa común en todos los colegios, en querer participar como espectadores en instancias artístico-culturales, y en cuanto dar opiniones y debatir en relación al sistema democrática chileno (en

temas valóricos, culturales, etc.); pero se diferencian las respuestas en cuanto participar en asuntos políticos (en la política misma o en votar por ejemplo) desde colegios municipales, los que tienen una marcada desconfianza en aquella actividad; y desde las otras dependencias se aproxima un naciente cambio, en función de participar en la actividad política, tanto para dar sus opiniones, visiones y propuestas, como para ayudar a mejorar la calidad de vida de los chilenos, en cuanto superar la pobreza.

Por tanto, estaríamos en presencia de un incipiente proceso de cambio en la mentalidad con que los estudiantes de distinta dependencia estarían entendiendo la política y democracia. Donde los estudiantes de clases sociales medias y altas, son los más interesados en cumplir el “rol” de generación más cercana a la política y combatir las injusticias del sistema social chileno. Pues en ellos existe la aproximación hacia diferentes realidades del país, de otros contextos, en cambio desde el colegio municipal, se interesan las y los jóvenes, principalmente por resolver problemas de su entorno.

En los estudiantes de dependencia subvencionada y particular, hallamos un cambio en relación a los jóvenes de los años noventa de la frase “no estoy ni ahí” o los jóvenes de comienzos del siglo XXI con la frase “es lo que hay”. Por tanto, el llamado de los estudiantes sería, en primer lugar, estar ahí, atento y visibilizando las injusticias sociales del país, junto con pensar que lo existente hasta ahora se puede modificar.

Lamentablemente en la dependencia municipal no se puede encontrar la misma respuesta, influenciada, por aquellas injusticias que en su contexto particular ellos consideran irremediable, lo que da lugar a una desconfianza generalizada en la política. Esta desconfianza puede ser transversal a todas las dependencias, por ejemplo, en la particular se encontró una desconfianza ligada a la manipulación de las mentalidades juveniles, en función del inscribirse en los registros electorales, por la campaña del INJUV. Mientras en la dependencia subvencionada, se relacionó aquella desconfianza con el deber de inscribirse, y no poder optar libremente en relación a asistir a votar o no.

Finalmente, que la totalidad de los jóvenes quiere participar y formar parte del desarrollo cultural del país, da cabida a reflexionar en función de la importancia que para las futuras generaciones ésta teniendo el arte y la cultura. Por tanto, se pueden llevar a cabo instancias donde los jóvenes encuentren una cabida a participar socialmente, para contribuir en la profundización del proceso de democratización del país, en todo ámbito.

Ahora bien, pasando a la última categoría de la dimensión, los alumnos del colegio municipal proponen abrir los espacios públicos, para incentivar el acceso hacia los bienes culturales que no consumen mayormente. Además consideran a los libros como un método sumamente aburrido para adquirir mayor cultura; para lo que se propone relacionar la enseñanza en el aula escolar, más cercano a las TIC, con videos de historia por ejemplo.

En este lugar encontramos una diferencia en el equipamiento con que cuenta cada dependencia de establecimientos, pues si en los colegios subvencionados y particulares se debe apuntar a fomentar e incrementar un acceso igualitario hacia las IC's del espectáculo o visual y plástica, en los colegios de dependencia municipal, se debe comenzar por integrar los medios tecnológicos para que los estudiantes puedan formar parte de las actuales redes (en internet, por ejemplo) y en paralelo ayudar o motivar el conocimiento de la IC editorial, del espectáculo y visual y plástica.

Los estudiantes del colegio subvencionado, precisan que para incentivar un mayor e igualitario acceso hacia una mayor diversidad de bienes culturales se debiese fomentar y acrecentar la red de bibliotecas públicas, en las cuales los jóvenes o adultos pueden acceder a libros, internet y arte, como además se deberían expandir instancias como el teatro a mil o el cine rebajado, asimismo -y de suma relevancia para el futuro- generar mayores instancias donde se pueda conocer, por ejemplo cine japonés, lo que ayuda a diversificar la mirada en relación a otras culturas.

De la misma forma, se cree en este segmento de jóvenes, que existen muchas instancias culturales, donde lo que se debe hacer es ir a buscarlas; donde para facilitar aquella búsqueda, se debe ampliar la cobertura informativa de aquellas instancias de desarrollo cultural en la comuna, ciudad, país y la integración entre regiones.

“Las cosas están, uno debe buscarlas” (Alumna, 3° Medio, Colegio Subvencionado).

“Hay ciclos de cine japonés... es muy bueno ello para la diversidad cultural... hay mucha copia en la industria audiovisual chilena... (TV, cine)” (Alumno, 4° Medio, Colegio Subvencionado).

“Que no corten los circuitos de la música, discos gratis por internet” (Alumno 4° Medio, Colegio Subvencionado).

En esta última cita, se encuentra una referencia a la propiedad intelectual, en donde los jóvenes consideran que la descarga gratis por internet, forma parte de un derecho

de ellos, por el sólo hecho de ser clientes de las compañías telefónicas; pero de todas formas reconocen el asunto de la propiedad intelectual, lo que se puede interpretar en razón de que aquel consumo o forma de relacionarse con el nuevo formato del disco compacto (mp3) en estos estudiantes, ya forma parte de una democratización cultural tendiente a acrecentar los puentes entre música y ciudadanía.

Finalmente en referencia a las propuestas que los educandos del colegio particular hacen en relación a posibilitar un acceso más amplio para con todas las IC's, se encuentra una idea fundamental, en relación a generar un cambio radical que involucre un cambio en la cultura desde lo educacional.

“Hay que cambiar el estilo de gobernar las naciones” (Alumno, 4° Medio, Colegio Particular).

Por lo mismo, se necesitan políticas más <sensibles> con las desigualdades en los países, para con esto generar un mayor e igualitario acceso a una multiplicidad de bienes culturales, junto con abrir la vitrina a propuestas que muestren una real tolerancia con una diversidad cultural que se entusiasme en reconocer al otro como partícipe de una mirada global.

En síntesis, para la última categoría de la dimensión, las propuestas para incentivar un conocimiento y acceso hacia los diversos bienes culturales, se divide en tres áreas, desde cada dependencia. Desde la municipal, se postula una apertura de los espacios públicos (entendiendo en aquella, un posible espacio para acceder a conciertos musicales, teatro, o museos). Desde la dependencia subvencionada, se prioriza el asunto de potenciar las bibliotecas públicas, internet para todos, ciclos de cine de otros países y mayor acceso hacia museos. Para concluir, desde los colegios particulares se considera efectuar un cambio de fondo en la cultura, a través de la educación para trascender la forma de gobernar de las naciones, donde con políticas públicas más sensibles, se dé cabida hacia una participación cultural de todos.

Por tanto, partiendo desde un cambio en el accionar político cultural del país, se proyecta la introducción de una modificación en la forma de llevar a cabo la democratización de la cultura, educación y el arte en el país. Lo que sumado a la entrega de valores en la familia y la discusión de los mismos en el constante consumo cultural de sus industrias, y la formación de públicos en materia cultural (desde la educación y políticas sociales) daría lugar a actores sociales activos, y críticos en el reconocimiento y comprensión de determinado bien cultural. De esta manera, al abrir los espacios públicos (plazas, centros culturales, etc.) y potenciar la red de bibliotecas

públicas, museos, etc., se posibilitaría una introducción de los públicos más alejados del acontecer cultural de la ciudad, lo que en consecuencia llevaría a acrecentar la participación ciudadana, la relación y conocimiento entre vecinos, que en definitiva cohesioné mayormente las actuales distancias desde el mundo popular, hacia el mundo artístico, cultural e intelectual.

2. Análisis cuantitativo

Para presentar los resultados, éstos se incluirán en tres secciones, que representen de buena forma la finalidad de medir las distribuciones de consumo cultural e influencia en valores. Las secciones serán: I. Acceso, consumo y preferencia cultural; II. Influencia valórica de las industrias culturales en jóvenes estudiantes; III. Importancia en lo que significan las industrias culturales para la realidad juvenil, todas las secciones, diferenciadas por dependencia del establecimiento.

Ahora bien, cabe resaltar que por medio del presente estudio, en ningún caso se quiere proyectar una generalización de la información, pues no es posible por las características propias de la metodología estadística utilizada -no probabilística- para la muestra cuantitativa.

Sino que los resultados se deben leer como posibles tendencias a encontrar en colegios con una conformación similar a los estudiados en el presente estudio. Por lo mismo, en el apartado de la selección de colegios, se estableció claramente cuáles serían las características de cada dependencia y segmento económico que se quería representar, para con esto ganar en lograr proyectar alguna diferencia entre las mismas.

Siguiendo con lo anterior, se debe destacar igualmente, que el cuestionario posterior a su diseño de propuesta y atendiendo a los comentarios efectuados al mismo por el docente a cargo de guiar la investigación, y luego de realizar un pretest o aplicación piloto a un primero medio del colegio municipal -ya que potencialmente en este tipo de dependencia era posible encontrar mayores dificultades a la hora de responder cada una de las preguntas presentes en el instrumento, etapa que fue superada sin mayores inconvenientes, puesto que en el establecimiento se desarrollan habitualmente investigaciones o estudios referidos al área educacional-, quedó conformado por un total de 57 preguntas, divididas en 6 secciones¹⁰.

En estas preguntas se integraron algunas efectuadas en otros estudios, para poder compararlas con las presentes en esta investigación. Las preguntas integradas desde otros estudios, son la investigación: “Configuración de valores en jóvenes estudiantes secundarios de la región metropolitana” del Centro de Estudios en Juventud (CEJU) de la Universidad Católica Silva Henríquez del año 2007, y de la Quinta Encuesta Nacional de Juventud del Instituto Nacional de la Juventud (INJUV) del año 2007.

¹⁰ Para mayor detalle ir a Anexo 4

En primer lugar corresponde destacar que la muestra quedó conformada por un total de 323 casos -como lo muestra la tabla N° 1-, los que se dividen en el 28,5 % para la dependencia municipal y el nivel socioeconómico (NSE) Bajo, el 41,5 % para la dependencia particular subvencionado y el NSE Medio y el 30,0 % para establecimientos de dependencia particular pagado y NSE Alto.

Tabla N° 1

Dependencia/NSE	Frecuencia	Porcentaje
Municipal/Bajo	92	28,5
Particular Subvencionado/Medio	134	41,5
Particular Pagado/Alto	97	30,0
Total	323	100,0

Por lo mismo, la sobredimensión que alcance en los gráficos de barra la dependencia subvencionada, deberá considerarse en función del mayor porcentaje en la muestra.

La conformación de la muestra por sexo, quedó representada por 154 hombres y 169 mujeres, como lo muestra la tabla N° 2.

Tabla N° 2

Sexo	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	154	47,7
Femenino	169	52,3
Total	323	100,0

La distribución por curso se conformó como lo muestra la tabla N° 3.

Tabla N° 3

Curso	Frecuencia	Porcentaje
1° Medio	77	23,8
2° Medio	90	27,9
3° Medio	82	25,4
4° Medio	74	22,9
Total	323	100,0

Finalmente la composición de la muestra por edad, fue la que muestra la tabla N° 4.

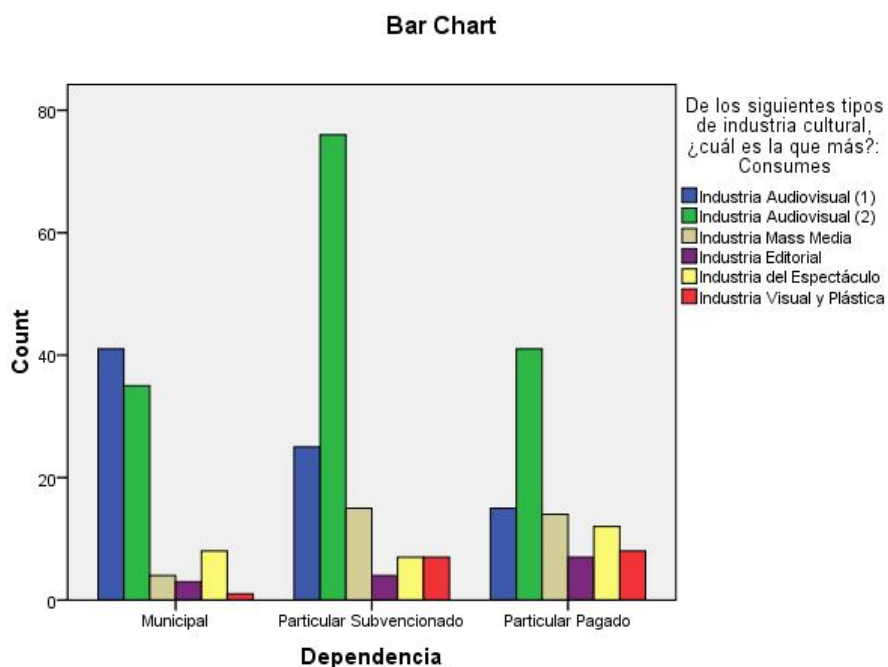
Tabla N° 4

Edad	Frecuencia	Porcentaje
13	1	0,3
14	27	8,4
15	77	23,8
16	73	22,6
17	80	24,8
18	42	13,0
19	18	5,6
20	5	1,5
Total	323	100,0

Sección I. Acceso, consumo y preferencia cultural

En relación al acceso que los diferentes estudiantes tienen con relación a los seis tipos de IC, se pudo notar que las mayores diferencias se dan en función que los estudiantes de dependencia particular tienen un mayor acceso a los diferentes tipos de IC, mayormente que los estudiantes de colegios municipales, no así en relación a los estudiantes de colegio subvencionados, la que no es extremadamente significativa, pero que de igual forma (en ambos casos) influye en las vidas de los jóvenes. El gráfico n° 1 si es más relevante, pues se halló en él una mayor diferencia que en relación al acceso.

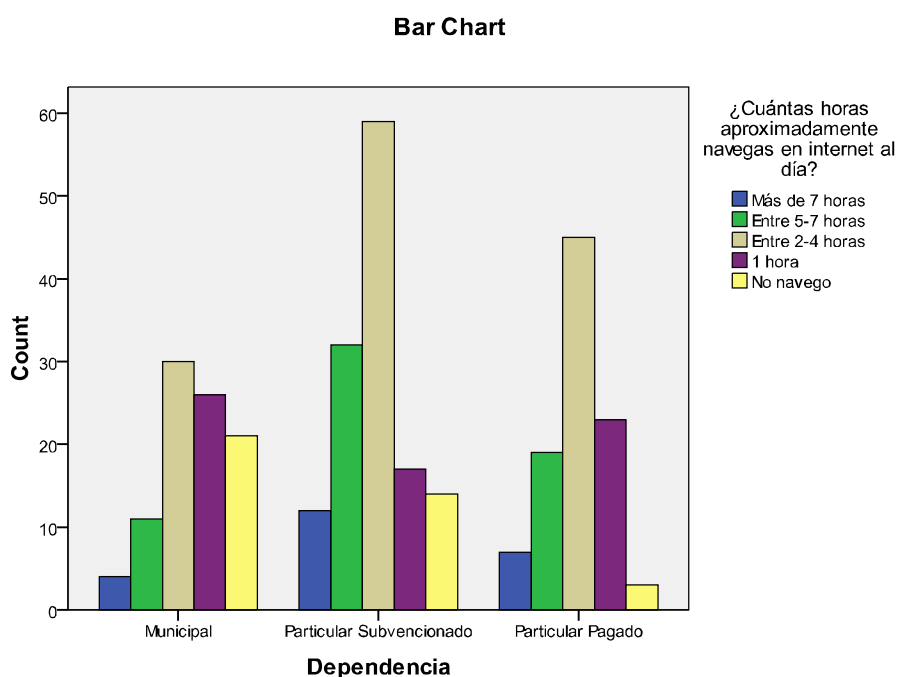
Gráfico N° 1



Por ejemplo, en relación al consumo cultural, se encuentra que los estudiantes de colegios municipales, están consumiendo más la IC audiovisual (1), a diferencia de las otras dos dependencias, que lo que más consumen es la IC audiovisual (2), la cual incluye dentro de sus componentes a internet, un medio tremendamente funcional para los jóvenes. Además e igualmente significativo para los jóvenes de distinta dependencia, es el consumo que 8 y 7 estudiantes de dependencia particular y subvencionada, respectivamente, hacen de la IC visual y plástica, a diferencia de los estudiantes de dependencia municipal que sólo lo hace un joven. Igual cosa acontece en las IC's del espectáculo y editorial, aunque con menos fuerza. Todo el cuadro anterior, sirve para comenzar a entender la forma que más adelante -transcurrida la muestra de frecuencias- adquirirá cada estudiante en relación a su dependencia, y la importancia o cercanía hacia unos valores u otros.

Volviendo al asunto de internet, el gráfico n° 2 corrobora el consumo que cada dependencia efectúa, y que por tanto, se influye en el mundo juvenil, desde distintos discursos, funciones o accesos.

Gráfico N° 2

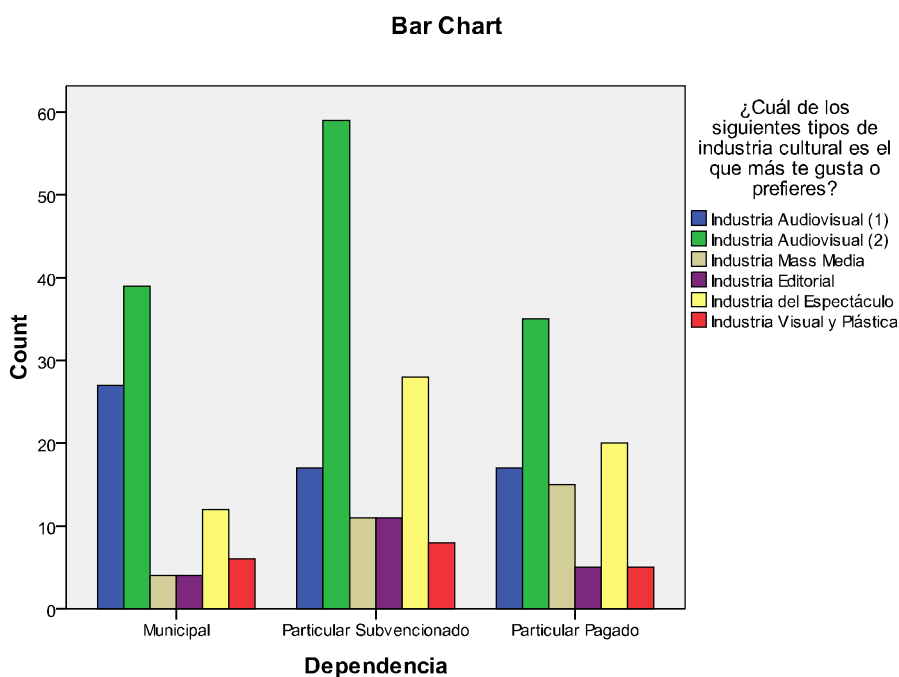


Por ejemplo, aquí se encuentra una gran diferencia entre la dependencia municipal y la particular, en relación a las personas que no utilizan internet, siendo en la primera dependencia 21 casos los que no navegan en internet, y en el segundo, sólo 2 casos. Por tanto, se evidencia una diferencia superior al 1.000 % en el no acceso a internet.

Cuestión la anterior, que en la dependencia subvencionada, no toma tanta relevancia en los 15 casos, pues, se debe recordar que esta dependencia es la que está más representada en la muestra, con 134 casos, mientras la dependencia municipal está conformada por 92 casos y la dependencia particular por 97.

Ahora, en relación a la industria que más influencia a los jóvenes, de igual forma se encuentran diferencias significativas, como lo muestra el gráfico n° 3.

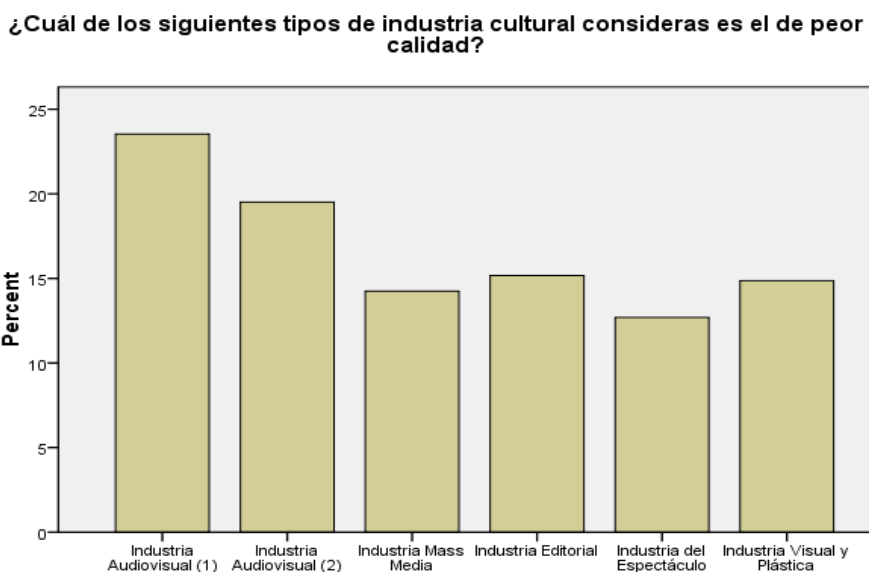
Gráfico N° 3



En este gráfico de barras, encontramos otras diferencias al momento de elegir algún bien cultural por parte de los jóvenes. Por ejemplo, en la dependencia municipal, los educandos en tercer lugar de sus preferencias ubican a la IC del espectáculo con 12 casos, mientras que en esa misma IC, la preferencia de estudiantes de colegios particulares que optan por aquella, se ubica en el segundo lugar de las preferencias, al igual que en el colegio subvencionado, con 20 y 28 casos para cada colegio, respectivamente.

Para finalizar esta sección, en el gráfico n° 4 podemos notar otra diferencia.

Gráfico N° 4



Lo que de una u otra forma estaría representando la diversidad de gustos presentes entre los jóvenes del estudio y de todas las dependencias. Pero más importante aún, a través de los porcentajes divididos en los seis tipos de IC, encontramos en los jóvenes una variedad de los mismos, vale decir, de juventudes y no únicamente de un tipo de juventud (como se puede ver representado igualmente este asunto, en estudios como los del PNUD-INJUV, 2003, o CEJU, 2007, por ejemplo), junto con ver una mayor valoración hacia las IC's menos consumidas.

En síntesis, los consumos y preferencias culturales de los jóvenes, se relacionan principalmente con la dependencia, por tanto nivel socioeconómico al que se pertenece. Igualmente responden a una inclinación motivada por el capital cultural con que cada estudiante cuenta en su historia de vida y vida cotidiana. Las interacciones en la escuela (con compañeros y profesores) y la aproximación que desde la familia se motiva al joven, proyectan el tipo de IC por la que éstos finalmente opten. Lo antes dicho se presentará en la sección II.

Sección II. Influencia valórica de las industrias culturales en jóvenes estudiantes

En esta segunda sección se analizarán las principales tendencias en valores presentes en los estudiantes secundarios con que se trabajó. Se debe recordar que los valores incluidos para la aplicación del cuestionario, se gestaron en función de los valores más nombrados o mencionados por los estudiantes en la primera parte de la recolección de información, es decir, en las entrevistas grupales desarrolladas en cada dependencia.

Por tanto, los mismos responden principalmente a los valores que los jóvenes rescatan en su vínculo de acceso-consumo-influencia con los distintos tipos de IC's. Éstos no responden a valores de carácter tradicional (o pre-moderno) sino que se relacionan directamente con lo que los propios estudiantes mencionaron en función de la influencia valórica devenida de la interacción con las IC's.

Hecha esta primera aclaración pasamos a detallar los principales resultados de frecuencias y porcentajes encontradas en los estudiantes.

A los estudiantes en una parte del cuestionario, se les pidió que ordenaran una escala con los cinco valores que considerasen más importantes para ellos. Siendo **1** el primero en importancia, y **5** el quinto en importancia.

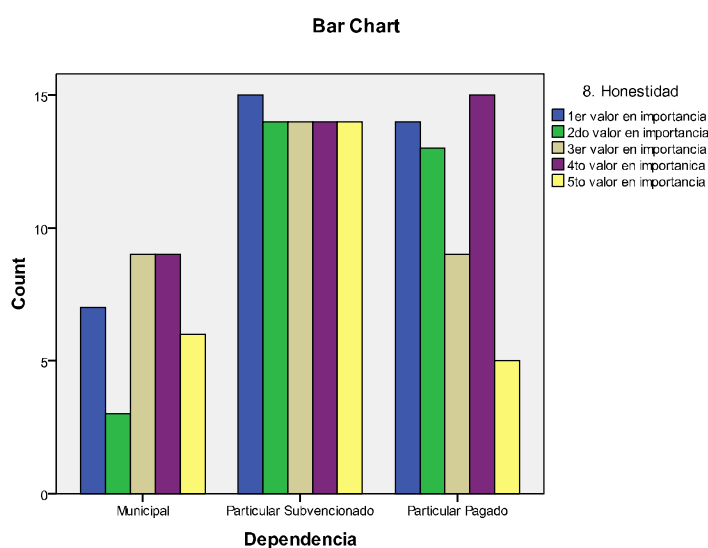
Tabla N° 1

Con valores considerados más importantes por estudiantes

Valores	N° Orden	% General
1. Amistad	1	53,9
2. Confianza	4	42,1
3. Democracia		14,6
4. Diversidad		18,0
5. Empatía ¹¹		21,1
6. Fidelidad		33,1
7. Generosidad		27,6
8. Honestidad	2	49,8
9. Igualdad		29,1
10. Justicia		31,9
11. Libertad		31,9
12. Respeto	3	48,9
13. Responsabilidad		34,1
14. Solidaridad		23,2
15. Tolerancia	5	38,4
Total		100,0

Frente a lo cual se encontró en la tabla n° 1, que las tres preferencias generales estaban situadas en orden descendente como: Amistad, Honestidad, Respeto, Confianza y Tolerancia. Por tanto, estos representan proporcionalmente -según la tabla con valores expuesta en el análisis cualitativo- un 40% para los valores socio-individuales, mismo porcentaje para los valores sociales, mientras que un 20% para los valores individuales. Pero más relevante a ello, resulta entender la diferencia en el orden de la preferencia, en relación a la dependencia educacional a la cual se pertenece. Pues allí se encuentran diferencias sustanciales.

Gráfico N° 5

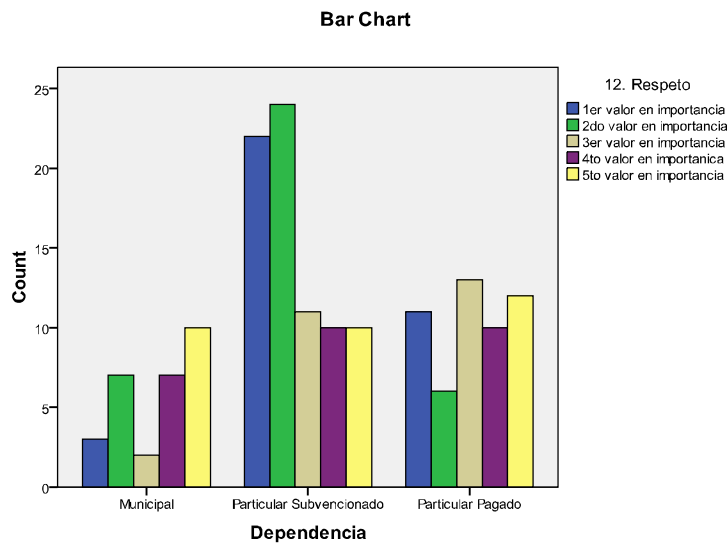


En referencia a las diferencias más significativas que se encontró en el orden de valores en los distintos colegios, en el gráfico n° 5, se encuentran diferencias amplias

¹¹ La empatía se incluyó finalmente como valor, porque en la ronda de entrevistas grupales, fue mencionada en bastantes ocasiones por estudiantes. Aun cuando se consideré más bien como una emoción, aunque en la actualidad, desde diferentes posicionamientos académicos o filosóficos se consideré como valor.

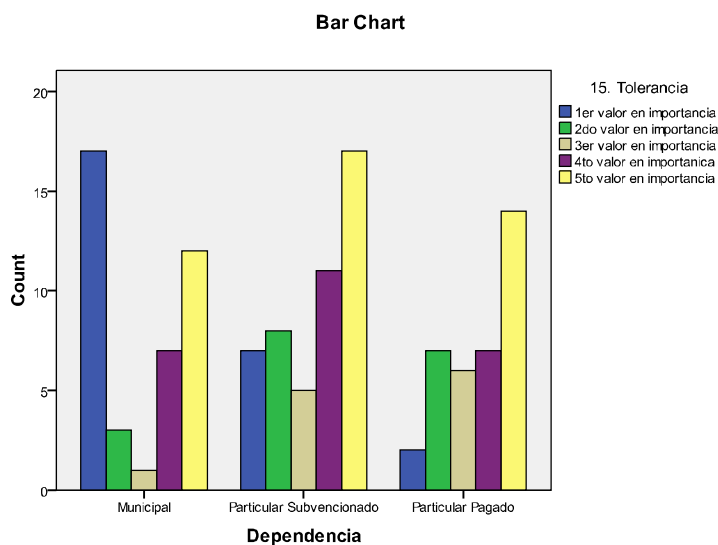
entre el colegio particular y subvencionado, y el colegio municipal; pues estos últimos no le asignan la misma importancia al valor de la honestidad en ninguno de los cinco lugares, en ninguno supera las 10 frecuencias en los casos, cuestión totalmente distinta a la de las otras dependencias, que asignan a este valor una preponderancia mucha más alta -sobre todo en el colegio subvencionado-.

Gráfico N° 6



Ahora, en relación a los valores sociales y sus diferencias entre estudiantes de dependencias distintas, en el gráfico n° 6 se dan dos cuestiones importantes de destacar. En el gráfico del respeto, se aprecia que la diferencia ahora esta puesta desde el colegio subvencionado, y las otras dependencias se asimilan algo más en sus distribuciones de importancia.

Gráfico N° 7



Pasando ahora al análisis del gráfico n° 7, se puede observar, que la diferencia ahora la marcan los dos colegios que anteriormente se comportaron de forma similar en el

valor del respeto. Vale decir, el colegio municipal y el particular experimentan diferentes relaciones con el valor de la tolerancia.

Por ende, se encuentra en la dependencia municipal, una alta valoración hacia la tolerancia (ubicándola en el primer lugar 17 casos, aun cuando se debe recordar que el valor más importante para todas las dependencias sea la <amistad>), mientras que los estudiantes de colegios particulares, la ubican en aquella posición sólo en 2 casos.

Esto último podría explicarse por el tipo de consumo cultural que se lleva a cabo en cada dependencia. Puesto que en los estudiantes de colegios municipales se encuentra una mayor cercanía con la IC audiovisual (1), y los componentes de la televisión, radio y películas; mientras en los estudiantes de dependencia particular, se observa, un consumo y preferencia más diversificada (como lo muestran los cuadros más arriba expuestos), que en cuanto avanza la edad, se consume o prefiere más la IC: del espectáculo y visual plástica.

Ahora bien, los medios de comunicación, al ser la principal vía de acceso a la cultura por parte de los estudiantes de colegios municipales -junto a los componentes de la música y las películas, y el cine en menor medida- los hace ser más tolerantes, pues en ellos se presentan diferentes formas de participar socialmente o integrarse a una determinada cultura, en donde se promociona fuertemente la tolerancia y el respeto.

Pero lo interesante, es notar que en los jóvenes del colegio particular, al parecer aquella influencia sumada a la de las IC's: visual y plástica, del espectáculo y editorial, no valoran en demasía. Pues estos valoran por sobre todo la amistad (con 29 casos en el primer lugar) y la honestidad (con 14 casos).

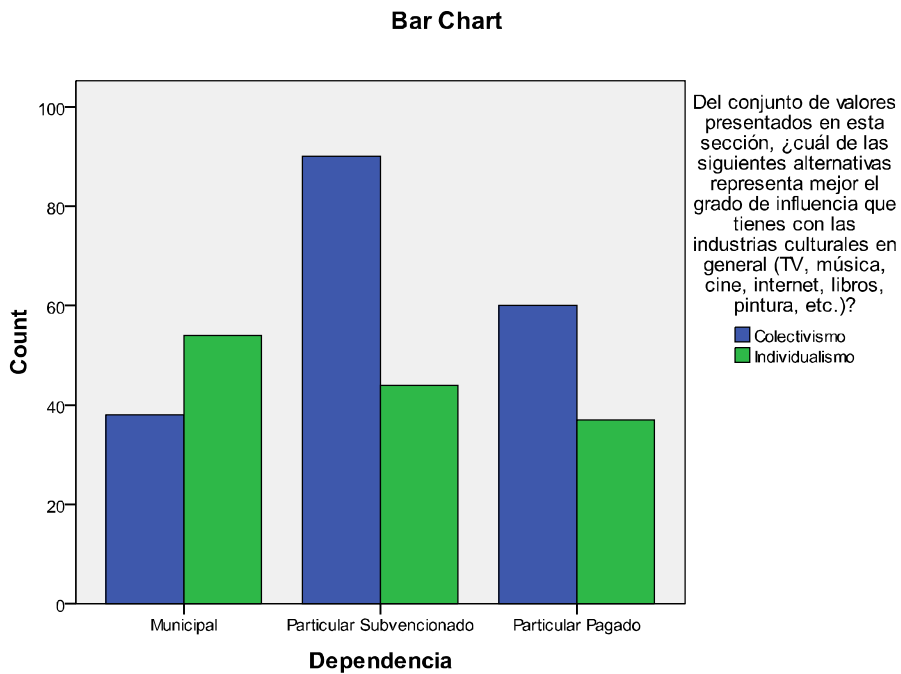
Entonces los estudiantes de colegios particulares, se estarían moviendo principalmente, entre los valores socio-individuales e individuales. Mientras los de colegios municipales asignarían mayor importancia al valor social de la tolerancia.

Finalmente, desde los colegios subvencionados, se prioriza en función de valores de tipo socio-individual, social e individual, donde la amistad reúne los mayores casos (26) en el primer lugar de importancia, el respeto tiene la segunda mayor proporción de casos (22) en primer lugar, y la honestidad tiene 15 casos en el primer lugar de importancia.

En definitiva, como se ha visto los jóvenes tienen similares formas de atribuir importancia a los valores para su vida, pero sin embargo, se puede notar que los

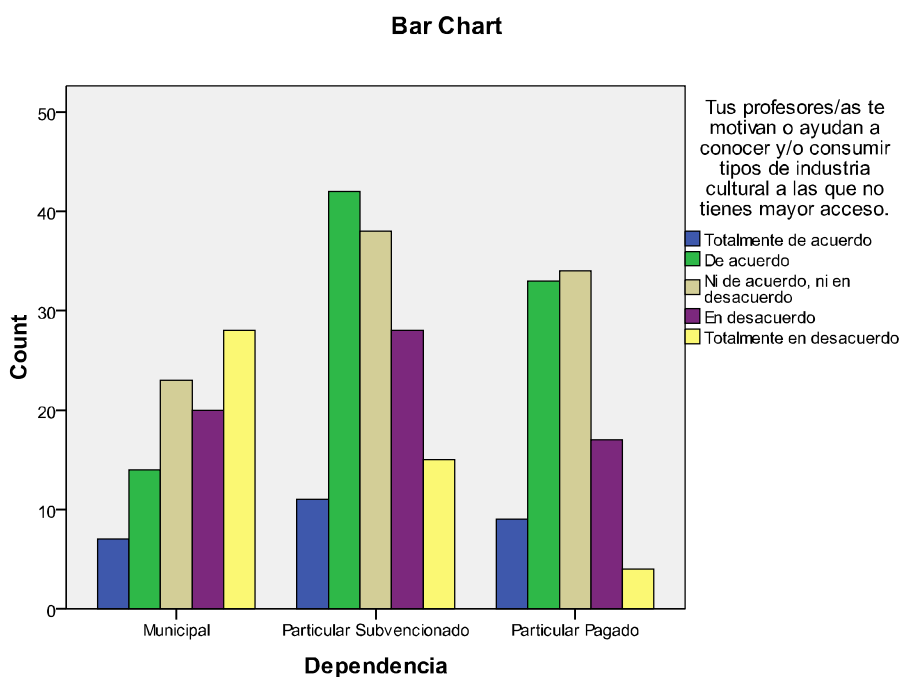
estudiantes del colegio subvencionado junto a los estudiantes del colegio particular se parecen bastante, pues ambos encuentran en los valores de la amistad, el respeto y la honestidad una importancia sustancial. Mientras en el colegio de dependencia municipal, por sobre los valores de la honestidad y el respeto, prevalece el de la amistad y tolerancia.

Gráfico N° 8



Pasando a otro punto en el gráfico n° 8, encontramos en los estudiantes secundarios que al momento de preguntarles por el conjunto de valores presentados anteriormente y su relación con el grado de influencia en tanto hacerlos más participes socialmente (o colectivistas) o menos participes socialmente (o individualistas), que los estudiantes de dependencia subvencionada y particular, creen que estos los influyen al colectivismo, a diferencia de la dependencia municipal, los que consideran los hacen ser más individualistas.

Gráfico N° 9



El gráfico n° 9 se puede explicar, en función del consumo de bienes culturales que cada tipo de estudiante realiza a diario, y que claramente dice relación con los capitales entregados por la familia, los profesores y su grupo de pares.

Junto con existir visiones más positivas hacia la motivación de conocer otras IC's, en educandos de dependencia subvencionada y particular; y ser más críticos en aquello desde el colegio municipal. Al existir cerca de 30 casos que estén totalmente en desacuerdo frente al enunciado, demuestra que las y los jóvenes del colegio municipal, son los menos favorecidos por sus profesores en relación al acceso hacia la IC del espectáculo o visual y plástica.

Ahora bien, retornando al análisis de los valores presentes en los educandos secundarios, se evidencia en la investigación, que los jóvenes actuales, están sumamente proclives o abiertos a la distribución de la píldora del día después en centros de salud pública, con un 72,1% en las opciones “totalmente de acuerdo” sumada a la opción “de acuerdo”; asimismo frente al divorcio, igualmente tienen sumadas ambas opciones un 65,0%. Para mayor detalle ver tabla n° 2.

Tabla N° 2

Con porcentajes en temáticas valóricas

	De la siguiente lista, y en relación a la influencia que tienes con las industrias culturales en general, ¿Cuan de acuerdo estas con...?					Total
	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
1. El divorcio.	33,7	31,3	21,1	8,4	5,6	100,0
2. El matrimonio entre personas del mismo sexo.	17,0	17,6	26,0	13,9	25,4	100,0
3. Legalizar la marihuana.	18,3	15,8	23,5	17,0	25,4	100,0
4. La distribución en centros de salud públicos de la píldora del día después.	43,3	28,8	16,1	4,6	5,8	100,0
5. El matrimonio como una institución para toda la vida.	29,4	26,6	24,1	10,5	9,3	100,0
6. La eutanasia (es decir, poner fin a los días de una persona que sufre de una enfermedad incurable).	22,9	20,4	24,5	17,6	14,6	100,0
7. El aborto.	9,0	13,9	19,5	18,0	39,6	100,0
8. El aborto terapéutico (Aborto que se realiza cuando está en peligro la vida de la madre).	25,1	25,7	26,9	8,4	13,9	100,0

En suma, a través de estos resultados, se puede encontrar en los jóvenes una mayor amplitud o apertura en la visión hacia el divorcio y la distribución de Postinor-2 en centros de salud; y el matrimonio como institución para toda la vida, junto al aborto terapéutico; y no tan amplia en relación al aborto. Motivado quizá por la inmensa proporción de jóvenes que aprueban la píldora del día después

En las temáticas de legalizar la marihuana, el matrimonio entre personas del mismo sexo y la eutanasia, podríamos encontrar en futuras mediciones, si aquellas tendencias aumentan, disminuyen o se mantienen; con el fin de reconocer el tipo de sociedad en la que viviremos a través de la cual valorem acciones de aprobación o rechazo frente a las mismas.

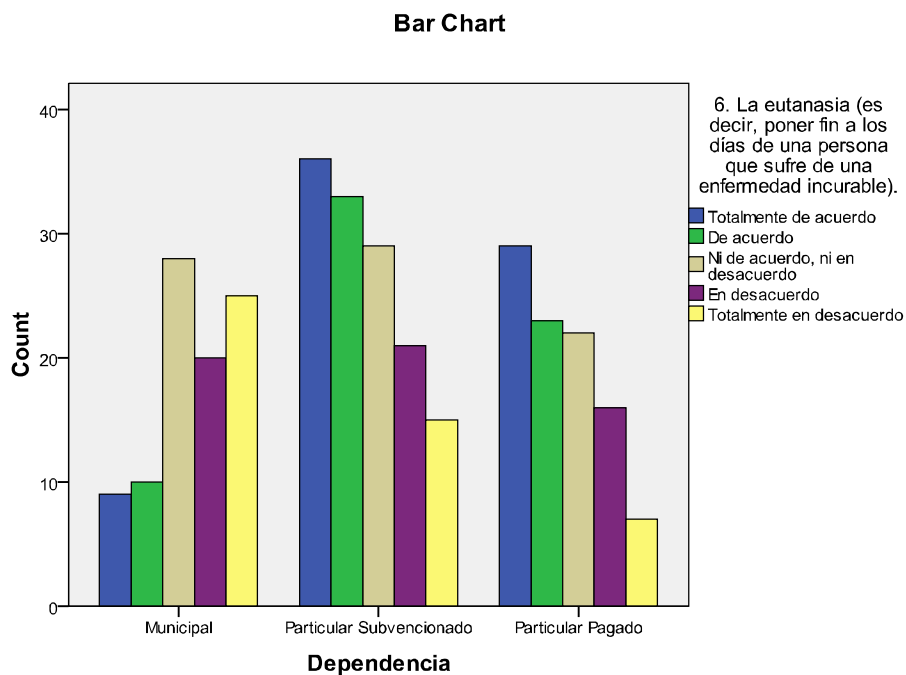
Se cree que las tres tendencias irán en aumento, pues la eutanasia está ligada con una decisión personal. La legalización de la marihuana y el matrimonio entre personas del mismo sexo, responderá básicamente a un proceso de incremento en las libertades públicas de cada sujeto social; junto a mayores tolerancias en las jóvenes de cinco o diez años más.

Por lo mismo, en todo lo anterior se encuentra un posicionamiento más tolerante con la libertad en el accionar de las sociedades, y junto con ello la diversidad -pues si bien en muchos aspectos se ve una apertura y tendencia a ser cada vez más liberales, en otros asuntos se continua teniendo una visión más conservadora o tradicional- toma

nuevas proyecciones en cuanto constituirse en un valor fundamental para las próximas generaciones.

Asimismo, ellos nos invitan a continuar estudiando a futuro las nuevas dimensiones y tendencias que posiblemente se encuentre en las generaciones venideras, pues en ellas, se generará una fusión entre las posiciones más tradicionales (sin ser conservadoras) y liberales de la sociedad chilena. Y junto a ello, se conocerá la tendencia general, es decir, si se presentará una realidad distinta a la de hoy, o más bien esta realidad continúe una visión progresista y liberal en los estratos sociales más altos, y más cercana a las tradiciones de la sociedad industrial que en los sectores más bajos aun persiste. A modo de ejemplificar lo antes dicho, ver el gráfico n° 10, proveniente del estudio en colegios.

Gráfico N° 10



Para concluir este apartado, en el cuestionario aplicado a los estudiantes, se les pidió que señalaran las tres palabras que mejor representarían las cualidades propias de su persona -claro, como es la dinámica del estudio-, en relación al vínculo de influencia con los diferentes tipos de IC consumidos.

En donde no hubo mayores diferencias ni por dependencia, curso o sexo. Por tanto, se encontraron como las tres palabras más importantes para los jóvenes, el ser Soñador(a) con un 27,2%, el Optimismo con un 26,3% en segundo lugar, y finalmente el ser Sociable con un 23,2%.

Tabla N° 3

Con palabras más importantes para estudiantes, en relación a influencia de las industrias culturales

	N° Orden	Porcentaje
1. Idealista		16,1
2. Solidario(a)		22,0
3. Trabajador(a)		17,3
4. Optimista	2	26,3
5. Práctico		15,5
6. Soñador(a)	1	27,2
7. Realista		20,1
8. Participativo(a)		18,0
9. Desordenado(a)		18,6
10. Consumista		12,4
11. Solitario(a)		14,9
12. Pesimista		9,9
13. Bueno(a) para el carrete o fiestas		19,5
14. Tranquilo(a)		22,0
15. Crítico(a)		9,6
16. Sociable	3	23,2

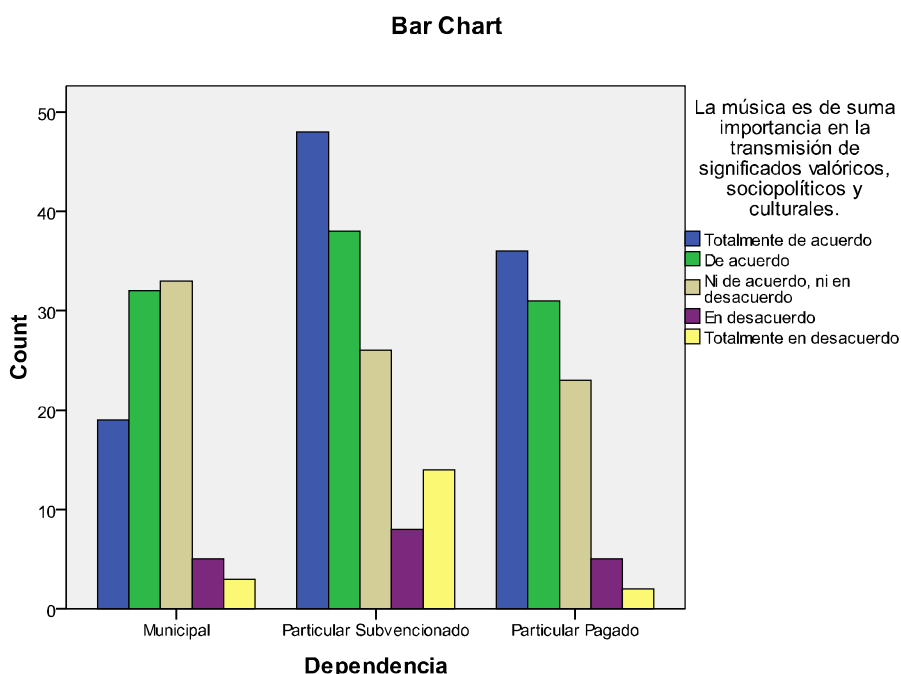
En referencia a la tabla n° 3 se debe reflexionar, en cuanto a la importancia que las industrias culturales tienen no sólo en la formación ético-valórica de los jóvenes, sino que además, resultan de suma relevancia en cuanto proyectar los deseos, la visión de futuro y el agrupamiento o asociación con su grupo de pares o con la sociedad.

En definitiva, resulta lógico pensar -por las palabras de ser soñador, optimista y sociable, elegidas por estudiantes en relación a la influencia que estos tienen con las industrias culturales en sus vidas- que las y los jóvenes reconocen en las industrias de la cultura, agentes transmisores no únicamente de entretenimiento, valores, conocimiento, etc., sino que también, depositan en ellos una gama de factores propios de su desarrollo cognitivo, psicológico y social; por lo mismo, es fundamental entregarles las llaves y enseñarles las distintas habitaciones en que se encuentra cada componente de las industrias culturales, para con esto, fortalecer lo integral en su formación como personas, además de incluirlos en relación a la diversidad y tolerancia que los estudiantes adquieran en su contacto con los bienes culturales.

Sección III. Importancia en lo que significan las industrias culturales para la realidad juvenil

En relación a los componentes de IC más consumidos por estudiantes secundarios, a continuación se verán gráficos que muestren las diferencias en la asignación de importancia desde los estudiantes hacia las IC's.

Gráfico N° 11



En el gráfico n° 11, se aprecia una pequeña diferencia en los significados valóricos, sociopolíticos y culturales que transmite la música, en donde, los estudiantes del colegio subvencionado y particular, son los que mayormente están de acuerdo con el enunciado. Por tanto, son los que mayor importancia depositan en la transmisión de contenidos a la música consumida.

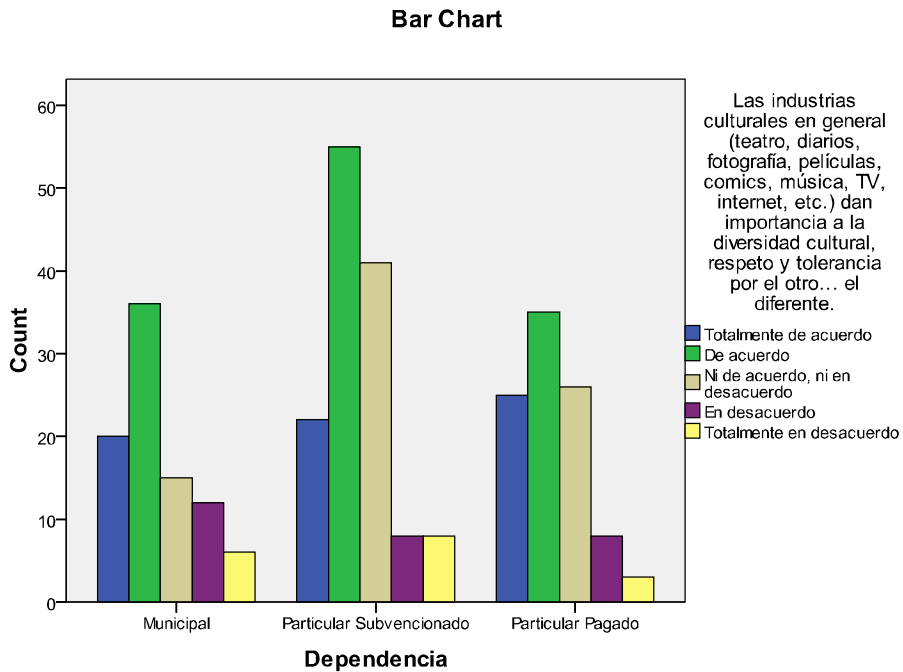
En cambio, en el colegio municipal, los educandos encuentran una importancia, pero en menor medida, pues sólo 19 y 32 casos están totalmente de acuerdo y de acuerdo, respectivamente. Si bien, con respecto a la opción totalmente en desacuerdo y en desacuerdo, se encuentra un porcentaje bajo de estudiantes en la dependencia municipal y particular, en la dependencia subvencionada se tiende a incrementar un poco aquel porcentaje.

En relación a una mayor relevancia en la transmisión de significados en la música, esto se puede explicar, por el tipo de música que escuchan los estudiantes de las tres dependencias. Pudiendo tener mayor relación con la crítica política desde el punk-rock, el hip-hop, el ska, etc. o en música en donde aparezcan mayormente contenidos en valores de distinto tipo, desde las dependencias subvencionada y particular, y en menor medida en la dependencia municipal.

Estos jóvenes (de dependencia municipal) posiblemente consuman mayormente música como el reggaetón, en donde sus letras explicitan relaciones amorosas o sexuales. Como igualmente pueden escuchar música punk, hip-hop, etc., ya que el porcentaje de jóvenes que están totalmente de acuerdo y de acuerdo no es bajo. Por lo

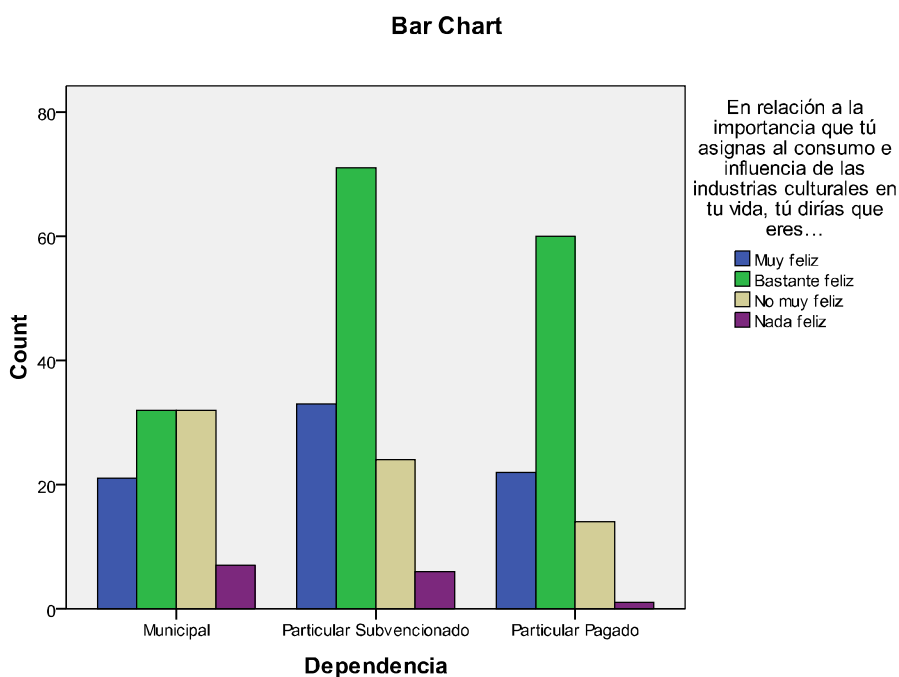
mismo, se puede explicar, que estos jóvenes (de colegios municipales) algunos atribuyan gran importancia a la música en temas referidos a lo cultural o social, y otros no estén de acuerdo ni en desacuerdo.

Gráfico N° 12



En el gráfico n° 12, un punto donde existe relativo consenso en los jóvenes de las tres dependencias, es en creer que las IC's dan importancia a la diversidad, respeto y tolerancia. Y que puede estar mayormente influenciado por los contenidos propuestos en la televisión, el compartir en chats de conversaciones con amigos/as en internet, o el ver películas que retraten diferentes realidades y problemáticas con minorías étnicas, por ejemplo.

Gráfico N° 13



Para concluir esta sección, y algo que dice nuevamente relación al acceso cultural que tienen los jóvenes, se encuentra en el gráfico n° 13, que los estudiantes del colegio municipal son los menos felices con respecto al consumo e influencia que las IC's tienen para ellos en su vida. Cuestión totalmente distinta en las otras dependencias. Posiblemente esta atribución diga relación con el tipo de IC's -y sus componentes- a los que acceden los jóvenes, y por tanto, la atribución de importancia que ellos le dan a las mismas.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES

1. Influencia de las industrias culturales en valores de jóvenes

En este punto de las conclusiones resulta relevante articular los principales hallazgos del estudio, en función de responder a las hipótesis planteadas para el mismo.

Por tanto, para aquel reconocimiento, se efectuará una conclusión entre los valores más reconocidos por los y las estudiantes, donde se analizarán aquellos por medio de un cuadro con los valores que más aparecen en las industrias de la cultura según los estudiantes.

Además se diferenciarán aquellos valores, en tanto representantes más fielmente del actual momento posmoderno, y los relacionados más cercanamente, con la modernidad. Claramente, estos valores se pueden catalogar de otra forma, pero se optó por diferenciarlos, para facilitar la comprensión de las conclusiones.

Tabla con valores (más nombrados por estudiantes)

Valores sociales	Valores individuales	Valores socio-individuales
<ul style="list-style-type: none"> • Democracia • Diversidad • Empatía¹² • Igualdad • Justicia • Respeto • Tolerancia 	<ul style="list-style-type: none"> • Fidelidad • Honestidad • Libertad • Responsabilidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Amistad • Confianza • Generosidad • Solidaridad

Tabla con valores considerados como modernos y posmodernos

Valores modernos	Valores posmodernos
<ul style="list-style-type: none"> • Democracia • Igualdad • Justicia • Respeto • Libertad • Responsabilidad • Generosidad • Solidaridad 	<ul style="list-style-type: none"> • Diversidad • Empatía • Tolerancia • Fidelidad • Honestidad • Amistad • Confianza

La división de las anteriores tablas se efectuó por parte del autor de la presente investigación, en relación a clasificar cada valor -identificado por los estudiantes en su contacto de influencia con las industrias culturales- en tres áreas: social, individual y socio-individual, puesto que de esta forma se intentará proyectar un reconocimiento

¹² La empatía se incluyó finalmente como valor social, por ser mencionado en bastantes ocasiones por estudiantes. Aun cuando éste represente una emoción.

de las características que cada estudiante y su respectiva clase social y dependencia educacional, tienen en común y en las cuales se encuentren diferencias.

Al clasificar cada valor en su respectiva área, se quiso igualmente, actualizar el debate y reflexión teórica en relación a los valores que estarían representando o a los que se estaría adhiriendo y/o reconociendo mayormente por la juventud, a diferencia de valores de tipo más tradicional o de la modernidad -que si bien aparecen- que en anteriores generaciones (abuelos, padres) y configurados a la luz de un modelo industrial, estarían dando lugar a una mutación cultural (entendida esta como un proceso de los cambios en los factores tecnológico, económicos y sociales actuales, en donde existiría una evolución rápida de los sistemas de valores del modelo cultural industrial, sobre todo desde los jóvenes) en las sociedades actuales, sobre todo desde el mundo juvenil.

Por tanto, al aparecer desde los valores sociales -sobre todo- la diversidad, empatía y tolerancia, estaría representando una tendencia de cambio -aun cuando estos valores fortalezcan los otros, de tipo moderno- en las nuevas formas de contemplar la integración social, y la amplitud hacia la diversidad de principios, culturas o filosofías de vida, para con aquello acrecentar la tolerancia y el poder de empatía en los jóvenes de hoy.

Desde las otras clasificaciones de valores, existe una tendencia más marcada con valores ya reconocidos por las generaciones previas a las juveniles, quizá, en la libertad, desde los valores individuales, y desde la amistad y confianza desde los valores socio-individuales se pueda notar alguna de consideración o valoración hacia los mismos. El valor de la libertad como nueva esfera (en los sentidos o sensaciones de los jóvenes) reconocido por los jóvenes estudiados, se puede apreciar una re-significación del mismo valor, internamente relacionado con el consumo y sobre todo influencia que en la música reconoce la gran mayoría de los jóvenes.

Ahora en referencia al valor de la amistad, su valoración podemos entenderla, en función de lo que para cada joven es la individualidad en su contacto con la cultura y sus industrias, por tanto, los estudiantes re-valoran a su grupo de pares en el colegio y el barrio, como fundamentales para su desarrollo afectivo y relacional.

Lo anterior motivado igualmente por un descenso en la tasa de natalidad, y en la cantidad proporcional de hijos que se tiene en las familias chilenas. Lo que estaría motivado por la aparición de una condición -posmoderna- en donde la primacía del

aquí y ahora impactaría en las concepciones del espacio-tiempo en las sociedades actuales y en el accionar juvenil.

Para concluir, desde el valor de la confianza, sucede algo complejo para el análisis, pues si bien en las actuales sociedades se tiende a ser más desconfiado (motivado por la exigencia-esfuerzo y el éxito, propios de un sistema neoliberal, e influido en parte, por la hegemonía de la industria cultural audiovisual de EEUU, y los valores allí presentes; que de una u otra forma impactan en el imaginario colectivo, los modos de vida, las relaciones sociales, etc. de la población en general, y especialmente en los y las jóvenes), lo que da lugar a un individualismo exacerbado y que cierra el círculo en una falta de confianza entre las personas -cercanas o no-, lo que en definitiva daría lugar a valorar ampliamente las amistades que los jóvenes escogen, en las cuales revalidarían el valor de la confianza.

Por lo mismo, el que aparezca el valor de la confianza en las relaciones de amistad, pondría el acento en las actuales sociedades, en la relevancia que los contactos fuera de la familia, tienen en una sociedad competitiva, y que la confianza, sería uno de los valores para poder reconocer en el amigo, a un ser próximo, leal y con proyección de cercanía, por tanto, se rompería con los prejuicios, que la gente muchas veces tiene, y que los jóvenes rescatan cambiar.

1.1. Comprobación de las hipótesis

En función de responder a las hipótesis de estudio, diremos que:

- Se logró evidenciar algún tipo de influencia en la realidad que para cada joven tienen las industrias culturales en relación al grado de capital cultural adquirido, tanto en el proceso de socialización primaria, como en la secundaria. Por tanto, los y las jóvenes tienden a encontrar una mayor cantidad de valores en las propuestas que presenten las industrias culturales, en tanto mayor sea su conocimiento de la totalidad de distintos tipos de industrias de la cultura, como también por un mayor acceso hacia diferentes tipos de industrias culturales. En consecuencia, se podría corroborar empíricamente la primera de las hipótesis planteadas para la investigación, en tanto, atribuir en las industrias culturales una mayor relevancia para sus vidas, en estudiantes de dependencia particular y subvencionada que conocen una mayor cantidad de las mismas, y que además tienen mayor acceso y un mayor capital cultural.

- En función de la segunda hipótesis, se puede decir que si bien los valores presentes en las industrias culturales estarían más cercanos a unos de tipo posmoderno, igualmente aparecen y los y las estudiantes reconocen valores como la solidaridad y el respeto más próximos a un modelo cultural moderno. Sin embargo, los valores que se cree mayormente representan a la actual juventud, estarían del lugar de los valores posmodernos, donde en la tolerancia, amistad, honestidad y empatía por ejemplo, los jóvenes creen las industrias culturales más los influyen. En definitiva, la hipótesis se puede haber cumplido, siempre y cuando los valores escogidos hubiesen sido del lado del modelo cultural industrial, cualquier otro, menos la solidaridad y respeto. Por tanto, la hipótesis es comprobada a medias, aun cuando, claramente las tendencias en los jóvenes son más cercanas a caracterizarse por un modelo cultural “globalizado”.

- La tercera hipótesis, es la que con mayor certeza se cumple, pues en el desarrollo de la investigación, descubrimos que las industrias culturales audiovisuales (con componentes como la televisión o internet) son las que menos instan o proyectan una participación activa de los jóvenes en sociedad. No obstante, de igual forma aquellos componentes pueden influir en tanto hacer participar en la discusión pública a los jóvenes. Pero sin duda, las industrias culturales que más ayudan e influyen en que las y los educandos sean partícipes activos, sobre todo en instancias de cultura, arte o deporte, son las industrias culturales del espectáculo y visual y plástica, con componentes como los conciertos musicales, las exposiciones de fotografía, el teatro o circo por ejemplo. Y en éstas, es en donde los jóvenes encuentran mayores ganas e influencia de ser partícipes activos de la realidad del país, por cuanto les permiten interactuar, relacionarse, vincularse socialmente y generar mayores lazos con la sociedad. Por lo mismo, son estos tipos de industria cultural (del espectáculo y visual y plástica) las que aportan a des-individualizar mayormente a los educandos y a la vez son las que proyectan un mayor compromiso social, a través de la sensibilización que producen ellas en los y las jóvenes. Por lo mismo, se debiesen proyectar mayores instancias en las cuales los estudiantes puedan optar por acceder, conocer e influirse con aquellas industrias; en el colegio o lo social, es decir, desde políticas educativas o públicas.

A modo de reflexión general de las hipótesis trabajadas en el estudio, se puede decir que las formas en que influyen las industrias culturales en los valores de estudiantes secundarios, estarían directamente vinculada con los procesos y transformaciones

socioculturales acontecidas en las sociedades occidentales, donde por accesos y capitales culturales segmentados, se otorgaría una importancia mayor o menor a lo que significan estas industrias para los jóvenes.

Donde los valores más importantes según los jóvenes (y desde las dos técnicas utilizadas para reconocer aquellos), como la tolerancia, amistad, confianza, empatía, respeto, honestidad, diversidad o la libertad, estarían dando lugar, a una reconstrucción valórica en las y los jóvenes actuales. Junto con continuarse rescatando valores del modelo cultural industrial o moderno, que se consideran fundamentales para compartir en base a respetos mutuos en la sociedad.

Con todo lo revisado hasta aquí, debemos tener además en cuenta que las industrias culturales hoy en día, están en directo contacto no exclusivamente con las jóvenes sino que con la sociedad en general.

El que una persona considere más importante un tipo de industria cultural (o componente de la misma) principalmente se relaciona con la herencia de capitales culturales por su familia, amigos y en el capital escolar. Como igualmente, esta atribución de importancia tendría relación con el gusto propio de cada persona - independiente del capital cultural con que cuente- y el conocimiento de las mismas.

Por tanto, los procesos tecnológicos y el ingreso de nuevos componentes de la industria cultural audiovisual -como internet- tienen (y continuarán en aquella tendencia) un significado que para las generaciones jóvenes puede formar parte de nuevas dinámicas al interior de la sociedad.

En donde por medio de la utilización de aquellos medios digitales, y el consumo e influencia con componentes como la música, el cine, la televisión, y la literatura y pintura en menor medida, por parte de las y los jóvenes, se continúe e integren nuevas dimensiones o cualidades al proceso de mutación cultural, propuesto por Bajoit.

En consecuencia, las mutaciones (socioculturales, tecnológicas, económicas) acontecidas hace unos sesenta años, influyen por ejemplo, en los valores que antiguamente representaban a un segmento más tradicionalista de la sociedad, y que hoy, a través del proceso de mutación cultural, más bien representa a otros segmentos etario-económico-sociales de países desarrollados y subdesarrollos.

Entonces, estas representan visiones ético-valóricas propuestas por los medios de comunicación y las obras musicales, cinematográficos o teatrales, en donde se

reflejan disposiciones divergentes en cuanto fundamentar su función dentro de un conjunto de la sociedad, y por tanto, los jóvenes a su vez, asimilan, se interfieren e influyen por las distintas visiones hacia ciertas cuestiones valóricas que los representen en un ciclo y etapa de su desarrollo sociocultural.

2. Comparación de datos

2.1. INJUV 2007

Ahora con la finalidad de efectuar una comparación en las tendencias -aun cuando existan diferencias sustanciales en ambas muestras (6.345 casos en la muestra del INJUV y representatividad a nivel nacional, frente a 233 casos en el presente estudio), metodologías y el periodo en que se desarrollaron ambas (el estudio del INJUV corresponde al año 2007, el actual al año 2009)-; se muestra el siguiente cuadro, donde se encuentran los porcentajes en la suma de las respuestas “totalmente de acuerdo” y “de acuerdo”, junto con la diferencia entre ambos estudios. Además se debe destacar que para lograr una mejor comparación, se tomó el porcentaje del tramo etario de 15-19 años, el más similar al estudio de estudiantes secundarios de la presente investigación.

Tabla con comparación de porcentajes 5ta Encuesta de la Juventud/Tesis.

	INJUV 2007	TESIS 2009	Diferencia
	Totalmente de acuerdo + De acuerdo Tramo Etario (15-19 años)	Totalmente de acuerdo + De acuerdo	
1. El divorcio.	67,3	65,0	2,3
2. El matrimonio entre personas del mismo sexo.	34,8	34,6	0,2
3. Legalizar la marihuana.	26,2	34,1	7,9
4. La distribución en centros de salud públicos de la píldora del día después. (En la encuesta del INJUV sólo se pregunta por: La píldora del día después).	57,3	72,1	14,8
5. El matrimonio como una institución para toda la vida.	46,7	56,0	9,3
6. La eutanasia (es decir, poner fin a los días de una persona que sufre de una enfermedad incurable).	34,0	43,3	9,3
8. El aborto terapéutico (Aborto que se realiza cuando está en peligro la vida de la madre).	35,9	50,8	14,9

Lo primero que se puede destacar es la casi igualdad en los porcentajes de los primeros dos aspectos valóricos, con una diferencia insignificante. En el asunto de la legalización de la marihuana, se encuentra una primera diferencia, en 7,9%, lo que puede tener relación con el tiempo (casi tres años, pues la encuesta del INJUV se aplicó a finales de 2006 y comienzos de 2007, y el presente estudio se llevó a cabo en octubre de 2009) que ha pasado entre una y otra respuesta de los jóvenes, en donde las discusiones en los medios de comunicación, pueden haber modificado la

percepción tanto de consumidores (habituales o esporádicos) y no consumidores en la discusión sobre todo a través de los mass media (donde internet puede haber influido más que los medios tradicionales en el mundo juvenil).

Ahora, en relación al cuarto aspecto valórico, se encuentra una mayor diferencia entre ambos estudios, donde la diferencia alcanza el 14,8 %. Lo que se puede explicar por dos puntos, primero por la formulación de la pregunta y, en segundo lugar por el contexto actual y amplia cobertura hacia la temática, por los medios de comunicación, donde la televisión lleva la delantera.

Analizándolo desde el primer postulado, claramente puede haber afectado en la respuesta, el asunto de preguntar en el caso del INJUV únicamente por la píldora del día después, en cambio, en la actual investigación y relacionado con la amplia discusión en los medios del tema, se consulta sobre la distribución en centros de salud pública.

En consecuencia, cada cual puede haber influido en la percepción de los jóvenes, pero se cree que principalmente la modificación cercana al 15% estaría vinculada con la discusión actual en los medios de comunicación, aparte de los informes, estudios, etc., que muestran que la píldora es abortiva o no.

Además de lo antes señalado, los jóvenes actualmente estarían reconociendo en la distribución gratuita del Postinor-2, un derecho para todos, y no una relación con el segmento económico social al que se pertenece. Lo que además se suma a la sensación de libertad en la decisión de tener o no un hijo en periodos en que los actos responden más bien a impulsos, y no a planificaciones del mundo juvenil (14-19 años).

Finalmente el que 7 de cada 10 jóvenes crea necesaria la distribución de la píldora en centros de salud pública, puede estar explicando no sólo lo transversal de la respuesta en las tres dependencias, sino, más importante que aquello, los jóvenes consideran en la actualidad, ser los encargados de guiar su destino y por tanto en ellos recae la elección de ser padres o continuar experimentando relaciones sexuales ocasionales con parejas ocasionales.

En relación con el matrimonio y la eutanasia se observa una diferencia de 9,3% en la actual medición, en comparación con la del año 2007. En el primer caso, se puede entender esta motivación de encontrar un mayor significado desde los jóvenes hacia el matrimonio como institución para toda la vida, como un reencuentro con los

valores que comenzaban a mutar, y por tanto, al encontrar que el 56% de los jóvenes valoró el matrimonio, estaría mostrando una mixtura entre los antiguos valores de la sociedad mundial (y chilena por cierto) y en los que las actuales generaciones más se acomodan.

En definitiva, esta vuelta a dar mayor importancia (en cerca de un 10%) a la familia, posiciona al mundo escolar juvenil en un ir y venir desde la influencia familiar, y la influencia de las industrias de la cultura; ya que no se debe olvidar que aproximadamente otro 20% no daría la misma importancia a la institución familiar.

El tema de la eutanasia posiblemente se haya visto influenciado en los estudiantes, por la mayor apertura de las conversaciones al respecto, con familiares, amigos y en su interacción con bienes culturales, sean estos de tipo comunicacional (TV, diarios, revistas) u otros (cinematografía, libros, etc.). Misma apreciación la anterior, para el caso del aborto terapéutico, que es la que tiene la mayor diferencia -de un 14,9%- en relación a la encuesta del INJUV.

2.2. CEJU 2007

Ahora en comparación con otro estudio, se les pidió a los estudiantes que señalaran la importancia que actualmente tienen en sus vidas los siguientes aspectos. Todos en función de la motivación que los jóvenes rescatan de su contacto e influencia con las industrias de la cultura.

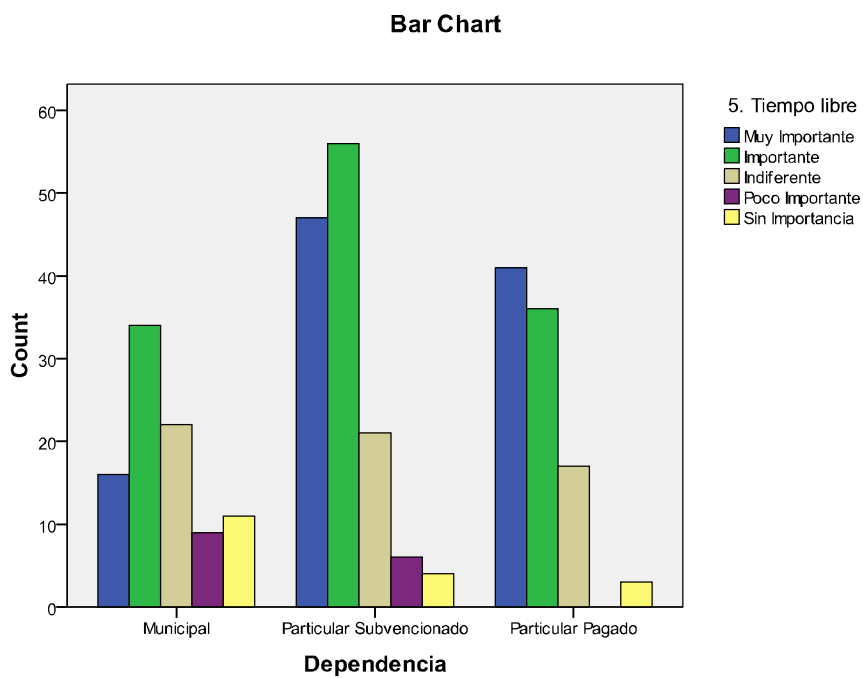
Tabla con porcentajes de los aspectos más importantes en la vida de estudiantes

	Muy Importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Sin Importancia	Total
1. Familia	69,3	23,2	4,6	0,6	2,2	100,0
2. Pareja	36,8	45,2	13,0	2,2	2,8	100,0
3. Estudios	53,9	33,1	6,8	3,7	2,5	100,0
4. Amigos	50,8	40,6	4,3	2,2	2,2	100,0
5. Tiempo libre	32,2	39,0	18,6	4,6	5,6	100,0
6. Religión	12,4	22,6	26,0	15,5	23,5	100,0
7. Política	9,3	14,6	24,1	19,2	32,8	100,0
8. País	18,3	28,2	28,2	10,5	14,9	100,0
9. Futuro	60,7	26,9	8,0	1,9	2,2	100,0

Como se puede observar en la anterior tabla, hay un consenso en relación a todos los aspectos en la vida de estudiantes, con entre un 70 y 90 % aproximado de menciones en muy importante e importante. La familia es claramente la que tiene mayores menciones positivas, la que se aproxima al 92,5 %.

Similar porcentaje, al estudio desarrollado el año 2007 por el Centro de Estudios en Juventud de la Universidad Católica Silva Henríquez, en el cual “8 de cada 10 jóvenes considera a la familia como “muy importante”, no habiendo mayores diferencias por estrato social, sexo o curso”.

Sólo se encuentra un porcentaje menor para el caso de la política con un 23,9 % en aquellas menciones -muy importante e importante-, la religión con un 35,0 %, y el país con un 46,5 %. Y continuado con el análisis, al desagregar los resultados por género, edad y curso, no se encuentran mayores diferencias; como tampoco según la dependencia del colegio. Pero en esta última variable, si encontramos diferencia, exclusivamente en relación al Tiempo libre, como lo veremos a continuación.



Este último gráfico, se puede explicar en primera instancia por el estrato social al que se pertenece. Por tanto, el segmento bajo, estaría valorando en menor medida el tiempo libre, porque ve en él una pérdida de tiempo, o también podríamos decir, que lo encuentran importante en más de 30 casos, cuestión esta última que se puede ver motivada por la opción de trabajar o estudiar.

Lo que a su vez responde a una valoración diferenciada hacia la cultura, es decir, algunos estudiantes, al no reconocer en las artes, un medio en el cual poder invertir tiempo -y dinero-, conocimiento, etc., no estaría reconociendo tampoco algún significado en la transmisión de posicionamientos éticos o valóricos en los mismos, a diferencia de otros estudiantes, que reconocerían aquello.

Todo esto provocado o devenido por su escaso conocimiento, falta de formación y de capital cultural en su familia, y poco incentivo hacia el disfrute y goce estético que traen consigo los bienes culturales -como ya se ha tratado más arriba-.

Finalmente, en comparación con el estudio antes mencionado, desarrollado por los investigadores Baeza y Sandoval, a continuación se presenta un cuadro comparativo, donde no existen mayores diferencias en los porcentajes -sólo en los que aparecen en negrita-, por tanto, corrobora lo antes mostrado en la tabla de más arriba.

Tabla comparación de los aspectos más importantes en la vida de estudiantes

	Estudio CEJU 2007	Estudio Tesis 2009
	Muy Importante + Importante	Muy Importante + Importante
1. Familia	98,2%	92,5%
2. Pareja	84,3%	82,0%
3. Estudios	96,1%	87,0%
4. Amigos	92,7%	91,4%
5. Tiempo libre	77,8%	71,2%
6. Religión	42,1%	35,0%
7. Política	21,7%	23,9%
8. País	53,9%	46,5%
9. Futuro	96,8%	87,6%

Adaptación propia, Fuente: Estudio Configuración de valores en jóvenes secundarios de la región metropolitana, 2007.

Para el anterior cuadro comparativo, y en relación al proceso de mutación cultural, según Bajoit (2003), “entre 1981 y 1999 se observa un reforzamiento de la tendencia a la valoración de los lazos sociales privados (familia y amigos). Esta tendencia es indudablemente bastante antigua y aparece ya en los resultados de 1975: el cariño familiar es de lejos el que procura más satisfacción. Cuando en 1999 se pide a los belgas clasificar los diferentes dominios de la vida en orden de importancia, ellos sitúan más arriba la familia (96%), los amigos (89%), el tiempo libre (87%) y también el trabajo (93%). Al contrario, eligen más escasamente la religión (45%) y menos todavía la política (31%)”.

Por tanto, con los datos recolectados para el estudio, y en las tendencias observadas en otros estudios, se puede notar que dicho proceso de mutación cultural está presente desde unos 20 años en la juventud chilena, pues desde aquella fecha se cuenta con estudios más constantes.

Lo que daría lugar a pensar en la proyección futura de la sociedad chilena, en cuanto a los valores que los jóvenes clasifiquen como más importantes para el desarrollo de su vida, y sus relaciones de participación, individual y socialmente.

3. Visión general del estudio

Con el fin de cerrar el estudio, a continuación se muestra un cuadro de síntesis general de ambos análisis efectuados en la investigación, en donde se intenta reconocer el grado de influencia de cada una de las dimensiones estudiadas, con respecto a las diferencias encontradas entre los y las estudiantes de cada colegio estudiado.

Cuadro con División Tipos de Industria Cultural

Con el Grado de Acceso y Consumo/ Grado de Influencia en Valores de Jóvenes/ Atribución de Importancia, según dependencia del colegio

Dimensión			Acceso y consumo cultural									Influencia en valores									Importancia de industrias								
Dependencia del Colegio			M			PS			PP			M			PS			PP			M			PS			PP		
N°	División Tipos de Industria Cultural	Componentes de la Industria Cultural	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alta	Media	Baja	Alta	Media	Baja	Alta	Media	Baja	Alta	Media	Baja	Alta	Media	Baja	Alta	Media	Baja
1	Industria de la Comunicación Social (de Consumo Individual)	TV, Radio, Video/DVD, TV por Cable, Discos/Mp3, Arriendo de DVD o Películas, Internet, Diario, Revistas, Libros		X		X			X				X			X			X			X			X			X	
2	Industria de las Obras Artísticas (de Consumo Colectivo)	Conciertos Musicales, Cine, Teatro, Danza, Circo, Pintura, Escultura, Fotografía.			X		X		X				X	X			X				X	X				X			

Con el anterior cuadro se puede notar, que existen diferencias bastante amplias en el acceso cultural de la dependencia municipal, y en menor medida por las otras dos. Lo que en definitiva proyecta una valoración diferente entre tales dependencias, hacia los mismos valores propuestos por las industrias culturales, y sobre todo en la atribución de importancia en lo que significan aquellos bienes para el conjunto de estudiantes.

En consecuencia, respondiendo escuetamente a los objetivos de la investigación, el colegio municipal es el que está reconociendo una menor cantidad de valores en las industrias de la cultura consumidas, que motivado por un acceso y capital cultural inferior al de las otras dependencias, estaría provocando una baja importancia hacia las mismas industrias.

En cambio, en las otras dos dependencias, se considera a las industrias de la cultura como relativamente importantes en su formación valórica, pues la función de aquella formación, aparece como más cercana con sus familias.

Sin embargo, destacan los y las estudiantes de dependencia subvencionada y particular, la importancia que ellas -las industrias- tienen para un conocimiento más cabal de diferentes sensibilidades culturales, países, contextos, etc. Por tanto, aquellas aproximaciones, invitan a los estudiantes a reflexionar cualidades de nuestras sociedades, junto con que aquellas obras artísticas (música, cine, pintura, etc.) funcionan como mediadoras culturales.

Lo que en conjunto con rescatar una mayor cantidad de valores expuestos en la industria de las obras artísticas -a diferencia del colegio municipal-, darían cabida a un ser más partícipe y crítico, atento a los procesos socioculturales en que participan.

En suma, al acceder, consumir e influenciarse los jóvenes con las industrias de la cultura, se estarían reforzando valores propuestos en la multiplicidad de conjunciones familiares hoy existentes en Chile (como la tolerancia, la diversidad y el respeto), lo que de una u otra forma -y en mayor o menor medida por el complemento en instancias dedicadas a lo axiológico en el colegio- proyectaría al ciudadano futuro, como participativo dependiendo del estrato social que provenga y los intereses que constituyan a su persona.

Lo que estaría indicando, que en un contacto, acceso e influencia mayor hacia industrias que estimulen más los sentidos de los jóvenes, se puede esperar una evolución o cambio en la mentalidad de las futuras generaciones, como también

rescatar -a su manera- a las sociedades de la “crisis valórica” por la que supuestamente atraviesan.

3.1. Conclusiones en torno a los objetivos del estudio

La principal manera en que las industrias culturales influyen en valores de estudiantes secundarios, dice relación con la forma de comprender, interpretar, reflexionar y sensibilizarse con la sociedad. Puesto que en los estudiantes se encontró un relato relacionado con apreciar el consumo cultural, principalmente, en función de la participación, encuentro y diálogo que un grupo de ellas (industrias) proporciona.

Estas maneras de influir de las industrias culturales en estudiantes, posiblemente tengan dos formas de entenderse. Por una parte, se relacionaría con lo que ideológicamente quieran proyectar las industrias culturales en sus consumidores, por tanto, los valores o no que ellas muestren, diría relación con querer explicitar miradas o posicionamientos de ese tipo en sus componentes.

Los que a la vez, serían mayor o menormente identificados por los estudiantes. Como también, las industrias culturales (sobre todo las audiovisuales) intentarían bosquejar el proyecto de vida en la población en general (por ejemplo en la publicidad televisiva o el cine estadounidense), donde los jóvenes, serían receptores funcionales a las propuestas, en función de intentar seguir una ruta que las industrias a través de discursos comunicacionales, programáticos y económico-sociales darían al sentido de vivir, compartir, relacionarse socialmente o formar una familia.

Donde el consumo cultural se aproxima como característica propia, de la forma en que los estudiantes rescatan aquellos valores o sensibilidades de algún contexto determinado que en las mismas industrias se muestre.

Por otra parte, pero relacionado con lo anterior, la forma en que influyen las industrias culturales en los y las jóvenes, relacionadas con el comprender o sensibilizarse con otro contexto, se daría, por el asunto de mostrar realidades y contextos diferentes a los que cada estudiantes a diario se relaciona. Por lo mismo, en el hecho de consumir sobremanera un tipo o componente de las industrias -por ejemplo la televisión- los estudiantes, reconocerían un conjunto de formas de mirar y comprender, pero no optarían a conocer e influirse por la totalidad de tipos de industrias culturales, o las que en la selección de los y las estudiantes, sean más relevantes para los mismos.

Y en este proceso, es donde resulta relevante haber comprendido como la diferencia en los capitales culturales y el acceso cultural mismo, influye en la forma de comprender la interacción que se tiene con las industrias de la cultura.

Donde a lo largo de la investigación se pudo notar que la exhibición de mayor capital cultural en el colegio particular y subvencionado, en comparación con la dependencia municipal, se debía en parte, a la influencia que los padres depositaban en sus hijos, con un mayor vínculo, conexión y conocimiento con la industria cultural editorial, del espectáculo y visual y plástica, por ejemplo.

Lo que a su vez se ve fortalecida en la dependencia subvencionada, por sobre las otras (y especialmente la municipal, donde no existe vínculo alguno de motivación según los estudiantes de parte de sus profesores) con la motivación de acercamiento por los profesores a componentes de dichas industrias, como lo son: los libros, conciertos musicales, teatro, cine, fotografía y pintura.

En función de las diferencias que tienen los distintos tipos de industria cultural para la influencia en valores de los jóvenes, y referidas al acceso cultural con que cada uno cuenta, se reconoció a lo largo de la investigación, que las industrias culturales: del espectáculo y visual y plástica (con los componentes de: conciertos musicales y exposiciones de pintura o fotografía, principalmente) son las que más ayudan o dan cabida a que los estudiantes compartan en sociedad, por tanto, son al mismo tiempo, las portadoras de los valores sociales que más rescatan los jóvenes.

Desde las industrias culturales audiovisuales, mass media y editorial, se recoge un significado cercano al entender y comprender diferentes contextos cotidianos. Lo que aporta valoraciones en estudiantes, cercanos al respeto, tolerancia y empatía con diferentes realidades. Pero lamentablemente este tipo de industrias aumenta el individualismo-atomización social actual, y disminuyen el vínculo social; por ejemplo, con el hecho de ser solidario socialmente, reconocido por los jóvenes.

Además, en forma transversal a lo largo del estudio, se mencionó por los jóvenes, el concepto de individualismo (o atomización) que actualmente se vive en la sociedad chilena y occidental.

El acceso cultural de igual forma, da origen a una diferencia en los valores que más reconocen y representan al mundo escolar juvenil, pues, al acceder, consumir e influenciarse, los estudiantes potencian y se relacionan más con un tipo de valores

que con otros, lo que finalmente repercute en el perfil o cualidad de ciudadano que se forma desde el contacto con las industrias de la cultura.

En consecuencia, se pudo reconocer, que los jóvenes pertenecientes a la dependencia municipal, valoran de diferente forma: la cuestión social, política y cultural del país, ya que, al acceder y consumir principalmente (TV, música y películas) reconocen e implementan en su vida cotidiana relaciones con los valores allí presentes, los cuales son: la solidaridad, tolerancia o la responsabilidad (con el medio ambiente).

En cambio, desde las otras dependencias -que se asemejan bastante-, al tener un contacto más fluido con las industrias culturales del espectáculo, editorial y visual plástica, los jóvenes reconocen aparte de los valores antes mencionados, otro conjunto. Como lo son: la igualdad, amistad, diversidad, o libertad, por ejemplo.

Por lo mismo, se debe entender esta influencia en su precisa dimensión. Ya que únicamente así, se reconocerá en los jóvenes de clases sociales bajas, a un futuro ciudadano en desventaja comparativa con las clases medias y altas. Lógicamente que desde lo monetario puede que no exista mucha distancia con la dependencia subvencionada, si con la particular.

Pero se cree más relevante plantear la problemática desde la formación integral que los educandos están adquiriendo en la actualidad. No sólo desde el rendimiento académico, sino que desde la conformación valórica a la cual adhieren o en la que se sienten más cómodos.

Por tanto, entendiendo el proceso correlativo de: bajo capital cultural, de la mano con tener acceso hacia industrias culturales más cercanas, no así hacia unas medianamente cercanas o definitivamente lejanas; consumir exclusivamente aquellos bienes que estén a la mano y en los cuales no se requiera una mayor formación; por consiguiente, se influencien estos jóvenes, en función de uno o dos componentes de la industria audiovisual (como la TV y música), daría lugar a un bajo reconocimiento en los valores propuestos en aquellas industrias, junto con no conocer los propuestos por las industrias culturales hacia las cuales no se accede; lo que en suma, proyectaría una baja estimación de importancia en lo que significan para la vida de los y las estudiantes las industrias culturales (que den lugar a desarrollarse individual y socialmente), desde donde se entendería aquella trayectoria.

En cambio, desde la dependencia subvencionada y particular, o si se quiere, desde la clase media y alta, se estaría dando la siguiente secuencia. Al existir un acceso

mayormente a un tipo de industrias culturales (audiovisuales) -o a la totalidad de ellas en algunos casos, en colegios particulares- los jóvenes harían uso de las mismas industrias audiovisuales (con componentes como internet o TV por cable) en función de conocer otras industrias (como, la del espectáculo o visual y plástica) por medio de las que se tiene acceso.

Por lo mismo, accediendo a un tipo de industrias culturales, pero consumiendo desde una parte u otra las demás, se conforma la primera fase, en una influencia más amplificadas de las industrias. Lo que tendría como resultado una visualización o reconocimiento de los valores implícita o explícitamente propuestos a través de la ideología que cada propuesta artística o comunicación social, guarde consigo misma.

Lo que en definitiva, encontraría razón de ser en la atribución de una mayor importancia en lo que significan para sus vidas, las industrias culturales en estos jóvenes.

Que al mismo tiempo, se diferenciarían no sólo por la dependencia de su colegio, o por la clase social representada en este estudio; sino que más complejo para el conjunto de la sociedad, representarían la diferencia entre la educación con que cuenta cierto grupo social, o más específico aun, las formas de relacionarse con sus grupos cercanos familiar o socialmente, donde el capital cultural, social, simbólico y relacional, podrían estar marcando una diferencia en la formación desde dentro (familia) hacia fuera (colegio, sociedad).

Por lo mismo se debe proyectar en las futuras políticas educativas, una formación de las audiencias -sobre todo en las clases bajas- para con esto equiparar las diferencias de acceso e influencia cultural.

Este punto resulta esencial para el desarrollo crítico de la presente investigación, ya que, por medio de este reconocimiento se puede llegar a proyectar a futuro, políticas educacionales o públicas, que posibiliten el conocimiento-acceso-influencia de distintas industrias de la cultura hacia los jóvenes; por lo mismo, no sólo se debiese formar a las audiencias, sino que se les debiesen presentar éstos bienes culturales a más temprana edad, para que en su desarrollo social se pueda acceder a los que más le guste o sientan mayor cercanía y/o identidad, de modo tal, que por medio de mecanismos político-público se genere una igualdad en el acceso cultural de los ciudadanos de todas las clases sociales.

Además, en el asunto de formar a audiencias críticas, que vean representado en la esfera cultural industrial, las luchas de clase, las diversidades culturales que muchas veces son excluidas por la hegemonía de algunas sobre otras, y la originalidad o vanguardia o la imitación-mecanización propias de dichas industrias, se formaría posiblemente una ciudadanía más partícipe y atenta a las disputas por una mayor igualdad social y un mayor vínculo con la sociedad.

Lo que en definitiva, daría la posibilidad de relacionarnos a futuro, en una sociedad partícipe social y culturalmente, que en aquellas participaciones se dé forma a un nuevo colectivismo, a través del cual se pudiese acrecentar el vínculo social y su respectiva cohesión.

BIBLIOGRAFÍA

- Asún, R. (2006). Construcción de cuestionarios y escalas: El proceso de la producción de información cuantitativa. En M. Canales, *Metodologías de investigación social. Introducción a los oficios* (págs. 63-113). Santiago, Chile: Lom.
- Baeza, J. (2007). Valores y valoraciones presentes en los jóvenes chilenos. *Revista Observatorio de Juventud, Año 4* (15), 60-68.
- Baeza, J., & Sandoval, M. (2007). Configuración de valores en jóvenes estudiantes secundarios de la región metropolitana. *Boletín de Investigación Educativa*, 22 (2), 35-60.
- Bajoit, G. (2003). *Todo cambia. Análisis sociológico del cambio social y cultural en las sociedades contemporáneas*. (H. Pozo, Trad.) Santiago, Chile: Lom.
- _____ (2008). La renovación de la sociología contemporánea. *Revista electrónica de Ciencias Sociales: Cultura y Representaciones Sociales* (5), pp. 9-31.
- _____ (2008b). Le jeune Français nouveau est arrivé!
- Balardini, S. (2005). Transformaciones sociales y cambios culturales: Jóvenes, tecnología, derechos y consumo. En Sepúlveda, M, Bravo, C. & Aguilera, O (Comp.). *Nuevas geografías juveniles Transformaciones socioculturales* (págs. 53-73). Santiago, Chile: Lom-UDP.
- Baudrillard, J. (2000). *Pantalla total*. Barcelona: Anagrama.
- Bauman, Z. (1996). Teoría sociológica de la posmodernidad. *Revista Espiral*, pp. 81-102.
- Bourdieu, P. (1979). Los tres estados del capital cultural. *Sociológica*, 11-17.
- Bourdieu, P., & Passeron, J.-C. (1998). *La reproducción Elementos para una teoría del sistema de enseñanza*. México, D.F.: Laia S.A.
- CNCA-INE. (2009). *Cultura y tiempo libre. Informe anual 2008*. Santiago, Chile.
- _____ (2007). *Encuesta de consumo cultural 2004 - 2005*, Diciembre. Valparaíso, Chile: CNCA.
- Catalán, R., & Egaña, M. L. (2004). *Valores, sociedad y educación*. Santiago, Chile: LOM.
- Cuadra, Á. (2008). *Hiperindustria Cultural*. Santiago, Chile: Editorial Arcis.
- Duarte, C. (1999). Tesis: *Masculinidades juveniles en sectores empobrecidos : ni muy cerca, ni muy lejos : entre lo tradicional y lo alternativo*. Santiago: U.de Chile.

- Fernández, F. (2002). El análisis de contenido como ayuda metodológica para la investigación. *Revista Ciencias Sociales*, Vol. II, N° 96, pp. 35-54. En <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/153/15309604.pdf>
- García Canclini, N. (1995). *Consumidores y Ciudadanos. Conflictos Multiculturales de la Globalización*. México, D.F.: Grijaldo.
- _____(2000). Industrias culturales y globalización: procesos de desarrollo e integración en América Latina. *Revista Cultura y Desarrollo* (1). Texto preparado para el foro Desarrollo y Cultura, realizado en marzo de 1999 por el BID-UNESCO en París, Francia.
- _____(2002). *Las industrias culturales y el desarrollo de los países americanos*. Recuperado el 20 de Enero de 2009, de Organización de los Estados Americanos: www.oas.org/udse/espanol/documentos/1hub2.doc
- Giddens, A (2001). *Sociología*. Madrid: Alianza.
- _____(2003). *Un mundo desbocado Los efectos de la globalización en nuestras vidas*. Madrid, España: Taurus.
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (1998). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: McGraw-Hill.
- Hopenhayn, M. (2005). ¿Integrarse o subordinarse? Nuevos cruces entre política y cultura. En D. Mato, *Cultura, política y sociedad. Perspectivas latinoamericanas* (págs. 69-89). Buenos Aires, Argentina: CLACSO.
- Horkheimer, M., & Adorno, T. (2006). *Dialéctica de la Ilustración* (Octava edición). Madrid: Trotta.
- INJUV (2007). *Quinta Encuesta Nacional de Juventud*. Santiago, Chile: INJUV.
- Ladrière, J. (2006). *La ética en el universo de la racionalidad*. Universidad del Norte Santo Tomás de Aquino, Tucumán, Argentina.
- Lipovetsky, G. (2005). *El crepúsculo del deber* (Primera edición en Compactos Anagrama). Barcelona, España: Anagrama.
- Lipovetsky, G., & Charles, S. (2006). *Los tiempos hipermodernos*. Barcelona, España: Anagrama.
- Mattelart, A. (2002). *Geopolítica de la cultura*. Santiago, Chile: LOM.
- Martín-Barbero, J. (2006). *La educación desde la comunicación*. Bogotá, Colombia: Norma.
- MIDEPLAN-IDEA (Parker, C) (2000). *Los jóvenes chilenos: Cambios culturales; perspectivas para el siglo XXI*. Santiago de Chile: MIDEPLAN.
- Obiols, G. (1985). *La cuestión ética*. Buenos Aires, Argentina: Kapeluz.
- Orozco, G. (2004). De la enseñanza al aprendizaje. *Revista Nómadas* , 120-127.

- Palacios, R (2002). Concentración oligopólica de la industria cultural en Chile: Escenario global y nacional. *Revista Latina de Comunicación Social*, (págs. 1-10) octubre-diciembre, año/vol. 5, numero 052. Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social, Canarias, España. Recuperado el 5 de noviembre de 2007, de <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=81952512&iCveNum=88466>
- Parker, C. (2001). Capital social y representaciones socioculturales Juveniles: un estudio en jóvenes secundarios chilenos. En J. Durston, & F. Miranda, *Capital social y políticas públicas en Chile* (Vol. II, págs. 9-34). Santiago, Chile: Naciones Unidas-Cepal.
- Pérez Serrano, G. (1998) *Investigación cualitativa: retos e interrogantes, volumen I: métodos*. (Segunda edición). Madrid, España: La Muralla.
- Pérez, Gustavo. (2009). La gestión de los valores: una aproximación a la investigación educativa. *Inter Science Place* (04).
- PNUD-INJUV (2003). *Transformaciones culturales e identidad juvenil en Chile*. Santiago: PNUD-INJUV.
- Rocher, G. (1996). *Introducción a la sociología general*. (Doceava edición) Barcelona: Erder.
- Salinas, A., & Franssen, A. (1997). *El zoológico y la selva. La experiencia cultural de los jóvenes de fin de siglo*. Santiago, Chile: CIDE.
- Sandoval, M. (2007). Marco teórico proyecto FONDECYT N° 1070105. *"Cultura juvenil y producción valórica en estudiantes de educación secundaria y de educación superior*. Santiago, Chile.
- Sepúlveda, M., Carlos, B., & Aguilera, O. (2005). Prólogo. En Sepúlveda, M, Bravo, C. & Aguilera, O (Comp.). *Nuevas geografías juveniles Transformaciones socioculturales* (págs. 7-21). Santiago, Chile: Lom-UDP.
- Sloterdijk, P. (2003). *Experimentos con uno mismo*. (G. Cano, Trad.) Valencia, España: Pre-Textos.
- _____ (2002). *El desprecio de las masas. Ensayo sobre las luchas culturales de la sociedad moderna*. (G. Cano, Trad.) Valencia, España: Pre-Textos.
- Tavella, A., & Daros, W. (2002). *Valores modernos y posmodernos en las expectativas de vida de los jóvenes*. Rosario, Argentina: Universidad del Centro Educativo Latinoamericano.
- Varela, M.. Conocimiento, valores, comunicación. ¿Qué importancia tienen en educación? EN: *Revista Digital Contexto Educativo* (N°35) año V, <http://contexto-educativo.com.ar/2005/2/nota-08.htm>

- Wolf, M. (1994). *Los efectos sociales de los media*. Barcelona, España: Paidós.
- Yúdice, G. (2002). *Las Industrias Culturales: Más allá de la lógica puramente económica, el aporte social*. Revista Pensar Iberoamérica.
- Zarzuri, R. (2004). *Hijos de la TV. Jóvenes, televisión y cultura*. Santiago, Chile: CESC.

ANEXOS

Anexo 1

Fichaje de caso muestra cualitativa: Chilean Eagles College

Tema: INFLUENCIA DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES EN VALORES DE ESTUDIANTES SECUNDARIOS.

Nombre:

Edad:

Curso:

Teléfono/celular:

E-Mail:

En el siguiente cuadro ordena mediante números de 1 a 6 el grado de influencia (cuadro izquierdo) y consumo (cuadro derecho). Donde 1 signifique la industria que más te inflencie y consumes, y 6 la que en menor medida te inflencie y consumes.

Cuadro con Tipos de Industria Cultural

Nº	Tipo de Industria	Componentes de la Industria	Orden de Influencia/Consumo	
1	Industria Audiovisual (1)	TV, Radio, Video/DVD		
2	Industria Audiovisual (2)	TV por Cable/Digital, Discos/MP3, Arriendo de DVD o Películas (mediante TV o Tienda), Internet		
3	Industria Mass Media	Diario, Revistas, etc.		
4	Industria Editorial	Libros (Novelas, Poesía, Ensayo, etc.), Revistas Científicas, Comics, etc.		
5	Industria del Espectáculo	Conciertos Musicales, Cine, Teatro, Danza, Circo		
6	Industria Visual y Plástica	Museos o Exposiciones: Pintura, Escultura, Fotografía, etc.		

Anexo 2

Dimensiones	Categorías
1. Influencia e interacciones	1.1. Forma que Industrias Culturales (IC's) influyen en la vida 1.2. Lugar de interacción con IC's
2. Acceso, consumo y preferencia cultural	2.1. Industria Cultural (IC) más consumida 2.2. IC de mayor gusto (o mejor) 2.3. IC peor 2.4. Acceso hacia totalidad de IC's 2.5. Motivación de conocimiento de IC's menos consumidas, por profesores-familia
3. Influencia valórica	3.1. Visión de propuestas ético-valóricas y percepción de importancia en los mensajes, contenidos y arte de las IC's 3.2. Ampliación, reforzamiento y/o diferencia de valores aportados por las IC's en comparación con los entregados por la Familia 3.3. Manera que influyen las IC's en valores 3.4. Valores más expuestos en las IC's 3.5. Adecuación en vida cotidiana de valores propuestos por las IC's
4. Futuros ciudadanos	4.1. Transmisión de valores por las IC's que dan cabida a un: <ul style="list-style-type: none"> 4.1.1. Actor social activo 4.1.2. Actor social pasivo 4.2. Visión de participación futura en relación a importancia atribuida por las IC's a: <ul style="list-style-type: none"> 4.2.1. Política (asuntos-temas políticos, política misma, etc.) 4.2.2. Participación ciudadana (artística-cultural, deporte, solidaridad, social, etc.) 4.3. Propuestas de incentivo para el conocimiento y acceso hacia diversos bienes culturales

Pauta entrevista grupal

I. Influencias e interacciones

1. ¿De qué manera o forma creen que las industrias culturales (IC's) influyen en sus vidas?
2. ¿Cómo y dónde se dan principalmente las interacciones con las IC's? Hogar, barrio, escuela, teatro, museo, etc.

II. Acceso, consumo y preferencia cultural

3. ¿Cuál es la industria cultural (IC) que más consumen?
4. ¿Cuál es la IC que más les gusta?
5. ¿Cuál es la IC mejor y peor... por qué?
6. ¿Tienen acceso hacia las distintas IC's? A cuales principalmente, a cuáles no.

III. Influencia valórica

7. ¿Existen propuestas o visiones ético-valóricas en los mensajes, contenidos y arte que consumen e internalizan en su modo de vida? ¿Cuáles? ¿Cómo se presentan?
8. ¿De qué manera influyen las IC's en sus valores?
9. ¿Qué valores aparecen más en las IC's que consumen o a las que acceden?
10. Al optar, introducir y asimilar la influencia de las IC's... ¿Cómo adecuan o ejercen en su vida cotidiana, ciertos posicionamientos hacia ciertos valores?

IV. Industria cultural: importancia en el significado

11. ¿Reconocen alguna(s) importancia(s) en la transmisión de significados desde las IC's? ¿Cuáles, cómo y por qué?
12. ¿Éstos significados los consideran como positivos o negativos en lo que será la futura sociedad chilena?

V. Influencias de contexto...(en la interacción social)

13. ¿De qué forma se presenta -como importante o como irrelevante- ésta influencia valórica en las relaciones que ustedes tienen con?: su grupo de pares en el colegio y barrio, y con sus familiares.
14. ¿Sus familias, amigos, compañeros y profesores motivan el conocimiento de las IC's consumidas, y posibilitan el conocimiento e interacción con las que no se conocen tanto?

VI. Futuros ciudadanos y diversidad cultural

15. Los valores transmitidos por las IC's, y reconocidos o asimilados en su interacción con ellas dan cabida a:
 - Un actor social activo o
 - Un actor social pasivo ¿Por qué?
16. A través de la importancia atribuida a la democracia, política y participación ciudadana en su vínculo con las IC's ¿ustedes creen o quieren participar en ellas a futuro?
17. Se reconoce algún vínculo desde las IC's en donde se divulgue u otorgue importancia a la diversidad cultural y el respeto y/o tolerancia por el otro...el diferente ¿en cuál, cómo?
18. ¿Alguna propuesta para incentivar un mayor e igualitario acceso hacia la totalidad de bienes culturales?
19. Algo que haya quedado fuera que deseen comentar...

Anexo 4

CUESTIONARIO INFLUENCIA DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES EN VALORES DE ESTUDIANTES SECUNDARIOS

El cuestionario es anónimo, por lo que se te solicita que respondas con total sinceridad.

Lee con atención todas las indicaciones previas en cada sección y responde en el mismo cuestionario. *Muchas gracias por tu tiempo, sinceridad y buena disposición.*

Datos Personales

1. Edad		
2. Sexo	Masculino:	Femenino:
3. Curso		

Resumen Proyecto:

En la actualidad nos encontramos en contacto permanente con los medios de comunicación (TV, radio, diarios), la música, internet, el cine, la literatura, el teatro, etc., por consiguiente, las <industrias culturales>.

El objetivo general de la investigación dice relación con conocer la influencia en valores que las industrias culturales están provocando en la actualidad a los estudiantes secundarios.

En definitiva, el siguiente cuestionario tiene por finalidad conocer tu opinión con respecto al grado de influencia que las industrias culturales tienen en relación a los valores que actualmente tienes y crees te diferencian o asemejan a otras personas, junto con identificar un carácter propio, a través del tipo de industria cultural por cuál optas.

***El siguiente cuadro te servirá de guía para responder la totalidad del cuestionario. En él encontraras el tipo de industria cultural y sus componentes.**

- 1) En el siguiente cuadro ordena mediante números de 1 a 6 el grado de influencia (cuadro izquierdo) y consumo (cuadro derecho), donde 1 sea el tipo de industria cultural con el que tienes más influencia o mayor consumo, y 6 con el que tienes menor influencia o consumo.

CUADRO CON TIPOS Y COMPONENTES DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES

Nº	Tipo de Industria Cultural	Componentes de la Industria Cultural	Orden de Influencia	Orden de Consumo
1	Industria Audiovisual (1)	TV, Radio, Video/DVD		
2	Industria Audiovisual (2)	TV por Cable/Digital, Discos/MP3, Arriendo de DVD o Películas (mediante TV o Tienda), Internet		
3	Industria Mass Media	Diario, Revistas, etc.		
4	Industria Editorial	Libros (Novelas, Poesía, Ensayo, etc.), Revistas Científicas, Comics, etc.		
5	Industria del Espectáculo	Conciertos Musicales, Cine, Teatro, Danza, Circo		
6	Industria Visual y Plástica	Museos o Exposiciones: Pintura, Escultura, Fotografía, etc.		

SECCIÓN I. ACCESO, CONSUMO Y PREFERENCIA CULTURAL

Para las siguientes preguntas, recuerda tener como referencia el cuadro con tipos y componentes de las industrias culturales.

(Marca con una X solo una (1) alternativa, hacia las distintas preguntas).

2) De los siguientes tipos de industria cultural, ¿a cuál tienes mayor acceso?

Industria Audiovisual (1)	Industria Audiovisual (2)	Industria Mass Media	Industria Editorial	Industria del Espectáculo	Industria Visual y Plástica
---------------------------	---------------------------	----------------------	---------------------	---------------------------	-----------------------------

3) De los siguientes tipos de industria cultural, ¿cuál es la que más consumes?

Industria Audiovisual (1)	Industria Audiovisual (2)	Industria Mass Media	Industria Editorial	Industria del Espectáculo	Industria Visual y Plástica
---------------------------	---------------------------	----------------------	---------------------	---------------------------	-----------------------------

4) ¿Cuál de los siguientes tipos de industria cultural es el que más te gusta o prefieres?

Industria Audiovisual (1)	Industria Audiovisual (2)	Industria Mass Media	Industria Editorial	Industria del Espectáculo	Industria Visual y Plástica
---------------------------	---------------------------	----------------------	---------------------	---------------------------	-----------------------------

5) ¿Cuál de los siguientes tipos de industrias cultural consideras es el de mejor calidad?

Industria Audiovisual (1)	Industria Audiovisual (2)	Industria Mass Media	Industria Editorial	Industria del Espectáculo	Industria Visual y Plástica
---------------------------	---------------------------	----------------------	---------------------	---------------------------	-----------------------------

6) ¿Cuál de los siguientes tipos de industria cultural consideras es el de peor calidad?

Industria Audiovisual (1)	Industria Audiovisual (2)	Industria Mass Media	Industria Editorial	Industria del Espectáculo	Industria Visual y Plástica
---------------------------	---------------------------	----------------------	---------------------	---------------------------	-----------------------------

7) ¿Cuántas veces has asistido al teatro en los últimos tres meses?

a) Más de 7 veces	b) Entre 5-7 veces	c) Entre 2-4 veces	d) 1 vez	e) Nunca
-------------------	--------------------	--------------------	----------	----------

8) ¿Cuántas horas aproximadamente escuchas música al día?

a) Más de 7 horas	b) Entre 5-7 horas	c) Entre 2-4 horas	d) 1 hora	e) No escucho
-------------------	--------------------	--------------------	-----------	---------------

9) ¿Cuántas horas aproximadamente vez televisión al día?

a) Más de 7 horas	b) Entre 5-7 horas	c) Entre 2-4 horas	d) 1 hora	e) No veo
-------------------	--------------------	--------------------	-----------	-----------

10) ¿Cuántos libros has leído en los últimos tres meses?

a) Más de 7	b) Entre 5-7	c) Entre 2-4	d) 1	e) Ninguno
-------------	--------------	--------------	------	------------

11) ¿Cuántas veces has asistido a espectáculos deportivos en los últimos tres meses?

a) Más de 7 veces	b) Entre 5-7 veces	c) Entre 2-4 veces	d) 1 vez	e) Nunca
-------------------	--------------------	--------------------	----------	----------

12) ¿Cuántas horas aproximadamente navegas en internet al día?

a) Más de 7 horas	b) Entre 5-7 horas	c) Entre 2-4 horas	d) 1 hora	e) No navego
-------------------	--------------------	--------------------	-----------	--------------

13) ¿Cuál es la principal actividad que realizas cuando utilizas internet?

a) Buscar información, enviar y recibir e-mails	b) Bajar y/o escuchar música	c) Chatear y/o participar en foros de discusión	d) Leer prensa, revistas, textos	e) Usar Fotolog, Blog, Facebook	f) No utilizo internet
---	------------------------------	---	----------------------------------	---------------------------------	------------------------

SECCIÓN II. INFLUENCIAS VALÓRICAS

En esta sección se incluirán los valores en función del consumo cultural y el grado de influencia que tú tienes con las industrias culturales. Por lo mismo, nos gustaría conocer la influencia que en ti provocan aquellas industrias en los valores que tienes o adhieres actualmente.

(Para las siguientes preguntas marca con una **X** solo (1) una alternativa).

- 14) De los siguientes valores sociales, ¿cuál crees es el más relevante para ti personalmente?

Democracia	Diversidad	Empatía	Igualdad	Justicia	Respeto	Tolerancia
------------	------------	---------	----------	----------	---------	------------

- 15) De los valores anteriores, ¿cuál consideras es el más relevante para la sociedad?

Democracia	Diversidad	Empatía	Igualdad	Justicia	Respeto	Tolerancia
------------	------------	---------	----------	----------	---------	------------

- 16) De los siguientes valores individuales, ¿cuál consideras más importante para tu realidad personal?

Fidelidad	Honestidad	Libertad	Responsabilidad
-----------	------------	----------	-----------------

- 17) De los valores anteriores, ¿cuál crees genera mayor calidad de vida socialmente?

Fidelidad	Honestidad	Libertad	Responsabilidad
-----------	------------	----------	-----------------

- 18) De los siguientes valores socio-individuales, ¿cuál consideras más relevante para ti?

Amistad	Confianza	Generosidad	Solidaridad
---------	-----------	-------------	-------------

- 19) De los anteriores valores, ¿cuál piensas es el que más ayudaría a la sociedad chilena?

Amistad	Confianza	Generosidad	Solidaridad
---------	-----------	-------------	-------------

- 20) Con el fin de fortalecer la participación ciudadana, ¿cuál de los siguientes valores consideras ayudaría a motivarla?

Amistad	Confianza	Generosidad	Solidaridad
---------	-----------	-------------	-------------

- 21) Del conjunto de valores presentados en esta sección, ¿cuál de las siguientes alternativas representa mejor el grado de influencia que tienes con las industrias culturales en general (TV, música, cine, internet, libros, pintura, etc.)?

Colectivismo	Individualismo
--------------	----------------

SECCIÓN III. INDUSTRIA CULTURAL: IMPORTANCIA EN EL SIGNIFICADO

Para esta sección deberás marcar con una **X** el polo que más identifique tu relación de aceptación con el enunciado propuesto.

- 22) Tu familia te motiva o ayuda a conocer y/o consumir tipos de industria cultural a las que no tienes mayor acceso.

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
-----------------------	------------	---------------------------------	---------------	--------------------------

- 23) Tus amigos/as te motivan o ayudan a conocer y/o consumir tipos de industria cultural a las que no tienes mayor acceso.

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
-----------------------	------------	---------------------------------	---------------	--------------------------

- 24) Tus profesores/as te motivan o ayudan a conocer y/o consumir tipos de industria cultural a las que no tienes mayor acceso.

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
-----------------------	------------	---------------------------------	---------------	--------------------------

- 25) Tus compañeros/as de colegio te motivan o ayudan a conocer y/o consumir tipos de industria cultural a las que no tienes mayor acceso.

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
-----------------------	------------	---------------------------------	---------------	--------------------------

- 26) La música es de suma importancia en la transmisión de significados valóricos, sociopolíticos y culturales.

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
-----------------------	------------	---------------------------------	---------------	--------------------------

- 27) La televisión abierta propone una especial importancia en la transmisión de significados negativos de la sociedad chilena.

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
-----------------------	------------	---------------------------------	---------------	--------------------------

- 28) La televisión por cable propone una especial importancia en la transmisión de significados diversos de la sociedad mundial.

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
-----------------------	------------	---------------------------------	---------------	--------------------------

- 29) La televisión digital propondrá a futuro en sus nuevos canales una especial importancia en la transmisión de significados artísticos y de diversidades culturales de la sociedad chilena.

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
-----------------------	------------	---------------------------------	---------------	--------------------------

- 30) El cine (norteamericano) fortalece valores vinculados al individualismo, exigencia-competencia, exitismo.

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
-----------------------	------------	---------------------------------	---------------	--------------------------

- 31) Las industrias culturales en general (teatro, diarios, fotografía, películas, comics, música, TV, internet, etc.) dan importancia a la diversidad cultural, respeto y tolerancia por el otro... el diferente.

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
-----------------------	------------	---------------------------------	---------------	--------------------------

- 32) En relación a la importancia que tú asignas al consumo e influencia de las industrias culturales en tu vida, tú dirías que eres...

Muy Feliz	Bastante Feliz	No muy Feliz	Nada Feliz
-----------	----------------	--------------	------------

SECCIÓN IV. CIUDADANÍA, PARTICIPACIÓN SOCIAL Y SENTIDO DE PERTENENCIA

En esta sección deberás marcar con una **X** el polo que más identifique tu relación de aceptación con el enunciado propuesto. Además recuerda que el concepto de *industria cultural* abarca todos los componentes expuestos en el *cuadro* del inicio del cuestionario, por tanto, al responder hazlo en relación a las que más consumes.

- 33) Los valores transmitidos por las industrias culturales y que utilizas a diario dan cabida a un ciudadano participativo socialmente.

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
-----------------------	------------	---------------------------------	---------------	--------------------------

- 34) Las industrias culturales **no** motivan el asunto de tener derechos y cumplir deberes en sociedad.

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
-----------------------	------------	---------------------------------	---------------	--------------------------

- 35) El significado que atribuyen las industrias culturales a la política provocara una escasa participación en ella a futuro.

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
-----------------------	------------	---------------------------------	---------------	--------------------------

36) Las industrias culturales potencian el cuidado del medio ambiente.

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
-----------------------	------------	---------------------------------	---------------	--------------------------

37) Las industrias culturales tienden a hacer más desconfiada a la gente.

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
-----------------------	------------	---------------------------------	---------------	--------------------------

38) En la lista que leerás a continuación figuran diferentes tipos de personas. ¿con el vínculo de consumo e influencia que tienes con las industrias culturales, hay alguno de ellos que **NO** te gustaría tener como vecinos?

(Marca con una X todos los casos en que **no** te gustaría tener como vecinos a):

	No deseo tener como vecino
1. Personas Pobres	
2. Personas de otra raza (asiáticos, musulmanes, etc.)	
3. Homosexuales/lesbianas	
4. Drogadictos/alcohólicos	
5. Peruanos/bolivianos	
6. Estadounidenses/Franceses	
7. Mapuches	
8. Adultos mayores	
9. Personas con problemas de salud mental	
10. Neonazis	
11. Skin Head	
12. Personas Discapacitadas (física o mentalmente)	
13. Personas afectadas con el SIDA	
14. Prostitutas/os	
15. Personas de extrema Izquierda	
16. Personas de extrema Derecha	
17. Integrantes de un Partido Político	

39) Entre las unidades geográficas siguientes, ¿con cuál tienes un mayor vínculo o sentimiento de pertenencia en relación al consumo e influencia de las industrias culturales en tú vida?

(Marca con una X una (1) sola alternativa, a la que más sientes pertenecer).

1. A la Población	
2. Al Barrio	
3. A la Comuna	
4. A la Ciudad	
5. A la Región	
6. Al País	
7. A América Latina	
8. Al Mundo	

SECCIÓN V. INFLUENCIAS DE CONTEXTO DETERMINADO

En esta sección, a cada pregunta responde con una X en el número que mejor represente tú posición con respecto al valor.

40) En relación al tema de las relaciones entre homosexuales tratados en televisión ¿te consideras?

Muy tolerante			Tolerante				Poco tolerante		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

41) En relación a los temas tratados en los libros que lees (literatura, ensayo, etc.) éstos ¿te hacen ser?

Muy diverso			Diverso				Poco diverso		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

42) Después de ver una película que trate el tema del aborto, cómo crees que ésta influye en ti ¿siendo?

Muy libre			Libre				Poco libre		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

43) En relación a tu asistencia a exposiciones de pintura, escultura y/o fotografía, éstas influyen en ti ¿un sentimiento de ser?

Muy solidario			Solidario				Poco solidario		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

44) Las letras de las canciones que acostumbras escuchar, ¿dan cabida a una persona de carácter?

Muy crítico			Crítico				Poco crítico		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

45) Al momento de utilizar internet para buscar información, conversar o compartir música, ¿te sientes?

Muy amistoso amistoso			Amistoso				Poco		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

46) A las últimas obras de teatro que has asistido, ¿provocan en ti un sentimiento de ser?

Muy confiado			Confiado				Poco confiado		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

47) Al leer diarios o revistas, impresos o electrónicos, éstos ¿proyectan en tu realidad ser?

Muy igualitario			Igualitario				Poco igualitario		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

48) En relación a tu vínculo de influencia con los diferentes tipos de industria cultural consumidos, ¿cuáles de las siguientes palabras representan mejor cómo eres tú?

(Señala las tres (3) más importantes, donde 1 es la primera en importancia, y 3 la tercera en importancia).

	Nº Orden		Nº Orden
Idealista		Desordenado(a)	
Solidario(a)		Consumista	
Trabajador(a)		Solitario(a)	
Optimista		Pesimista	
Práctico		Bueno(a) para el carrete o fiestas	
Soñador(a)		Tranquilo(a)	
Realista		Crítico(a)	
Participativo(a)		Sociable	

49) De la siguiente lista, y en relación a la influencia que tienes con las industrias culturales en general, ¿Cuan de acuerdo estas con...?

(Marca una (1) sola alternativa frente a cada tema, marcando una X en la columna correspondiente):

	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
1. El divorcio.					
2. El matrimonio entre personas del mismo sexo.					
3. Legalizar la marihuana.					
4. La distribución en centros de salud públicos de la píldora del día después.					
5. El matrimonio como una institución para toda la vida.					
6. La eutanasia (es decir, poner fin a los días de una persona que sufre de una enfermedad incurable).					
7. El aborto.					
8. El aborto terapéutico (Aborto que se realiza cuando está en peligro la vida de la madre).					

50) De los siguientes valores, ordena una escala con los cinco (5) que consideres más importantes (siendo 1 el primero en importancia, y 5 el quinto en importancia).

Valores	Nº Orden
Amistad	
Confianza	
Democracia	
Diversidad	
Empatía	
Fidelidad	
Generosidad	
Honestidad	
Igualdad	
Justicia	
Libertad	
Respeto	
Responsabilidad	
Solidaridad	
Tolerancia	

SECCIÓN VI. IDENTIFICACIÓN COMO JOVEN

En comparación con tus padres y en relación al consumo e influencia que tienes con las industrias culturales en general (música, TV, libros, cine, pintura, etc.), en una escala de calificación de 1 a 10, donde 1 significa “menos que tus padres” y 10 “más que tus padres”. Tú te consideras:

(Marca con una (1) X el número que mejor te represente).

51)

Menos Conservador					Más Conservador				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

52)

Menos Individualista					Más Individualista				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

53)

Menos Tolerante					Más Tolerante				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

54)

Menos preocupado de ganar dinero					Más preocupado de ganar dinero				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

55)

Menos Feliz					Más Feliz				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

56) ¿Cuál de los siguientes aspectos son más importantes en tú vida actualmente y motivados por el consumo e influencia de las industrias culturales en general?

(Marca con una X frente a cada tema una (1) sola alternativa, en la columna que corresponda).

	Muy Importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Sin Importancia
1. Familia					
2. Pareja					
3. Estudios					
4. Amigos					
5. Tiempo libre					
6. Religión					
7. Política					
8. País					
9. Futuro					

57) ¿Qué importancia tienen para tu vida los aspectos que se mencionan a continuación, y que recoges de tú consumo e influencia con las diferentes industrias culturales?

(Elige 3 alternativas en orden de prioridad, siendo 1 la más importante, 2 la segunda en importancia y 3 la tercera en importancia. Anota el número de tu prioridad en el espacio en blanco a la derecha de la palabra elegida):

	Nº Prioridad		Nº Prioridad
1. Buenos modales		10. Imaginación, creatividad	
2. Cuidar el aspecto físico		11. Independencia, autonomía	
3. Curiosidad		12. Interés en lo social y/o político	
4. Determinación, perseverancia		13. Obediencia	
5. Disfrutar el tiempo libre		14. Sentido de la responsabilidad	
6. Esfuerzo en el trabajo		15. Solidaridad	
7. Administrar bien el dinero		16. Tener aspiraciones	
8. Fe religiosa		17. Tolerancia y respeto a los demás	
9. Honradez, lealtad		18. Valentía, capacidad de arriesgarse	

Muchas gracias por tu colaboración.