

XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires, 2009.

Consumo y cambio cultural de alumnos de secundaria. Jalisco, México.

Eugenia Villalpando, Gloria Briceño, Guadalupe León Castañeda, Pedro Elizarrarás, Ignacio Ulloa y Job Avalos.

Cita:

Eugenia Villalpando, Gloria Briceño, Guadalupe León Castañeda, Pedro Elizarrarás, Ignacio Ulloa y Job Avalos (2009). *Consumo y cambio cultural de alumnos de secundaria. Jalisco, México. XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-062/208>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

Consumo y cambio cultural de alumnos de secundaria

Jalisco, México

Integrantes: Dra. Eugenia Villalpando, Dra. Gloria Briceño, Mtra. Guadalupe León Castañeda, Mtro. Pedro Elizarrarás, Becarios: Mtro. Ignacio Ulloa, Mtro. Job Avalos.

Institución de adscripción: Centro de Investigaciones Pedagógicas y Sociales de la Secretaría de Educación Jalisco, México.

Presenta: Dra. Gloria Briceño e-mail: evora@prodigy.net.mx

Introducción

El proyecto se centra en el estudio diagnóstico del consumo y cambio cultural de los alumnos de secundaria en Jalisco. Se desconoce la estadística regional del consumo simbólico de los adolescentes y la relevancia que tiene para éstos el acceso a la tecnología digital y medios electrónicos de comunicación. Esta información es útil para orientar las políticas educativa y cultural en la entidad. El diagnóstico ofrece la base indispensable para diseñar y evaluar programas regionales dirigidos al sector de los adolescentes y jóvenes que constituye el de mayor dinamismo en nuestra sociedad. El estudio integra un diseño cuantitativo y cualitativo; la encuesta describe los patrones de consumo en los diversos ámbitos de la actividad cultural y los estudios de caso profundizan en los cambios y complejidad de los contextos, incluyendo el escolar, que interactúa con los modos de recepción y apropiación de los bienes culturales.

El estudio consta de seis etapas trimestrales: 1) obtención y procesamiento de información documental y estadística; 2) diseño y validación de instrumentos; 3) capacitación de aplicadores y

tramitación administrativa del trabajo de campo en las escuelas; 4) aplicación de encuesta y entrevista a la muestra estratificada y proporcional; 5) procesamiento del corpus de datos; 6) difusión de los resultados. Los instrumentos son los cuestionarios y guía de entrevista semiestructurada que se aplica a una muestra representativa de alumnos de la secundaria regular y el programa “MEVYT”.

Objetivo general

Elaborar una encuesta estatal de diagnóstico que aporte información confiable y actualizada sobre el consumo cultural de los adolescentes, el cual incluye la lectura, la asistencia a espacios culturales, la exposición a medios audiovisuales, el consumo mediático, el equipamiento cultural y el uso del tiempo libre. Asimismo, se pretende profundizar en el cambio cultural expresado en las nuevas formas de acceso a los bienes culturales básicos, lectura y escritura, en los diversos soportes tanto impresos como digitales que han acelerado su incidencia en la producción, lectura y circulación de textos. El estudio del consumo cultural en alumnos de secundaria vinculado al uso de las tecnologías de la información y la comunicación pretende establecer de forma proyectiva las posibles implicaciones educativas de este fenómeno. Este fenómeno implica repensar los significados, el sentido moderno de la oferta y el consumo de bienes culturales en diversos ámbitos, aceptando la complejidad de las interacciones globales. El diagnóstico permite conocer y atender las necesidades y demandas de este sector de la población, cuya insatisfacción engendra el flujo errático de las trayectorias escolares en el nivel de secundaria donde se presentan altos índices de reprobación y deserción.

Resultados Esperados

- 1) Diagnóstico estatal de los patrones de consumo cultural en adolescentes alumnos de secundaria.
- 2) Perfiles y cartografías por región y municipio (Zona Metropolitana de Guadalajara) del consumo cultural en alumnos de secundaria.
- 3) Trayectorias de consumo de la cultura escrita y mediática en alumnos de secundaria.
- 4) Trayectorias de formación lectora en adolescentes.
- 5) Material documental audiovisual educativo.
- 6) Escenarios proyectivos de las implicaciones educativas del consumo cultural y mediático de los alumnos de secundaria.
- 7) Formación y capacitación de dos asistentes de investigación, estudiantes de posgrado que obtendrían el grado mediante su participación en el proyecto.

Estado de la cuestión: ámbito mexicano

El estudio de la cultura en nuestro país, como objeto de investigación y análisis teórico, data de no más de 25 años aproximadamente tal y como apunta Giménez (2007) en una excelente recapitulación y aproximación al estado de la cuestión. En ella, Giménez destaca que la investigación sobre la cultura en México ha sido más *descriptiva* o explicativa que *interpretativa* o simbólica; otra característica es que se ha enfocado tradicionalmente, hasta finales de los años noventa, en las “culturas populares” y en temas relacionados con la identidad étnica. en ésta línea se encuentran las obras de varios antropólogos e historiadores reconocidos como Guillermo Bonfil (1987), Lourdes Arizpe (1989), Fernando Benítez (1989), Miguel Alberto Bartolomé y Alicia Mabel Barabas (1996 y 1997), entre algunos otros.

Los grandes vacíos –de acuerdo con Giménez- han sido los sectores medios y altos de la sociedad mexicana, así como la cultura “juvenil” que –a diferencia de Europa y estados unidos que fueron foco de interés a partir de la década de los sesenta- ha sido un estrato borroso en su perfil, configuración, características y prácticas sociales. Si bien, habría que reconocer que hay referentes sociológicos de gran valor sobre la cultura urbana y popular (circunscrita a la capital del país) en la obra de Carlos Monsivais (1978, 1998, 1994). Gracias a este escritor y a su posición privilegiada de testigo presencial de movimientos, modas y tendencias sociales que transformaron la fisonomía de México podemos conocer cómo fue el desarrollo de los gustos y estilos de vida cotidianos (música, baile, cine, ocio, etc.) en las últimas por lo menos cuatro décadas del siglo pasado de la sociedad mexicana clase media y urbana que se concentraban en la capital del país.

Parece ser pues, que el estudio de la cultura como práctica social y consumo es apenas reciente en el panorama investigativo de las ciencias sociales y educativas en México, y viene de la mano de la expansión y explosión del mercado de las tecnologías y *mass media*, que configuran un nuevo escenario que algunos le llaman “cibercultura”, que hace referencia a todo un bagaje informativo y saberes heterogéneos difundidos en la red cuyos usuarios son en gran parte los jóvenes. Ese fenómeno social está transformando sustancialmente los saberes “lectivos” que imparte la escuela, pero aún más, está impactando directamente en las prácticas, actitudes y comportamientos de los sujetos educandos en formación.

Cabría por lo tanto destacar a continuación algunos estudios empíricos nacionales que abordan específicamente la cuestión del consumo cultural en relación con las prácticas de la población urbana mexicana.

Uno de los primeros estudios que sobresalen por su carácter pionero por intentar combinar la descripción con el análisis interpretativo fue la *primera encuesta sobre hábitos y prácticas de los mexicanos* realizada por González y Chávez (1995) de la Universidad de Colima. Aquí habríamos de señalar que tanto González y Galindo –de la misma universidad- fueron pioneros en nuestro país, de investigaciones de sobre el consumo de telenovelas, trabajadas desde la comunicación, la sociología y antropología.

En el ámbito de Jalisco, la Universidad de Guadalajara llevó a cabo el estudio denominado tiempo libre y consumos culturales en Jalisco (2002) con el propósito de recabar información acerca de las variables más importantes en el consumo cultural entre la población universitaria de esa casa de estudios en una población de 15 años y más, tanto en la zona metropolitana de Guadalajara como en siete de los municipios con mayor cantidad de habitantes en el estado. La encuesta se aplicó a una muestra estratificada de 2,556 universitarios y 1,106 de la población abierta. El cuestionario consta de 150 ítems y aborda cuestiones acerca del uso del tiempo libre, la asistencia a eventos y espacios culturales, espectáculos deportivos, el uso del libro y la lectura y el acceso a los medios electrónicos.

Posteriormente, tenemos la encuesta nacional sobre prácticas y consumo culturales (2004) realizada por CONACULTA y el Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM. En ella, se abordan los principales aspectos del consumo cultural entre los ciudadanos de 15 años y más, localizados en cinco regiones del país, en las tres ciudades más grandes, Monterrey, Guadalajara y el Distrito Federal distribuidos en cinco estratos de la población.

Las variables sociodemográficas y socioeconómicas de la población encuestada se correlacionaron con las del consumo cultural para configurar los perfiles. Los instrumentos utilizados fueron los cuestionarios de opinión y las guías de entrevista en profundidad. Entre las conclusiones de esta encuesta se destaca en primer lugar el estrecho vínculo entre educación y cultura. Los resultados señalan a la escolaridad como el factor sociodemográfico de mayor peso en la conformación de las prácticas culturales de los mexicanos.

En cuanto al perfil territorial, la mayoría de las diferencias detectadas se asocian más al tamaño de la población por localidad que a la región a la que pertenece. Esto significa que dos localidades de la misma región no necesariamente, muestran similitudes. También se destaca el uso de espacios no convencionales para fines culturales.

Por otra parte, en la encuesta nacional de la juventud (INMEJUVE, 2005) se indaga en los procesos sociales así como en las condiciones estructurales y de oportunidades que tienen actualmente los jóvenes de entre 12 y 19 años, en nuestro país. A su vez, se analizan las formas en que éstos responden a los procesos de inserción e incorporación a la sociedad, así como los criterios y valoraciones que ellos mismos hacen de estas condiciones. Aunque el estudio no es propiamente una encuesta temática, si explora los espacios concretos de la vida y la condición juvenil, como son, lo educativo, laboral, salud, sexualidad, procreación, esferas privada y pública, valores y el acceso a la justicia y los derechos humanos.

Esta encuesta estuvo diseñada para analizar las relaciones que los jóvenes establecen con las instituciones, las redes sociales, las formas en que manejan las normas y regulaciones sociales, los pactos y acuerdos tácitos que permiten un orden social específico. De los resultados, se mencionan en particular de los jóvenes que habitan en la zona metropolitana de Guadalajara; a grosso modo se afirma que no se manifiestan totalmente satisfechos con los aspectos de su vida; lo que registra una mejor aceptación es la relación familiar y con sus padres, mientras que su mayor insatisfacción es con la situación económica, su trabajo, la relación con su pareja y amigos. Por otro lado, sienten que hoy tienen mejores posibilidades que sus padres y ante un futuro incierto, esperan tener una buena posición económica, una familia e hijos; es decir, todavía hay sueños para ellos.

La encuesta nacional de lectura (2006) auspiciada por CONACULTA tuvo como propósito analizar las prácticas y hábitos de lectura de los mexicanos en la población mayor de 12 años. Los instrumentos utilizados fueron los cuestionarios de hogar, para medir las condiciones de vida y variables sociodemográficas y el de opinión, para recabar información acerca de las prácticas de lectura así como las opiniones, actitudes y valores acerca de la lectura. Entre las conclusiones se menciona que la formación lectora es un proceso multifactorial; sin embargo, una de las variables con mayor incidencia en el comportamiento lector es la educación. A mayor nivel educativo es más probable encontrar un comportamiento lector frecuente y diverso.

Por edad, los niveles más altos de lectura de libros se dan entre los jóvenes de 18 a 22 años, seguidos por los adolescentes de 12 a 17 años, entre los sectores socioeconómicos medios y altos. Se señala en el estudio que es necesario profundizar en los hábitos de lectura cuando ésta tiene el carácter de obligatoria, con fines utilitarios o de placer. Destaca el hecho de que una parte importante de los materiales que leen los mexicanos se consiguen a través de vías como las redes familiares y de amigos, las bibliotecas y las salas de lectura; éstas últimas, sobre todo en los estratos socioeconómicos medio bajo y bajo, y en las localidades con menor número de habitantes.

En el rubro que corresponde a la formación del comportamiento lector en la infancia, una de las hipótesis que deriva del estudio se plantea en términos del papel más activo que está jugando la familia para fomentar la lectura no escolar; asimismo, es importante resaltar el papel de la escuela cuando se es adolescente ya que en esta etapa los maestros y los compañeros de estudio resultan fundamentales para estimular la lectura.

En esa investigación (CONACULTA, 2006) se hace referencia a la encuesta nacional sobre prácticas de lectura llevada a cabo durante 2006 con los alumnos, docentes, directivos y padres de familia de la educación básica en nuestro país, mediante la colaboración de la SEP y el INEGI. Sin embargo, a la fecha no se han publicado los resultados de dicha investigación.

Asimismo, en relación con la lectura, se realizó un estudio diagnóstico exploratorio de la conducta lectora en alumnos de primaria del estado de Jalisco (Peredo, 1994). El propósito del estudio fue describir los principales elementos del comportamiento lector de los alumnos así como determinar los factores que influyen en la conducta lectora. Se abordan también los usos de los servicios de las bibliotecas públicas en la entidad y la función que éstas cumplen como parte de un proyecto de política cultural.

Los estudios que se reseñan, en su mayor parte presentan los resultados en términos de descripciones sustentadas en porcentajes; las variables presentan un funcionamiento independiente y no se analiza la correlación de los principales indicadores.

Ya recientemente, mencionamos también el estudio de José Meyer Rodríguez sobre *Hábitos, prácticas y consumos culturales en Puebla* (2005), en el cual se da cuenta de los procesos culturales en la ciudad de Puebla, destacando la conformación de un mercado muy diversificado en cuanto al consumo cultural, en donde cada vez gana más terreno los espacios de consumo virtual que el físico. Quizás

la aportación principal del estudio de Meyer es que el consumo cultural de medios y nuevas tecnologías que se da en los distintos segmentos de población no se centra en públicos o consumidores especializados sino que hay una gran variedad de consumidores “híbridos” por lo que habría que investigar el consumo transversalmente para de ahí conocer los perfiles y requerimientos de los receptores en razón de su medio y contexto. También se destacó que los medios contribuyen a construir un imaginario urbano y a rediseñar las prácticas sociales así como espacios públicos y privados.

Para finalizar, habría que citar también los aportes (ensayos, dirección de trabajos empíricos, etc.) que en los últimos años ha conjuntado Néstor García Canclini (1988, 1990, 1999, 2002) sobre los cambios sociales y culturales en torno al fenómeno de la llamada “globalización” económica a partir del tratado de libre comercio y sus efectos en nuestro país. Actualmente García Canclini dirige variadas investigaciones sobre comunicación y cultura en la UAM-IZTAPALAPA y es una de las autoridades sobre el tema que nos ocupa, tanto en nuestro país como en el resto de América Latina.

Este panorama nos refleja la necesidad de estudiar con paradigmas transdisciplinarios el fenómeno cultural actual de apropiación y conformación de públicos consumidores, particularmente los jóvenes, de tal manera que no nada más podamos realizar diagnósticos descriptivos (como el fenómeno se ha abordado generalmente) sino que también se pueda profundizar en la dimensión simbólica de lo cultural tratando de dar cuenta de la complejidad social en el contexto de una sociedad de consumo en la que cada día se aprende y conoce más por medio de la tecnología de la comunicación y la red, eso que ya se llama “cibercultura” (Islas, 2000; Solís, 2003; Sotelo, 2005).

Justificación

No existe una investigación en la entidad acerca de la estadística sobre consumo cultural de los adolescentes. Los estudios nacionales señalan que los índices más altos de consumo simbólico se presentan entre los jóvenes de 15 a 22 años, estudiantes en su mayoría. De ahí la importancia de considerar a este sector de la población en el diseño de las políticas públicas.

Asimismo, se aconseja que en la medida de lo posible, se replique la encuesta a nivel estatal a fin de contar con diagnósticos regionales más precisos. Esta información es de utilidad para orientar las políticas educativa y cultural en la entidad. Los estados se han desentendido de la producción de conocimientos públicos que incidan en el debate de la agenda pública con el propósito de atender

las necesidades y demandas de los adolescentes y jóvenes que de manera predominante no se consideran como un sector significativo de la población y más aún aparece en los organismos estatales una representación negativa de la etapa juvenil como irresponsable y manipulable.

Por otra parte, es necesario profundizar los resultados de la encuesta de diagnóstico con estudios cualitativos que consideren las trayectorias escolares de los alumnos en la interacción entre el ámbito escolar y la vida cotidiana de los adolescentes. La escuela difunde los códigos básicos de acceso a la cultura letrada y la moderna cultura del conocimiento; entre los efectos de la globalización se puede identificar una redistribución de los capitales simbólicos a favor de los grupos tradicionalmente excluidos de la educación y el consumo cultural.

El estudio de la relación entre el consumo cultural en alumnos adolescentes y el uso que hacen de las tecnologías aporta información indispensable para determinar las posibles implicaciones educativas de este fenómeno. tomando como punto de partida las transformaciones en las tecnologías de la comunicación y la relevancia de la información transmitida a través de los medios electrónicos para participar en la sociedad del conocimiento, es necesario diagnosticar en nuestra entidad y sus diversas regiones, los cambios que se han generado en las maneras de acceder de los adolescentes a la cultura escrita y las repercusiones de la recomposición de su mundo comunicativo confrontando las ofertas culturales, incluyendo la escolar y sus dispositivos de comunicación, con los modos de recepción y apropiación que influyen en los aprendizajes de los estudiantes de secundaria.

Metodología

El estudio es descriptivo con un diseño de diagnóstico y un enfoque de complementariedad de los datos cuantitativos y cualitativos. La encuesta ofrece información sustentada en porcentajes y la correlación entre los principales indicadores del funcionamiento de las variables sociodemográficas y del consumo cultural en las regiones y municipios de la entidad.

Por su parte, el enfoque cualitativo en los estudios de casos, trayectorias de acceso al consumo de la cultura escrita y mediática y de formación lectora, aporta a la comprensión de la diversidad y complejidad de la vida cotidiana de los adolescentes en localidades con diversos niveles de infraestructura cultural. el acercamiento empírico a las características específicas de los alumnos permite abordar el conocimiento de las repercusiones de la recomposición del mundo

comunicativo del adolescente y la relevancia de la lectura en las maneras de recepción y apropiación de los bienes culturales. Los instrumentos para obtener la información son:

- a) cuestionario de opinión para medir las percepciones, actitudes y valores acerca del consumo de bienes culturales. Asimismo, un cuestionario para medir las variables sociodemográficas y condiciones de vida de los encuestados.
- b) Guía de entrevista Semiestructurada para recabar las maneras de relación con la cultura en el marco de la vida cotidiana de los adolescentes.
- c) Entrevistas a profundidad para conformar los casos y relatos de vida para reconstruir las trayectorias de consumo simbólico y formación lectora.
- d) Revisión documental. Población los alumnos de secundaria regular en las modalidades general, técnica y telesecundaria, y estudiantes en rezago atendidos por el programa MEVYT del Instituto Estatal de Educación de Adultos.

De acuerdo con las cifras para el ciclo 2006-2007 la cantidad total de alumnos en el nivel secundario regular asciende a 373,732 y se distribuye por regiones según se muestra en seguida:

tabla no. 1 Distribución de la población por regiones, alumnos y escuelas 01 Norte 02 Altos Norte 03 Altos Sur 04 Ciénega 05 Sureste 06 Sur 07 Sierra Amula 08 Costa Sur 09 Costa Norte 10 Sierra Occidental 11 Valles 12 Centro 12.1 Zona Metropolitana de Guadalajara: Zapopan, Tlaquepaque, Tlajomulco, Tonalá, alumnos 4,659 19,947 18,679 24,661 5,898 17,859 5,087 9,392 16,187 3,597 19,064 30,741 91,610 60,624 27,649 11,053 18,078 escuelas 57 143 117 144 80 109 60 82 77 62 141 131 239 175 62 42 37 Fuente: Secretaría de Educación Jalisco (2008) muestra estratificada y proporcional la muestra es de los adolescentes de 12 a 17 años de edad, alumnos de secundaria en programas y escuelas de las cabeceras municipales y la Zona Metropolitana de Guadalajara.

La muestra representativa es estratificada y proporcional al tamaño de la población en los municipios agrupados en las 12 regiones económicas del estado y la zona Metropolitana de Guadalajara. Las unidades de selección son los 124 municipios y los criterios de inclusión son el número de escuelas por municipio y el número de alumnos por escuela y municipio. Asimismo, el número de alumnos cursando el MEVYT en los municipios en los que se oferta (información no disponible actualmente)

Bibliografía

- ALEXANDER, J. (2000). SOCIOLOGÍA CULTURAL. FORMAS DE CLASIFICACIÓN EN LAS SOCIEDADES COMPLEJAS. ANTHROPOS: BARCELONA.
- ALMANZA, V. (2008). LOS ESTUDIOS SOBRE EL CONSUMO CULTURAL: ALGUNAS OBSERVACIONES METODOLÓGICAS. [HTTP:// WWW.RAZONYPALABRA.ORG.MX/ANTERIORES/N47/VALMANZA.HTML](http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/N47/VALMANZA.HTML)
- BERMUDEZ, E. (2003). CONSUMO CULTURAL Y REPRESENTACIONES DE IDENTIDADES JUVENILES EN MARACAIBO. EN: DANIEL MATO (COORD.) POLÍTICAS DE IDENTIDADES Y DIFERENCIAS SOCIALES EN TIEMPOS DE GLOBALIZACIÓN. FACES-UCV, CARACAS. PP: 173-192.
- BORDIEU, P. (2003). CAPITAL CULTURAL, ESCUELA Y ESPACIO SOCIAL. SIGLO XXI EDITORES: BUENOS AIRES.
- _____ (2003). LOS HEREDEROS, LOS ESTUDIANTES Y LA CULTURA. SIGLO XXI EDITORES: BUENOS AIRES.
- BRUNNER, J.J. (2006). CHILE: ECOLOGÍA SOCIAL DEL CAMBIO CULTURAL. ANUARIO ININCO/INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN NO. 1, VOL. 18. CARACAS, JUNIO, 2006.
- CONSEJO NACIONAL PARA LA CULTURA Y LAS ARTES (2004). ENCUESTA NACIONAL SOBRE PRÁCTICAS Y CONSUMO CULTURALES. CONACULTA: MÉXICO. (2006). ENCUESTA NACIONAL DE LECTURA. CONACULTA: MÉXICO.
- FAURA, R. (2008). LA CULTURA LOCAL EN EL CIBERESPACIO. EL PAPEL DE LAS FRENTES. UNIVERSIDAD DE BARCELONA.
- GARCÍA CANCLINI, N. (1984). GRAMSCI CON BORDIEU. HEGEMONÍA, CONSUMO Y NUEVAS FORMAS DE ORGANIZACIÓN POPULAR. NUEVA SOCIEDAD NRO. 71. MARZO-ABRIL DE 1984. PP. 69-78.
- _____ (1992). CONSUMIDORES Y CIUDADANOS. EN, CONFLICTOS MULTICULTURALES DE LA GLOBALIZACIÓN. EDITORIAL GRIJALBO: MÉXICO.
- _____ (2003). CULTURAS HÍBRIDAS. ESTRATEGIAS PARA ENTRAR Y SALIR DE LA MODERNIDAD. GRIJALBO: MÉXICO.
- _____ (2005). DEFINICIONES EN TRANSICIÓN. EN, CULTURA, POLÍTICA Y SOCIEDAD. PERSPECTIVAS LATINOAMERICANAS. EN DANIEL MATO. CLACSO: BUENOS AIRES. PP. 69-81. DISPONIBLE EN [HTTP://WWW.CLACSO.ORG.AR/BIBLIOTECA](http://www.clacso.org.ar/biblioteca).
- _____ (2007). GLOBALIZARNOS O DEFENDER LA IDENTIDAD. ¿CÓMO SALIR DE ESTA OPCIÓN? NUEVA SOCIEDAD, PP. 56-70.
- HOPENHAYN, M. (2007). LA JUVENTUD LATINOAMERICANA. CÁTEDRA JULIO CORTÁZAR. UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA: GUADALAJARA.
- INSTITUTO MEXICANO DE LA JUVENTUD (2005). ENCUESTA NACIONAL DE LA JUVENTUD. MÉXICO.
- MORDUCHOWICZ, R. (2008). EL SENTIDO DE UNA EDUCACIÓN EN MEDIOS. ESCUELA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN. ÍNDICE NÚM. 32. [HTTP://WWW.RICOEI.ORG/RIE32A02.HTM](http://www.ricoei.org/rie32a02.htm).
- PEREDO, M. A. (1994). QUÉ, CUÁNTO Y DÓNDE LEEN LOS NIÑOS EN JALISCO. SECRETARÍA DE CULTURA: GUADALAJARA.
- ROSAS MANTECÓN, A. (2002). LOS ESTUDIOS SOBRE CONSUMO CULTURAL EN MÉXICO. EN, DANIEL MATO (COORD.). ESTUDIOS Y OTRAS PRÁCTICAS INTELECTUALES LATINOAMERICANAS EN CULTURA Y PODER. CARACAS.
- CONSEJO LATINOAMERICANOTE CIENCIAS SOCIALES. CLACSO Y CEAP. UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA. PP. 255-264.

- SUNKEL, G. (2002). UNA MIRADA OTRA. LA CULTURA DESDE EL CONSUMO. UNIVERSIDAD DE CHILE. CONSEJO LATINOAMERICANO DE CIENCIAS SOCIALES. DISPONIBLE EN: [HTTP://WWW.GLOBALCULT.ORG.VE/PDF/SUNKEL.PDF](http://www.globalcult.org.ve/pdf/sunkel.pdf).
- UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA (2002). TIEMPO LIBRE Y CONSUMOS CULTURALES EN JALISCO. SÍNTESIS ESTUDIO-ENCUESTA. DISPONIBLE EN: [WWW.CLAVES.UDG.MX](http://www.claves.udg.mx)
- YÚDICE, G. (2002). CONTRAPUNTEO ESTADOUNIDENSE/LATINOAMERICANO DE LOS ESTUDIOS CULTURALES. EN: DANIEL MATO (COORD.) ESTUDIOS Y OTRAS PRÁCTICAS INTELECTUALES LATINOAMERICANAS EN CULTURA Y PODER. CARACAS. CLACSO Y CEAP, FACES. UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA. PP. 339-352.