



EVALUA DF

Consejo de Evaluación del
Desarrollo Social del
Distrito Federal

CONSEJO DE EVALUACIÓN DEL DESARROLLO SOCIAL

DEL DISTRITO FEDERAL

FASE DE INVESTIGACION CUALITATIVA

DEL PROYECTO PARA

LA MEDICIÓN DE LA POBREZA Y LA DESIGUALDAD SOCIAL

INDICE

Objetivos de investigación	Pág. 3
Introducción	Pág. 4
Descripción de los grupos	Pág. 7
Análisis de resultados	Pág. 26
Determinación de los estratos sociales	Pág. 27
Bienes materiales asociados a la satisfacción de las necesidades de las personas	Pág. 30
Importancia de la buena presentación	Pág. 41
Requerimientos de la vivienda	Pág. 44
Tecnología y comunicaciones	Pág. 51
Actividades de entretenimiento fuera de casa	Pág. 75
Tiempo libre en días hábiles	Pág. 78
Vacaciones	Pág. 80
Importancia de gozar la vida	Pág. 81
Sexualidad y juventud	Pág. 82
Vulnerabilidad de los adultos mayores	Pág. 83

OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

Aportar elementos al proyecto de investigación para la medición integral de la pobreza y la desigualdad en el Distrito Federal, por medio de la realización de sesiones de grupo con ciudadanos del DF, para conocer los parámetros socialmente establecidos que diferencien la pobreza de la no pobreza.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Obtener información sobre los niveles aceptables de satisfacción de las necesidades humanas.
- Obtener información sobre las características de los bienes, servicios y actividades que se consideran adecuados para la satisfacción de las necesidades humanas.
- Obtener información sobre los alimentos y los menús que la población considera adecuados para la satisfacción de las necesidades alimenticias.
- Obtener información general de la noción de la población sobre la pobreza y la desigualdad y su grado de tolerancia.
- Obtener información sobre los niveles de vulnerabilidad social que percibe la población.

Introducción

La metodología cualitativa

La metodología cualitativa de investigación ha superado los cuestionamientos de orden epistemológico al demostrar sus alcances en el conocimiento del sujeto. Permite acceder a la lógica consciente e inconsciente del sujeto para comprender su mirada de manera más empática. El conocimiento que se construye a partir de la investigación cualitativa es tan válido como los hallazgos de orden cuantitativo, pues se encarga de comprender las sutilezas y los matices de los procesos sociales que la metodología cuantitativa no logra recoger.

La metodología cualitativa permite un mejor acercamiento a la complejidad de los procesos sociales en permanente construcción, otorgándole un papel central al lenguaje y a la subjetividad de la experiencia cotidiana del sujeto.

Permite estudiar la producción de significado como un proceso contextualizado e integrado a prácticas socioculturales más amplias. Se sitúa del lado del sujeto, reconociéndolo su papel activo y compenetrándose en su vivencia de la realidad.

Proveniente de disciplinas como la sociología, la psicología y la antropología, la metodología cualitativa se fundamenta en tres rasgos característicos:

1. La categoría teórica de *significado* y su sentido en la acción social.
2. La importancia de estudiar el significado de las acciones en su *contexto natural*.
3. El papel activo del sujeto investigador en la *interpretación* del significado, siendo éste el principal instrumento empírico.

Como la principal herramienta para aprehender al objeto de estudio está constituida por el propio investigador y su mirada interpretativa, la metodología cualitativa puede ser tildada de protagonista y totalmente subjetiva. El papel del investigador es uno de los factores más cuestionados al romper con la distancia tradicional entre el observador y el objeto de estudio. En este sentido, vale la pena tener en mente que el empleo de técnicas cualitativas requiere un trabajo permanente de auto-observación por parte del investigador, como un intento por reconocer la propia mirada como un filtro.

Se trata de mirar los fenómenos socioculturales y comunicativos desde la mirada del actor social, dotándolo de cualidades concretas sin la pretensión de cuantificar los hallazgos ni apresurarse a extrapolarlos. Se trata de explicarnos a nosotros mismos con la mayor profundidad y detalle posible.

Criticada por su incapacidad para arrojar datos representativos y generalizaciones, debe tomarse en cuenta que en la investigación cualitativa es más importante la *validez interna*. No busca la generalización, sino la explicación y comprensión profunda del objeto de estudio a partir de estudios de caso. Utiliza el criterio de *suficiencia comparativa*, por medio del cual el investigador define cuántos sujetos de investigación y cuántos componentes del objeto explorado debe observar y examinar.

El trabajo interpretativo del investigador es abierto y dinámico como la propia realidad que observa, pero debe ser sustentado en una estrategia metodológica sólida y enmarcarse en conceptos teóricos que contextualicen la mirada sin sesgarla. En este sentido, el investigador aparece como un explorador de significados con permiso para buscar y encontrar nuevas formas para acceder mejor al objeto de estudio y debe estar listo para las sorpresas que trae consigo el trabajo de campo cualitativo.

La investigación cualitativa ofrece una mejor comprensión de la mirada del otro, y aunque no tiene un carácter representativo, sí es capaz de resolver la pregunta central de una investigación. Una mirada integral, supone contextualizar esta perspectiva con técnicas cuantitativas más que den cuenta del marco contextual del sujeto.

Grupos de discusión

El *grupo de discusión* es una técnica de interacción grupal que pretende ser un *simulacro* de la realidad social, construyendo un ambiente en el que los sujetos son influidos e influyen en el resto del grupo, de la misma forma en que sucede en la vida real (Krueger, 1991: 35). Así, centra su atención en la dimensión social del lenguaje, partiendo de la conversación como forma básica de interacción de los sujetos en sociedad.

Consiste en la reunión de un número determinado de sujetos informantes (entre 6 y 10) con características similares y códigos en común, para abordar temáticas específicas bajo la dirección o moderación del investigador. Se simula así una dinámica de grupo natural en donde cada participante se presenta como portador de una noción particular de la realidad. En este sentido, se requiere un criterio de homogeneidad en las variables básicas de selección de participantes.

El investigador (o moderador) busca la fluidez de la conversación grupal más allá de de su presencia mediadora. Interviene proponiendo temáticas, guiando y conteniendo al grupo.

Descripción de los grupos

Se realizaron trece sesiones de grupo, la primera como sesión piloto y doce subsecuentes, que conforman la investigación, con las siguientes características:

Características generales de los grupos de mujeres

Sexo / nse	Mujeres C	Mujeres C+	Mujeres C	Mujeres D	Mujeres C-/ D+	Mujeres C-/D+
Estado civil	Solteras	Solteras	Casadas	Predominio casadas	Casadas	Predominio de viudas
Edad promedio	16 años	20.8 años	31.6 años	32 años	41.5 años	69 años
Ingreso familiar promedio	25,300 pesos	50,378 pesos	28,081 pesos	3,392 pesos	9,450 pesos	6,578 pesos
Escolaridad	Estudiantes preparatoria	Estudiantes licenciatura	Licenciatura Carrera técnica	Primaria/ secundaria	Secundaria / Carrera técnica	Primaria/ secundaria
Delegaciones de residencia	M. Hidalgo Cuauhtémoc A. Obregón Tlalpan	M. Hidalgo B. Juárez	V. Carranza A. Obregón Cuauhtémoc	Tlalpan Iztapalapa Coyoacán	M. Hidalgo Cuauhtémoc Coyoacán V. Carranza	V. Carranza, Cuauhtémoc, Coyoacán A.Obregón
Habitantes promedio	4 personas	4 personas	4 personas	6 personas	4 personas	2 personas

Sesión mujeres nivel C, de 15 a 17 años estudiantes actuales de preparatoria, solteras y sin hijos.

Participaron ocho personas, con un promedio de edad de 16 años, y viven en las delegaciones Miguel Hidalgo, Cuauhtémoc, Álvaro Obregón y Tlalpan. Dos de las participantes realizan sus estudios de bachillerato en escuelas privadas (UVM, Tec Milenio); el resto de las participantes realiza sus estudios en colegios públicos (Colegio de Bachilleres 1, CUGS, CECYT 6, IEMS, Gral. Lázaro Cárdenas, ENEP 4).

Ninguna de las participantes trabaja.

En sus casas habitan un promedio de cuatro personas.

Sus ingresos familiares son:

Entre 8,500 y 11,599 pesos- una participante. El jefe de familia es empleado.

Entre 11, 600 y 23,299 pesos – una participante cuyo jefe de familia es comerciante.

Entre 23,300 y 34,999 pesos – seis participantes, a la familia a la que pertenecen los jefes de familia son: odontólogo, ingeniero aeronáutico, supervisor, abogado, director, ingeniero industrial.

En cinco de los hogares no se cuenta con servicio domestico. Sólo tres participantes cuentan con servicio doméstico de entrada por salida.

Todos cuentan con todos los aparatos y servicios en casa, como son: televisión y televisión de paga, DVD, equipo modular de sonido, computadora, internet, horno de microondas y lavadora automática, calentador de gas o boiler.

Tienen un automóvil en casa, de modelo que oscila entre 2000 y 2009. Sólo en la casa de una participante se cuenta con dos automóviles.

En sus ratos libres las participantes gustan de: tomar clases de danza, estar en la computadora, salir a plazas, ir de compras, salir de fiesta, estar con los amigos, estar con el novio, ir al cine, hacer deportes y dormir.

Los viajes por placer son a lugares turísticos de playa en México (Acapulco, Cancún).

Sesión de mujeres de nivel C+, solteras, estudiantes de licenciatura, de 19 a 25 años de edad.

El grupo se conformó con siete participantes, que tienen un promedio de edad de 20.8 años de edad. Son provenientes de las delegaciones Miguel Hidalgo y Benito Juárez. En consonancia con el nivel social estudian en universidades privadas (Iberoamericana, ITAM, UP y sólo una de ellas cursa sus estudios universitarios en la UNAM) las carreras que cursan son Relaciones Internacionales, Relaciones Públicas, Actuaría, Terapia Física, Ingeniería Industrial y Arquitectura.

De las participantes, sólo una trabaja al mismo tiempo que concluye sus estudios universitarios.

En sus casas habitan en promedio cuatro personas.

Sus ingresos familiares son:

Entre 35,000 y 51,599 pesos – cuatro jefes de familia de las participantes, cuya ocupaciones son: profesionista, ejecutivo de ventas, empresa propia y en gobierno.

Entre 51,600 y 68,299 pesos – tres jefes de familia, de los que dos trabajan en gobierno y uno es dueño de una constructora.

Los hogares cuentan con personal domestico de planta y de entrada por salida.

Los aparatos y servicios en casa que tienen, son: televisión y televisión de paga, DVD, videocasetera, equipo modular de sonido, computadora, internet, horno de microondas y lavadora automática calentador de gas o boiler.

El promedio de automóviles que tienen son dos, de modelos recientes (2007 a la fecha), cuando hay más vehículos, estos son de modelos anteriores.

Las actividades que suelen realizar en sus ratos libres son: leer, ir al cine, tocar el violín, ir a museos, pintar, hacer deporte y viajar.

Realizan anualmente viajes al extranjero y a destinos de playa en el país (Cancún).

Sesión de mujeres de nivel C, amas de casa de tiempo completo de 28-35 años de edad.

El grupo se conformó con ocho participantes, que tienen un promedio de edad de 31.6 años de edad. Son provenientes de las delegaciones Venustiano Carranza, Álvaro Obregón, Cuauhtémoc.

Todas las participantes son casadas y ninguna trabaja. Tienen en promedio 2 hijos (sólo una participante no tiene hijos). Del total de las participantes, cuatro tienen inscritos a sus hijos en escuelas públicas y tres en escuelas privadas. En sus casas viven en promedio cuatro personas, contándose ellas.

Sus ingresos familiares son:

Entre 11,600 y 23,999 pesos – Dos participantes. Los jefes de familia cuentan con la licenciatura por parte de una universidad pública y trabajan en empresas privadas.

Entre 23,300 y 34,999 pesos – Cinco participantes. Los jefes de familia son egresados de universidades públicas. Uno es dentista y cuenta con su consultorio propio. Los cuatro restantes trabajan en el sector privado en puestos administrativos.

Entre 35,000 y 51,599 pesos – Una participante. El jefe de familia cuenta con nivel licenciatura por parte de una escuela pública. Trabaja en su propio negocio que es de maquinaria pesado.

Del total de los hogares, tres cuentan con personal de servicio de “entrada por salida” y cinco no cuentan con personal de servicio.

Los aparatos y servicios en casa que tienen todos los participantes, son: televisión y televisión de paga, equipo modular, horno de microondas, DVD, computadora, lavadora y calentador de gas o boiler.

Algunos hogares cuentan con internet (7) y videocasetera (4).

Los participantes cuentan con un automóvil modelo 2005 en promedio. Sólo una participante contaba con dos automóviles.

Las actividades que realizan en su tiempo libre son: andar en bici, bailar, ver televisión, hacer ejercicio, ver películas, estar en Internet y pintar.

Las participantes realizan en promedio 2 viajes de placer a destinos nacionales (playa).

Una participante realiza un viaje al extranjero una vez al año en promedio.

Sesión mujeres D, de 28 a 35 años

Participaron siete personas, con un promedio de edad de 32 años, provenientes de las delegaciones Tlalpan, Coyoacán e Iztapalapa. Tres de las participantes son casadas, dos viven en unión libre y las dos restantes son solteras.

Todas las participantes tienen hijos. El promedio de hijos por participante es de 3. Los que están en edad de asistir a la escuela lo hacen a una de gobierno.

En sus casas habitan un promedio de seis personas.

Sus ingresos familiares son:

Entre 2,700 y 3,499 pesos – para la mayoría de las participantes.

Entre 3,500 y 6,799 pesos- una participante.

Los ingresos antes mencionados incluyen los de los jefes de familia, quienes trabajan realizando oficios como obrero, lavacoche, ayudante mecánico y ayudante en una carnicería. De las participantes, cuatro no trabajan y tres lo hacen con actividades como vender dulces, cocinar, lavando y planchando.

Ninguno de los hogares cuenta con servicio doméstico.

El único aparato con el que cuentan todas las casas es la televisión. Algunos hogares cuentan con los siguientes aparatos y servicios en casa: equipo modular (4), videocasetera (2), DVD (3), calentador de gas o boiler (3) y horno de microondas (1).

Ninguna de las participantes cuenta con automóvil ni realiza viajes de placer.

La mayoría de las participantes no cuentan con automóvil. Sólo dos participantes cuentan con un automóvil de modelos antiguos (1994-1995).

En sus ratos libres a las participantes les gusta ver la televisión y películas, leer, hacer ejercicios, manualidades y salir a pasear con los hijos.

Las participantes viajan por placer en promedio una vez al año a destinos nacionales como Cuernavaca y Acapulco

Sesión mujeres nivel C-/D+, de 38 a 45 años que trabajen de tiempo completo.

Participaron ocho personas, con un promedio de edad de 41.5 años, provenientes de las delegaciones Miguel Hidalgo, Cuauhtémoc, Coyoacán y Venustiano Carranza. Todas las participantes están casadas y tienen en promedio 2 hijos. Los hijos de todas ellas estudian en escuelas públicas.

En sus casas habitan un promedio de cuatro personas.

Sus ingresos familiares son:

Entre 6,800 y 8,499 pesos – dos participantes. Una de ellas trabaja como auxiliar en una óptica y la otra es recepcionista en una mensajería.

Entre 8,500 y 11,599 pesos- seis participantes que trabajan desempeñando funciones como: empleada de un laboratorio, promotora, telefonista en un consultorio médico, ayudante en una agencia aduanal, comedores industriales y vendedora de ropa.

Los ingresos antes mencionados incluyen los de los jefes de familia, quienes trabajan realizando oficios como mecánico, taxista, chofer, vendedor, empleados y tramitador de una agencia aduanal.

Ninguno de los hogares cuenta con servicio doméstico.

Todos cuentan con los siguientes aparatos y servicios en casa: televisión, equipo modular y calentador de gas o boiler. Algunos hogares cuentan con: videocasetera (5), horno de microondas (6) y lavadora (6).

La mayoría de las participantes no cuentan con automóvil. Sólo dos participantes cuentan con un automóvil de modelos antiguos (1994-1995).

En sus ratos libres a las participantes les gusta: hacer ejercicio, leer, ver televisión y estar con sus hijos.

Las participantes viajan por placer en promedio una vez al año a destinos nacionales como Cuernavaca, Oaxaca, Puebla, Acapulco.

Sesión de mujeres de nivel C-/D+, residentes del D.F. de 65 a 75 años de edad.

El grupo se conformó con siete participantes, que tienen un promedio de edad de 69 años de edad. Son provenientes de las delegaciones Venustiano Carranza, Cuauhtémoc, Coyoacán, y Álvaro Obregón. En consonancia con el nivel social son mujeres cuyo nivel de escolaridad se encuentra entre primaria y secundaria.

De las participantes, ninguna trabaja. Cuatro de ellas siendo viudas, dos casadas y sólo una soltera. En sus casas habitan en promedio viven dos personas, contándose ellas.

Sus ingresos familiares son:

Entre 3,500 y 6,799 pesos – No tienen jefe de familia. Son mujeres viudas o solteras.

Entre 6,800 y 8,499 pesos – Son casadas. Los jefes de familia son empleados o jubilados.

Los hogares no cuentan con personal domestico ni de planta ni de entrada por salida.

Los aparatos y servicios en casa que tienen, son: televisión, DVD, videocasetera, equipo modular de sonido, horno de microondas, lavadora automática y calentador de gas o boiler.

Ninguna de las participantes cuenta con automóvil.

En sus ratos libres las participantes gustan de realizar actividades como: tejer, hacer manualidades, bailar, cantar, cocinar, leer, ver la televisión y salir con la amigas.

La mayoría de las participantes no realiza viajes de placer, sólo dos quienes viajan a destinos nacionales (Acapulco, Michoacán) una vez al año en promedio.

Características generales de los grupos de hombres

Sexo / nse	Hombres C-/D+	Hombres C	Hombres D	Hombres C+	Hombres D+	Hombres C
Estado civil	Solteros	Solteros	Predominio de solteros	Predominio de solteros	Predominio de casados	Predominio casados
Edad promedio	15.8 años	21.1 años	21.5 años	31.2 años	51.2 años	70.1 años
Ingreso familiar promedio	8,321 pesos	24,893 pesos	3,612 pesos	58,093 pesos	10,675 pesos	24,285 pesos
Escolaridad	Estudiantes preparatoria	Estudiantes licenciatura preparatoria	Secundaria/ preparatoria	Licenciatura	Secundaria / preparatoria inconclusos	Licenciatura titulados e inconclusa
Delegaciones de residencia	Iztapalapa A. Obregón Cauhtémoc Coyoacán Tlalpan GAM	GAM M. Hidalgo B. Juárez	Coyoacán, M. Hidalgo, B. Juárez, Cauhtémoc, Xochimilco V. Carranza	Coyoacán, M. Hidalgo, B. Juárez Cauhtémoc	Coyoacán Iztapalapa Cauhtémoc GAM B. Juárez	Azcapotzalco Cauhtémoc GAM M. Hidalgo B. Juárez
Habitantes promedio	4 personas	3.5 personas	4 personas	3 personas	4 personas	3 personas

Sesión de hombres de nivel C-/D+, solteros y sin hijos, 15 a 17 años Estudiantes actuales de preparatoria.

El grupo se conformó con siete participantes, que tienen un promedio de edad de 15.8 años de edad. Son provenientes de las delegaciones Iztapalapa, Álvaro Obregón, Cuauhtémoc, Coyoacán, Tlalpan y Gustavo A. Madero. En consonancia con el nivel social todos los participantes estudian en preparatorias públicas (CETIS 153, CCH-Sur, CCH-Azcapotzalco, Conalep, CET 1, CETIS 33).

Ninguno de los participantes trabaja.

En sus casas habitan en promedio cuatro personas.

Sus ingresos familiares son:

Entre 3,500 y 6,799 pesos – Un jefe de familia que se dedica a la carpintería.

Entre 6,800 y 8,499 pesos – Tres jefes de familia que son empleados de diversas empresas.

Entre 8,500 y 11,599 pesos – Tres jefes de familia cuyos trabajos son: chofer de camión, chofer escolar y jefe de seguridad.

Ninguno de los hogares cuenta con personal doméstico.

Los aparatos y servicios en casa que tienen todos los participantes, son: televisión, DVD y calentador de gas o boiler. Algunos hogares cuentan con internet equipo modular (5), videocasetera (3), horno de microondas (6), lavadora automática (3). Sólo un participante cuenta con computadora.

La mayoría de los participantes no cuenta con automóvil, sólo tres participantes cuentan con uno pero de modelo antiguo (1993 a 1996).

Las actividades que realizan en su tiempo libre los participantes son: estar en la calle con los amigos, ver películas, ir al cine, jugar fútbol, escuchar música y estar en la casa acostado.

Realizan un viaje de placer a algún destino nacional (Cuernavaca o playa).

Sesión de hombres de nivel C; solteros y sin hijos, que estudien, trabajen ó ambos; de 19 a 25 años de edad.

El grupo se conformó con ocho participantes, que tienen un promedio de edad de 21.1 años de edad. Son provenientes de las delegaciones Miguel Hidalgo, Benito Juárez y Gustavo A. Madero. Del total de los participantes tres realizan estudios en escuelas particulares (Centro Universitario México, Universidad Insurgentes, Universidad Intercontinental); tres más estudian (Colegio Holandés, DGBA) y trabajan; y dos cuentan con estudios concluidos (UNAM) y trabajan.

En sus casas habitan en promedio 3.5 personas.

Sus ingresos familiares son:

Entre 11,600 y 23,999 pesos – Dos jefes de familia con licenciatura y uno con carrera técnica. Uno trabaja por su cuenta, uno en el sector privado y otro para el gobierno.

Entre 23,300 y 34,999 pesos – Tres jefes de familia con licenciatura de parte de una escuela pública, que laboran en el sector privado. Dos cuentan con carrera técnica/preparatoria especializada y trabajan en el sector privado.

La mitad de los hogares cuentan con personal domestico de planta y de entrada por salida. La otra mitad no cuenta con servicio de personal doméstico.

Los aparatos y servicios en casa que tienen todos los participantes, son: televisión, DVD, horno de microondas y lavadora automática, calentador de gas o boiler.

Algunos cuentan con computadora (7), Internet (5), televisión de paga (5), equipo modular (7).

El promedio de automóviles que tienen son dos, de modelos desde el 2000 a la fecha. Sólo en el hogar de un participante se cuenta con más vehículos, estos son de modelos anteriores.

Las actividades recreativas que realizan en sus tiempos libres son: ir al cine, a tomar café, al bar, leer, salir con los amigos, hacer ejercicio, escuchar música, jugar videojuegos y estar en la computadora.

Realizan en promedio 2 viajes de placer al año a destinos nacionales.

Sesión de hombre, nivel D, entre 19 y 25 años de edad

Participaron ocho personas, con un promedio de edad de 21.5 años, y viven en las delegaciones Coyoacán, Miguel Hidalgo, Benito Juárez, Cuauhtémoc, Xochimilco y Venustiano Carranza. Seis de los participantes son solteros. De los restantes uno es casado y el otro vive en unión libre. Ninguno de los participantes tiene hijos.

El nivel de escolaridad de los participantes se encuentra en secundaria (5), aunque algunos llegan a alcanzar el bachillerato (3). Todos los participantes trabajan en ocupaciones como ayudantes, cajeros, auxiliares.

En sus casas habitan un promedio de cuatro personas.

Sus ingresos familiares son:

Entre 2,700 y 3,499 pesos – seis participantes. Dedicándose a ocupaciones como ayudantes en tiendas autoservicio, office boy y un afanador en un hospital.

Entre 3,500 y 6,799 pesos – dos participantes. Uno es cajero en un restaurante de comida rápida y el otro ayudante de un taller.

En los casos de los cuatro que viven con su familia, los ingresos antes mencionados incluyen los de los jefes de familia, quienes trabajan realizando oficios como mecánicos, veladores, intendencia, chofer, servicio doméstico, etc.

Ninguno de los hogares cuenta con servicio domestico.

Todos cuentan con todos los aparatos y servicios en casa, como son: televisión, DVD, y calentador de gas o boiler. Sólo algunos cuentan con: equipo modular (4), horno de microondas (2) y lavadora (1).

No cuentan con automóviles.

Las actividades que realizan los participantes en su tiempo libre son: practicar deporte, salir con amigos, ir al cine, escuchar música, ver la televisión, jugar fútbol y boliche.

En promedio viajan por placer 1 vez al año a destinos nacionales (Cuernavaca).

Sesión de hombre, nivel C+, entre 28 y 35 años de edad

Participaron ocho personas, con un promedio de edad de 31.2 años, y viven en las delegaciones Coyoacán, Miguel Hidalgo, Benito Juárez y Cuauhtémoc. Dos de los participantes son casados (con dos y tres hijos cada uno) y los seis restantes solteros, de los cuales dos viven solos.

Sus estudios de licenciatura son de universidades privadas, como son Tecnológico de Monterrey, Escuela Bancaria y Comercial, UDLA (DF), Centro de Estudios Universitario Londres y uno es egresado de la UPIICSA. Las carreras que estudiaron son: Administración de Empresas, Finanzas, Contaduría, Diseño Gráfico e Ingeniería.

En sus casas habitan un promedio de tres personas.

Sus ingresos familiares son:

Entre 23,300 y 34,999 pesos – un participante soltero que vive con su familia, que se dedica a servicios jurídicos en un despacho de abogados.

Entre 35,000 y 51,599 pesos – un participante soltero, cuya ocupación es corredor de bolsa.

Entre 51,600 y 68,299 pesos – cuatro participantes (dos casados, uno soltero que vive solo y uno que vive con su familia); dedicados al comercio, puesto de gerencia en la industria del metal y farmacéutica; y servicios profesionales en una escuela

Más de 68,300 pesos - dos participantes solteros que vive con sus familias, con puestos gerenciales en compañías de telecomunicaciones y computación.

En los casos de los cuatro que viven con su familia, los ingresos antes mencionados incluyen los de los jefes de familia, quienes trabajan en puestos gerenciales (Empresa

especializada en redes computacionales y construcción), gobierno, profesionista independiente.

En general, los hogares cuentan con servicio domestico de planta y de entrada por salida, con la excepción de dos, que no tienen ayuda para el trabajo domestico.

Todos cuentan con todos los aparatos y servicios en casa, como son: televisión y televisión de paga, DVD, equipo modular de sonido, computadora, internet, horno de microondas y lavadora automática calentador de gas o boiler. La videocasetera sólo es mencionada por la mitad del grupo (en desuso).

En promedio tienen dos automóviles en casa, de modelos recientes.

En sus ratos libres les gusta realizar las siguientes actividades: deportes como fútbol americano o patinar, ir al gimnasio, al teatro, al cine, a restaurantes, bares, antro; y los que son casados, estar con la familia.

Los viajes por placer son a lugares turísticos de playa en México (Cancún, Vallarta, Los Cabos) y en el extranjero (Las Vegas, Orlando, Hawái)

Sesión de hombres entre los 48 y 55 años, de nivel D+,

Ocho participantes, con una edad promedio de 51.2 años y son provenientes de las delegaciones Coyoacán, Iztapalapa, Cuauhtémoc, Gustavo A Madero y Benito Juárez. De los ocho participantes, siete son casados, con dos hijos (tres de ellos), tres hijos (tres de los señores) y uno con cuatro hijos. Tres de los participantes tienen estudios de secundaria inconclusos; cuatro tienen estudios de preparatoria inconclusos y uno de licenciatura inconclusos.

En cada hogar viven un promedio de cuatro personas.

Los ingresos familiares son:

Entre 6,800 y 8,499 pesos – Un participante, cuya ocupación es chófer.

Entre 8,500 y 11,599 pesos – Seis participantes, que se dedican al comercio formal e informal, contratista en obra y taxista.

Más de 11,600 pesos- Un participante, ocupación cartero

Ninguno cuenta con servicio domestico.

Los aparatos y servicios que todos cuentan en sus domicilios son: televisión y calentador de gas o boiler.

Algunos mencionan DVD (5), equipo modular de sonido (7), videocasetera (5), computadora (3), internet (2), horno de microondas (6), lavadora automática (6) y televisión de paga (1).

Ningún participante tiene automóvil para uso particular.

Los participantes en sus ratos libres realizan actividades como: leer el periódico y ver las noticias, estar en Internet, ayudar en las labores domésticas, cocinar, jugar fútbol, salir con los amigos y estar con la familia.

Los destinos turísticos mencionados excepcionalmente son Acapulco, Cuautla y Morelia.

Sesión de hombres de nivel C, residentes del D.F. de 65-75 años

El grupo se conformó con siete participantes, que tienen un promedio de edad de 70.1 años de edad. Son provenientes de las delegaciones Gustavo A. Madero, Cuauhtémoc, Coyoacán, Miguel Hidalgo, Benito Juárez y Azcapotzalco. De los participantes 5 son casados (tres con dos hijos; uno con tres hijos y uno con siete hijos), 1 vive en concubinato (sin hijos) y 1 es viudo (con 5 hijos).

Cuatro de los participantes cuentan con licenciatura completa (uno en ingeniería). Los tres participantes restantes cuentan con estudios de licenciatura inconclusos. Todos realizaron sus estudios en universidades públicas (UNAM, IPN).

En cada hogar viven en promedio 3 personas.

Sus ingresos familiares son:

Entre 11,600 y 23,999 pesos – Dos participantes. Uno cuenta con un restaurante propio y el otro no trabaja.

Entre 23,300 y 34,999 pesos – Cuatro participantes. Dos son empleados (uno de gobierno y otro de empresa privada), uno cuenta con comercio propio y dos no trabajan actualmente.

Los hogares de seis participantes no cuentan con personal domestico y sólo uno cuenta con persona doméstico de entrada por salida.

Los aparatos y servicios en casa que tienen todos los participantes, son: televisión, DVD, videocasetera, equipo modular de sonido, horno de microondas, computadora, lavadora automática y calentador de gas o boiler.

Algunos participantes cuentan con internet (5) y televisión de paga (6).

Las actividades que realizan en sus tiempos libres son: salir de paseo, leer, caminar por parques y estar con la familia.

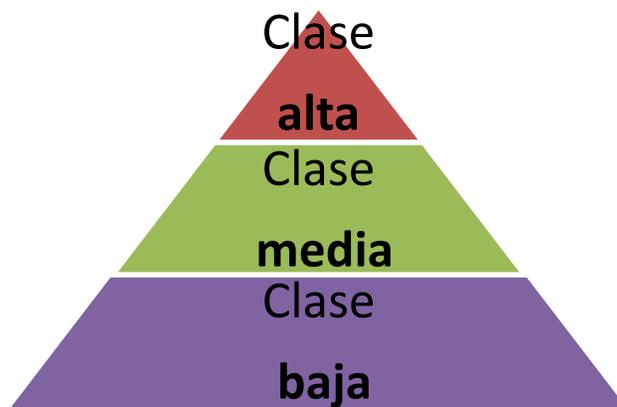
Los participantes cuentan con un automóvil de modelo reciente (2004-2009). En promedio, los participantes, realizan 2 viajes de placer a destinos nacionales (playa). Dos participantes realizan un viaje al extranjero una vez al año en promedio.

Análisis de resultados

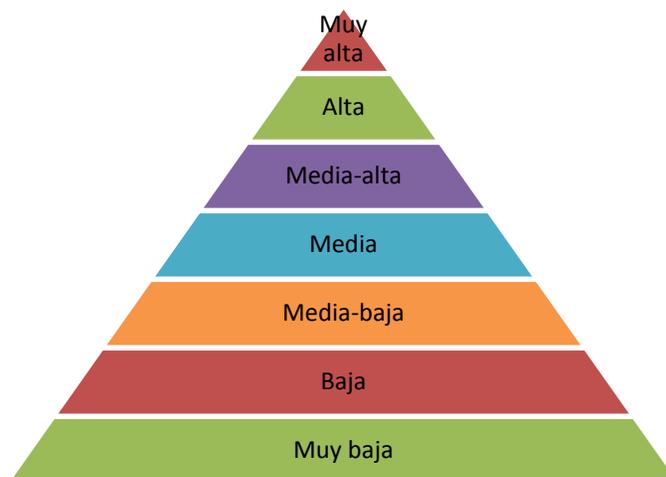
Determinación de los estratos sociales

Pueden observarse **dos** criterios de estratificación social:

1. **Criterio básico.** Percepción de las tres clases sociales que imperan en el imaginario: clase alta, clase media y clase baja.



2. **Criterio complejo.** Se suman estratos intermedios: medio-alto, medio-bajo, además de considerar uno muy alto y otro muy bajo



En este último criterio se expresa la percepción de una alta concentración de la riqueza, siendo que el estrato más alto se le denomina “*Slim*” o “*de los políticos*”, mientras que el inferior llega a ser denominado de la “*miseria absoluta*” o “*de la muerte*”.

Se observa que los **ingresos económicos** constituyen el fundamento de la estratificación social. Determinan la movilidad social, la posibilidad de mejorar el nivel de vida y tener un mayor número de bienes materiales. La posesión de bienes está vinculada con el bienestar emocional. “*Si tienes más, te sientes mejor*”.

Además de los ingresos económicos, surgen como consideraciones complementarias:

- La educación
- Las relaciones interpersonales, influencias o “*palancas*”
- El esfuerzo personal
- Los valores socioculturales que se proyectan

La **educación** permite escalar socialmente, y comprende: la preparación profesional o universitaria, el prestigio de la universidad, la calidad académica y las relaciones sociales implicadas. La movilidad social se supedita al cumplimiento de estas cuatro condiciones. Mientras la educación privada pudiera garantizar la obtención de un buen empleo, la educación pública no lo asegura. “*Hay muchos universitarios de taxistas*”. “*No es lo mismo estudiar en la UNAM que en el TEC o en la Ibero. Ahí y conoces personas que después te ayudan a conseguir un buen trabajo*”.

Las **relaciones interpersonales, influencias o “palancas”** no se limitan al ámbito educativo, sino que dependen del entorno social más amplio en el que se vive. Se describe como una dinámica social que permite perpetuar la permanencia en un segmento o clase social determinada, “*Alguien de clase alta conoce gerentes, no empleados, y los recomiendan para mejores puestos que alguien que sólo conoce al*

supervisor". En este sentido, se recalca la importancia del círculo social-educativo en el que se desenvuelven las personas.

El **esfuerzo personal** está vinculado a la visión de la **meritocracia**, donde la superación depende por completo de un esfuerzo personal constante; estudiar y trabajar arduamente más allá de las oportunidades, la suerte o las relaciones sociales.

Finalmente, se considera la influencia de los **valores socioculturales** que se proyectan como determinantes del nivel o estrato social al que se pertenece. En este sentido, se manifiestan visiones polarizadas y maniqueas, como se observa en el siguiente cuadro:

	Ser pobre	Ser rico
Visión NSE Bajo	Esfuerzo de supervivencia y superación en condiciones adversas.	Individualismo, materialismo y avaricia en condiciones ventajosas.
Visión NSE Alto	Ignorancia, conformismo y deshonestidad. <i>"Cuando un rico quiere algo lo compra, mientras que un pobre lo roba".</i>	Esfuerzo, responsabilidad y persistencia. Obtención legítima de recompensas.

Bienes materiales asociados a la satisfacción de las necesidades de las personas

Para determinar los bienes materiales que se conciben necesarios para la satisfacción de las necesidades del individuo, fueron planteados dos ejercicios subsecuentes: la descripción, por su apariencia, de una persona pobre y en un segundo momento, los requerimientos para no ser pobre.

A partir de las descripciones de la persona pobre y de aquello que le falta para no serlo, surgen **concepciones diferenciadas de la pobreza** a partir de la perspectiva de clase de las personas.

1. En los niveles socioeconómicos bajos (D y D+), se alude a la pobreza como **pobreza extrema** y la “no pobreza” se asocia a la posibilidad de acceder a bienes materiales para la satisfacción de las necesidades.
2. La “no pobreza” a la que hacen alusión los niveles socioeconómicos bajos, corresponde con la concepción de la **pobreza** que se tiene en los niveles socioeconómicos medio y alto (C y C+), para quienes la “no pobreza” está determinada por la seguridad de clase y el capital cultural de las personas.

Descripción de la pobreza extrema

Perspectiva de los NSE bajos (D y D+)

Desde esta perspectiva, el concepto de pobreza extrema se ve personificado en la figura del **indigente**; alguien que carece de los medios para alimentarse y vestirse, es decir, de hacerse cargo de sí mismo.

Se describen como personas de tez morena ("*prietitos*"), sucias, descuidadas y andrajosas; vagabundos sin vínculos sociales concretos. "*Nadie les pregunta cómo se sienten*". El indigente ha perdido el trabajo y la familia, y su vida carece de sentido o dirección.

Se les caracteriza por vivir en la calle y estar acompañados de un perro que vive en las mismas condiciones que ellos. "*Si te sigue un perro sucio como estopa de mecánico, entonces eres pobre*". En este sentido, las condiciones de vida del humano se homologan a las del animal callejero. Buscan sus alimentos en la basura sin importar el estado o higiene de éstos, pero no se enferman porque se han vuelto resistentes. "*Tienen estómago de perro*".

La descripción del **indigente** también se observa vinculada a la figura de:

- El drogadicto, que se ha aislado y "*perdido en el vicio*" (jóvenes / mujeres 65-75).
- El delincuente, que se dedica a robar y asaltar a los transeúntes. "*Sólo viendo a quién va a fregar*" (hombres 65-75).
- El limosnero, que tirado en la calle pide monedas para poder sobrevivir.
- El indígena, que migra de su comunidad de origen a la ciudad.

Esta representación del indigente como encarnación de la pobreza que construyen los niveles socioeconómicos bajos puede constituir una necesidad de tomar distancia en relación a sí mismos y su propia realidad, evitando confusiones en la imagen social proyectada.

Este planteamiento sugiere una relativización de la concepción de la pobreza, pues ésta llega a estar supeditada al lugar desde donde se mira. *“Para nosotros, los pobres son estos; si se lo preguntas a alguien con varo, entonces los pobres somos nosotros”*.

Vestimenta y arreglo personal en la pobreza extrema

El aspecto físico del indigente está relacionado con la suciedad y el descuido total. Lleva ropa muy desgastada de tanto uso, sucia, rasgada y arrugada. La ropa le queda floja y holgada pues no corresponde a su talla (*“El muerto era más alto”*). Sus zapatos están rotos y sucios; también pueden usar huaraches o incluso ir descalzos.

Su cabello está grasoso, maltratado, cenizo, con caspa y *rastas* (mechones de pelo enredado y apelmazado). Tiene las uñas largas y su piel muestra grandes concentraciones de suciedad y mugre. No se rasuran.

Despiden un olor concentrado muy desagradable. *“Huelen a ‘pasuco’: patas, sudor y cola”*. También se describe como un olor a tierra y humedad; a leña o carbón. *“Huelen a pueblito”*.

Actitudes en la pobreza extrema

Los indigentes se caracterizan por ser personas rebeldes, solitarias y retraídas, que incluso llegan a ser agresivas y retadoras como reacción a la intromisión y el cuestionamiento.

Caminan encorvados y cabizbajos, derrotados por las adversidades que no pudieron superar en sus vidas (*“ya sin espíritu”*). En el caso extremo, muestran patologías psiquiátricas y pensamientos suicidas. *“Preferirían estar muertos”*.

Requerimientos sociales de la “no pobreza”

Perspectiva de los NSE bajos (D y D+)

En contraposición con la figura del indigente como representación de la extrema pobreza, las personas “no pobres” son descritas como individuos sencillos, que tienen una familia y un trabajo. Se insertan en la dinámica social y siguen los patrones de la gente de bien.

Vestimenta y arreglo personal de los *no pobres*

Sobresale la imagen de una persona aseada, que se baña y procura su aspecto personal. Hombres rasurados, con las uñas cortas y limpias. Personas bien peinadas y con el cabello limpio que visten ropa y calzado de buena calidad en condiciones admisibles. Particularmente, los jóvenes consideran ropa moderna y colorida *“a la moda”*.

Actitudes de la *no pobreza*

En contraposición con la actitud concebida del *indigente*, la persona “no pobres” es descrita como alguien esforzado y perseverante; se trata de personas que asumen su papel en la sociedad de forma digna, con paso firme y “*la mirada de frente*”, enfrentando sus actividades cotidianas de la mejor manera posible.

De esta manera, puede observarse que en los niveles socioeconómicos más bajos (D, D+), la distinción entre la pobreza y la no pobreza se presenta como un juego de opuestos:

Pobreza extrema: indigentes	No pobreza: personas normales
Suciedad	Limpieza
Derrota	Esfuerzo
Auto-exclusión de la dinámica social	Inclusión en la dinámica social

Descripción de la pobreza

Desde la perspectiva de los NSE C y C+

Además de la **falta de recursos económicos**, los niveles socioeconómicos medios y altos asocian la pobreza con aspectos socioculturales ligados a la apariencia física y la imagen social que las personas proyectan. Se trata de una perspectiva en la que cobra relevancia las **posiciones diferenciadas de clase** social.

En este contexto, los pobres buscan emular los gustos y costumbres de las personas con dinero, tratando de imitar sus estilos de vida y preferencias. Sin embargo, este esfuerzo resulta difícil e infructuoso, pues incluso accediendo a ciertos bienes, no se cuenta con los **códigos de clase** adecuados. *“Te das cuenta que son pobres porque no saben cómo combinar los zapatos y el cinturón*

Esta diferenciación de clase se hace más evidente en relación a la **moda** (tema más relevante para jóvenes). Se considera que las personas pobres no están en contacto con las fuentes originales de creación (tiendas, revistas), por lo que, en caso de poder acceder a ésta, no cuentan con las herramientas culturales para apropiarse legítimamente de ella. Así, se compran productos de imitación (*“piratas”*), lo que llega a reflejarse en la calidad de las prendas.

Desde la mirada de los NSE medios y altos, las personas pobres son aquellas que, aunque se lo propongan, no pueden acceder a los códigos simbólicos de las clases altas, mismos que se encuentran en permanente cambio.

Esta perspectiva de la pobreza, basada en la diferenciación de hábitos y costumbres, lleva consigo una desvalorización hacia aquellos que se consideran socioculturalmente inferiores, lo que que deviene en **exclusión social**.

Vestimenta y arreglo personal

De manera general, se describe una apariencia física en la que impera el **mal gusto**:

- Ropa en mal estado, desgastada por un uso constante, de apariencia raída y descolorida.
- Vestimenta “pirata”, excesivamente colorida o “pasada de moda”.
- Peinados exagerados. *“Cholos o ñeros, que usan mucho gel, tienen pelos parados y con rayitos”.*

Cabe señalar que este tipo de arreglo personal se diferencia en relación a un aspecto propositivamente “descuidado” de las clases altas. *“Antes los distinguías (a los pobres) por no haberse rasurado, y hasta decías que no les alcanzaba ni para el rastrillo, ahora (también los ricos) se quedan sin rasurar”.*

Se considera que las personas pobres tienen un olor característico relacionado con su alimentación (maíz, tortilla), y con sus ocupaciones, que implican esfuerzo físico y por lo tanto, sudor. Además, se percibe que la calidad de la ropa puede tener consecuencias en el olor de las personas. *“Con unos tenis o una playera piratas sudas y se apestan”.*

Actitudes

La falta de recursos económicos y la limitación de posibilidades traen consigo actitudes negativas en las personas pobres. Impera el **desánimo**, la tristeza, la inseguridad y una baja autoestima. *“Cuando el dinero no te alcanza estas triste”*. Se construye la imagen de una persona que camina lentamente, pensativa, buscando la resolución de sus problemas inmediatos.

Desde una postura extrema, son consideradas personas mediocres y conformistas, *“que no aspiran a nada”* y no les preocupa su imagen personal.

Subyace en la pobreza un claro malestar emocional y un sentido de **frustración** (querer, pero no poder), del que se consideran exentos a los menores de edad. *“Los niños no se dan cuenta de lo que no tienen, ellos son felices jugando”*. Es a partir de la pubertad cuando las personas son conscientes de sus limitaciones. *“Es cuando quieren salir, comprar, invitar chavas”*.

De esta manera, los NSE medios y altos asocian la pobreza con el arquetipo del *“jodido”* y del *“naco”*; aquellos que busca un ascenso social concreto y simbólico, pero las limitaciones inherentes a su clase social y a su condición socioeconómica no se lo permiten.

Requerimientos sociales de la *no pobreza*

Desde la perspectiva de los NSE C y C+

Además de los recursos económicos y la posesión de bienes, el concepto de **riqueza** se asocia a la posesión de ciertos códigos y patrones socioculturales. Así, se le confiere un importante **valor simbólico**. Más allá de las posesiones, es el **capital cultural** lo que otorga legitimidad a la posición social de las personas “ricas”.

Es el capital cultural lo que confiere a las personas ricas el sentido de “gente de mundo”. Se distinguen por conocer de estilos, modas y marcas, tanto a nivel nacional como internacional. Sus posibilidades de vida son ilimitadas al contar con los recursos económicos y las herramientas culturales adecuadas. *“Deciden y hacen lo que quieren”*.

Vestimenta y arreglo personal

Usan ropa “de marca” y en línea con las tendencias de la moda. Saben combinar las prendas y elegir los atuendos dependiendo de cada ocasión. Incluso al vestir de forma informal lucen bien arreglados (o es tal la confianza en sí mismos que no se preocupan en demasía por su imagen).

Su higiene se da por sentada, no es puesta en duda ni se plantea como condición para ser valorados socialmente. En todo caso, la **seguridad de clase** justifica cualquier falta al código tácito de lo socialmente adecuado. *“El domingo vas a descansar, te puedes poner unos pants y ya”*.

Actitudes

Las personas ricas se conciben como personas **exitosas**, determinadas, que saben lo que quieren y luchan por ello. Son demandantes al asumir que lo merecen. En este sentido, el ejercicio del poder (adquisitivo y simbólico) se asume como un derecho social. Pueden ser prepotentes y agresivos en el trato, aunque no tienen la necesidad de emplear la violencia física, pues cuentan con otros recursos para lograr sus objetivos.

Vestimenta y arreglo personal Visión comparativa

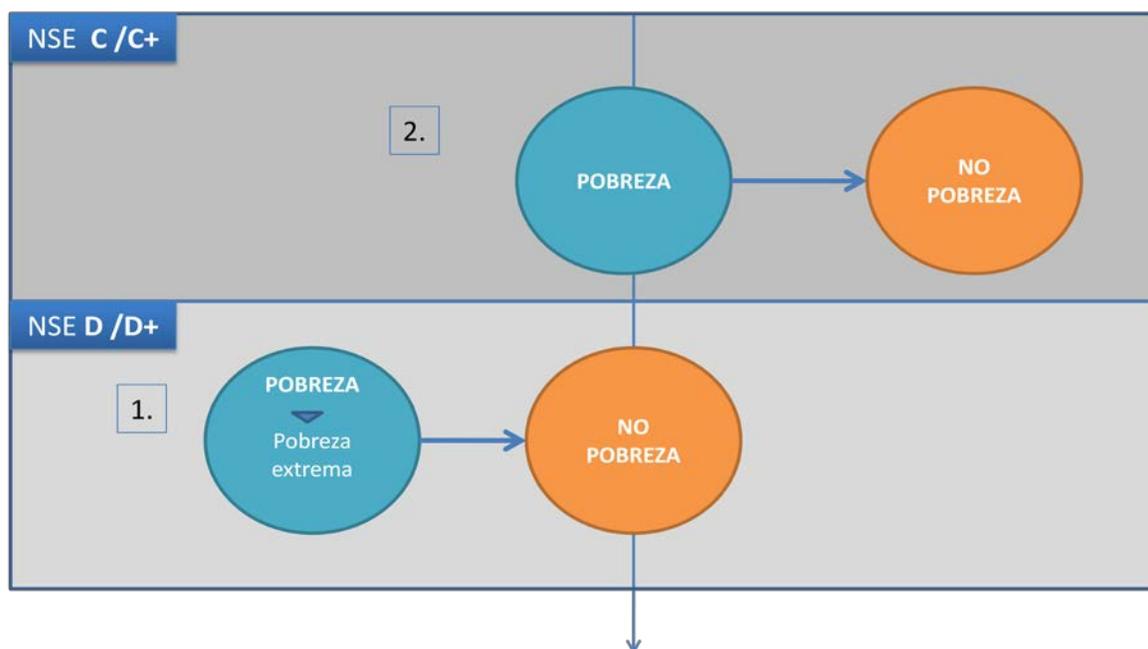
NSE	D / D+	C / C+
Definición de calidad en el vestir	Resistencia y durabilidad	Estilo y moda
Prioridades en el estilo	Variedad de colores	Combinaciones adecuadas
Marcas	Cualquier marca	Marcas de prestigio
Lugar de compra	Tianguis y supermercados	Boutiques y tiendas departamentales
Manejo de información	Limitada / valor por el dinero	Esencial / saber qué, cuándo y cómo
Elección de prendas	Por gusto / por capacidad de compra	Por gusto / por tendencias / por proyección social

Perspectivas diferenciadas de la “no pobreza”

Como hemos observado, el nivel socioeconómico de las personas influye en la concepción que se tiene de la “no pobreza”, pudiéndose detectar dos percepciones básicas:

1. En los niveles socioeconómicos **bajos** (D y D+) se alude a la pobreza extrema en un esfuerzo por desmarcarse de ésta, y la “no pobreza” es la posibilidad de acceder a los bienes que satisfacen las necesidades.
2. En los niveles socioeconómicos **medio y alto** (C y C+), la “no pobreza” implica seguridad de clase.

De esta manera la concepción de “no pobreza” que se tiene en los NSE bajos, concuerda con la concepción a la “pobreza” que se tiene en los NSE medio y alto.



Así, la diferencia entre “pobreza” y “no pobreza” trasciende los requerimientos materiales y está relacionada con la creación y posesión de capital cultural.

Importancia de la buena presentación

La presentación de las personas constituye valiosa fuente de **información** para descifrarnos unos a otros; transmite significados sobre la personalidad, el estilo de vida y el origen social de los individuos. De manera general, la buena presentación resulta muy importante en tanto marca la pauta de la aceptación o el rechazo social. *“Como te ven te tratan”*.

La buena presentación es **determinante** en términos de **seguridad personal** y **aceptación social**. A nivel individual, puede ser un recurso para obtener lo que se desea, como un empleo o el interés del sexo opuesto.

Surgen como componentes básicos de una buena presentación:

1. La **limpieza o higiene personal**. Estar limpio y verse limpio
2. La **adecuación** a situaciones, eventos, lugares y contextos particulares

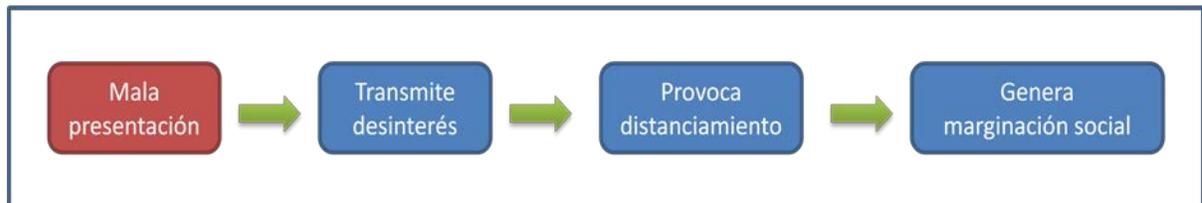
La higiene personal es un factor determinante de la buena presentación. Involucra:

- Bañarse diariamente (lavado de cuerpo y cabello)
- Usar desodorante para evitar olor a sudor
- Usar perfumes y lociones para oler bien (el olor a jabón puede ser insuficiente)
- Lavarse los dientes y mantener un buen aliento
- Rasurarse
- Peinarse (mientras para NSE alto es importante un estilo actual, para NSE es más relevante controlar el cabello y mantenerlo en su lugar)
- Cambiarse constantemente de ropa (ropa sucia anula higiene corporal)
- Cortarse las uñas y mantenerlas aseadas

Para los adultos, los escenarios que demandan una buena presentación son el contexto laboral y los eventos sociales, mientras que para los jóvenes los escenarios tienden a diversificarse. Para éstos, la buena presentación se hace necesaria para “salir” (ir a fiestas, bares, *antros*), genera confianza en sí mismos para enfrentar el momento y puede incrementar las probabilidades de seducción y conquista.

Desde la perspectiva adulta, una buena presentación es un elemento clave para obtención de **respeto** por parte de los demás, mientras que para los jóvenes es una forma de proyectar la imagen **responsabilidad** frente a los adultos, sobresalir en el contexto del grupo de pares o impresionar al sexo contrario.

La mala presentación está asociada al **descuido personal**, al generar la percepción de una persona que presta poco atención a su aspecto. Asimismo, llega a transmitir la imagen de alguien rebelde o desadaptado que pone “en tela de juicio” las normas sociales. En última instancia, la mala presentación se observa vinculada a la **marginación social**.



Aparentemente, los segmentos más proclives al escrutinio público son:

- Las mujeres
- Los jóvenes
- Las personas de NSE más bajo

En contraposición, los hombres adultos de NSE más alto parecen ser menos propensos a la descalificación, al ser ellos mismos quienes imponen los parámetros de aceptación.

Importancia del maquillaje en las mujeres

El maquillaje es considerado necesario en términos de apariencia y bienestar femenino. Entre las mujeres, el maquillaje se reconoce como parte del arreglo básico, un hábito cotidiano y una cuestión de estilo en función de la ocasión. Sin embargo, además de ser una decisión personal, el maquillaje femenino se presenta claramente como una **exigencia social**.

Desde la perspectiva masculina (androcéntrica), el maquillaje puede ser un elemento determinante entre belleza y fealdad, asumiéndose como un procedimiento imprescindible para muchas mujeres. *“Las bonitas lo necesitan menos que las feas” (Hombres jóvenes D/D+).*

El maquillaje excesivo es criticado en los NSE medio y alto por asociarlo al mal gusto y la mala presentación. Un maquillaje **sencillo** se concibe así como suficiente, siendo el *rímel* de ojos una herramienta clave para *“realzar la mirada”*.

Importancia de accesorios y alhajas

Mientras los jóvenes de ambos sexos consideran los accesorios y alhajas como parte del arreglo personal y el ejercicio de la **feminidad**, entre los adultos y adultos mayores sólo se concibe necesario el uso de aretes.

Cabe resaltar que el uso de alhajas se percibe vinculado a los asuntos de **inseguridad** en el contexto urbano. Al menos en términos discursivos, la **discreción** parece haber permeado como una importante medida de seguridad en la ciudad de México, en donde incluso artículos de bisutería o joyería de fantasía pueden implicar poner en riesgo la integridad personal.

Requerimientos de la vivienda

Tipología de viviendas en situación de pobreza:

A lo largo de las sesiones de grupo, e independientemente de las variables de género, edad o NSE de los participantes, fueron conceptualizados **tres** diferentes tipos de casas o viviendas en situación de pobreza:

1. La vivienda en condiciones precarias y de fragilidad
2. La vivienda a medio construir o en construcción permanente
3. La vivienda vieja y en franco deterioro.

Partiremos de esta tipología básica para comprender las características de la vivienda en situación de pobreza.

Vivienda en condiciones precarias y de fragilidad

Se trata de casas construidas en terrenos irregulares o lugares expuestos a riesgos constantes (barrancas, cerros, junto a las vías del tren). *“Un temblor o un deslizamiento de la tierra por las lluvias y todo se acabó”.*

Son casas pequeñas, cuyos techos y paredes están formados por lámina de asbesto y cartón. El piso es de tierra y no se cuenta con ventanas ni baño dentro de la vivienda.

En este tipo de vivienda, la carencia de de servicios públicos es resuelta de manera informal y alternativa. La falta de agua y drenaje se soluciona con el abastecimiento de a partir de pipas, el llenado de tambos o contenedores para bañarse *“a jicarazos”* y la realización de necesidades fisiológicas en letrinas o al aire libre. La falta de luz eléctrica

se compensa con el tendido de cables para la obtención ilícita de energía, a través de los llamados “*diablitos*”.

Estas viviendas están asociadas al fenómeno del “*paracaidismo*”, un asentamiento humano anómalo y paulatino en lugares no destinados a la vivienda. En estos centros de concentración de viviendas, la gran mayoría de las construcciones son similares. “*Llegaron todos juntos con sus láminas e hicieron sus casas*”.

Se perciben como entornos sub-urbanos de pobreza, en los que sobresale un ambiente de inestabilidad e insalubridad en el que se convive con animales (perros, gatos, vacas y borregos). Las calles son de terracería y están sucias; no hay banquetas ni alumbrado público. Prevale así, un escenario general de **miseria**. “*Los niños son flaquitos y están encuerados, con su moco y sus pañales de tela*”.

Vivienda a medio construir o en construcción permanente

Este tipo de vivienda son casas que permanecen en proceso de construcción. Han quedado en la etapa de **obra negra**, con ladrillos y varillas a la vista. Tienen un sólo piso y parecen listas para continuar la construcción de un segundo piso. Sin embargo, este proceso puede llevar varios años, o bien, permanecer así de manera indefinida.

Sobresalen deficiencias en la planeación y el diseño de la vivienda, y se realizan adaptaciones o enmiendas a partir de las necesidades que van surgiendo. En este sentido, se pueden cometer errores en la ubicación de los espacios. “*Son casas mal hechas*”.

Las principales características físicas de la vivienda a medio construir o en construcción permanente son:

- La puerta de entrada o zaguán es de metal y sin chapa. *“Se abre con un alambre”*,
- Las paredes son de tabiques o ladrillos sobrepuestos, no tienen recubrimientos ni están resanadas.
- Las ventanas son huecos cuadrados en la pared, sin marco ni aluminios, y en lugar de vidrio hay plástico.
- El techo es de loza sin acabados y el piso de cemento con acabado rustico.
- Se emplean cortinas de plástico o tela para separar los espacios y marcar el límite entre las habitaciones, la cocina y el baño.
- En la cocina hay una parrilla en lugar de estufa
- En el caso de haber plantas y árboles, éstos se encuentran secos y descuidados

La gran mayoría de las casas de la colonia son similares y están en las mismas condiciones de construcción. Hay basura en las banquetas y *“carcachas”* (coches viejos, chocados o destartados) estacionados afuera de las casas.

Las personas conviven en la calle por falta de espacio en el interior de las casas, lo que genera la percepción de un ambiente nocivo (alcohol, drogas) que incluso es asociado con actividades delictivas, *“Si pasas por ahí, te van a asaltar”*.

Vivienda vieja y en franco deterioro

Este tipo de vivienda hace referencia a casas antiguas que se han ido deteriorando con el paso de los años por no haber contado con el mantenimiento necesario en su momento. Casas *“que eran de ricos y ahora está en muy mal estado”*. Propiedades subdivididas en varias viviendas a la manera de **vecindad**. *“Te asomas y ves un pasillo muy largo con cuartitos”*.

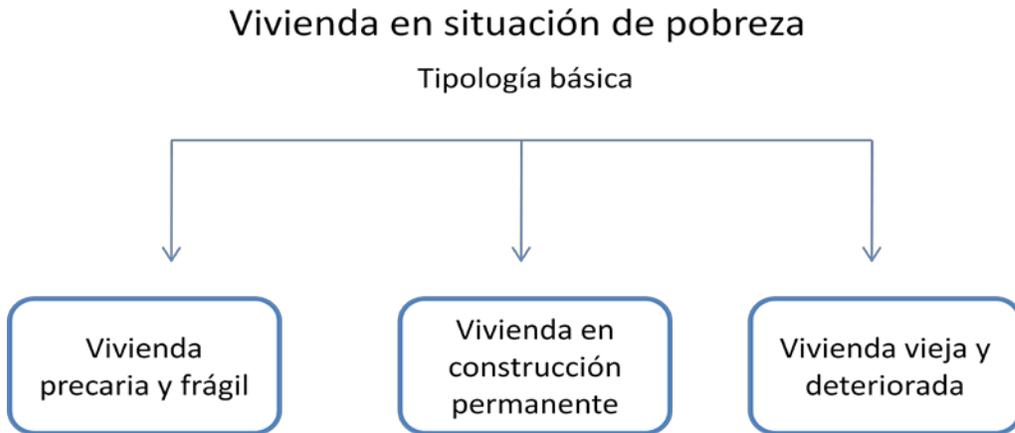
Son viviendas viejas y descuidadas desde el exterior. El deterioro se hace evidente desde la fachada a partir de:

- Pintura descarapelada
- *Grafitis* de aerosol en las paredes
- Vidrios y ventanas rotos
- Herrería y piezas de aluminio picado y oxidado
- Puertas viejas, sobrepuestas, sin chapa

Ya en el interior, se observan paredes con humedad y pisos de cemento cuarteado. Los muebles de la casa están desvencijados y las cortinas sucias. Los lavaderos de ropa se encuentran al fondo de la construcción y la ropa está colgada en tendederos frente a las casas a la vista de todos.

Las calles que contextualizan físicamente a este tipo de vivienda son callejones estrechos, con banquetas cuarteadas por las raíces de algún árbol.

Como hemos visto, no existe una descripción única de la **vivienda en situación de pobreza**, sino una tipología básica que comprende **tres representaciones**.



Características de la vivienda en situación de no pobreza

Existe un consenso general sobre las características de una vivienda en situación de no pobreza, que cuente con las condiciones adecuadas para la vida digna de sus habitantes.

Para que una vivienda sea considerada como “no pobre”, su proceso de construcción debe haber **finalizado**, el espacio tiene que tener la mayor **amplitud** posible y contar con una adecuada **distribución**. De esta manera se contrapone al hacinamiento implicado en la pobreza.

La vivienda en situación de “no pobreza” se materializa en una casas de dos pisos, o bien en un departamento con varias recámaras que permitan la distribución de los miembros de la familia. *“Que no duerman los tres hermanos juntos”*. Asimismo, es importante que la vivienda cuente con espacios bien definidos para el desempeño de diferentes actividades. *“Que haya un espacio para la computadora”*.

Como principales características de este tipo de vivienda se encuentran:

- Que cuente con servicios de agua, drenaje, corriente eléctrica, recolección de basura
- Que esté en buenas condiciones, lo que implica un mantenimiento periódico
- Con acabados en exteriores e interiores
- Paredes y techos pintadas o con recubrimiento
- Pisos de madera, duela, loseta, mosaico o mármol o con alfombra (ni el cemento ni el linóleoum se consideran suficientes)
- Cortinas o persianas en buen estado.
- Puertas que separen las distintas habitaciones, todas ellas amuebladas.
- Como parte esencial del equipamiento, la casa requiere contar con estufa, refrigerador, lavadora y un espacio para colgar y secar la ropa.
- Patio o jardín

La **seguridad** es también un importante factor que determina la “no pobreza” de una vivienda. En este sentido se considera importante que la casa cuente con:

- Puerta exterior de hierro, metal o madera **con chapa**. La chapa cumple una doble función: estética y de seguridad ante el exterior.
- Ventanas de aluminio, con vidrios completos, e incluso con herrería exterior para asegurar la vivienda.

Los *grafitis* en las paredes se perciben como una señal de la falta de seguridad en la zona. *“La policía no deja que se pinten en colonias bien”*.

En las calles de la zona debe haber una buena iluminación, las banquetas y el pavimento estar en buenas condiciones y las plantas o árboles cuidados. También se tiene que contar con vigilancia e incluso se valora que la calle esté cerrada más garantizar una mayor seguridad (más relevante para NSE C y D+).

La distancia entre la vivienda y las áreas verdes debe ser entre 10 y 15 minutos caminando. Las áreas verdes deben estar en buenas condiciones y con juegos infantiles, tener vigilancia y no convertirse en refugios de la delincuencia, en cuyo caso *“es mejor que no existan”*. Debe haber una escuela cercana a la que se pueda llegar en 5 ó 10 minutos, y la distancia al trabajo no debe exceder de 30 ó 40 minutos.

De esta forma, es posible apreciar que los requerimientos para considerar una vivienda en situación de “no pobreza” recaen en las nociones de servicio, buena apariencia, mantenimiento, seguridad y comodidad.

Tecnología y Comunicaciones

COMPUTADORA E INTERNET

Consistentemente, la computadora con internet es concebida como un medio necesario para todas las personas, algo a lo que todos deberían de tener acceso. *“Para mí, cada casa debe de tener su computadora con internet por muy pobre que sea”* (Mujeres amas de casa 28-35, C). *“La ONU declaró que era un derecho de la humanidad”* (Mujeres B/C+19-25 años. Universitarias).

En este contexto, la computadora y el acceso a internet se presentan como elementos indisolubles; no se concibe el uno sin el otro.

Sin distinción de edad o condición socioeconómica se considera cada vez más necesario, al formar parte de las demandas de la vida cotidiana en la ciudad. *“Cada vez es más necesario revisar la computadora”*. (Mujeres. D. 28-35 años). *“Ahorita está siendo esencial para todo”*. (Hombres. C-/D+ 15-17 años). *“Ya es una necesidad no es un lujo”* (Hombres, C típico, 19-25 años, universitarios).

Internet está asociado a dos funciones básicas: información sobre el entorno y comunicación interpersonal.

Constituye una importante fuente de información: *“Cualquier información se saca por medio del internet”* (Hombres C-/D+ 48-55 años). *“No hay como meterse al internet y sacar información de cualquier tema”* (Hombres. C 65-75 años). Ofrece una multiplicidad de fuentes y visiones de forma instantánea. *“Y lo tienes en el momento,*

todas las páginas de noticias se están actualizando cada 15 minutos” (Hombres, C típico, 19-25 años, universitarios).

Al mismo tiempo, Internet representa un relevante medio de comunicación interpersonal y construye un sentido de conexión con el mundo exterior y con otras personas. Entre otras aplicaciones, el uso de correo electrónico parece haber permeado a todos los segmentos. *“Con internet estás más comunicado con el mundo” (H. 48-55 D+)*

Sin lugar a dudas, Internet se percibe como un medio de comunicación indispensable. *“Yo creo que sí se ha convertido en una necesidad, porque tienes gracias al internet acceso a muchas cosas que antes no era tan fácil” (Hombres: B/C+ 28-35 años).*

Cabe señalar que el grado de necesidad se acentúa notablemente en relación a las nuevas generaciones. Especialmente para niños y jóvenes (también conocidos como “nativos digitales”), el acceso, uso y apropiación de internet se ha convertido en una regla social; una condición natural del entorno que se asimila con gran facilidad.

Fuertemente asociado a la información, el conocimiento y el progreso, la computadora con internet se percibe como un recurso necesario en el contexto educativo de los niños. Como exigencia del medio educativo internet se incorpora al proceso de aprendizaje como herramienta de investigación. *“Lo usan para hacer tareas”. “Ahora ya hay tarea de internet aunque los niños sean pequeñitos”. (Mujeres amas de casa 28-35, C).*

Como principales responsables de la crianza de los hijos, las mujeres asocian el uso infantil de internet con la calidad de aprendizaje y el nivel educativo. *“Se les ve su nivel de educación más bajo porque cuando ya tienen internet yo veo que sus mentes se les agiliza”. “Porque ya está todo actualizado y ya tus hijos no se quedan atrasados, no es la educación que un niño investigó y el otro no sabe ni de qué están hablando, ¿no?”*

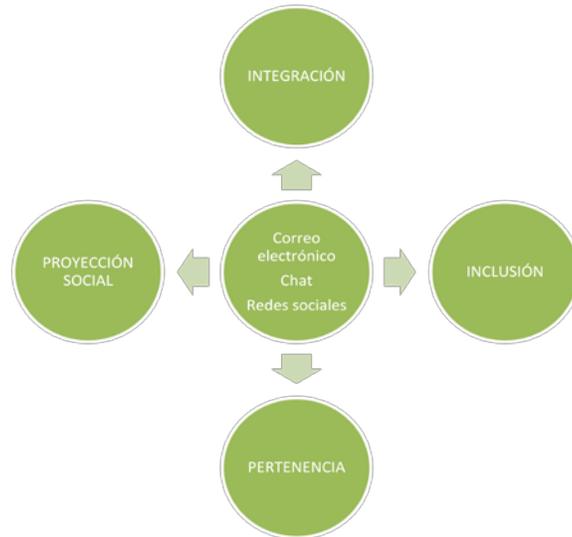
Entonces ya todos que vayan de la misma mano, actualizados y parejitos” (Mujeres amas de casa 28-35, C).

De forma mayoritaria, se manifiesta una consciencia de la transformación de los lineamientos tradicionales de aprendizaje a partir de la cultura digital. *“En lugar de hacer más libros, hicieron más programas en la computadora”* (Hombres D 19-25 años). *“Internet tiene información actual, a veces uno va a la biblioteca pero su información es viejísima... ya los niños no quieren ir a la biblioteca, ya se aburren”* (Mujeres. D. 28-35 años).

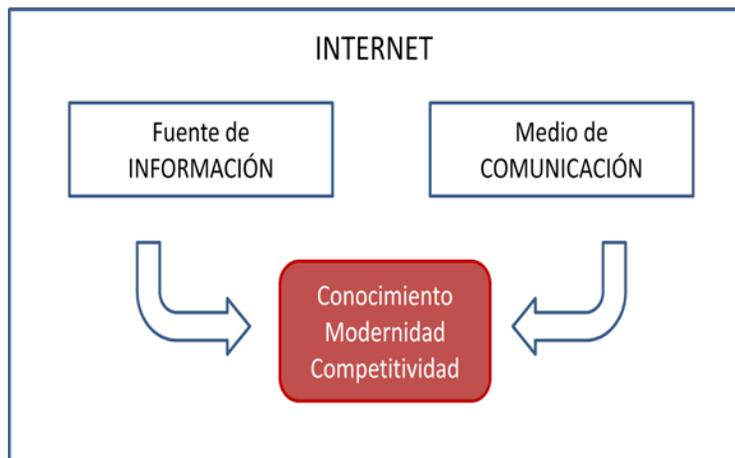
Para los jóvenes, además de implicar un camino natural de aprendizaje y progreso (*“En estos tiempos si quieres avanzar o quieres saber más debes tener internet”*, Mujeres B/C+19-25 años), la computadora con internet constituye un importantísimo herramienta de interacción social.

Sobre todo a mayor nivel socioeconómico, internet se presente como un medio cotidiano e imprescindible de comunicación interpersonal sin el cual se sienten aislados (*“Te sirve para quedar de acuerdo para salir a algún lugar, mandas un mail y ya todo el mundo se enteró y ya es todo”*. *“Quedarte sin computadora es una tragedia”* (Mujeres B/C+19-25 años). A través de aplicaciones como el correo electrónico y el chat (*Messenger*), los jóvenes se relacionan e interactúan con el grupo de pares (*“Es que todas tus amistades están ahí adentro”*), y junto con las redes sociales (*Facebook, Twitter*) constituyen una herramienta de conexión, integración, inclusión, proyección social y pertenencia, siendo una importante fuente para la conformación identitaria en esta etapa de vida.

Jóvenes Comunicación Interpersonal a través de Internet



El acceso a internet conlleva implicaciones sociales de apertura, avance y actualización, erigiéndose como símbolo de **modernidad**. Ligado al desarrollo personal de los individuos, se concibe como una necesidad que facilita la obtención de información y conocimiento, y es un elemento clave para la **competitividad** en la proyección de vida.



- **Sanción social**

La carencia de computadora e internet está claramente asociada al **rezago social y educativo**, la marginación y la desigualdad entre las personas. *“Los que no lo tienen están destinados desgraciadamente a quedar rezagados”* (Hombres: B/C+ 28-35 años).

Lo que implica:

- Limitaciones de aprendizaje por deficiencias en la obtención de información y conocimiento, asociadas a una especie de analfabetismo (digital)
- Dificultad para comunicarse con las demás personas y debilitamiento de la vida social
- Entorpecimiento de las actividades cotidianas (ámbito escolar y laboral)

- **Formas de acceso a internet (en casa vs. café internet)**

Aunque el sólo hecho de contar con acceso a internet (independientemente del lugar) tiende parcialmente a considerarse suficiente, tenerlo en el hogar se convierte en una necesidad para la gran mayoría. *“Todo el mundo debería tenerlo en casa”*. *“En donde quiera encuentras un café internet pero no es como en tu casa”*. Contar con el servicio en el hogar conlleva los siguientes beneficios:

- **Seguridad**. Ante la percepción generalizada de riesgo e inseguridad en las calles de la ciudad de México. *“Yo no voy a mandar a mis hijas hasta altas horas de la noche al internet”*.
- **Ahorro económico a largo plazo**. Acceder a internet a través de un *café internet* implica un gasto cotidiano constante, que en los niveles más bajos resulta costoso, aunque adaptable a las posibilidades económicas inmediatas.

- **Comodidad.** El no tener que salir de casa para acceder al servicio representa un importante ahorro de tiempo y esfuerzo. La disponibilidad permanente e ilimitada brinda un sentido tranquilidad y autonomía. *“Los lugares de internet no van a estar abiertos hasta altas horas de la noche y los niños se prolongan muchas veces con la investigación de la tarea”* (Mujeres 28-35. D).

- **Control parental.** Especialmente para las madres de familia, contar con internet en casa reporta seguridad y confianza, pues brinda la posibilidad de ejercer cierto control sobre las acciones y relaciones de sus hijos. Aunque pueden solicitar al encargado del lugar que vigile a sus hijos, prefieren hacerlo ellas mismas. *“Estás checando lo que están viendo”*. *“Es que luego en lugar de hacer la tarea se ponen a chatear”*. *“Los mandas al internet y a veces se meten a otras cosas que ni al caso”* (Mujeres C-/D+ 38-45 años).

Asimismo, la posibilidad de tener acceso a internet en el hogar aumenta la posibilidad de que algunos segmentos ahora más lejanos a este medio (niveles socioeconómicos más bajos, adultos mayores y amas de casa), se familiaricen, aprendan y se apropien de los beneficios asociados a internet. En el café internet, puede resultar vergonzoso preguntar y pedir asistencia por sentirse expuestos a la descalificación social.

Internet constituye un **medio de convergencia**. En él confluyen otros medios (radio, cine, televisión), la posibilidad de descargar y escuchar música, recibir y mandar información, realizar trámites y pagos, entre otras cosas. En este sentido, resulta muy atractivo como plataforma de información, comunicación y entretenimiento para todos los segmentos sociales.

A partir del nivel socioeconómico medio (C), la computadora con internet se ha convertido en un equipamiento cultural cercano, cuyo valor simbólico puede equipararse al que se le ha

otorgado a la televisión en términos de entretenimiento en el hogar. *“Es como tener una televisión, se entretienen, me entretengo, no salgo de la casa”* (Mujeres 28-35).

TELÉFONO CELULAR

El teléfono celular es concebido por todos los segmentos de la muestra como un servicio totalmente **necesario** en la actualidad. Con el paso de los últimos años, se ha integrado paulatina y sólidamente a las dinámicas de la vida cotidiana de las personas y se percibe como básico e indispensable e incluso más importante que el teléfono fijo. *“Ya no es un artículo de lujo, es un artículo de primera necesidad”* (Hombres 65-75 años. NSE C).

Como una **nueva necesidad**, el teléfono celular constituye una herramienta de comunicación totalmente incorporada al desempeño de las actividades diarias, al punto de observarse un claro sentido de **dependencia** práctica, emocional y simbólica hacia éste. *“No me imagino mi vida actual sin celular”* (Hombres 28-35. NSE C+). *“Ya no puedes salir a la calle sin celular. Es como salir a la calle desnuda”* (Mujeres 28-35. NSE C).

Esta relación con el teléfono celular no distingue género, ocupación ni nivel socioeconómico, y atraviesa de forma transversal todos los segmentos. *“Hasta la persona más pobre tiene un celular”* (Mujeres 19-25 años. NSE B/C+). *“Ya no hay nadie que no tenga celular. Hasta el señor de la basura trae su celular”* (Mujeres 15-17 años. NSE C).

El teléfono celular constituye una nueva forma de comunicación interpersonal en la que priva una importante necesidad de sentirse conectado con otras personas. *“No importa*

que no tengas mil cosas, pero sí es necesario que tengas comunicación” (Mujeres 15-17 años. NSE C).

El fenómeno sociocultural del teléfono celular ha generado un sentido de **conexión**, pues constituye una vía de comunicación **permanente, directa y no mediada** con el otro. *“Es un medio de comunicación exprés”* (Mujeres 28-35. NSE C). Además, adquiere un importante carácter de **individualidad** al convertirse en una especie de extensión de la persona.

Es un medio de comunicación que permite estar en contacto con las personas, propiciando beneficios emocionales asociados a la **seguridad personal**:

- La facultad de ser localizable y poder localizar a los demás (estén en donde estén) otorga tranquilidad por la sensación de **control de la situación**. Posibilita la resolución inmediata de eventualidades y ayuda a resolver situaciones cotidianas. *“Si vas a llegar tarde al colegio, mandas un mensaje y puedes avisar y lo resuelves”* (Hombres 15-17 años. NSE D+).
- El teléfono celular es enérgicamente relacionado con eventos circunstancias y escenarios de **emergencia** (aunque claramente su uso trasciende estas situaciones). En este sentido se percibe altamente necesario “por lo que pueda suceder”, “para lo que se ofrezca”, o “para estar al pendiente”. La posibilidad de comunicarse con otros en el contexto de situaciones negativas imprevistas (desde perderse en las calles de la ciudad hasta accidentes y tragedias) brinda un sentido de **respaldo**, a la manera de una red de seguridad, que no evita el incidente, pero permite reaccionar de inmediato.
- Para padres de familia, el teléfono celular constituye una forma de ejercer **control parental**. Ofrece una vía de comunicación (permanente) con los hijos que genera tranquilidad. *“Yo creía que no era necesario, pero ahorita que ya crecieron mis hijos, ya sé dónde andan”* (Mujeres 28-35. NSE C). *“A los papás les*

preocupas y ya les llamas y dices ando en tal lugar, y se quedan tranquilos”
(Mujeres 25-17 años. NSE C).

→ Puede también constituir un medio de control de la pareja, una forma de mantenerse al tanto de las actividades del otro (que incluso puede vivirse como invasión a la privacidad).

Cabe señalar que el sentido de **conexión** y **seguridad personal** que otorga hoy en día el teléfono celular, cobra mayor relevancia ante la percepción de un entorno urbano adverso e inseguro y acelerado. *“Salen todos en la mañana, pero nunca sabes si van a volver”* (Mujeres 65-75. NSE D+). *“Ya la ciudad se maneja a ritmos muy acelerados, y no pueden esperar que tú vayas de tu casa a la escuela o de tu casa al trabajo para poder comunicarse contigo”* (Hombres 19-25 años. D).

- **Sanción social**

La carencia de teléfono celular se vincula a dos sanciones básicas:

→ La **desconexión** o falta de disponibilidad, que puede generar exclusión, aislamiento y pérdida de oportunidades. *“...sobre todo por la cuestión de que si hay una reunión familiar o hay una emergencia, o hay una cosa, te la pierdes, no hay forma de que tu familia se comuniquen contigo”*. (Hombres 48-55 años. NSE D+)

→ La imagen de **rezago** sociocultural. La carencia de teléfono celular construye y transmite la imagen de una persona anticuada, no actualizada, que le va mal en la vida y se aísla de la interacción social.

Como aparato, objeto y producto, los modelos de teléfonos celulares se renuevan constantemente, incluyendo cada vez aplicaciones más sofisticadas (desde cámaras

fotográficas y de video hasta acceso a internet), que por sí mismas no son estrictamente necesarias. En este sentido, el aparato puede constituir por sí mismo un símbolo de status, distinción y **diferenciación social**.

Contar con un teléfono celular se considera necesario casi desde la infancia (*“ya desde los 6, 7 años ya quieren su celular”*), aunque la edad de incorporación parece ser al final de la educación primaria e inicio de la educación secundaria (10-12 años), cuando los niños muestran los primeros signos de madurez y responsabilidad. Así, contar con teléfono celular se observa como una **exigencia social**. *“Mi hija me dice, es que todas mis amigas tienen celular menos yo, entonces tú dices, bueno, ni modo, se lo tengo que dar”* (Mujeres 28-35 años. NSE C).

TELEVISIÓN DE PAGA

En cuanto a la exploración de la televisión de paga como necesidad para la vida de las personas, pueden observarse dos posturas básicas:

De manera general y mayoritaria, la televisión de paga **no es considerada como una necesidad**, ni como un servicio que todos debieran tener:

- Implica un gasto mensual fijo que, sobre todo en los niveles socioeconómicos más bajos (D, D+), resulta imposible de solventar. *“O comemos o contratamos eso”* (Mujeres 28-35. NSE D).
- Involucra la disposición y la decisión personal de pagar por un servicio adicional.
- Se percibe como una forma más de entretenimiento entre otras posibilidades (leer, acceder a internet, jugar, ver una película).

Aunque se reconocen ciertos beneficios como el aumento de la oferta programática y la diversidad de contenidos, una mejor calidad y un aura de modernidad (por asociación a la cultura norteamericana), la televisión de paga no se percibe indispensable. Si bien la televisión por sí misma es considerada como una necesidad, la televisión de paga llega más bien a concebirse como un **lujo**.

Es posible observar la implementación de un mecanismo de adaptación que se acentúa en los segmentos socioeconómicos más bajos. *“Uno se adapta a lo que tiene; si no lo conoces no lo extrañas”* (Mujeres 38-45 años. NSE D+). Así, la televisión abierta parece cubrir con suficiencia las necesidades generales de esparcimiento y la televisión de paga tiende a considerarse **prescindible**. *“Sería como un plus”* (Hombres 19-25 años. NSE D).

Por otra parte, puede observarse una postura parcialmente diferente entre los jóvenes de nivel socioeconómico más alto (C+), para quienes cobra mayor importancia contar con el servicio de televisión de paga. Aunque no lo consideran universalmente necesario, lo aprecian como privilegio personal en tanto les ofrece una alternativa programática frente al desvalorado contenido de la televisión abierta nacional. *“A mí la nacional se me hace malísima, y sin la televisión de paga no se qué haría”* (Mujeres 19-25 años. NSE C+).

De esta manera, la televisión de paga constituye una diversificación de las opciones de entretenimiento televisivo. Sin embargo, en el contexto comparativo con internet y el teléfono celular, pierde claramente importancia como necesidad básica.

- **Sanción social**

Si bien no se percibe como una necesidad y la sanción social no pareciera ser grave, la televisión de paga es un símbolo de status y poder adquisitivo y un **indicador de calidad de vida**, por lo que su carencia puede asociarse a la pobreza y la falta de recursos. En una postura extrema (Hombres 28-35 años. NSE C+), el no contar con televisión de paga pudiera implicar exclusión social por permanecer fuera de la agenda mediática más amplia y ser así más vulnerable a contenidos ideológicos dominantes.

VIDEOJUEGOS Y REPRODUCTORES DE MÚSICA

Adicionalmente a Internet, el teléfono celular y la televisión de paga, en las sesiones de grupo de jóvenes fue evaluada la necesidad de videojuegos y reproductores de música.

Los grupos fueron los siguientes:

- Hombres 15-17 años. NSE D+
- Mujeres 15-17 años. NSE C
- Hombres 19-25 años. NSE D
- Hombres 19-25 años. NSE C
- Mujeres 19-25 años. NSE C+

- **Videojuegos**

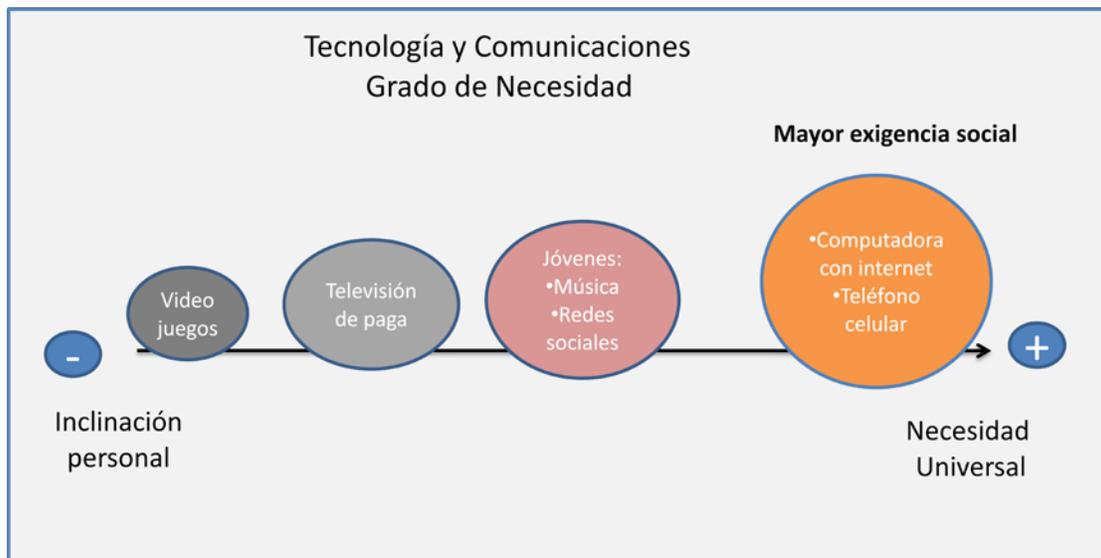
De manera general **no** se consideran como una necesidad universal, sino sólo como una inclinación personal; un gusto o *hobbie* particular que depende de cada persona. Los videojuegos representan así una alternativa lúdica entre varias otras (como jugar fútbol o ver la televisión).

- **Reproductores de música**

La música aparece como un valor muy significativo entre los jóvenes, ya que forma parte de los intereses de la etapa de vida junto como la moda, la libertad y la diversión. Contar con un reproductor de música (desde grabadoras y modulares hasta computadoras y reproductores portátiles) se percibe como una necesidad, pues constituye una forma de relacionarse con el grupo de pares, construir su identidad y sentido de pertenencia.

En particular aunque a nivel generacional los reproductores de música portátiles resultan ser muy atractivos, **no** se consideran como una necesidad para todos, sino como una elección que depende de las posibilidades de cada individuo. Como medio de entretenimiento, los reproductores de música portátiles son especialmente valorados en los trayectos por la ciudad (de la casa a la escuela o al trabajo), haciendo más ligeros los traslados. *“Uno que anda de aquí para allá en el tráfico, luego te hartas, y quieres aunque sea relajarte un rato”* (Hombres 15-17 años. NSE D+).

PERSPECTIVA COMPARATIVA



Como se puede observar, el grado de necesidad se ve determinado a partir del grado de exigencia social. Ésta, determina como prioridad esencial la comunicación entre las personas, la disposición y la interconexión permanente inherentes a la **socialización**.

En este contexto, los medios relacionados exclusivamente con el entretenimiento (televisión de paga, videojuegos) resultan prescindibles en términos de demanda social. Además, la computadora con internet y el teléfono celular, como medios de convergencia, incluyen una gran diversidad de opciones de entretenimiento, lo que quita relevancia a otras alternativas especializadas.

REQUERIMIENTOS DE LA ALIMENTACIÓN

Se considera que los **alimentos que no deben faltar en ninguna mesa** son:

- Lácteos
- Frutas y verduras
- Leguminosas, panes y cereales
- Alimentos de origen animal.

Los jóvenes tienden a incluir también los dulces y las galletas por asociarse a los valores de disfrute y diversión implicados en esta etapa de vida.

La concepción de una **buena alimentación** está basada en las nociones de **balance, variedad y moderación**. Desde esta perspectiva alineada al deber ser, es importante equilibrar el consumo de los distintos tipos de alimentos, e imprimir variedad a la alimentación. Además, deben ingerirse porciones moderadas de alimento. *“A los niños les debes una porción del tamaño de su puño”*.

Por su parte, la **mala alimentación** se asocia a una serie de alimentos considerados dañinos o *“comida chatarra”*:

- Frituras, botanas y *“garnachas”*
- Tacos, tortas y tamales (vitamina T)
- Alimentos sobre- industrializados, como las sopas instantáneas *Maruchan*
- Comida rápida: hamburguesas, pollo frito

Estos alimentos están relacionados con el **exceso de ingredientes dañinos** (grasa, sal y harina), que a la larga pueden repercutir negativamente en la salud de las personas (obesidad, colesterol). Sin embargo, se tienden a reconocer que como los alimentos *“más sabrosos”*.

Puede observarse un claro contraste entre la percepción y vivencia de la alimentación en días hábiles (entre semana) y la alimentación en días de descanso (fines de semana):

- **Entre semana** (de lunes a viernes) se busca establecer una **rutina ordenada** de alimentación que coincide con la dinámica propia de la vida cotidiana. En el contexto del cumplimiento de **obligaciones** sociales (escuela, trabajo), se trata de seguir una alimentación familiar más saludable y balanceada, preparando los alimentos en casa.
- **En fin de semana** (sábado y domingo) sobresale un fenómeno de distención de las obligaciones formales. En la búsqueda de descanso y disfrute como recompensa al esfuerzo de la semana, las actividades tienden a regirse por la **indulgencia**. De esta manera, la alimentación sigue la pauta del **placer**, las **concesiones** y la **abundancia**. Se consumen los alimentos preferidos transgrediendo las consideraciones de salud, balance y moderación. *“Compramos carnitas o barbacoa”*. Además, la alimentación se convierte en un momento de convivencia familiar muy relevante a nivel emocional.

Si bien esta diferencia básica es reconocida de manera universal entre todos los segmentos de la muestra, se percibe que los hombres y los jóvenes tienden a auto-concederse un mayor grado de libertad alimenticia entre semana. El consumo de frituras y botanas en días laborales es justificado por las limitaciones de acceso a una “buena alimentación”. *“Como papas porque en la escuela es lo único que hay”*. *“Cerca del trabajo sólo hay puestos de tacos”*. Este patrón de hábitos alimenticios se ha visto reflejado últimamente con mayor contundencia en las cifras de obesidad.

Consumo de agua

Es posible identificar una tendencia mayoritaria al consumo de **agua de garrafón**. El embotellamiento en garrafón es la forma de consumo masivo que genera mayor seguridad sobre la pureza del agua, y las marcas del mercado han logrado establecerse como depositarias de **confianza**. *“Te garantizan la calidad”*.

El **filtro de agua** parece estar parcialmente presente en niveles socioeconómicos altos, pues su instalación implica una inversión considerable. Para este segmento, el **ahorro económico a largo plazo** constituye el principal beneficio. *“Me costó dos mil pesos, pero ¿cuánto me hubiera gastado ya en garrafrones?”*.

El **agua “de la llave”** se consume sólo de manera aislada en niveles socioeconómicos más bajos. Sin embargo, ya sea de forma directa o hervida, suele generar **desconfianza** al pensarse contaminada y percibir un mal sabor. *“Sabe a cloro, y si la hierves, peor”*. En este sentido, se llegan a hacer distinciones en la percepción de calidad del agua corriente a partir de la colonia o delegación. *“En Iztapalapa el agua sale amarilla”*.

Cabe señalar que la comercialización del agua no es un tema que se cuestione. Sólo aisladamente, el acceso libre al agua purificada surge como un derecho. *“Debería ser gratis; es algo vital”*.

Preparación de los alimentos

En cuanto a la preparación de alimentos, la **higiene** surge como un elemento fundamental. Ésta contempla:

- Lavado de manos antes de preparar y comer
- Lavado y desinfectado de frutas y verduras
- Empleo de agua “limpia” para cocinar.

Independientemente del gusto personal por cocinar (variable de mujer a mujer), lo que claramente se considera más laborioso en el proceso de preparación de los alimentos es **la decisión sobre el menú diario**. La responsabilidad de planear e implementar la comida familiar de todos los días implica para las mujeres:

- Procurar la variedad de platillos y alimentos
- Satisfacer los distintos gustos de los miembros de la familia
- Lograr que los niños consuman vegetales aún sin ser de su agrado
- Hacer rendir el gasto (niveles socioeconómicos bajos y medios)

La preparación misma de los alimentos es un proceso en cierta medida mecanizado, que, aunque laborioso, una vez disponiendo de los ingredientes necesarios tiende a fluir en su ejecución. Sin embargo, la limpieza de la cocina, el lavado de utensilios y vajilla se vive como una actividad pesada, tediosa y cansada. *“No sólo tienes que preparar, sino después limpiar”. Cuando crees que ya terminaste, todavía tienes que lavar los trastes”. “Recién limpiaste y otras vez vuelves a ensuciar”.*

En cuanto a los **facilitadores** para la preparación de alimentos, los productos congelados, enlatados y precocinados tienden a ser **descalificados**, pues:

- Su sabor no logra igualar el sabor del alimento natural o casero. *“Nunca saben igual a como tú los prepararías”*
- Se asume una pérdida de valor nutricional en el proceso de industrialización, misma que puede resultar perjudicial para la salud de la familia. La adición de saborizantes artificiales y conservadores químicos se percibe dañina en un sentido de anti-naturalidad.
- Resultan más caros que el producto natural o casero, si bien la ecuación costo-beneficio opera a favor de la **practicidad** (ahorro de tiempo y esfuerzo).

De esta manera, se reconoce un uso eventual de estos facilitadores ante el surgimiento de situaciones imprevistas o de emergencia y la presión del tiempo en la rutina cotidiana del ama de casa. En este contexto, los frijoles y atún enlatados aparecen como los productos más socorridos.

El rechazo discursivo hacia el uso de facilitadores en la preparación de los alimentos descansa en un mandato social de género, en el que la mujer se ve obligada al cumplimiento cabal de sus responsabilidades como ama de casa y encargada de la alimentación familiar. Esta exigencia social se acentúa en los niveles socioeconómicos más bajos) e incluye a las mujeres que trabajan fuera de su casa, quienes no se ven eximidas de esta obligación.

Desde esta perspectiva, aquellas mujeres que basan la preparación de los alimentos en productos congelados, enlatados o precocinados, tienden a ser descalificadas por no cumplir al cien por ciento con su responsabilidad en la dinámica familiar. *“Te dicen que ni pareces mujer”*.

Así, aunque los facilitadores representan practicidad en la vida moderna, su uso (en exceso) parece cuestionar el rol social de las mujeres y su valor como encargadas de la familia. Ya sea por poner en duda sus dotes y habilidades o por asociarse a la flojera, el descuido y la irresponsabilidad.

Comer acompañados

Ya que la compañía se presenta como una condición para el disfrute de los alimentos, la mayoría de las personas prefieren comer acompañadas. “Si no, no te sabe”. Comer solo implica hacerlo de rápidamente y sin saborear la comida. Se vincula con comer de pie, lo que repercute en la digestión (que mejora al comer de forma pausada).

Particularmente, para las mujeres amas de casa la comida es el momento de **reunión familiar**. Éste es promovido pues les permite reafirmarse como grupo social y obtener el reconocimiento por su esfuerzo. *“Se siente bien bonito que tus hijos te digan que les gustó mucho lo que les preparaste”*. *“Es mejor la comida de casa, te la preparan con amor”* (mujeres jóvenes C+).

Para las personas que no les interesa si comen solos o acompañados, y que incluso pueden disfrutar la soledad en la comida, se han acostumbrado a ello y lo hacen para satisfacer una necesidad básica, de manera práctica y abreviada.

Alimentos preparados para llevar

Los alimentos preparados para comer en casa se perciben caros, poco higiénicos y poco nutritivos. Estos alimentos abarcan desde comida estilo “fonda” (con mayor aceptación en los niveles sociales bajos: *“Es lo más parecido a lo que nosotras hacemos”*) hasta pizzas, hamburguesas y pollo rostizado.

Los alimentos preparados son muy solicitados entre niños y jóvenes. *“Los comerían diario”*. De manera general son asociados al placer y la convivencia familiar, por lo que se conciben apropiados para consumo de fines de semana, prevalece la permisividad.

El apoyo o ayuda que implican para el ama de casa es relativo. Si bien el traer comida a casa les permite descansar de la preparación de alimentos, no las exime de la limpieza posterior de la casa.

Salidas a comer

Sobre todo para las mujeres, la higiene de los lugares a los que salen a comer la mujer resulta importante, aunque no es posible controlar todos los aspectos. *“No ves lo que pasa en la cocina”*. Se fijan en las personas que las atienden, su atuendo y limpieza *“ver si se lava las manos”* y si tiene el pelo limpio y recogido. También, en el caso de puestos en la calle si la persona que prepara y sirve los alimentos maneja o no el dinero.

Además de ser espacios de convivencia, el ama de casa descansa de la preparación de la comida, sobre todo de tomar decisiones y consensar a toda la familia. En particular valoran el sentarse, olvidarse de su rol de encargada de la alimentación y permitirse ser

atendidas y que les sirvan. En los niveles sociales bajos las salidas constituyen eventos más esporádicos. En su lugar, acostumbran ir a comer a casa de familiares, como los abuelos. Así rompen con la cotidianeidad y la mujer puede descansar.

En general, las salidas a comer los fines de semana son muy apreciadas y se considera que toda la gente debería poder ir a restaurantes, variando la frecuencia recomendada entre:

- Una vez a la semana entre los niveles socioeconómicos más altos
- Una vez al mes entre los niveles socioeconómicos más bajos

INVITACIÓN A CASA

A pesar que se acepta que toda la gente debe poder recibir invitados en sus casas, se considera que tiene una importancia relativa, en particular los hombres lo consideran como una carga, al tener que preparar, atender y sobre todo limpiar la casa después de la fiesta o reunión. De hecho, prefieren salir o ir a casa de otras personas antes de traer invitados; en los niveles sociales bajos también a las mujeres les resulta difícil el tema, ya que para ser buenas anfitrionas tienen que gastar dinero que no tienen y limitan las invitaciones a eventos especiales como cumpleaños, *baby showers* y celebraciones religiosas (Bautizo, Primera comunión).

Para poder invitar se necesita una sala amplia, un patio o jardín. También se requiere un reproductor de música y una TV en la sala, para entretener a las visitas. Entre los jóvenes de nivel social bajo, se pueden organizar fiestas cobrando *cover*, al tener la infraestructura necesaria.

Cuando se tienen invitados a casa se tiene que ofrecer botana y bebida (refrescos, cervezas y alcohol de alta graduación), lo que permite dar una imagen de ser buen anfitrión. En particular para una fiesta son requisitos básicos, aunque también se puede pedir a los invitados que los traigan y completar entre todos los productos que se van a consumir.

En particular con los jóvenes se aprueba que el anfitrión aporte el lugar de la fiesta y los invitados traigan u organicen una cooperación para tener bebida y botana. Lo importante es que se avise con anterioridad lo que se espera que aporten los invitados y los términos de la invitación, ya que está mal visto que se les sorprenda con requerimientos de aportar en el último momento.

Los adultos también pueden solicitar a sus invitados alguna aportación, “les puedes pedir algún postre”, y se considera una muestra de confianza. Para algunos, en la situación económica actual, es la forma en la que se pueden organizar reuniones sin que representen una carga económica.

Con respecto a las bebidas alcohólicas, las mujeres tienden a ser más reacias a reconocer su importancia, tanto en reuniones sociales, como en fiestas. La resistencia parece ser resultado de situaciones vividas por el exceso de consumo de alcohol por parte de los hombres, y temen que se desaten eventos de violencia en dichas ocasiones. También lo consideran un mal ejemplo para los hijos.

En general, la bebida permite que las fiestas se extiendan por más tiempo, y que tengan más ambiente, sólo en reuniones de puras mujeres se puede prescindir de ella sin que demerite en el ambiente; los demás consideran que el éxito de la reunión depende de las bebidas alcohólicas “son el alma de la fiesta”

En el caso hipotético de una fiesta sin alcohol, los invitados se van hablando mal de los anfitriones, a quienes se considera tacaños por no haber ofrecido bebidas por lo que, incluso las mujeres ceden ante la evidencia, incluso en fiestas infantiles, “debe haber bebida para ofrecerle al compadre”.

La negación de la importancia de tener bebidas alcohólicas en casa es considerada una mentira, con la que se trata de cuidar la imagen y no ser vistos como alcohólicos, “seguro les preocupó que pareciera que necesitan alcohol”. Además, es sólo en el contexto de la socialización en el que se reconoce su importancia, incluso tener bebidas almacenadas es en función de recibir invitados de improviso.

ACTIVIDADES DE ENTRETENIMIENTO FUERA DE CASA

“Salir de casa” se percibe como una **necesidad vital** para la salud mental de todas las personas. *“Si no, te vuelves loco”*. Permite la distracción y el rompimiento de la rutina.

Sin embargo, constituye un asunto más relacionado con el deseo y el mundo de lo ideal que con la realidad. *“La verdad, lo haces al diez por ciento; mucho menos de lo que quisieras”*. Las salidas son principalmente pospuestas por **falta de tiempo y dinero**. Además, las actividades y ocupaciones cotidianas resultan muy absorbentes y merman las iniciativas concretas de salida.

Jóvenes

Los jóvenes surgen como las personas más interesadas en salir. La familia y el ámbito privado tienden a parecer aburridos, por lo que prefieren la convivencia con amigos. *“No es necesario ir a algún lugar, podemos estar sentados platicando y ya”*.

En cuestión de “salidas”, los hombres cuentan con un mayor rango de libertad y permisividad que las mujeres, para quienes los permisos y horarios establecidos resultan más rígidos. *“Si llegó dos minutos tarde me castigan”*. Este control parental se ve justificado por la inseguridad y la lógica conservadora por parte de los padres quienes perciben a sus hijas mujeres como más vulnerables ante situaciones de riesgo. *“Me hablan a las dos de la mañana para ver con quién estoy y qué estoy haciendo”*.

Aunque las mujeres tienen que tener dinero en las salidas, por lo regular son invitadas por sus parejas, quienes asumen el gasto de la salida como símbolo de caballerosidad y buenos modales. Con el paso del tiempo, se pueden repartir el gasto o alternarse los

pagos, aunque la mujer le dé el dinero a su pareja para cuidar su imagen de masculinidad.

Al tratarse de salidas grupales, se comparte la cuenta entre todos los amigos, siendo que a mayor edad y en niveles sociales altos es preferible que cada quien pague su propio consumo.

Adultos con hijos

Para las mujeres con hijos las salidas son concebidas en función del interés y necesidades de los hijos, para los que se buscan actividades extraescolares con un sentido educativo, de desfogue y entretenimiento, “para ver si así se cansan”. Para las mujeres que trabajan la dificultad radica en la falta de tiempo, mientras que en los niveles sociales bajos las opciones que tienen son privadas, con un alto costo o públicas, en los que las listas de espera hacen imposible acceder a las actividades. Sólo los niños catalogados como talentosos, con promedios altos, tienen prioridad para escoger y participar en las actividades que hay en el DIF o Delegaciones Políticas del DF. “Inscribí a mi hija en una lista de espera para clases de natación, ya pasó un año y nunca me llamaron”.

Se considera que debe ser posible inscribir a los hijos en algún deporte, clases de idiomas o de música en centros especializados de carácter público, con disponibilidad de horario y para todas las edades.

Para las mujeres mismas se proponen cursos de cocina y repostería, así como talleres para ser padres; lo que denota la dificultad que tienen por ver un espacio para sí mismas, siendo que los hijos son el centro de sus vidas y su razón de ser.

En cambio los hombres tienen espacios propios de entretenimiento que aprovechan incluso a costa de la familia “se van con sus amigos y dejan a los hijos en la casa” (Hombres D+)

Adultos mayores

El entretenimiento fuera de casa es en el marco familiar, aunque se pueden conocer espacios propios para realizar actividades para la tercera edad, no se aprovechan.

TIEMPO LIBRE EN DÍAS HABLES

En promedio se menciona que se deben tener tres horas libres diario, entre semana para realizar actividades personales, aunque en los niveles sociales altos se piensa en cuatro horas como el ideal.

Jóvenes

Ante el planteamiento de uso del tiempo libre, la principal necesidad que se expresa es el descanso “poder estar en tu cuarto sin hacer nada”, como un espacio que no implique ningún esfuerzo “poder pensar en la inmortalidad del cangrejo” y de convivencia con pareja y amigos.

Para los jóvenes que estudian en las tardes, se pierde la posibilidad de tener tiempo libre, ya que se desperdician las mañanas “se pasan muy rápido” y asisten a clase en las tardes, lo que los días son más cansados “sólo quieres llegar a dormir”.

Mujeres con hijos

Las mujeres con hijos son el segmento con menores expectativas de tener tiempo para sí mismas, “te conformas con tener diez minutos”, ya que están sujetas a cumplir con las responsabilidades del hogar. En su imaginario lo diez minutos serían para descansar, aunque también mencionan la posibilidad de hacer ejercicio, caminar y ver TV y lo que requieren para lograrlo es mejor organización de su tiempo y disposición a desconectarse de los pendientes del hogar y de los hijos.

La diferencia entre las mujeres que trabajan de las amas de casa radica en que las primeras organizan su tiempo de manera muy estructurada, mientras que las segundas

extienden su disposición de atender hijos, familia y hogar a lo largo de todo el día, la percepción de ambas es que la otra tiene más tiempo para sí misma.

El cuidado de los niños es diferente cuando son pequeños que cuando son adolescentes, con los chicos es una atención cercana, “tienes que estar con ellos todo el tiempo, para evitar que les pase algo, se caigan o se peguen”; cuando son mayores, se considera que hay mayor independencia, pero también mayor preocupación “quieres saber que hacen, donde están, con quien están”. A pesar de que se recobra tiempo para ellas, la atención se mantiene constante en función de ellos.

Para realizar actividades personales, las mujeres se apoyan en la familia, en particular en la mamá o la suegra, quienes se encargan por eventos únicos o de manera rutinaria del cuidado de los nietos. No se tienen expectativas que el esposo asuma la responsabilidad, ya que quedan exentos legítimamente por sus obligaciones laborales y porque culturalmente no lo tienen incorporado “depende de la educación que traen, muchos fueron educados para no ayudar”.

Aunque se puede pensar en opciones de ayuda extra familiar, como por ejemplo contratar a una persona que ayude en quehaceres del hogar o en una instancia pública (estancias infantiles), prevalece la desconfianza frente a la calidad de la atención que puedan dar a los hijos, y prefieren evitar su consideración. Sólo se menciona el horario extendido en las escuelas como alternativa viable al cuidado personalizado. Es importante señalar que las mujeres defienden un espacio de **realización personal y autoridad en la familia**, pero también su **imagen como buenas madres**, aquellas que están ausentes con respecto al cuidado de los hijos son socialmente criticadas por ser irresponsables, egoístas por no tener como prioridad el cuidado de los hijos.

VACACIONES

El tiempo de vacaciones que cualquier persona debe tener, varía entre quince días y un mes al año. Sólo los jóvenes hacen mención a lapsos de dos a tres meses, por estar en el esquema escolarizado que contiene dichos plazos.

También hay diferencias a la duración de las mismas, ya que para algunas personas deben ser de un periodo continuo para obtener una verdadera desconexión y descanso, mientras que para otras puede resultar muy aburrido y prefieren dividirlos en distintas épocas del año.

El lugar de vacaciones inequívoco es la playa, siempre pensando que la prioridad es el descanso. Cuando el interés es conocer, se proponen estados y ciudades del interior de la República y viajes al extranjero (nivel social alto).

Los requerimientos para poder viajar son del orden económico y tiempo

IMPORTANCIA DE GOZAR DE LA VIDA

Ante el planteamiento que rechaza la importancia de gozar de la vida, divertirse y “pasarla bien”, se dan dos respuestas:

- Las personas que emiten dicha opinión mienten, ya que no es creíble que alguien no quiera ser feliz y disfrutar de la vida, “es una condición del ser humano”. Posiblemente se tiene la necesidad de cuidar su imagen como personas rectas y responsables, frente a la imagen del libertino y disoluto que implica el hedonismo *“si digo que sí, van a decir que soy un desordenado, que hago lo que quiero cuando quiero”* (Hombres 65-75 C)
- Es una reacción de tristeza, depresión y amargura que provoca la situación social y económica de la reciente crisis, *“si te quedaste sin trabajo, no puedes disfrutar de la vida, estas preocupado por comer”*. Así, es una cuestión de prioridades que en la situación actual pueden ser excluyentes *“si no tienes dinero para salir, ¿cómo te diviertes?”*

El riesgo que denota una disposición a no pasarla bien en las circunstancias actuales es que se pierde una vía de escape a la tensión, que implica baja autoestima *“no se quieren”* y aislamiento social.

También se proyectan rasgos de personalidad con fuertes limitaciones, ya que se describe a personas “cerradas”, que sólo viven para cumplir con obligaciones o que están abrumados por la responsabilidad *“nunca nos detenemos a pensar en nuestros papás, nos mantienen y les pedimos dinero y ni las gracias les damos”* (mujeres, 15-17 C)

SEXUALIDAD Y JUVENTUD

Las condiciones en las que los jóvenes mantienen relaciones sexuales son propias de la etapa de vida, se improvisa en el momento en el que se presenta la oportunidad, se aprovechan espacios de distracción de los adultos, impregnándose de una emoción extra a la que de por sí tiene la relación misma.

Por lo anterior, la idea de normar o establecer derechos de los jóvenes con respecto a la sexualidad implica reducir de alguna manera la intensidad de la experiencia que viven. Con el paso de los años, se le quita peso a la aventura, además de que pueden crear mejores condiciones para una vida sexual estable “por suerte mi novio vive solo”.

Aunque también pueden rentar cuartos de hotel, se mencionan las casas propias como los lugares ideales para mantener relaciones sexuales, aprovechando la salida de los padres; ya que son lugares seguros en los que se mantiene la privacidad “en un hotel te filman”. Ante la perspectiva de ser “descubiertos” siempre es preferible que lo sea en la casa de varón, quien puede manejar la situación frente a sus padres.

Para las mujeres el tema conlleva una discusión sobre el carácter de la sociedad mexicana, que se define como “machista y muy conservadora”, que requiere una gran seguridad de la mujer para asumir su sexualidad de forma plena “mi mamá dice que ella se va a ser cargo de que llegue de blanco al matrimonio, ¿quién se lo pidió?”.

Con respecto a las medidas anticonceptivas, se considera que es responsabilidad de ambos el cuidarse, aunque en última instancia la mujer es la que paga las consecuencias de un embarazo, por lo que ella debe mantenerse firme en el momento “aunque el hombre diga que con condón no se siente lo mismo”. La decisión es de la mujer, ya que “después tú te quedas con el hijo y tus papás quejándose, en cambio a él hasta lo pueden felicitar”

Vulnerabilidad de los adultos mayores

En el caso de los adultos mayores, es de llamar la atención la presencia de ciertas actitudes de vida similares a las descritas en la pobreza, como el descuido personal y el olvido de sí mismos, como resultado de un **desánimo** general. *“Tiene dinero, pero vive como alguien pobre porque ya no tiene ganas de vivir”*.

Es posible identificar dos preocupaciones básicas con respecto a la edad:

- El **deterioro de la salud**
- El **aislamiento** y la **soledad**

El deterioro de la salud surge como una preocupación más importante para los hombres. La manifestación de enfermedades degenerativas vuelve necesaria una atención médica continua, disminuye la calidad de vida y la posibilidad de valerse por sí mismo, lo que impacta en la autoestima.

Entre las mujeres, cobra mayor relevancia el aislamiento familiar y la exclusión social, así como el sentimiento de soledad asociado. Éste suele provocar depresión ante la vivencia emocional de abandono. En este contexto, si bien se comprende como una *“ley de la vida”*, se resiente ingratitud por parte de los hijos (sobre todo varones). *“Mi madre tiene 92 años y yo la cuido, pero no creo que mi hijo me vaya a cuidar a mí. También lo entiendo, él tiene su propia familia”*.

Los adultos mayores se viven en una posición de desventaja y desamparo, en la que sobresale una impotencia por no poderse valerse por sí mismos.

Necesidades relacionadas con los adultos mayores

En primera instancia, sobresale la expresión de necesidades emocionales. *“Necesitamos comprensión, cariño y afecto”*. Las expectativas inmediatas de **cuidado y compañía** recaen en la familia, de quien se espera asistencia práctica y contención emocional. *“Que me visiten más seguido, no creo aguantar tanta soledad”*.

En lo referente a los **servicios de salud** se consideran como necesidades para los adultos mayores:

- Atención médica pública y gratuita para todos. Exámenes periódicos de monitoreo y control como derechohabientes de una institución.
- Servicio de **calidad**:
 - Buen trato, tanto de enfermeras como de doctores. *“A veces nos tratan como si nos estuvieran haciendo un favor”*.
 - Tiempos de espera razonables en las clínicas de salud; administración de citas y cumplimiento de los horarios
- Asilos públicos para sobrellevar la vejez. Un entorno de contención que palie la sensación de soledad y abandono.
- Programa de visitas de promotoras de las delegaciones o del Gobierno del Distrito Federal. *“Como las que vienen mensualmente de la pensión, tendrían que venir diario, para ver qué necesitamos”*.
- Implementación de **visitas médicas a domicilio**, para evitar el desplazamiento, que llega a ser complicado por las condiciones físicas de los adultos mayores (*“a mi mamá teníamos que cargarla”*) y la falta de recursos para costear el transporte. *“La teníamos que llevar, pero no tenía dinero para el taxi”*.
- Apoyo con lentes y aparatos auditivos. *“Como a los niños les reparten zapatos, a nosotros también nos pueden ayudar”*

Pensión

La **pensión** se concibe como un apoyo **ampliamente valorado**. Es una ayuda significativa para la compra de alimentos, medicamentos o servicios que repercute en la economía individual y familiar de los adultos mayores. El contar con un ingreso fijo compensa la carencia de un empleo y la imposibilidad de generar recursos propios. *“Para los viejos no hay trabajo”*. *“La mensualidad de Obrador es una gran ayuda”*.

De esta manera, la pensión constituye una aportación al gasto familiar, que reporta a los adultos mayores un claro sentido de “utilidad”, así como la sensación de seguir valiéndose por sí mismos. Sólo de forma aislada la pensión se concibe como “limosna” o atentado contra la dignidad (aislado en hombres).

En cuanto al monto y condiciones de obtención de la pensión, pueden observarse dos visiones básicas:

	Visión mayoritaria	Visión minoritaria
Concepción de la pensión	La pensión como derecho universal	La pensión como recompensa por el esfuerzo
Condiciones de obtención	Se recibe a partir de cierta edad, independientemente de las actividades desempeñadas en la edad productiva.	Se recibe dependiendo del trabajo y las aportaciones realizados durante la vida productiva. (<i>“¿Qué hicieron para el desarrollo del país?”</i>)
Monto mensual considerado	Entre \$1, 500 y \$3, 000	Supeditado al NSE de la persona. Requiere la realización de un estudio socioeconómico previo en el que se determinen las necesidades y la cantidad para cubrirlas